

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102002/B/2024/36145806862930948

CENOTVORBA DIGITÁLNYCH SAAS PRODUKTOV
bakalárska práca

2024

Aurélia Jendrušáková

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

CENOTVORBA DIGITÁLNYCH SAAS PRODUKTOV
bakalárska práca

Študijný program: Biznis a marketing
Študijný odbor: Ekonomika a manažment
Školiace pracovisko: Katedra marketingu
Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA.

Bratislava 2024

Aurélia Jendrušáková

Pod'akovanie

Za odborné vedenie, cenné rady, správne nasmerovanie a metodickú pomoc, ktorá mi bola poskytnutá počas vypracovania bakalárskej práce by som sa rada poďakovala vedúcemu bakalárskej práce doc. Ing. Martinovi Kuchtovi, PhD., MBA.

ABSTRAKT

JENDRUŠÁKOVÁ, Aurélia: *Cenotvorba digitálnych SaaS produktov*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra Marketingu. – Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA. Bratislava: OF, 2024, 47 strán.

Cieľom záverečnej práce je identifikácia a komparácia cenotvorby vybraných SaaS produktov a návrh ich optimálnej cenotvorby. V záverečnej práci identifikujeme a porovnávame cenové hladiny vybraných existujúcich SaaS produktov. Na základe zistení záverečná práca navrhuje optimálnu cenovú hladinu pre vybrané SaaS produkty a rozoberá ich cenotvorbu, od ktorej sa vyvíjajú jej výsledky. Výsledky záverečnej práce sú znázornené graficky a pomocou tabuliek. Práca je rozdelená do piatich kapitol. Obsahuje 10 grafov, 3 tabuľky a 1 prílohu. Prvá kapitola obsahuje teoretické poznatky v oblasti digitálneho sveta. Definuje pojmy ako je internet, digitálne produkty, SaaS produkty a ako sa jednotlivé produkty kategorizujú. V práci je uvedená história vývoja digitálnych produktov postupom príchodu internetových inovácií. V ďalšej časti sa charakterizuje cieľ práce, metodika práce, praktická časť. Záverečná kapitola sa zaoberá diskusiou, v ktorej na základe tabuľky vyhotovenej vo výsledkoch práce je navrhnutá optimálna cenová hladina a cenotvorba pre digitálne produkty. Výsledkom riešenia danej problematiky je stanovenie optimálnej cenovej hladiny, ktorý reprezentuje momentálny trend v oblasti digitálnych produktov na internete.

Kľúčové slová: cenotvorba digitálnych produktov, digitálna technológia, internetový trh, SaaS produkty.

ABSTRACT

JENDRUŠÁKOVÁ, Aurélia: Pricing of digital SaaS products. - University of Economics in Bratislava. Business Faculty; Department of Marketing. – Supervisor: doc. Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA. Bratislava: OF, 2024, 47 pages.

The aim of the final thesis is to identify and compare the pricing of selected SaaS products and propose their optimal pricing. In the final work, we identify and compare the price levels of selected existing SaaS products. Based on the findings, the final thesis proposes an optimal price level for selected SaaS products and discusses their pricing, from which its results are developed. The results of the final work are presented graphically and by using tables. The work is divided into five chapters. Contains 10 graphs, 3 tables and 1 appendix. The first chapter contains theoretical knowledge of the digital world. It defines terms such as the Internet, digital products, SaaS products and how individual products are categorized. The work presents the history of the development of digital products following the arrival of Internet innovations. The next part describes the goal of the work, the methodology of the work, the practical part. The final chapter deals with a discussion in which, based on the table made in the results of the work, the optimal price level and pricing for digital products is proposed. The result of solving the given problem is the determination of the optimal price level, which represents the current trend in the field of digital products on the Internet.

Keywords: pricing of digital products, digital technology, internet market, SaaS product

Obsah

Úvod	8
1 Súčasný stav problematiky doma a v zahraničí	9
1.1 Digitálne produkty	9
1.1.1 Typy digitálnych produktov	9
1.1.2 História predaja cez internet	12
1.2 SaaS produkty	15
1.2.1 Kategórie SaaS produktov	15
1.2.2 História SaaS produktov	18
1.2.3 Výhody SaaS produktov	19
1.2.4 Nevýhody SaaS produktov	19
1.2.5 Vplyv COVID-19 na SaaS spoločnosti	20
1.2.6 Najnovšie trendy medzi SaaS produktmi	20
1.2.7 Využitie SaaS produktov v roku 2023	23
1.3 Cenotvorba produktov SaaS	25
2 Cieľ práce	27
3 Metodika práce a metódy skúmania	28
4 Výsledky práce	30
4.1 Spracovanie vybraných existujúcich SaaS produktov	30
4.2 Grafická interpretácia výsledkov	32
5 Diskusia	40
Záver	42
Zoznam použitej literatúry	44

Úvod

Témou tejto bakalárskej práce je cenotvorba digitálnych SaaS produktov. Na základe vybraných existujúcich SaaS produktov sa snažíme priblížiť tému digitálneho sveta, ktorého súčasťou je internet, SaaS produkty a umelá inteligencia. SaaS produkty sú produkty, s ktorými sa stretávame bežne na každodennej báze, a predsa si to ani neuvedomujeme. Digitálny svet je nám čím ďalej, tým viac bližší a komfortnejší. Medzi najnovšie trendy môžeme určite zaradiť umelú inteligenciu, ako napríklad ChatGPT a AI. Obidva produkty reprezentujú modernú technológiu umelej inteligencie, ktorá sa postupne zdokonaľuje. Umelá inteligencia robí v digitálnom svete obrovské pokroky v každom odvetví a dokáže vykonávať rôzne úlohy v rôznych svetových jazykoch.

Hlavnou úlohou prvej kapitoly je teoreticky vymedziť pojmy, ktoré sa jednotlivo dotýkajú digitálneho sveta a nimi sú digitálne produkty, internet a SaaS produkty. V tejto časti prvej kapitoly sú definované kľúčové slová tejto bakalárskej práce, zahnutá je aj história vývoja internetu a s ním, aj vývoj SaaS produktov a nakoniec sú uvedené typy a kategórie digitálnych produktov, ktorým sa budeme následne venovať v ďalšej kapitole tejto práce.

V druhej kapitole je vymedzený hlavný cieľ práce. Hlavným cieľom záverečnej práce je identifikácia a komparácia cenotvorby vybraných SaaS produktov a návrh ich optimálnej cenotvorby.

Tretia kapitola je zameraná na metódy a metodológiu, vďaka ktorej boli dosiahnuté dané výsledky v predošlej kapitole. Súčasťou tejto kapitoly sú presné postupy, ako sme pri cenotvorbe postupovali a ako sme prišli na finálne výsledky práce.

Obsahom štvrtej kapitoly sú výsledky tejto práce, ktoré sú podrobne slovne definované a znázornené v tabuľke na konci kapitoly. Do výsledkov zaraďujeme 50 existujúcich SaaS produktov, ktoré boli roztriedené na základe kategórií cenotvorieb.

V kapitole diskusia je navrhnutá optimálna cenotvorba a optimálna cenová hladina pre digitálne SaaS produkty. Na základe grafického znázornenia je viditeľné porovnanie jednotlivých skúmaných SaaS produktov.

1 Súčasný stav problematiky doma a v zahraničí

Myšlienka produktu sa v dnešnom rýchlo meniacom digitálnom prostredí výrazne zmenila. Digitálny tovar sa dostal do centra pozornosti, spochybňuje dominanciu fyzického tovaru a mení spôsob, akým komunikujeme, učíme sa, hráme sa a pracujeme.¹

1.1 Digitálne produkty

Digitálne produkty sú nehmotné položky dodávané elektronicky, ako napríklad hudba, softvér a elektronické knihy. Všetko, čo sa dá stiahnuť a použiť digitálne, možno považovať za digitálny produkt. Na rozdiel od fyzických produktov, digitálne produkty nemajú fyzickú podobu. Namiesto toho existujú iba v digitálnej sfére. Vďaka tomu sa ľahko distribuujú a sú často lacnejšie. Digitálne produkty sa navyše dajú jednoducho aktualizovať alebo upraviť, aby držali krok s meniacimi sa technológiami a trendmi. Tiež často dodávajú s licenciou, ktorá umožňuje zákazníkovi ich používať neobmedzeným spôsobom.² Tvorcovia môžu predávať digitálne produkty online prostredníctvom rôznych platforiem vrátane vlastných webových stránok, digitálnych trhovísk a sociálnych médií. Predaj digitálnych produktov môže byť pre tvorcov skvelým spôsobom, ako speňažiť svoje publikum, pretože nevyžadujú drahú fyzickú réžiu a možno ich predávať zákazníkovi po celom svete.³

1.1.1 Typy digitálnych produktov

V dnešnom internetovom svete existujú milióny digitálnych produktov. Využívajú sa nielen v biznise, ale aj vo vzdelávaní, cestovaní, vo voľnom čase či aj vo fitness sfére, ktorá prudko rastie.

¹ Medium. (2023, September 11). *The power of digital products*. <<https://medium.com/@Marketingsecrets/the-power-of-digital-products-80fc67601c8d>>

² BigCommerce. (2024, January 19). *How to sell digital products online*. <<https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-are-digital-products/>>

³ Podia Labs, Inc. (2024). *What is a digital product?* <<https://www.podia.com/wiki/all-terms/digital-product>>

Medzi základné digitálne produkty možno zaradiť:

1. Webová stránka

Webové stránky môžeme chápať ako skupinu stránok World Wide Web (skratka od www), ktoré zvyčajne obsahujú hypertextové odkazy na seba, ktoré sprístupňuje jednotlivec, spoločnosť, vzdelávacia inštitúcia, vláda alebo organizácia.⁴

2. Softvér SaaS

Softvér ako služba (alebo SaaS) je spôsob doručovania aplikácií cez internet – ako služba. Namiesto inštalácie a údržby softvéru k nemu jednoducho možno prísť cez internet, čím vieme oslobodiť od zložitej správy softvéru a hardvéru. Aplikácie SaaS sa niekedy nazývajú webový softvér, softvér na požiadanie alebo hosťovaný softvér. Bez ohľadu na názov, aplikácie SaaS bežia na serveroch poskytovateľa SaaS. Poskytovateľ spravuje prístup k aplikácii vrátane zabezpečenia, dostupnosti a výkonu.⁵

3. E-kniha

Elektronická kniha je kniha v elektronickom formáte. Nejde teda o klasickú tlačenú knihu, ale o knihu, ktorá sa nachádza v elektronickej podobe. Elektronické knihy sú bežným príkladom digitálnych produktov, ktoré sú medzi ľuďmi obľúbené. Je to preto, že tvorba e-knihy je veľmi jednoduchá a ľahká a skladá sa z písaných textov a grafiky. Po jej vytvorení si distribúcia a marketing e-knihy vyžaduje internetové obchody a reklamy.⁶

4. Mobilné aplikácie

Mobilná aplikácia je druh aplikačného softvéru určený na spustenie na mobilnom telefóne, smartfóne alebo tablete. Mobilné aplikácie často slúžia na to, aby klientom poskytl porovnateľnú

⁴ Merriam-Webster. *Website definition & meaning*. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/website>>

⁵ Salesforce. *What is SaaS? - software as a Service*. <<https://www.salesforce.com/in/saas/>>

⁶ Wikimedia Foundation. (2023, October 14). *Elektronická Kniha*. <https://sk.wikipedia.org/wiki/Elektronick%C3%A1_kniha>

Marketing tutor. Shaw, A. A. (2020, April 5). *What is a digital product? types, examples & promotion*. <<https://www.marketingtutor.net/what-is-a-digital-product/>>

správu ako na počítači. Aplikácie sú vo všeobecnosti malé, samostatné softvérové jednotky s obmedzenou kapacitou.⁷

5. Online kurzy

Online kurz je vzdelávací program, ktorý je organizovaný podľa osnov (zvyčajne v jednotkách) a prebieha vo virtuálnom priestore. Online kurzy môžu byť neformálne a zamerané na jednu zručnosť alebo formálne, že vedú k získaniu certifikácie alebo titulu.⁸

6. CRM

CRM softvér (Softvér pre riadenie vzťahov so zákazníkmi, anglicky Customer Relationship Management software) je typ softvéru, ktorý pomáha spoločnostiam spravovať, automatizovať a koordinovať rôzne aspekty obchodnej komunikácie a vzťahov s klientmi. Jeho hlavným cieľom je zlepšiť vzťahy s existujúcimi zákazníkmi, nájsť nových potenciálnych zákazníkov a získať späť bývalých klientov. Tento systém zhromažďuje údaje o zákazníkoch z rôznych komunikačných kanálov, čo môže zahŕňať webové stránky spoločnosti, telefón, email, osobný chat, marketingové materiály a sociálne médiá.

7. Klientska zóna

Je to zabezpečená webová stránka, ktorá poskytuje Vašim zákazníkom prístupové miesto k informáciám, ako sú faktúry, objednávky, informácie o zákazníkovi, online platby a množstvo ďalších. Je k dispozícii 24 hodín denne, 7 dní v týždni, 365 dní v roku a je dostupná na rôznych zariadeniach. Taktiež pomáha optimalizovať platobné procesy a znižuje riziko straty rôznych informácií a dokumentov.

⁷ Magenest JSC. (2024, January 2). *Mobile application development: Technologies, cost and benefits.* <<https://magenest.com/en/mobile-application/>>

⁸ Mighty Networks. *What is an online course? definition & examples.* <<https://www.mightynetworks.com/encyclopedia/online-course>>

8. Podcasty

Podcast je zvukový záznam na internete, ktorý možno počúvať a stiahnuť kedykoľvek. Možno ním propagovať Vašu značku a produkty. Podcasty môžu byť aj platené, čím možno zarobiť peniaze a spropagovať Vašu značku zadarmo.⁹

1.1.2 História predaja cez internet

Elektronický obchod je rozhranie, ktoré na webovej stránke technicky zabezpečuje proces nákupu, predaja, prevodu alebo výmeny produktov, služieb alebo informácie prostredníctvom internetu.¹⁰ Prvý zaznamenaný prípad predaja cez internet bol v roku 1971, keď študenti na Stanfordskej univerzite použili ARPANET (predchodca internetu) na nákup a predaj marihuany. Tento skorý experiment bol však krátkodobý, pretože univerzita čoskoro ukončila prevádzku. Až v roku 1979 sa uskutočnila prvá obchodná transakcia online. Táto transakcia predstavovala predaj albumu Sting od spoločnosti s názvom NetMarket.¹¹

Časová os internetového predaja:

Tabuľka č.1 – História predaja cez internet

Rok	Udalosť
1979	Michael Aldrich vynášiel elektronický obchod – Michael Aldrich zaviedol elektronické nakupovanie pripojením upraveného televízora k počítaču na spracovanie transakcií cez telefónnu linku. Táto technológia umožnila bezpečný prenos platobných údajov a stala sa základom moderného elektronického obchodu.
1982	Spustenie prvej spoločnosti elektronického obchodu – Je ňou spoločnosť Boston Computer Exchange. Išlo o online trhovisko pre ľudí, ktorí sa zaujímali o predaj svojich použitých počítačov.

⁹ OBS. *Čo Je to digitálny produkt?*. <<https://obs.sk/blog/co-je-to-digitalny-produkt>>

¹⁰ ČERNÝ, Matej. A kolektív. (2022). *Kniha riešení*. AlfaPro, str. 139.

¹¹ Mayple. Kazinik B. & Stenge N. (2023). *The history of ecommerce - how it all started*. <<https://www.mayple.com/blog/history-of-ecommerce>>

	V 90. rokoch 20. storočia sa objavil elektronický obchod, ako ho poznáme dnes, pričom vedúce postavenie mali spoločnosti ako Amazon a eBay. Tieto spoločnosti umožnili jednotlivcom nakupovať a predávať tovar online, čím vytvorili úplne nový trh, na ktorý sa môžu spoločnosti dostať.
1992	Spustenie prvého eCommerce trhu. (Elektronického trhu)
1994	Netscape Navigator sa spúšťa ako webový prehliadač – Predtým, ako Google vôbec prišiel na scénu, Marc Andreessen a Kim Clark spustili prvý webový prehliadač na svete s názvom Netscape Navigator. V 90. rokoch sa stal primárnym webovým prehliadačom na platforme Windows.
1995	Spustenie Amazonu – Spočiatku to bolo spustené ako platforma elektronického obchodu pre knihy. V tom istom roku bol spustený známy bezpečnostný protokol SSL (Secure Sockets Layer), ktorý pomohol zvýšiť bezpečnosť online predaja.
1998	Spustenie platobného systému PayPal – Bol to nástroj na prevod peňazí, ktorý sa neskôr zlúčil s online bankovou spoločnosťou Elona Muska v roku 2000. Najprv ponúkal spracovanie platieb pre online predajcov a iných komerčných používateľov a potom sa odtiaľ rozšíril medzi širokú verejnosť.
1999	Spustenie Alibaby – Alibaba Online bola spustená ako online trhovisko. Mala viac ako 25 miliónov dolárov vo financovaní a do roku 2001 bola zisková. Rýchlo sa stala najväčšou online platformou elektronického obchodu pre transakcie B2B, C2C a B2C.
2000	Google spúšťa Google Adwords – Google Adwords odštartoval novú éru online inzercie. Bol to prvý nástroj svojho druhu, ktorý umožnil tradičným maloobchodníkom inzerovať svoje produkty vyhládávajúcim na Googli. To bol začiatok reklamy s platbou za kliknutie (PPC – pay per click).
2004	Spustenie služby Shopify – Bol to prvý softvér pre nákupný košík svojho druhu.
2005	Amazon predstavuje členstvo Amazon Prime.

	Spustenie Etsy – Etsy je prvý online trh pre remeselníkov a predajcov ručne vyrábaného tovaru.
2008	Spustenie skupiny Groupon – Groupon je globálny trh, ktorý spája predplatiteľov s miestnymi obchodníkmi prostredníctvom ponúk a propagačných akcií.
2009	Spustenie BigCommerce – BigCommerce je zavedená platforma elektronického obchodu, ktorú spustili Eddie Machaalani a Mitchell Harper. Na rozdiel od Shopify nemal BigCommerce žiadne transakčné poplatky, takže ponúkal výhodu novým značkám vstupujúcim na trh.
2011	Uvedenie služby Peňaženka Google – Toto je prvá digitálna platba, ktorá vyšla po Paypale a stala sa globálnym štandardom. Peňaženka Google predstavila jednotlivcom spôsob odosielania a prijímania peňazí z mobilného zariadenia alebo stolného počítača. Neskôr sa stala súčasťou Google Pay. Facebook zavádza prvú formu reklamy – Najstaršia reklama na Facebooku bola ponúkaná vlastníkom Business Page prostredníctvom sponzorovaných príbehov.
2014	Predstavenie Apple Pay.
2017	Predstavenie nakupovateľného Instagramu – Instagram spustil integráciu s BigCommerce, ktorá používateľom umožnila kliknúť na obrázok produktu a okamžite prejsť na stránku produktu daného internetového obchodu.
2020	COVID-19 vedie k 77 % nárastu transakcií elektronického obchodu.
2021	Vzostup možnosti Kúp teraz, zaplat' neskôr.

Zdroj: <https://www.mayple.com/blog/history-of-ecommerce>

Vývoj celosvetového internetu sa dá rozdeliť do 3 fáz. Web 1.0 začal v 90. rokoch vďaka nástupu webových prehliadačov, HTML a webových stránok. V tejto fáze dokázali používatelia čítať texty, pozeráť si malé obrázky a vykonávať základné operácie. Vo fáze Web 2.0 sa z internetu

stalo obrovské nákupné stredisko a online encyklopédia.¹² Základom Webu 3.0 je decentralizácia a ekonomika založená na tokenoch a kryptomenách.¹³ Dnes je internetový predaj multimiliardovým odvetvím, ktoré spôsobilo revolúciu v spôsobe, akým spoločnosť nakupuje. Elektronický obchod sa stal neoddeliteľnou súčasťou našich životov a tým sa stále viac a viac presadzuje online tovar. S vývojom technológií sa bude ďalej vyvíjať aj spôsob, akým nakupujeme a elektronický obchod bude aj v nadchádzajúcich rokoch súčasťou našich bežných životov.¹⁴

1.2 SaaS produkty

SaaS (softvér ako služba, anglicky Software-as-a-Service) je metóda dodávania softvéru, ktorá poskytuje hodnotu konkrétneho softvéru cez internet namiesto inštalácie softvéru do ich zariadenia. Zákazníci licencujú produkty SaaS na základe predplatného a dostávajú ich cez internet. Kód, servery a databáza, ktoré tvoria aplikáciu, sú hostované a spravované poskytovateľmi softvéru, ako sú Amazon Web Services alebo Google Cloud. Zákazníci potom prístupujú k softvéru prostredníctvom webového prehliadača alebo mobilnej aplikácie.¹⁵

1.2.1 Kategórie SaaS produktov

Digitálne produkty, ktoré zaraďujeme medzi SaaS produkty, majú niekoľko rôznych kategórií, pri ktorej každá z nich vie byť využitá v inom smere. Medzi základné kategórie možno zaradiť:

1. Accounting SaaS (Digitálne produkty pre účtovníctvo)

Ponúkajú malým a stredným spoločnostiam efektívny a cenovo výhodný spôsob riadenia účtovných procesov. Spoločnostiam umožňuje bezpečne ukladať svoje finančné údaje a pristupovať k svojim účtom z akéhokoľvek počítača s prístupom na internet. Spoločnosti si môžu napríklad nastaviť automatické upomienky na fakturáciu alebo prepojené bankové účty na rýchle a jednoduché platenie účtov. Automatizácia účtovných úloh môže viesť k väčšej presnosti

¹² SCHMIDT, Eric a Rosenberg Jonathan. (2015). *Ako funguje Google*, Ikar, str. 287-288. ISBN 978-80-551-4270-8.

¹³ ZANDL, Patrik. (2022). *Mýty a nádeje digitálneho sveta*, Jan Melvil Publishing, str. 45, ISBN 978-80-7555-175-7.

¹⁴ Built In. *What is SaaS?*. <<https://builtin.com/cloud-computing/saas>>

¹⁵ Blackthorn vision. *Types of SAAS solutions: Categories and examples: BV blog*. <<https://blackthorn-vision.com/blog/types-of-SaaS-software-categories-and-examples>>

účetníctva a zefektívneniu pracovných postupov, čo vedie k zvýšeniu produktivity. Vo svete účetníctva SaaS je 5 veľkých hráčov, a to sú Xero, FreshBooks, Zoho Books, Sage 50 (predtým Peachtree) a QuickBooks.

2. Content Management System (CMS - Redakčný softvérový systém)

CMS je navrhnutý tak, aby pomáhal pri riadení tvorby a úprav digitálneho obsahu. Môže ho použiť ktokoľvek, od blogerov až po veľké korporácie, na správu všetkých typov obsahu, ako sú text, obrázky, videá alebo zvukové súbory. CMS uľahčuje používateľom vytvárať a spravovať webové stránky rýchlo a efektívne. CMS je populárny preto, lebo vyžaduje minimálne technické znalosti alebo zručnosti v oblasti kódovania, vďaka čomu je dostupný takmer každému so základnými počítačovými znalosťami. Navyše poskytuje používateľom viacero funkcií, ktoré by inak potrebovali na samostatné kódovanie stránky. Tieto funkcie môžu zahŕňať veci ako kontrola povolení, úrovne prístupu používateľov, automatické zálohovanie, sledovanie analýzy atď. Vo svete CMS SaaS je 5 veľkých hráčov, ktorými sú WordPress, Joomla, Drupal, Magento a Shopify.

3. Customer Relationship Management (CRM - Systém pre udržiavania vzťahu so zákazníkmi)

CRM je kľúčom k zmysluplným vzťahom so zákazníkmi a získavaniu prehľadov o zákazníkoch. Tento systém je schopný sledovať údaje o zákazníkoch, ako je napríklad nákupné správanie a potom im prispôbiť svoje marketingové stratégie. Ponúka funkcie na podnikovej úrovni, ktoré umožňujú spoločnostiam vytvárať skupiny kontaktov, zdieľať dôležité dokumenty, bezpečne ukladať informácie o zákazníkoch a tak ďalej. Okrem funkcií taktiež pomáha zefektívniť operácie tým, že pomáha s komunikáciou medzi tímami a oddeleniami. Taktiež pomáha zabezpečiť lepšie služby zákazníkom tým, že ukladá relevantné informácie, ako je história nákupov, čo poskytne podrobný prehľad o preferenciách a potrebách zákazníkov, čo umožňuje rýchlejšie odpovede na naliehavé otázky alebo sťažnosti. V sfére CRM je 5 veľkých hráčov a nimi sú Salesforce, Microsoft Dynamics 365, HubSpot, Zoho CRM a Pipedrive.

4. Enterprise Resource Planning (ERP - Systém plánovania podnikových zdrojov)

ERP je nástrojom pre spoločnosti všetkých veľkostí, aby mohli lepšie riadiť svoje obchodné procesy. Pomáha zjednodušiť procesy, ako je riadenie zásob a objednávok, plánovanie operácií, riadenie vzťahov so zákazníkmi, riadenie podnikových zdrojov a úlohy finančného účtovníctva. Automatizáciou kľúčových procesov a ponúkaním prehľadov o metrikách výkonu v reálnom čase môže softvér ERP pomôcť skrátiť čas odozvy na požiadavky zákazníkov a minimalizovať manuálne zadávanie údajov. Tiež môže poskytovať vlastné odozvy prispôsobené určitým sektorom alebo oddeleniam v spoločnosti, takže vedúci pracovníci majú lepší prehľad o svojom aktuálnom stave prevádzky, ako aj o potenciálnych oblastiach na zlepšenie. V ERP je 5 veľkých hráčov, ktorými sú SAP, Oracle, Microsoft Dynamics, Infor a Workday.

5. Project Management Applications (Softvér na riadenie projektov)

Softvér na riadenie projektov je nástroj, ktorý organizácie môžu používať na plánovanie, realizáciu a monitorovanie projektov. Možno ho používať na zlepšenie efektívnosti vytváraním produktívnych pracovných tokov a dávaním zodpovednosti členom tímu. Zamestnanecké tímy to môžu využiť na riadenie rôznych projektov a úloh, aby bola komunikácia jasná pre všetky zúčastnené strany. Tým sa znižuje možnosť nesprávnej komunikácie, chýb, času a rizík. 5 najväčších mien v nástrojoch na riadenie projektov sú Asana, Trello, Monday.com, Jira a Microsoft Project.

6. Communication SaaS Applications (Komunikačný softvér)

Komunikačný softvér v posledných rokoch výrazne vzrástol, najmä v dôsledku globálnej pandémie. V súčasnosti ľudia stále používajú tieto nástroje ako hlavný spôsob komunikácie, najmä pre spoločnosti s prácou na diaľku a medzinárodné spoločnosti. Najvýraznejšou výhodou používania komunikačných platforiem je ich schopnosť vytvárať kanály, kde môžu používatelia viesť bezproblémovú konverzáciu kedykoľvek a kdekoľvek. Komunikačné nástroje navyše poskytujú tímom bezpečné prostredie, takže všetky informácie, ktoré zdieľame, sú šifrované a zabezpečené. Ich ďalšou výhodou je flexibilita, ktorú ponúkajú používateľom, pokiaľ ide o online komunikáciu, videohovory a zvukové hovory, čo všetkým zúčastneným šetrí množstvo času v dlhodobom horizonte. 5 najvýznamnejších hráčov v komunikačnom svete sú Slack, Microsoft Teams, Zoom, Skype for Business a Google Hangout Meets.

7. Human Resources Applications (HR – Softvér riadenia ľudských zdrojov)

HR ponúka cloudové služby, ktoré spoločnostiam umožňujú efektívne spravovať údaje o svojich zamestnancoch a vytvárať zjednodušený proces od náboru zamestnancov až po odchod do dôchodku. To šetrí čas a minimalizuje administratívne náklady spojené s tradičnými procesmi riadenia ľudských zdrojov. Veľké mená ako Workday, Zoho People, ADP, SAP, BambooHR a Factohr poskytujú komplexné balíky riešení typu všetko v jednom, ktoré pokrývajú všetky aspekty náborového úsilia organizácie, ako aj priebežné riadenie výkonnosti a profesionálny rozvoj. Bezproblémovo spolupracujú s integráciami tretích strán pre mzdové systémy alebo iných poskytovateľov softvéru.

8. Billing SaaS Applications (Softvér fakturácií)

Pri podnikaní je dôležité mať jednoduchý a spoľahlivý spôsob spracovania platieb. Preto je dôležité vybrať si správne platobné brány a fakturačné riešenia. Stripe, Zuora a PayPal sú traja z najznámejších poskytovateľov, ktorí dokážu spracovať platby rýchlo a bezpečne. Ponúkajú tiež skvelé bezpečnostné funkcie, ako je ochrana pred podvodmi.¹⁶

1.2.2 História SaaS produktov

Software as a Service alebo SaaS je relatívne nový koncept vo svete poskytovania softvéru, hoci jeho počiatky siahajú do éry sálových počítačov v 60. a 70. rokoch 20. storočia, keď sa počítačové terminály používali na prístup k sálovému počítaču, ktorý hostil softvér.

Jedným z prvých príkladov aplikácie SaaS bol Salesforce, ktorý bol spustený v roku 1999. Salesforce ponúkal webové riešenie CRM, ktoré umožňovalo spoločnostiam riadiť vzťahy so zákazníkmi efektívnejšie a s väčšou škálovateľnosťou. Ďalšie ranné aplikácie SaaS zahŕňali NetSuite (spustený v roku 1998), ktorý poskytoval účtovný a ERP softvér, ako aj WebEx (spustený v roku 1995), ktorý poskytoval prvý príklad softvéru na webové konferencie. Skoré aplikácie SaaS čelili niekoľkým výzvam vrátane nízkej rýchlosti internetu a obmedzenej šírky pásma. Tieto výzvy však boli postupne prekonané, keď sa zlepšila internetová infraštruktúra a viac spoločností prijalo

¹⁶ Statrys. (2024, February 9). *8 types of SAAS solutions you must know about in 2024.* <<https://statrys.com/blog/saas/types-of-saas-solutions>>

model SaaS. Popularita operačného modelu SaaS od začiatku 21. storočia neustále rastie, čiastočne vďaka vzostupu cloud computingu (Cloud môžeme prirovnať k virtuálnemu priestoru, prostredníctvom ktorého používateľa vytvárajú, zdieľajú a narábajú s obrovským množstvom informácií rôzneho typu¹⁷). Pokroky v oblasti cloud computingu umožnili dodávať softvérové aplikácie cez internet pomocou vzdialených serverov, čo výrazne znížilo náklady a zložitosť nasadzovania a správy aplikácií SaaS.¹⁸

1.2.3 Výhody SaaS produktov

Medzi najhlavnejšie výhody SaaS produktov možno zaradiť nasledujúce štyri:

1. Nižšie náklady na inštaláciu

Produkty SaaS možno inštalovať sériou kliknutí. Dokonca aj pri komplexnom softvéri sa skrátí čas potrebný pre koncového používateľa, pretože nie je potrebné nastavovať servery. Všetko, čo softvér potrebuje, sú správne údaje, ktoré vo všeobecnosti poskytuje používateľ alebo zákazník.

2. Údržba a aktualizácia softvéru je pre zákazníkov lacnejšia

Dodávateľ sa stará o všetky inštalácie a aktualizácie softvéru a potom tieto zmeny aplikuje globálne. To znamená, že softvér pravidelne získava nové funkcie bez akejkoľvek práce zo strany zákazníka.

3. Škálovateľnosť a integrácia

Softvér je postavený na dodávateľoch tretích strán, ktorí sa môžu škálovať na požiadanie. To znamená, že aj pri neočakávanom zvýšení využitia je nepravdepodobné, že by sa softvér zlomil.

1.2.4 Nevýhody SaaS produktov

Medzi nevýhody SaaS produktov možno zaradiť nasledujúce tri:

1. Strata kontroly a zmluvy o úrovni služieb:

Nemáte kontrolu nad softvérom. Akákoľvek oprava, ktorú Váš softvér môže potrebovať, sa zaväzuje na podmienky vašej zmluvy SLA (servisná zmluva). Ak sa nerozhodnete porušiť zmluvu

¹⁷ ČERNÝ, Matej. A kolektív, (2022). Kniha riešení. AlfaPro, str. 137

¹⁸ Salesforce. *What is SaaS? - software as a Service*. <<https://www.salesforce.com/in/saas/>>

SLA, nebudete mať veľa možností na riešenie problémov so softvérom s Vašimi internými inžiniermi.

2. Problémy s integráciou softvéru

Odovzdanie určitých operácií predajcovi môže veci zjednodušiť, ale rovnako môže viesť aj k nedorozumeniam s tímom podpory predajcu. To môže v niektorých prípadoch poškodiť Vašu reputáciu u zákazníkov. Ak je váš softvér integrovaný so službou SaaS a výpadok produktu negatívne ovplyvňuje Vašich zákazníkov, Vaši zákazníci uvidia iba Vás, nie Vášho predajcu.

3. Potenciálny nedostatok zabezpečenia

SaaS funguje tak, že Vaše údaje odovzdáva predajcovi. Hoci existujú podmienky, s ktorými možno súhlasiť, v konečnom dôsledku nemáte žiadnu kontrolu nad tým, ako dobre predajca tieto údaje zabezpečuje.¹⁹

1.2.5 Vplyv COVID-19 na SaaS spoločnosti

Výdavky 1 z 5 spoločností na SaaS neboli pandémiou ovplyvnené. Podľa 908 respondentov 22,5 % neuviedlo žiadny vplyv na organizačné výdavky na SaaS v dôsledku pandémie. Celkovo 23,5% respondentov uviedlo zníženie výdavkov na SaaS v dôsledku pandémie. 11,9 % z celkového počtu respondentov uviedlo mierny pokles výdavkov na SaaS o 10 % až 20 %. Zatiaľ čo 11,6 % uviedlo, že v dôsledku pandémie míňalo na SaaS o viac ako 20 % menej. Zaujímavé je, že 30,4 % respondentov tvrdilo, že v dôsledku pandémie minú viac na SaaS.²⁰

1.2.6 Najnovšie trendy medzi SaaS produktmi

Podľa údajov Web Analytics dopyty vyhľadávania pre „chat gpt“ prekonal dopyty pre „google“ o viac ako 5 % z hľadiska návštevnosti. Okrem toho podľa prognóz služby Google Ads na 3. štvrtrok 2023 zhromaždia dopyty „google“ 1,9 milióna zobrazení, zatiaľ čo dopyty „chat gpt“ zhromaždia 9,9 milióna zobrazení. Tento vývoj má niekoľko dôsledkov pre specialistov na digitálny marketing a ich zákazníkov. Zvýšený záujem o „chat gpt“ naznačuje, že chatboty

¹⁹ Built In. *What is SaaS?*. <<https://builtin.com/cloud-computing/saas>>

²⁰ Exploding Topics. Howarth, J. (2024, February 12). *80+ SaaS statistics and Trends (2024)*. <<https://explodingtopics.com/blog/saas-statistics>>

poháňané umelou inteligenciou sú čoraz relevantnejšie a populárnejšie. Integráciou Chat GPT do svojich marketingových stratégií môžu špecialisti na digitálny marketing ponúkať svojim klientom inovatívne a efektívne riešenia, ktoré využívajú silu AI. To môže viesť k vyššej efektívnosti, lepšiemu zapojeniu zákazníkov a v konečnom dôsledku k lepším výsledkom pre ich klientov.²¹

Chat GPT je momentálne najväčším a najrýchlejšie rastúcim moderným trendom v digitálnom svete. S funkciami, ktoré ponúka a so svojou ľahkou dostupnosťou je možné ho využívať odkiaľkoľvek, kedykoľvek a kýmkoľvek. Začiatky umelej inteligencie sú spojené s menom amerického informatika a kognitívneho vedca Johna McCartyho. Ten prvýkrát oficiálne použil pojem umelá inteligencia na počítačovej konferencii na univerzite v americkom Dartmouthu. A je tak považovaný za otca umelej inteligencie.

ChatGPT

ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) Je generatívny jazykový model, ktorý využíva moderné techniky hlbokého učenia a predstavuje novú éru v interakcii medzi človekom a strojom. Jeho schopnosť analyzovať a generovať texty pripomínajúce ľudskú komunikáciu v rôznych formátoch otvára nové možnosti vo vedeckom výskume, vzdelávaní, umení a obchode. Stáva sa tak symbolom toho, ako ďaleko sme ako spoločnosť dospeli pochopení a využívaní umelej inteligencie. ChatGPT je 1 z najnovších generatívnych jazykových modelov, ktoré je výsledkom úsilia niekoľkých generácií vedcov a inžinierov.²²

Ako môže ChatGPT prospieť vašej spoločnosti SaaS?

1. Vylepšená zákaznícka podpora

Implementácia ChatGPT do Vašej platformy SaaS môže výrazne zlepšiť zákaznícku podporu. Dokáže poskytnúť okamžité odpovede na bežné otázky používateľov, odstraňovať problémy a dokonca previesť používateľov zložitými úlohami. To nielen zlepšuje používateľskú skúsenosť, ale tiež znižuje zaťaženie vášho tímu podpory.

²¹ Medium. (2023, April 19). *The Rise of Chat GPT: Ako to mení prostredie digitálneho marketingu* <<https://medium.com/@luvuyo.mdebuka/the-rise-of-chat-gpt-how-its-changing-the-digital-marketing-landscape-f7b4778bd0d3>>

²² KNIHOVÁ, Ladislava. (2024). *AI Marketing Playbook*. Grada Publishing. str. 27, 30-31. ISBN 978-80-271-5226-1.

2. Personalizácia

ChatGPT dokáže analyzovať interakcie používateľov a prispôbiť reakcie na základe individuálnych preferencií a správania. Môže odporučiť funkcie, obsah alebo produkty, ktoré sú pre každého používateľa najrelevantnejšie, a tým zvýšiť mieru zapojenia používateľov a miery konverzie.

3. Automatizovaná registrácia

Zefektívnete proces registrácie pre nových používateľov pomocou služby ChatGPT, ktorá Vám poskytne podrobné pokyny. Používateľom môže pomôcť nastaviť si účty, nakonfigurovať nastavenia a začať používať Váš produkt SaaS, čím sa zlepšuje udržanie používateľov.

4. Generovanie obsahu

ChatGPT môže pomôcť pri vytváraní obsahu generovaním blogových príspevkov, popisov produktov alebo marketingových materiálov. To môže ušetriť čas a zdroje na marketingové aktivity obsahu pri zachovaní vysokokvalitného obsahu.

5. Analýza údajov

Spoločnosti SaaS generujú obrovské množstvo údajov. ChatGPT možno použiť na analýzu týchto údajov, extrahovanie prehľadov a poskytovanie odporúčaní založených na údajoch na optimalizáciu vášho softvéru a služieb.

6. Viacjazyčná podpora

Ak vaša spoločnosť SaaS uspokojuje globálne publikum, viacjazyčné schopnosti ChatGPT môžu byť neoceniteľné. Dokáže komunikovať s používateľmi v ich preferovanom jazyku, čím odstraňuje jazykové bariéry.

7. Prediktívna údržba

Pre riešenia SaaS, ktoré zahŕňajú hardvér alebo infraštruktúru, môže ChatGPT predvídať potreby údržby a proaktívne upozorniť používateľov alebo správcov. To znižuje prestoje a zvyšuje spoľahlivosť systému.

8. Prieskum trhu

ChatGPT môže pomôcť pri prieskume trhu analyzovaním online konverzácií, trendov sociálnych médií a spätnej väzby od zákazníkov s cieľom identifikovať príležitosti na nových trhoch a sentiment zákazníkov.²³

Môže ChatGPT odstrániť pracovné miesta v predaji?

Z dlhodobého hľadiska ChatGPT môže odstrániť pracovné miesta v predaji, ale pravdepodobne tie na základnej úrovni. Starší profesionáli v oblasti predaja budú mať príležitosť naučiť sa túto technológiu, stať sa efektívnejšími a rozšíriť svoj dosah. Aj keď umelá inteligencia ovláda hornú časť procesu predaja, mnohé spoločnosti budú stále chcieť, aby tréning modelov a systémov bola zodpovedná ľudská bytosť. Spoločnosti možno jednoducho nebudú musieť najat' a riadiť celý tím.²⁴

1.2.7 Využitie SaaS produktov v roku 2023

Od roku 2023 má priestor SaaS hodnotu viac ako 195 miliárd dolárov. Odvetvie SaaS sa za posledných sedem rokov zväčšilo o približne 500 %. Od roku 2015 sa odvetvie SaaS rozrástlo z 31,4 miliardy USD na odhadovaných 1 617,1 miliardy USD v roku 2022. To sa rovná viac ako 5-násobnému rastu len za sedem rokov.

SaaS sa považuje za najdôležitejšiu technológiu pre obchodný úspech. Nedávna štúdia ukazuje, že spoločnosti s väčším počtom zamestnancov využívajú viac aplikácií SaaS. Spoločnosti s menej ako 50 zamestnancami používajú v priemere iba 16 aplikácií SaaS. Spoločnosti, ktoré zamestnávajú 50 až 99 zamestnancov, využívajú v priemere 24 aplikácií SaaS, čo predstavuje nárast o 50 %. Spoločnosti so 100 až 499 zamestnancami využívajú takmer 2-krát viac aplikácií SaaS ako spoločnosti s 50 až 99 zamestnancami (47 oproti 24). Najväčšie spoločnosti, tie s viac ako 1000 zamestnancami, používajú v priemere 177 aplikácií SaaS.²⁵

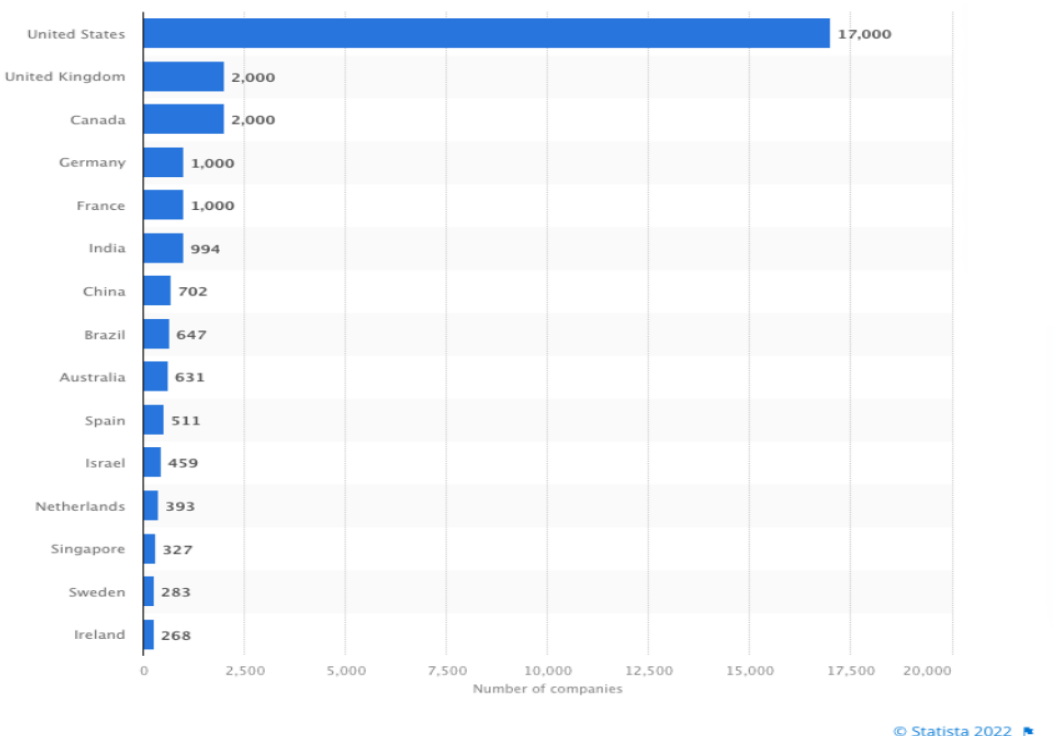
²³ IT Briefcase. (2023, October 3). *What is CHATGPT and how can it benefit your saas business?* <<https://www.itbriefcase.net/what-is-chatgpt-and-how-can-it-help-benefit-your-saas-business>>

²⁴ SAAS Boost. *Chatgpt for SAAS sales.* <<https://www.saasboost.io/blog/chatgpt-for-saas-sales>>

²⁵ Exploding Topics. Howarth, J. (2024, February 12). *80+ SAAS statistics and Trends (2024).* <<https://explodingtopics.com/blog/saas-statistics>>

Najviac spoločností SaaS na svete majú USA, Spojené kráľovstvo, Kanada a Nemecko. USA však vedú s obrovskou maržou, s viac ako 8-násobným počtom spoločností SaaS v porovnaní s druhým, Spojeným kráľovstvom.

Graf č. 1 – Počet SaaS spoločností v roku 2022



Zdroj: <https://www.spendsk.com/blog/saas-statistics/>

V roku 2023 je na celom svete približne 30 000 spoločností SaaS. Takmer 15 000 z nich je v marketingovom sektore. USA má takmer 17 000 spoločností SaaS a 59 miliónov zákazníkov po celom svete. Spojené kráľovstvo nasleduje po USA s 2 000 spoločnosťami SaaS a 3 miliardami zákazníkov po celom svete. Súkromné financovanie SaaS v Európe zaznamenáva 3,2-násobný medziročný nárast. Investície do indických spoločností SaaS sa v roku 2021 zvýšili na 4,5 miliardy USD, čo predstavuje 170 % nárast oproti roku 2020.²⁶

²⁶ Spendsk. *Business spending can be beautifully easy.* <<https://www.spendsk.com/blog/saas-statistics/>>

1.3 Cenotvorba produktov SaaS

Vo všeobecnosti je používanie produktu SaaS nákladovo efektívnejšie ako tradičná softvérová licencia pre podnikový softvér, pretože nastavenie a inštalácia na hardvér nie sú potrebné. Poskytovatelia SaaS zvyčajne používajú pre zákazníkov jeden z mnohých cenových modelov založených na predplatnom. Medzi najčastejšie využívané typy cenotvorieb SaaS produktov zaradujeme nasledujúcich deväť:

1. Zadarmo alebo na základe reklamy – služba môže byť pre používateľov bezplatná, pričom poskytovateľ SaaS generuje príjmy z predaja reklamného priestoru. V tomto modeli je zvyčajne možnosť upgradu na platenú úroveň, ktorá nezahŕňa rušivé reklamy.
2. Paušálna sadzba – zákazníci získajú prístup ku kompletnému balíku funkcií softvéru za fixný mesačný alebo ročný poplatok za predplatné.
3. Na používateľa – cena sa určuje podľa toho, koľko ľudí bude službu využívať pri každom predplatnom. Pre každého užívateľa je stanovená pevná cena.
4. Na úrovne používateľa – cenové úrovne sú založené na rozsahu, koľko aktívnych používateľov môže existovať v rámci jedného predplatného.
5. Úložné vrstvy – zákazníci môžu mať bezplatný prístup k službe, ale budú musieť zaplatiť za úložisko, ak chcú pokračovať v používaní produktu po prekročení bezplatného limitu.
6. Pay-as-you-go (podľa použitia) – čím viac zákazníkov službu využíva, tým viac sa im fakturuje a naopak.
7. Na aktívneho používateľa – to zahŕňa aspekty stratégií „na používateľa“ a „pay-as-you-go“. Predplatiťom sa účtujú poplatky za používateľa, ale iba v prípade, že používateľ službu aktívne využíval nad stanovenú hranicu.
8. Úrovne založené na funkciách – cenové úrovne sú určené množstvom funkcií, ktoré predplatiť hľadá. V tomto modeli sú k dispozícii znížené verzie softvéru s obmedzenými funkciami za nižšiu cenu, než je maximálna úroveň funkčnosti. Môžu existovať aj ďalšie úrovne funkcií medzi minimálnou a maximálnou úrovňou funkčnosti.

9. Freemium – služba bude vo všeobecnosti bezplatná na používanie so základnou úrovňou. Zvyčajne však existujú funkčné obmedzenia, ktoré sú určené na predaj zákazníkov na platenú úroveň.²⁷

²⁷ Techtarget. Chai, W. & Casey, K. (2022, October 24). *What is SAAS (software as a service)? everything you need to know. Cloud Computing*. <<https://www.techtarget.com/searchcloudcomputing/definition/Software-as-a-Service>>

2 Cieľ práce

V dnešnom vzájomne prepojenom svete sa digitálna technológia stala nevyhnutnou silou, ktorá utvára každý aspekt nášho života. Od toho ako komunikujeme, pracujeme, ako získavame prístup k informáciám až po to, ako sa zabávame. Produkty internetu hrajú kľúčovú úlohu pri tvorbe inovácií a zjednodušovaní nášho každodenného života. Internet zohráva veľkú rolu v každom priemysle a prostredníctvom rýchleho rozvoja a ľahkého využitia sa stal neoddeliteľnou časťou ľudských životov a všestranného okolia.

Hlavným cieľom záverečnej práce je identifikácia a komparácia cenotvorby vybraných SaaS produktov a návrh ich optimálnej cenotvorby. Identifikovanie cenotvorby daných produktov prebiehalo prostredníctvom internetového zisťovania informácií o daných vybraných produktov. Na základe týchto zistení boli porovnané výsledky vybraných 50 SaaS produktov a následne boli graficky znázornené na zdôraznenie odlišností medzi jednotlivými produktami.

Hlavný cieľ tejto práce dopĺňajú aj nasledujúce parciálne ciele:

- kategorizácia vybraných existujúcich SaaS produktov do jednotlivých kategórií, ktoré boli identifikované v prvej kapitole záverečnej práce,
- porovnanie a grafické znázornenie zistení o vybraných produktov,
- interpretácia výsledkov získaných vlastným spracovaním.

3 Metodika práce a metódy skúmania

Predmetom skúmania tretej kapitoly záverečnej práce je 50 vybraných existujúcich SaaS produktov. Tieto produkty boli analyzované na základe štatistík získaných z internetu, kde boli uvedené ako momentálne najviac využívané digitálne produkty v roku 2024. Vybrané produkty sa využívajú celosvetovo v rôznych odvetviach, priemysloch, kariérach, domácnostiach alebo aj pri vzdelávaní. Medzi top 5 produktov, ktoré sú využívané celosvetovo už niekoľko rokov možno zaradiť Adobe Creative Cloud, Microsoft 365, Salesforce, Shopify a Linktree.

Ako zdroj informácií boli použité webové stránky, ktoré nám poskytlí základné informácie o cenových balíkoch pri daných produktoch, ktoré boli analyzované. Informácie boli čerpané len z overených hlavných stránok spoločnosti vybraných SaaS produktov.

Našou hlavnou úlohou bolo na základe získaných informácií z hlavných stránok spoločnosti zaradiť jednotlivé produkty do kategórií, ktoré boli stanovené. Väčšina stránok poskytovalo presné informácie, teda presné sumy a poplatky, ktoré ponúkajú v osobitných balíkoch pri vybraných produktoch. Niektoré spoločnosti však neponúkajú presné ceny ale fungujú tak, že je potrebné kontaktovať manažment spoločnosti, s ktorým si je potrebné dohodnúť presné podmienky, na základe ktorých bude klientovi ponúknutá osobitná suma na základe ich zadaných parametroch. Medzi základné parametre, ktoré určujú sumu možno zaradiť hlavné potreby, zamestnancov, rozsah klientely a potrebný úložný priestor. Od týchto parametrov vie spoločnosť vytvoriť optimálnu cenovú ponuku pre záujemcov.

Na dosiahnutie stanovených cieľov boli získané informácie vložené do tabuľky, kde výsledky boli porovnané a následne graficky interpretované. V jednotlivých grafoch možno sledovať odlišnosti jednotlivých produktov, rovnako ako aj počet produktov, ktoré do danej kategórie patria alebo nepatria.

Niektoré spoločnosti, ktorých hlavný produkt bol predmetom analýzy, ponúkali niekoľko podobných produktov, teda niekoľko balíkov, ktoré mali ďalšie balíky cenových ponúk. V týchto prípadoch boli výsledky zamerané iba na jeden špecifický produkt, ktorý bol analyzovaný, zaradený do tabuľky a následne graficky znázornený.

Grafické výpočty

Na začiatok sme si vytvorili tabuľku v Exceli, do ktorej sme si vypísali všetkých vybraných 50 SaaS produktov do stĺpca. Vedľa stĺpca do riadku sme si vypísali všetky kategórie, na základe ktorých sme potom produkty priradzovali podľa toho do akej kategórie ich cenotvorba spadá. Pri kategóriách číslo 1, 3, 4 a 7 sme vytvorili 2 stĺpce. Do prvého stĺpca sme dopĺňali slová:

- áno, ak daný produkt do danej kategórie patril,
- nie, ak daný produkt do danej kategórie nepatril.

Do druhého stĺpca sme vkladali jednotlivé sumy, ktoré spoločnosti ponúkali za jednotlivé cenové balíky. Ak pri nejakom produkte bola uvedená viac ako 1 suma, teda pri danom produkte existuje niekoľko cenových balíkov, tak sme uviedli priemernú sumu všetkých balíkov dokopy.

Na základe týchto výsledkov, sme pod tabuľkou v Exceli v každom stĺpci jednotlivých kategórií využili nasledovný vzorec na zrábanie našich výsledkov:

=COUNTIF(rozsah;kritéria)

Napríklad, v prvom stĺpci v tabuľke v Exceli, v ktorom sme zisťovali využívanie cenotvorby na základe paušálnej sadzby jednotlivé vzorce vyzerali nasledovne:

=COUNTIF(D4:D53;"áno"),

=COUNTIF(D4:D53;"nie").

Druhý vzorec ktorý sme využívali bol vzorec na vypočítanie priemernej sumy všetkých vybraných 50 SaaS produktov. Ide o nasledovný vzorec:

=AVERAGE(rozsah)

Napríklad, v prvom stĺpci v tabuľke v Exceli, v ktorom sme zisťovali využívanie cenotvorby na základe paušálnej sadzby vzorec vyzeral nasledovne:

=AVERAGE(E4:E53).

Finálne výsledky, ktoré sme dosiahli pomocou spracovanej tabuľky a vyššie uvedených vzorcov sú graficky znázornené a interpretované v štvrtej časti práce.

4 Výsledky práce

Obsahom tejto kapitoly je vytvorenie optimálnej cenovej hladiny vybraných existujúcich SaaS produktov. Na základe štatistík z internetu²⁸ sme sa zamerali na vybrané SaaS produkty, ktoré sú považované za zatiaľ najúspešnejšie v tomto roku 2024. Väčšina spoločnosti, ktoré dané digitálne produkty ponúka patrí najmä do oblasti podpory predaja, internetových technológií (napríklad podpora softvérov a počítačových zariadení), dizajn a voľné aktivity (napríklad hudba, filmy, média).

Vybrané produkty boli analyzované v tabuľke, v ktorej boli produkty vymenované a následne priradené k jednotlivým kategóriám cenotvorieb, ktoré tieto produkty využívajú. Analyzované produkty boli zaradené do nasledujúcich kategórií cenotvorby SaaS produktov:

- 1) paušálna sadzba,
- 2) na používateľa,
- 3) na úrovne používateľa,
- 4) úložné vrstvy,
- 5) podľa použitia (pay-as-you-go),
- 6) na aktívneho používateľa,
- 7) úrovne založené na funkciách,
- 8) freemium.

4.1 Spracovanie vybraných existujúcich SaaS produktov

Na získanie informácií o vybraných existujúcich SaaS produktov boli využité internetové zdroje a získané výsledky boli vložené do tabuľky. Na základe tejto tabuľky boli následne výsledky interpretované graficky a slovne.

²⁸ Exploding Topics. Howarth, J. (2024, April 2). *Top 50 saas companies (2024)*. <<https://explodingtopics.com/blog/top-saas-companies>

Tabuľka č. 2 – Cenotvorba vybraných existujúcich SaaS produktov

por. číslo	SaaS produkt	Paušálna sadzba		Na používateľa	Na úrovne používateľa		Úložné vrstvy		Podľa použitia	Na aktívneho používateľa	Úrovne založené na funkciách		Freemium
		áno	€		áno	€	áno	€			áno	€	
1	Adobe Creative Cloud	áno	567,06 €	nie	áno		áno	30 dní zadarmo	nie	nie	áno	567,06 €	nie
2	Microsoft 365 Family	áno	100,00 €	áno	áno	99,00 €	áno	30 dní zadarmo	nie	nie	nie	100,00 €	nie
3	Salesforce Sales	áno	4 800,00 €	nie	áno	3 600,00 €	nie		nie	nie	áno	4 800,00 €	nie
4	Shopify	áno	13 944,00 €	nie	áno	13 944,00 €	áno	3 dni zadarmo	áno	nie	áno	13 944,00 €	nie
5	Linktree	áno	156,00 €	nie	nie		áno	30 dní zadarmo	nie	nie	áno	156,00 €	áno
6	Shapr3D	áno	299,00 €	nie	nie		áno	14 dní zadarmo	áno	nie	nie		áno
7	Miro	áno	150,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	150,00 €	áno
8	Intercom	áno	1 068,00 €	nie	nie		áno	14 dní zadarmo	nie	nie	áno	1 068,00 €	nie
9	Klaviyo	áno	630,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	áno	630,00 €	áno
10	LeadIQ	áno	708,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	708,00 €	áno
11	Cockroach Labs	áno	3 540,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	nie		áno
12	Canva	áno	175,00 €	áno	áno	110,00-240,00 €	nie		nie	nie	nie		áno
13	Dukaan	áno	714,00 €	nie	áno	118,00 - 1 310,00€	nie		nie	nie	áno	714,00 €	áno
14	Mentimeter	áno	222,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	222,00 €	áno
15	LeadSquared	áno	750,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	750,00 €	nie
16	InVideo	áno	270,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	áno	270,00 €	áno
17	Fieldwire	áno	843,00 €	áno	nie		nie		áno	nie	áno	843,00 €	áno
18	Datadog	áno	294,00 €	áno	nie		áno	14 dní zadarmo	nie	nie	áno	294,00 €	áno
19	CrowdStrike Holdings	áno	122,50 €	nie	nie		áno	15 dní zadarmo	áno	áno	áno	122,50 €	nie
20	Printify	áno	25,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	nie		áno
21	Navan	áno	6 500,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	nie		áno
22	DocuSign	áno	300,00 €	nie	áno	300,00 €	nie		áno	nie	áno	300,00 €	nie
23	Eventbrite	áno	348,00 €	nie	nie		áno	14 dní zadarmo	áno	nie	nie		áno
24	Anthology	áno	185,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	nie		nie
25	Anaplan	nie		nie	nie		nie		áno	nie	nie		nie
26	MailChimp	áno	2 028,00 €	nie	áno	2 028,00 €	áno	30 dní zadarmo	nie	nie	áno	2 028,00 €	áno
27	SurveyMonkey	áno	774,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	774,00 €	nie
28	Oracle	áno	10 728,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	áno	10 728,00 €	nie
29	HubSpot Marketing	áno	24 552,00 €	nie	áno	24 552,00 €	nie		nie	nie	áno	24 552,00 €	nie

30	Google Workspace	áno	144,00 €	nie	áno	144,00 €	áno	14 dní zadarmo	áno	nie	áno	144,00 €	nie
31	iCloud	áno	66,00 €	nie	áno	66,00 €	nie		nie	nie	áno	66,00 €	nie
32	Apple Music	áno	138,00 €	áno	áno	204,00 €	nie		nie	nie	áno	138,00 €	nie
33	Apple TV+	áno	120,00 €	nie	áno		áno	7 dní zadarmo	nie	nie	nie		nie
34	Amazon Web Services	áno	7 200,00 €	nie	áno	7 200,00 €	nie		áno	áno	áno	7 200,00 €	áno
35	DropBox	áno	180,00 €	nie	áno	180,00 €	áno	30 dní zadarmo	nie	nie	áno	180,00 €	nie
36	Atlassian Access	áno	360,00 €	áno	nie		nie		áno	nie	nie		nie
37	Autodesk AutoCAD	áno	2 030,00 €	nie	nie		áno	14 dní zadarmo	nie	nie	nie		nie
38	UserTesting	áno		nie	nie		nie		nie	nie	nie		nie
39	Workday	áno		nie	áno		nie		áno	nie	nie		nie
40	Veeva Systems	nie		nie	nie		nie		áno	nie	nie		áno
41	Asana	áno	231,00 €	nie	áno		nie		áno	nie	áno	231,00 €	nie
42	Cisco	nie		nie	nie		nie		áno	nie	nie		nie
43	Grammarly	áno	162,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	áno	162,00 €	áno
44	Zscaler	áno		nie	nie		nie		nie	nie	áno		nie
45	Zoom	áno	2 100,00 €	nie	áno	2 100,00 €	nie		áno	nie	áno	2 100,00 €	áno
46	Intuit	áno	1 020,00 €	nie	áno	1 020,00 €	nie		áno	nie	áno	1 020,00 €	nie
47	ServiceNow	nie		nie	nie		nie		áno	nie	nie		nie
48	Snowflake	áno	276,00 €	nie	nie		nie		nie	nie	nie		nie
49	Hotjar	áno	1 512,00 €	nie	nie		nie		áno	nie	áno	1 512,00 €	áno
50	Wix	áno	960,00 €	nie	áno	960,00 €	nie		nie	nie	áno	960,00 €	nie

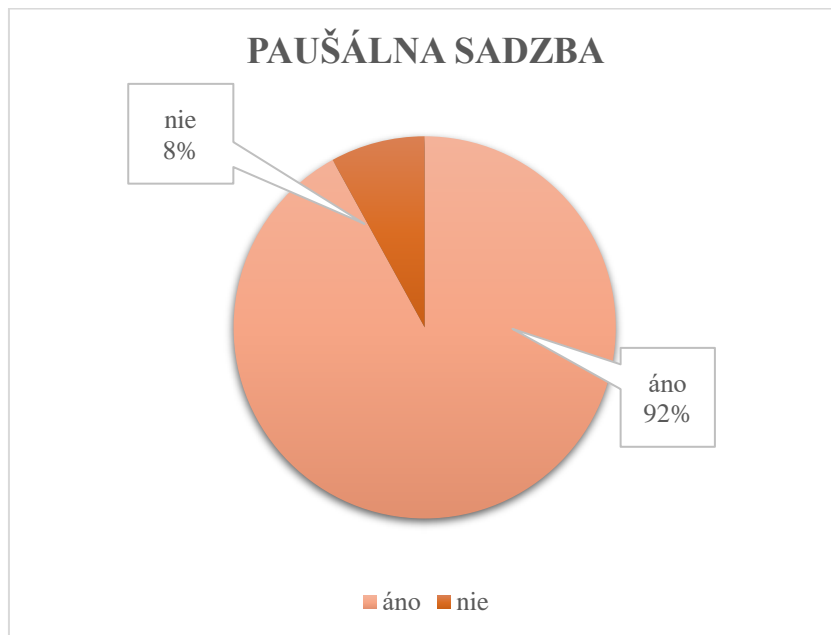
Zdroj: Vlastné spracovanie.

4.2 Grafická interpretácia výsledkov

Informácie, ktoré boli z internetových zdrojov boli po dosadení do tabuľky v Exceli graficky interpretované. Po dosadení vzorcov boli dosiahnuté finálne výsledky, ktoré boli osobitne interpretované pre každú z uvedených kategórií cenotvorieb digitálnych SaaS produktov do ôsmich osobitných grafov.

Koľko z vybraných produktov využíva cenotvorbu na základe paušálnej sadzby?

Graf č. 2 - Cenotvorba na základe paušálnej sadzby

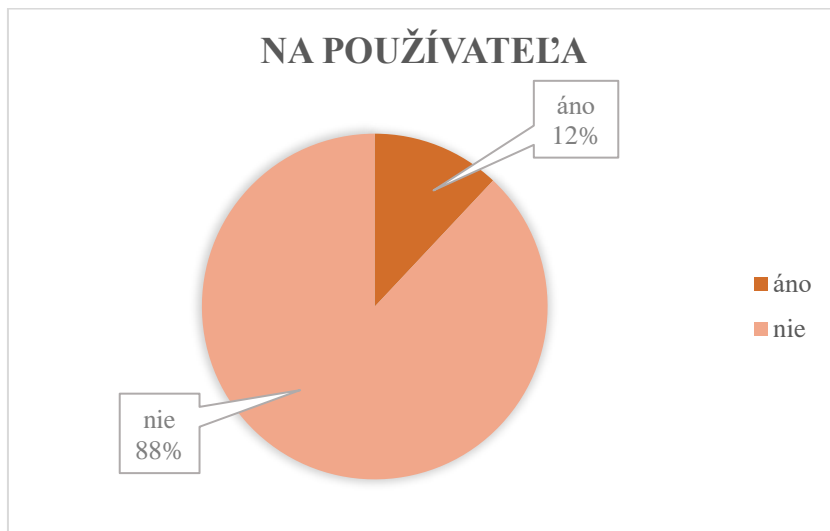


Zdroj: Vlastné spracovanie

V grafe číslo 2 môžeme vidieť výsledok prvej časti, kde sme zisťovali či vybrané SaaS produkty využívajú paušálnu sadzbu ako spôsob cenotvorby. Z 50 produktov si 92 percent, čo predstavuje 46 produktov, zakladá svoju vlastnú cenotvorbu na základe paušálnej sadzby. Zvyšných 8 percent, čo predstavujú 4 produkty, tento spôsob cenotvorby nevyužíva. Na základe tabuľky uvedenej v prílohách sme vypočítali priemernú sumu z produktov, ktoré využívajú paušálnu sadzbu. Priemerná cena vybraných SaaS produktov, ktoré tento druh cenotvorby využívajú je 1 123,06 € ročne.

Koľko z vybraných produktov má založenú cenotvorbu na základe používateľa?

Graf č. 3 - Cenotvorbu na základe používateľa

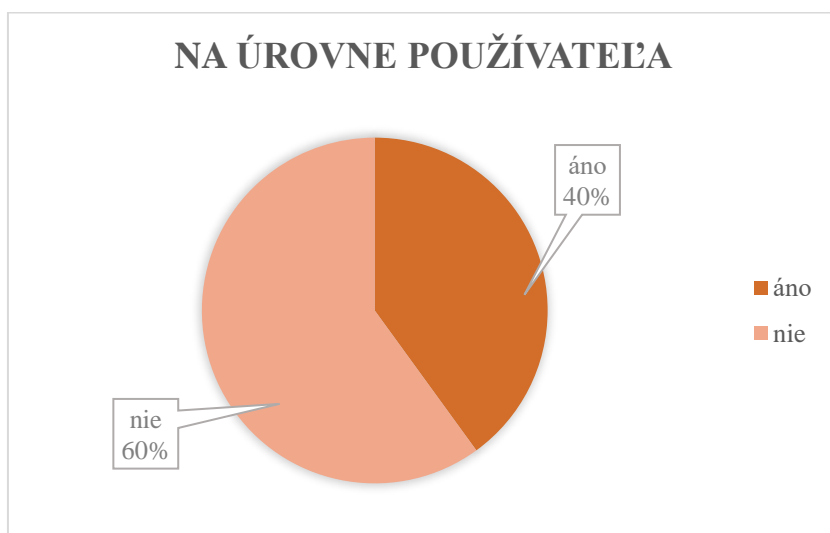


Zdroj: Vlastné spracovanie

Z tretieho grafu môžeme vyčítať, že len 12 percent, čo predstavuje 6 produktov z 50, si zakladá cenotvorbu daného produktu na základe používateľa. Zvyšných 88 percent, čo predstavuje 44 produktov túto cenotvorbu nevyužíva.

Koľko z analyzovaných SaaS produktov má stanovené ceny na základe úrovne užívateľa?

Graf č. 4: Cenotvorba na základe úrovne na používateľa.

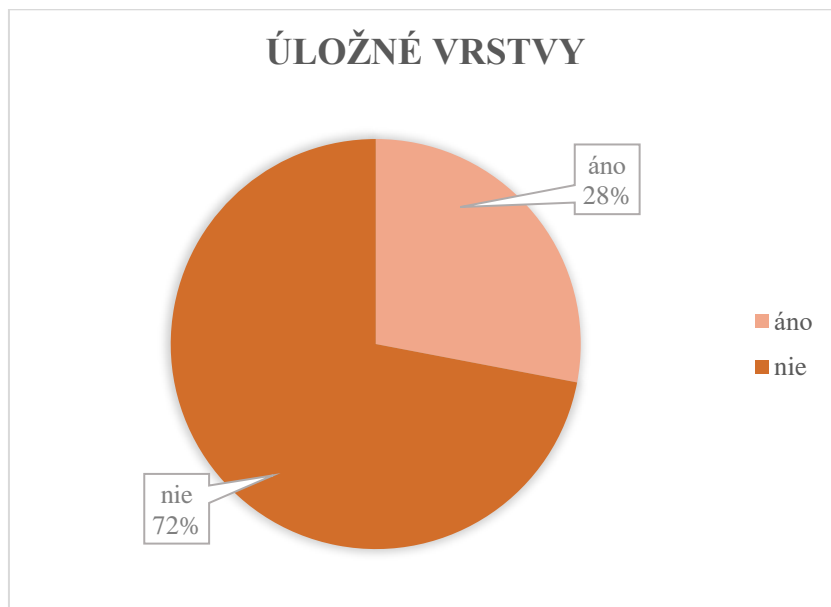


Zdroj: Vlastné spracovanie

Výsledky štvrtého grafu ukazujú, že 40 percent, čo predstavuje 20 produktov využíva túto cenotvorbu. Zvyšných 60 percent analyzovaných produktov, čo predstavuje 30 produktov tento spôsob cenotvorby nevyužíva. Priemerná cena balíkov, ktoré ponúkajú tieto spoločnosti za vybrané produkty na základe cenotvorby na úroveň užívateľa je 4 028,36 € ročne.

Koľko z vybraných SaS produktov využíva cenotvorbu úložných vrstiev?

Graf č. 5: Cenotvorba na základe úložných vrstiev

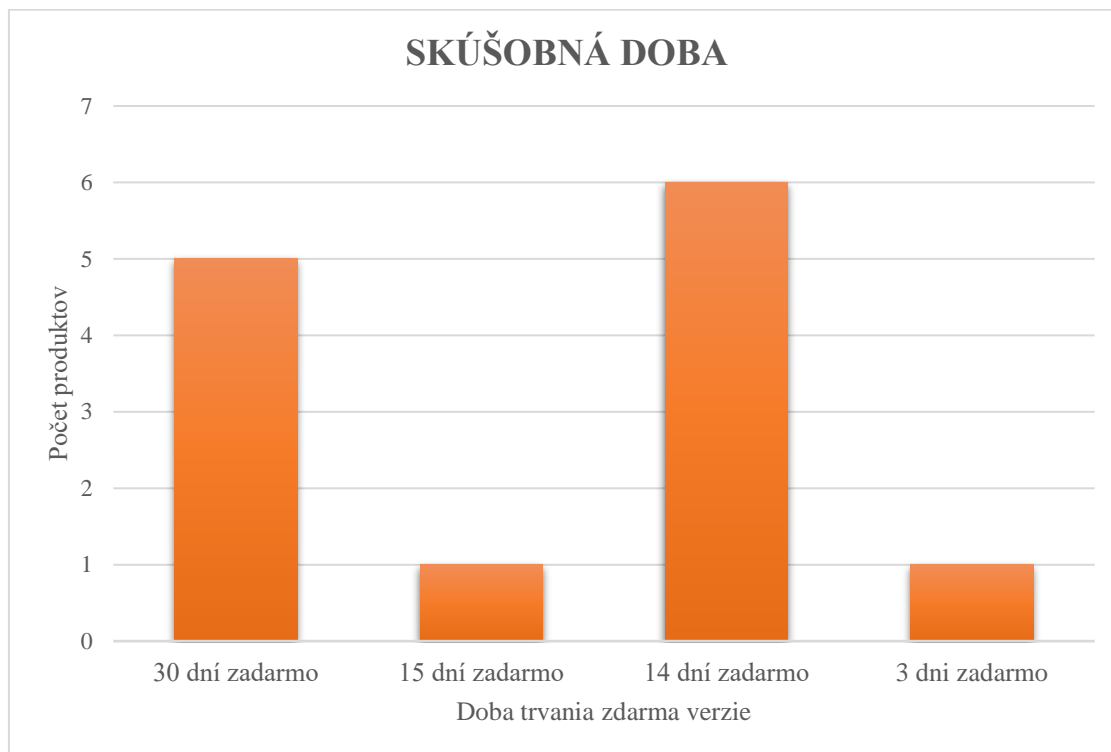


Zdroj: Vlastné spracovanie

Z piateho grafu vyplýva, že väčšina, čo predstavuje 72 percent, teda 36 analyzovaných produktov tento typ cenotvorby nevyužíva. Opačných 28 percent, čo predstavuje 14 analyzovaných produktov stratégiu na základe úložných vrstiev využíva a poskytuje svojim zákazníkom.

Niektoré z vybraných produktov, ktorých cenotvorba je zložená tejto stratégii poskytujú aj obmedzené verzie zdarma na určitú časovú dobu tzv. skúšobnú dobu pred zaplatením predplatného. Na základe informácií získaných z webových stránok sme vytvorili graf, kde sú znázornené jednotlivé časové obdobia pre skúšobnú dobu.

Graf č. 6: Počet produktov, ktoré využívajú verzie zdarma



Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu vyplýva, že najviac produktov ponúka pred zaplatením predplatného za daný produkt 14 dňovú verziu zadarmo. 5 produktov z 50 ponúka 30 dňovú verziu zadarmo, čo predstavuje najdlhšiu verziu zo všetkých uvedených. Iba 1 produkt (CrowdStrike Holdings) zo všetkých analyzovaných ponúka 15 dňovú verziu zadarmo rovnako ako taktiež len 1 produkt (Shopify) ponúka len trojdňovú verziu zadarmo pred zakúpením predplatného balíka.

Koľko digitálnych SaS produktov je založených na základe cenotvorby podľa použitia?

Graf č. 7 – Cenotvorba podľa použitia



Zdroj: Vlastné spracovanie

Podľa tohto grafu vieme usúdiť, že presne polovica, čo predstavuje 25 z 50 analyzovaných produktov využíva túto stratégiu cenotvorby rovnako ako druhá polovica túto stratégiu cenotvorby nevyužíva. Výsledky tejto analýzy sú teda rovnaké.

Koľko SaaS produktov má stanovenú cenu predplatného na základe aktívneho užívateľa?

Graf č. 8 – Cenotvorba na základe aktívneho užívateľa

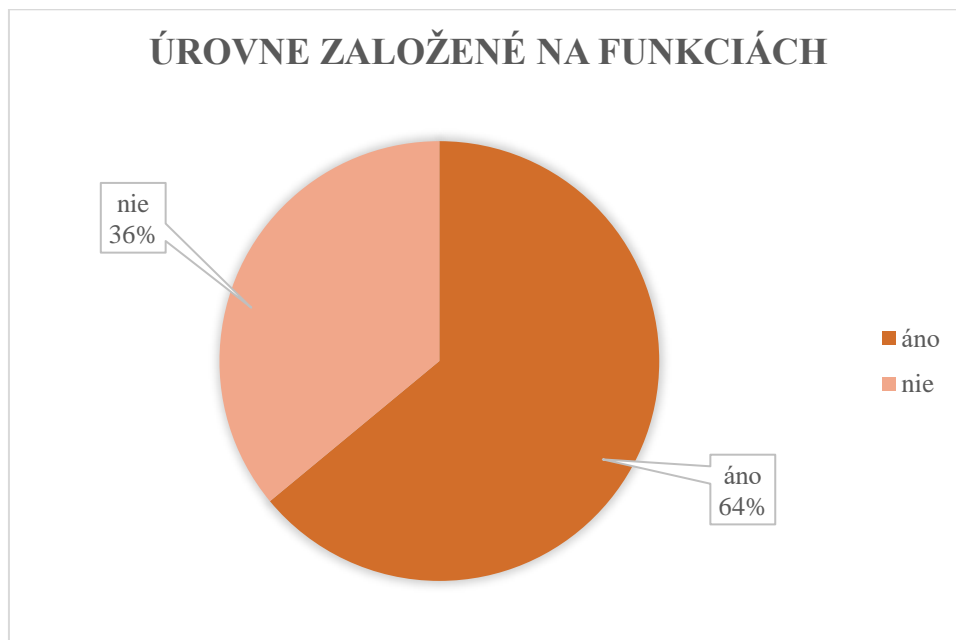


Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu číslo 8 môžeme vyčítať, že len 4 percentá, čo predstavuje 2 digitálne SaaS produkty (CrowdStrike Holdings a Amazon Web Services) má stanovenú cenu predplatného na základe aktívneho užívateľa. Teda väčšina produktov čo predstavuje zvyšných 58 digitálnych SaaS produktov túto stratégiu cenotvorby nevyužíva.

Koľko z digitálnych SaaS produktov využíva cenotvorbu úrovne založenej na funkciách?

Graf č. 9 – Cenotvorba na základe úrovne založenej na funkciách

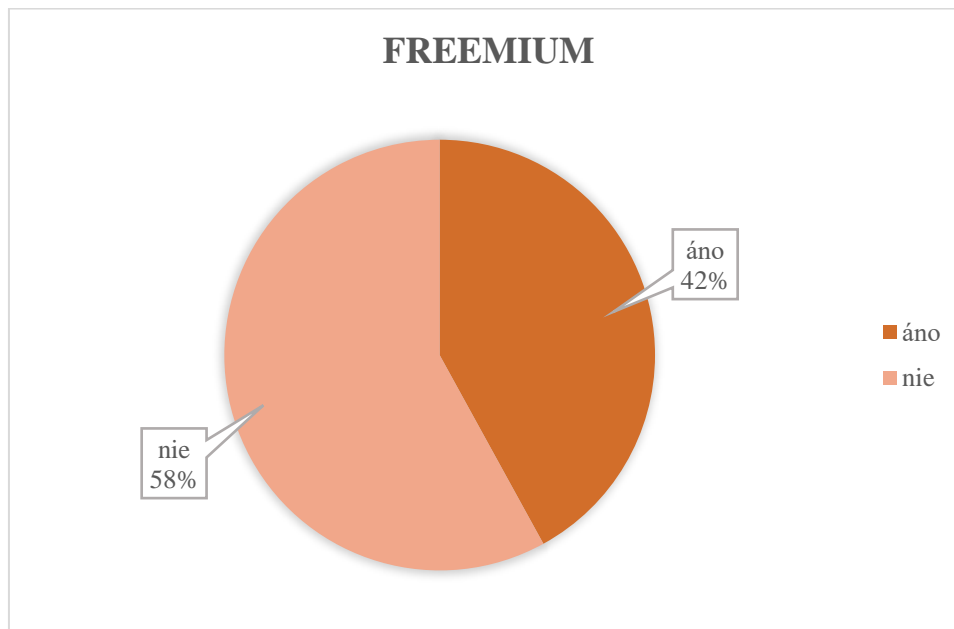


Zdroj: Vlastné spracovanie

Z grafu číslo 9 vyplýva, že menšina, ktorá predstavuje 18 produktov, teda 36 percent túto stratégiu cenotvorby nevyužíva. Väčšina, ktorá predstavuje 64 percent vybraných produktov využíva cenotvorbu úrovne založenej na funkciách. To predstavuje 32 z 50 analyzovaných digitálnych SaaS produktov. Priemerná cena produktov, ktoré túto stratégiu využívajú je 2 420,00 €.

Kolko z vybraných produktov má cenotvorbu freemium?

Graf č. 10 – Cenotvorba freemium



Zdroj: Vlastné spracovanie

Z posledného grafu vyplýva, že 42 percent, čo predstavuje 21 z 50 analyzovaných produktov využíva tento typ cenotvorby. Na druhej strane zvyšných 29 produktov, čo predstavuje 58 percent cenotvorbu freemium nevyužíva.

Priemerné ceny cenotvorieb daných kategórií

Tabuľka č. 3 – Priemerné ceny cenotvorieb daných kategórií

Názov cenotvorby	Paušálna sadzba	Na úrovne používateľa	Úrovne založené na funkciách
Priemerná cena balíka (ročne)	1 123,06 €	4 028,36 €	2 420,00€

Zdroj: Vlastné spracovanie

5 Diskusia

V tejto kapitole sa venujeme stanoveniu optimálnej cenovej hladiny a cenotvorby pre digitálne SaaS produkty. V dnešnom svete sa digitálne technológie využívajú pravidelne, či už v prostredí súkromnom, pracovnom, školskom, alebo hocijakom inom. Je nutné sa týmto digitálnym technológiám prispôbiť a aplikovať ich do svojich podnikových systémov.

Návrhy pre optimálne cenotvorbu

Na základe výsledkov, ktoré boli dosiahnuté v tejto práci môžeme usúdiť, že za najviac optimálnu cenotvorbu pre digitálne SaaS produkty je tá cenotvorba, ktorá je využívaná najväčším počtom analyzovaných produktov.

Najväčší počet odpovedí „áno“ zo všetkých skúmaných kategórií sa nachádza v kategórii paušálna sadzba. Ide o najbežnejší typ cenotvorby, ktorá je založená na pravidelnom platení predplatného balíka, v ktorom je vopred určený rozsah funkcií, používateľov, klientely alebo úložiska, ktoré po zaplatení predplatného zákazník môže využívať. Táto paušálna sadzba nie je ovplyvnená žiadnymi ďalšími vonkajšími faktormi, ako je napríklad veľkosť spoločnosti alebo pravidelný čas strávený využívaním daných funkcií, ktoré sú súčasťou daného balíka. Pre to má veľkú výhodu oproti ostatným cenotvorbám, ktoré majú rôzne obmedzenie.

Návrhy pre optimálnu cenovú hladinu

Priemerná suma predplatného optimálnej cenotvorby je podľa našich výsledkov 2 123,06 € ročne. To predstavuje mesačný poplatok predplatného vo výške 176,92 €. Táto cena podľa nášho výskumu predstavuje optimálnu cenu. Táto optimálna cena však nemusí byť vhodná pre individuálne subjekty. Právnické osoby, ktoré digitálne produkty využívajú s cieľom dosahovať zisk môžu považovať výšku tejto sumy za primeranú, v niektorých prípadoch možno aj za nízku. Lenže pre fyzické osoby, ktoré využívajú jednotlivé produkty pre súkromné účely môže byť táto suma za mesačné predplatné príliš vysoká.

Veľký vplyv však môže byť aj krajina využívania daného produktu. Pri porovnaní Slovenskej republiky napríklad s Holandskom ide o obrovský rozdiel. Minimálna mesačná mzda na Slovensku

za rok 2024 je 750,00 €²⁹, zatiaľ čo v Holandsku je výška minimálnej mesačnej mzdy 2069,96 €³⁰. To predstavuje rozdiel vo výške 1319,96 € mesačne. Na základe týchto informácií môžeme usúdiť, že aj ekonomika a aktuálny hospodársky stav krajiny môže ovplyvniť pohľad na nami vytvorenú optimálnu cenu.

²⁹ Podnikajte.sk. (2024, January 12). *Praktické a prehľadné tabuľky týkajúce sa minimálnej Mzdy Na Rok 2024 (nielen) pre mzďárov*. Podnikajte.sk. <<https://www.podnikajte.sk/pracovne-pravo-bozp/minimalna-mzda-2024-tabulka>>

³⁰ Minimálna mzda. *Minimálna Mzda Holandsko*. <<https://www.minimalnamzda.sk/holandsko.php>>

Záver

V záverečnej časti je potrebné pripomenúť ako sa digitálne produkty stali neoddeliteľnou súčasťou dnešnej spoločnosti. Prinášajú výrazné množstvo výhod rovnako ako aj nevýhod. Spoločnosti, ktoré sa snažia udržať na trhu a napredovať pred konkurenciou by určite nemali zaostávať v sledovaní najnovších digitálnych trendov, rovnako ako aj dať možnosť jej implementácii do pracovného procesu, či firemnému systému.

Pri pracovaní na bakalárskej práci sme vychádzali z poznatkov, ktoré sme nadobudli z internetových ale aj knižných zdrojov. Získané informácie boli teoreticky rozobrané, definované boli základné pojmy a kľúčové slová. Časť práce bola venovaná aj histórii vývoju internetu a s ním aj vývoju digitálnych produktov.

Z teoretických poznatkov môžeme konštatovať, že v digitálnom svete existuje veľké množstvo rôznych digitálnych produktov, ktoré sú propagované celosvetovo. Odlišujeme niekoľko cenových kategórii rovnako ako aj spôsob ich cenotvorby.

V praktickej časti záverečnej práce bol vymedzený hlavný cieľ tejto práce, ktorým bolo vytvoriť optimálnu cenu digitálnych SaaS produktov. Na začiatok bolo vybraných 50 existujúcich digitálnych SaaS produktov, ktoré boli analyzované, porovnané a výsledky boli uvedené v tabuľke, ktorá je uvedená v štvrtej kapitole záverečnej práce. Na základe tabuľky boli následne výsledky graficky znázornené a jednotlivé grafy interpretované.

V poslednej časti bola stanovená optimálna cenová hladina a optimálna cenotvorba pre SaaS produkty. Optimálna suma bola porovnaná s vonkajšími faktormi, ktoré ovplyvňujú pohľad na výšku sumy.

V tejto bakalárskej práci sa nám úspešne podarilo splniť hlavný cieľ rovnako ako aj parciálne ciele. Našimi parciálnymi cieľmi bolo analyzovať vybrané SaaS produkty, porovnať ich a na základe získaných a spracovaných výsledkov vypracovať optimálnu cenotvorbu a cenovú hladinu digitálnych SaaS produktov, čo predstavovalo hlavný cieľ záverečnej práce.

Každý subjekt, ktorý má záujem o digitálny produkt si porovná sumu daného produktu na základe vlastných parametrov. Či už ide o fyzickú alebo právnickú osobu. Každá suma, ktorá môže byť pre niekoho príliš vysoká, môže byť pre iný subjekt adekvátne.

Zoznam použitej literatúry

BigCommerce. (2024, January 19). *How to sell digital products online*. <https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-are-digital-products/>

Blackthorn vision. *Types of SAAS solutions: Categories and examples: BV blog*. <https://blackthorn-vision.com/blog/types-of-SaaS-software-categories-and-examples>

Built In. *What is Saas?*. <https://builtin.com/cloud-computing/saas>

ČERNÝ, Matej. A kolektív, (2022). *Kniha riešení*. AlfaPro, str. 137, 139.

Exploding Topics. Howarth, J. (2024, February 12). *80+ SAAS statistics and Trends (2024)*. <https://explodingtopics.com/blog/saas-statistics>

Exploding Topics. Howarth, J. (2024, April 2). *Top 50 SaaS companies (2024)*. <https://explodingtopics.com/blog/top-saas-companies>

IT Briefcase. (2023, October 3). *What is CHATGPT and how can it benefit your SaaS business?* <https://www.itbriefcase.net/what-is-chatgpt-and-how-can-it-help-benefit-your-saas-business>

KNIHOVÁ, Ladislava. (2024). *AI Marketing Playbook*. Grada Publishing, str. 27, 30-31. ISBN 978-80-271-5226-1.

Magenest JSC. (2024, January 2). *Mobile application development: Technologies, cost and benefits*. <https://magenest.com/en/mobile-application/>

Marketing Tutor. Shaw, A. A. (2020, April 5). *What is a digital product? types, examples & promotion..* <https://www.marketingtutor.net/what-is-a-digital-product/>

Mayple. Kazinik B. & Stenge N. (2023, November 20). *The history of ecommerce - how it all started*. <https://www.mayple.com/blog/history-of-ecommerce>

Medium. (2023, April 19). *The Rise of Chat GPT: Ako to mení prostredie digitálneho marketingu* <https://medium.com/@luvuyo.mdebuka/the-rise-of-chat-gpt-how-its-changing-the-digital-marketing-landscape-f7b4778bd0d3>

Medium. (2023, September 11). *The power of digital products*. <https://medium.com/@Marketingsecrets/the-power-of-digital-products-80fc67601c8d>

Merriam-Webster. *Website definition & meaning*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/website>

Mighty Networks. *What is an online course? definition & examples.* <https://www.mightynetworks.com/encyclopedia/online-course>

Minimálna Mzda. *Minimálna mzda Holandsko.* <https://www.minimalnamzda.sk/holandsko.php>

OBS. *Čo Je to digitálny produkt?.* <https://obs.sk/blog/co-je-to-digitalny-produkt>

Podia Labs, Inc. (2024). *What is a digital product?.* <https://www.podia.com/wiki/all-terms/digital-product>

Podnikajte.sk. (2024, January 12). *Praktické a prehľadné tabuľky týkajúce sa minimálnej Mzdy Na Rok 2024 (nielen) pre mzdarov.* <https://www.podnikajte.sk/pracovne-pravo-bozp/minimalna-mzda-2024-tabulka>

SAAS Boost. *ChatGPT for SAAS sales.* <https://www.saasboost.io/blog/chatgpt-for-saas-sales>

Salesforce. *What is SaaS? - software as a Service.* <https://www.salesforce.com/in/saas/>

SCHMIDT, Eric a Rosenberg Jonathan. (2015). *Ako funguje Google, Ikar*, str. 287-288. ISBN 978-80-551-4270-8.

Spendesk. *Business spending can be beautifully easy.* <https://www.spendesk.com/blog/saas-statistics/>

Statrys. (2024, February 9). *8 types of SAAS solutions you must know about in 2024.* <https://statrys.com/blog/saas/types-of-saas-solutions>

Techtarget. Chai, W. & Casey, K. (2022, October 24). *What is SAAS (software as a service)? everything you need to know. Cloud Computing.* <https://www.techtarget.com/searchcloudcomputing/definition/Software-as-a-Service>

Wikimedia Foundation. (2023, October 14). *Elektronická Kniha.* https://sk.wikipedia.org/wiki/Elektronick%C3%A1_kniha

ZANDL, Patrik. (2022). *Mýty a nádeje digitálneho sveta*, Jan Melvil Publishing, str. 45, ISBN 978-80-7555-175-7.