

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

Evidenčné číslo: 104002/B/2023/36145173628606468

**ZAKLADANIE START-UPOV A MOŽNOSTI ICH FINANCOVANIA**  
**Bakalárska práca**

2023

Jakub Šottník

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

**ZAKLADANIE START-UPOV A MOŽNOSTI ICH FINANCOVANIA**

**Bakalárska práca**

**Študijný program:** Ekonomika a Manažment podniku  
**Študijný odbor:** Ekonomika a Manažment podniku  
**Školiace pracovisko:** Katedra Podnikovohospodárska  
**Vedúci záverečnej práce:** Ing. Milan Kubica, PhD.

**Bratislava 2023**

**Jakub Šottník**



## **Čestné prehlásenie**

Čestne prehlasujem, že záverečnú prácu som vypracoval samostatne a že som uviedol všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

podpis študenta

## **Pod'akovanie**

Touto cestou by som rád vyslovil poďakovanie pánovi Ing. Milanovi Kubicovi, PhD. za pomoc a ochotu pri vypracovaní mojej bakalárskej práce a Andrejovi Okleštekovi za venovaný čas a snahu poskytnúť všetky potrebné informácie k popisu jeho podnikania.

## **Abstrakt**

Šottník, Jakub: Zakladanie start-upov a možnosti ich financovania. - Ekonomická Univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; podnikovohospodárska. - Vedúci záverečnej práce - Ing. Milan Kubica, PhD. - Bratislava: FPM EU, 2023, 47 s.

Cieľom záverečnej práce je predstaviť startupy, popísať ich vznik a možnosti ďalšieho financovania rôznymi spôsobmi. Poukázať na možné prekážky podpory startupov na Slovensku v porovnaní s inými krajinami. Práca tiež prostredníctvom niekoľkých úspešných startupov poukazuje na schopnosť Slovenska konkurovať konceptom a štandardom priemyselne vyspelejších krajín. Ciele, technika a metódy použité na získanie údajov potrebných na vypracovanie bakalárskej práce sú obsiahnuté v druhej časti práce. V záverečnej časti je opísaný vybraný startup vrátane jeho pozadia, koncepcie, histórie, fungovania a potenciálnych oblastí na zlepšenie.

Kľúčové slová:

start-up, financovanie, Slovensko, Vizart

## **Abstract**

Šottník, Jakub: Establishing of start-ups and their funding possibilities. - University of Economics in Bratislava. Faculty of Business Management; Department of Business Economy. Supervisor: Ing. Milan Kubica, PhD. - Bratislava: FPM EU, 2023, 47 p.

This thesis aims to introduce startups, to describe their formation and the potential for further financing in various methods, highlighting potential obstacles to Slovakia's startup support in comparison to other nations. The thesis also demonstrates Slovakia's ability, through a few successful startups, to compete with the concepts and standards of more industrialized nations. The goals, technique, and methods used to obtain the data required for the development of the bachelor thesis are covered in the second section of the thesis. The final section outlines the startup, including its background, concept, history, operations, and potential areas for improvement.

Keywords:

Start-up, financing, Slovakia, Vizart

# Obsah

ÚVOD .....	7
<b>1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ .....</b>	<b>9</b>
1.1 HISTÓRIA A VZNIK .....	9
1.2 DEFINOVANIE STARTUP .....	9
1.3 SÚČASNÝ STAV PROBLEMATIKY .....	10
1.4 PRÍNOSY A VPLYV NA EKONOMIKU ŠTÁTU .....	12
1.4.1 Slovensko a start-upy .....	14
1.4.2 Hlavné bariéry podnikania v Európe .....	15
1.5 ZALOŽENIE START-UPU V EURÓPSKEJ ÚNII .....	16
1.6 ŠTÁDIÁ ZALOŽENIA START-UPU .....	17
1.7 FINANCOVANIE .....	18
1.8 VNÍMANIE MLADÝCH ĽUDÍ .....	27
<b>2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE .....</b>	<b>28</b>
<b>3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA .....</b>	<b>29</b>
3.1 CHARAKTERISTIKA STARTUPU VIZART .....	29
3.1.1 Podnikateľská činnosť .....	31
3.1.2 Súčasný stav Vizart .....	34
3.1.3 Hlavný cieľ .....	35
3.1.4 Vízie do budúcnosti .....	35
3.2 FINANČNÁ ANALÝZA VIZART S.R.O. ....	37
3.3 NÁVRHY NA ZLEPŠENIE .....	39
<b>4 DISKUSIA .....</b>	<b>41</b>
<b>5 ZÁVER .....</b>	<b>43</b>
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>44</b>

# Úvod

V úvode bakalárskej práce je teoreticky vysvetlené, čo znamená startup a ako ho založiť. Pojem "startup" je v súčasnosti čoraz viac diskutovaný a jeho popularita neustále rastie. Startup je novovznikajúca firma s inovatívnym podnikateľským modelom, ktorá často využíva moderné technológie a má potenciál na rýchly rast a významný vplyv na trh.

Pri založení startupu je dôležité mať jasnú víziu a stratégiu, ako aj schopnosť identifikovať a využívať príležitosti na trhu. Založenie startupu je často spojené s rizikami a vysokou mierou neistoty, ale aj s príležitosťami na dosiahnutie výrazného úspechu a finančnej nezávislosti.

Ďalej sú v práci opísané rôzne možnosti financovania startupov, ktoré sú detailne a stručne opísané. Medzi najbežnejšie spôsoby financovania patrí vlastný kapitál zakladateľov, angel investície a venture kapitál. V posledných rokoch sa tiež stále viac využívajú alternatívne formy financovania, ako je napríklad crowdfunding.

Porovnaný je súčasný stav podnikania na Slovensku s inými krajinami, pričom sa poukazuje na nedostatky v podpore pre začínajúcich podnikateľov. Hoci Slovensko má potenciál a talenty na vytváranie inovatívnych startupov, stále existuje priestor na zlepšenie v oblasti podnikateľského ekosystému, ako je zjednodušenie byrokracie, poskytovanie primeraných dotácií a grantov, a vytváranie podporných programov pre mladých podnikateľov.

Kapitola je taktiež zameraná na názor mladých ľudí na tento typ podnikania. Mnohí mladí ľudia vnímajú startupy ako príležitosť pre kreativitu, inovácie a rast, čo ich motivuje k začatiu vlastného podnikania. No existujú aj výzvy a obavy spojené s vytváraním startupov, ako je nedostatok skúseností, nedostatok finančných prostriedkov a obava z neúspechu.

V rámci práce sú spomenuté úspešné slovenské startupy. Tieto príklady úspešných startupov slúžia ako inšpirácia pre začínajúcich podnikateľov a ukazujú, že aj na Slovensku je možné dosiahnuť významné úspechy v oblasti startupového podnikania. Ich príbehy a úspechy poskytujú cenné poučenie o tom, ako postaviť a rozvíjať startup.

V druhej časti práce sú definované ciele a metódy pre získavanie informácií o konkrétnom startupe. V rámci tejto časti práce sa zameriavame na špecifický startup, jeho vznik, príbeh a súčasné fungovanie. Detailná analýza tohto konkrétneho startupu poskytne čitateľovi ucelený pohľad na jeho oblasť pôsobenia, inovačný prístup a vplyv na trh.

V rámci práce je zahrnutá finančná analýza tohto konkrétneho startupu. Finančná analýza poskytuje dôležité informácie o finančnej stabilite a výkonnosti startupu. Taktiež umožňuje posúdiť jeho potenciál na rast a trvalú udržateľnosť. Na základe tejto analýzy môžeme vyvodzovať závery a odporúčania týkajúce sa finančnej stratégie a budúceho rozvoja startupu.

Okrem toho predstavujeme vlastné nápady na zlepšenie tohto podniku, ktoré vznikli v rámci spracovania záverečnej práce. Tieto nápady sú výsledkom našej analýzy a skúmania a slúžia ako prínos pre budúci rozvoj startupu. Naše nápady zahŕňajú inovačné stratégie, rozšírenie trhového potenciálu a využitie nových technológií s cieľom posilniť konkurencieschopnosť a rast podniku.

# 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

## 1.1 História a vznik

Startup je pojem označujúci novo vznikajúci projekt či začínajúcu firmu často ešte vo fáze tvorby podnikateľského zámeru.

Prvýkrát sa tento termín stal populárnym v čase internetovej horúčky (1996-2001), kedy vzniklo mnoho spoločností tohto typu v zámorí s .com predovšetkým na internete v Silicon Valley. Svoju renesanciu zažíva opäť v súčasnosti, kedy sa týmto pojmom dá označiť akýkoľvek začínajúci projekt.<sup>1</sup>

## 1.2 Definovanie startup

Pojem startup označuje spoločnosť v prvej fáze činnosti. Startupy zakladá jeden alebo viacero podnikateľov, ktorí chcú vyvinúť výrobok alebo službu, po ktorých podľa ich názoru existuje dopyt. Tieto spoločnosti zvyčajne začínajú s vysokými nákladmi a obmedzenými príjmami, preto hľadajú kapitál z rôznych zdrojov, ako je napríklad venture kapitál. Startup je spoločnosť, ktorá je v počiatocnom štádiu podnikania.

Zakladatelia zvyčajne financujú svoje začínajúce podniky a môžu sa pokúsiť získať externé investície skôr, ako sa rozbehnú. Medzi zdroje financovania patrí rodina a priatelia, venture kapitál, crowdfunding a pôžičky. Startupy musia zvážiť aj miesto, kde budú podnikáť, a svoju právnu štruktúru. Startupy sú spojené s vysokým rizikom, pretože neúspech je veľmi možný, ale môžu to byť aj veľmi jedinečné miesta na prácu so skvelými výhodami, zameraním na inovácie a veľkými príležitosťami na učenie.

Startupy sú spoločnosti alebo podniky, ktoré sa zameriavajú na jeden produkt alebo službu, ktorú chcú zakladatelia uviesť na trh. Tieto spoločnosti zvyčajne nemajú plne

---

<sup>1</sup> HANDL, J. Startup Jako Zaklínadlo. In *Lupa.cz* [online]. 2011. Dostupné na internete: <https://www.lupa.cz/clanky/startup-jako-zaklinadlo/>

rozvinutý obchodný model a, čo je ešte dôležitejšie, nemajú dostatočný kapitál na prechod do ďalšej fázy podnikania. Väčšinu týchto spoločností spočiatku financujú ich zakladatelia.

Mnohé začínajúce podniky sa obracajú na iných, aby získali ďalšie finančné prostriedky, vrátane rodiny, priateľov a investorov venture kapitálu. Silicon Valley je známe svojou silnou komunitou venture kapitalistov a je obľúbenou destináciou pre začínajúce podniky, ale zároveň sa všeobecne považuje za mieste s najväčšou konkurenciou.

Startupy môžu využiť počiatočný kapitál na investície do výskumu a na vypracovanie svojich podnikateľských plánov. Prieskum trhu pomáha určiť dopyt po výrobku alebo službe, zatiaľ čo komplexný podnikateľský plán načrtáva poslanie, víziu a ciele spoločnosti, ako aj stratégie riadenia a marketingu.<sup>2</sup>

### **1.3 Súčasný stav problematiky**

Súčasná situácia na trhu so startupmi je úplne iná ako pred niekoľkými rokmi. V minulosti boli začínajúce spoločnosti často financované z vlastných úspor zakladateľov alebo prostredníctvom kreditných kariet a pôžičiek. Dnes však prevažnú väčšinu startupov financujú investori rizikového kapitálu (VC).

Tento nárast hodnoty prilákal na trh so startupmi veľa nových hráčov. Okrem tradičných spoločností rizikového kapitálu v súčasnosti existuje množstvo spoločností rizikového kapitálu, hedge fondov a dokonca aj niektorí individuálni investori, ktorí sú ochotní riskovať investíciu do startupu.

Výsledkom je oveľa konkurenčnejšie prostredie pre startupy. Musia sa starať nielen o vytvorenie skvelého produktu a prilákanie používateľov, ale musia svoju spoločnosť predstaviť aj veľkému počtu potenciálnych investorov.

Dobrou správou pre startupy je, že zvýšená konkurencia viedla aj k tomu, že do startupov sa investuje viac peňazí. V minulosti rizikovní investori často investovali len do spoločností, ktoré už generovali príjmy a mali preukázané výsledky. V súčasnosti sú však rizikové fondy oveľa ochotnejšie investovať do rizikovejších podnikov.

---

<sup>2</sup> GRANT, M. What a startup is and what's involved in getting one off the ground. In Investopedia [online]. 2023. [cit. 2023-04-26]. Dostupné na internete:<https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>

Zvýšený objem finančných prostriedkov, ktoré majú startupy k dispozícii, im umožnil rásť oveľa rýchlejšie ako v minulosti. To je pre podnikateľov skvelá správa, ale zároveň to znamená, že trh so startupmi je čoraz preplnenejší a konkurenčnejší.

Ak uvažujete o založení spoločnosti, je dôležité pochopiť súčasný stav trhu so startupmi. Je oveľa iný ako pred niekoľkými rokmi a v budúcnosti sa bude konkurencia len zvyšovať.

Súčasný stav startupového odvetvia je veľmi konkurenčný. Mnohé startupy bojujú o pozornosť a financovanie a toto odvetvie sa rýchlo mení. Preto je ťažké držať krok s najnovšími trendmi a vedieť, čo je v startupe skutočne hodnotné.

V startupovom odvetví sú tri kľúčové oblasti, ktoré treba sledovať a to:

### **1. Nárast umelej inteligencie**

Umelá inteligencia (AI) mení mnohé odvetvia a startupy nie sú výnimkou. Startupy poháňané umelou inteligenciou vznikajú v rôznych odvetviach, od zdravotníctva až po maloobchod. A priťahujú veľkú pozornosť investorov.

### **2. Rast zdieľanej ekonomiky**

Zdieľaná ekonomika je ďalšou oblasťou, ktorá zaznamenáva veľkú aktivitu startupov. Služby ako Airbnb a Uber narušili tradičné podniky a v súčasnosti existuje mnoho ďalších startupov, ktoré sa snažia o to isté v rôznych odvetviach.

### **3. Vzostup blockchainu**

Blockchain je decentralizovaná digitálna technológia, ktorá umožňuje ukladať a overovať transakcie v sieti zaznamenaním informácií do nezmeniteľných blokov. Blockchain je v súčasnosti horúcou témou vo svete startupov. Táto technológia má potenciál zmeniť množstvo odvetví, od bankovníctva až po riadenie dodávateľského reťazca. A startupy sa predhávajú vo vývoji aplikácií, ktoré budú blockchain využívať.

Toto sú len niektoré z kľúčových trendov v startupovom odvetví v súčasnosti. Aby ste zostali vpredu, je dôležité sledovať tieto trendy a pochopiť, ako ovplyvňujú prostredie startupov.<sup>3</sup>

#### **1.4 Prínosy a vplyv na ekonomiku štátu**

Startupy môžu byť malé. Vytvárajú však vlny v ekonomike, ktoré menia spôsob života ľudí. Tu sú spôsoby, ktorými startupy narúšajú ekonomiku a nútia ju vyvíjať sa, čím posúvajú technológie o jeden - alebo niekoľko krokov - vyššie.

##### **1. Pokroková technológia**

Staršie spoločnosti alebo etablované podniky skôr investujú do výskumu a vývoja existujúcich technológií a do postupných inovácií. Zatiaľ čo startupy sa viac zameriavajú na nové technológie a špičkové inovácie. Startupy, oslobodené od viacvrstvovej podnikovej byrokracie, sú agilnejšie a schopné vytvoriť z nápadu produkt a vylepšiť ho na základe dopytu spotrebiteľov s rýchlejšou rozhodovacou komunikáciou. Vysoké stávky hlboko motivujú zamestnancov, aby urobili všetko pre úspech.

Obrovské spoločnosti ako Google a Microsoft často získavajú startupy a využívajú svoju veľkosť a distribučné kanály na zlepšenie inovácií a zvýšenie ich predaja.

##### **2. Otvorenie nových trhov**

Startupy vytvárajú nové trhy alebo úplne menia staré trhy tým, že uvádzajú produkty, ktoré menia svet. Dnešní giganti ako Apple, Facebook a Google boli kedysi malé, ale ambiciózne startupy. Nové technológie často vytvárajú nové príležitosti, ktoré startupy využívajú. Startupy potom vytvárajú obrovskú hodnotu oproti zrelým podnikom, inšpirujú konkurenciu a narúšajú vývoj ekonomiky. Nie všetky startupy sú však úspešné. Dôvodom je zvýšená moc etablovaných spoločností. Hoci etablované podniky boli zvrhnuté už predtým, americký priemysel sa za posledných 30 rokov viac koncentroval.

---

<sup>3</sup> The current state of the startup market - FasterCapital. In *Fastercapital* [online]. 2023. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://fastercapital.com/content/The-current-state-of-the-startup-market.html>

### **3. Zvýšenie výroby tovarov a služieb**

Startupy majú nepomerne vyššiu technologickú úroveň. To zvyšuje produkciu tovarov a služieb. V správe Centra pre ekonomické štúdie pri Úrade pre sčítanie ľudu USA z roku 2017 zistili, že firmy, ktoré majú vysoký rast produkcie, sú neúmerne mladé a neúmerne prispievajú k rastu produkcie a produktivity.

V ďalšom dokumente, ktorý v roku 2011 zverejnil Úrad pre malé podniky (Small Business Administration), sa zistilo, že startupy generujú viac príjmov pri rovnakom počte kapitálových vstupov ako staršie spoločnosti.<sup>4</sup>

### **4. Zvýšenie zamestnanosti**

Startupy vytvárajú pracovné miesta. Tieto rýchlo rastúce firmy sú spoločnosti, ktoré pridávajú pracovné miesta tempom 25 percent. Bez startupov by v americkej ekonomike nedošlo k čistému rastu pracovných miest. Od roku 1977 do roku 2005 existujúce spoločnosti boli čistými likvidátormi pracovných miest, pričom ročne stratili 1 milión čistých pracovných miest. Nové podniky v prvom roku svojej existencie pridali v priemere 3 milióny pracovných miest ročne.

V správe Inštitútu progresívnej politiky z roku 2017 sa uvádza, že rast pracovných miest v súkromnom sektore je výrazne vyšší tam, kde je aktivita startupov vysoká. Naopak, v regiónoch s nízkou aktivitou startupov dochádza k menej ako polovičnému rastu pracovných miest.<sup>5</sup>

### **5. Priame miestne vplyvy**

Startupy majú aj priamu zmenu na mestá, v ktorých sa nachádzajú, napríklad ako Microsoft zmenil Redmond a Google zmenil Mountain View v Kalifornii. Prinášajú bohatstvo a veľký prílev absolventov a skúsených odborníkov z iných miest, ktorí hľadajú pracovné príležitosti. Startupy sú hnacou silou hospodárstva, startupy sú motorom rastu. Aby sa zabránilo hospodárskej stagnácii, treba hľadať metódy na podporu hospodárskej súťaže a

---

<sup>4</sup> PARVINROUH, M. The role of startups in the economy. In ColoradoBiz Magazine [online]. 2020. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete: <http://www.cobizmag.com/Trends/The-role-of-startups-in-the-economy>

<sup>5</sup> Blog. In Startup Grind [online]. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete: <https://www.startupgrind.com/blog/role-of-startups-in-economic-prosperity>

pomáhať transformujúcim sa podnikateľom. Hoci je dôležité získať podporu na federálnej úrovni, úsilie sa musí sústrediť na miestnu úroveň. Mestá musia podporovať programy, ktoré podporujú podnikanie. Je to absolútne rozhodujúce pre rast na miestnej a národnej úrovni a legislatívne a politické motívy už nemôžu brať podnikateľov do úvahy ako vedľajšiu myšlienku.

Odstránenie prekážok. Uľahčenie prepojení. Posilnenie postavenia startupov. To je len niekoľko spôsobov, ako môžu občianski lídri poskytnúť podnikateľom lepšie výhody. Pamätajte, že začínajúce podniky sú hnacou silou nášho hospodárstva - musíme sa zasadzovať za podnikateľov, ktorí za nimi stoja, a naďalej podporovať inovácie.<sup>6</sup>

#### *1.4.1 Slovensko a start-upy*

Hoci Slovensko je krajina malých rozmerov, má množstvo talentovaných obyvateľov, čo vysvetľuje, prečo tu vyrastá množstvo nových podnikov. Hoci nie všetky tieto spoločnosti uspejú, medzi nimi sú aj také, ktoré dosahujú úspechy nielen v domácom prostredí, ale aj v zahraničí. Tu je zoznam tých najúspešnejších.

#### **GymBeam**

V Košiciach sa zrodila malá startup spoločnosť, ktorá sa zameriava na výrobu doplnkov v oblasti fitness. Od roku 2003 sa GymBeam rýchlo rozvíjala a dnes je úspešnou firmou s CEO Daliborom Cicmanom na jej čele. GymBeam ponúka viac ako 125 rôznych značiek a približne 9-tisíc produktov. Firma každoročne zlepšuje svoje finančné výsledky a spolupracuje s influencermi nielen zo sveta športu, ako napríklad s Rytmusom. Okrem Slovenska pôsobí v mnohých ďalších krajinách, vrátane Maďarska, Česka, Nemecka, Gruzínska, Srbska, Moldavska, Poľska, Slovinska a Bosny.

#### **GreenWay**

Slovenský startup GreenWay aktívne podporuje rast elektromobility tým, že ponúka široké spektrum riešení pre nabíjanie elektromobilov. Ich ponuka zahŕňa nabíjacie služby,

---

<sup>6</sup> CORL, E. How startups drive the economy. In *Medium* [online]. 2019. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://medium.com/@ericcorl/how-startups-drive-the-economy-69b73cfbae1>

stanice a biznis riešenia. Od roku 2015 GreenWay vybudoval sieť, ktorá zahŕňa 650 konektorov, nabíja elektromobily na celkovej vzdialenosti 8,9 milióna kilometrov a dokázala ušetriť 10,29 ton emisií CO<sub>2</sub> z výfukových plynov. GreenWay spolupracuje nielen s vodičmi elektromobilov, ale aj s automobilovými výrobcami, hotelmi, nákupnými centrami, developerskými spoločnosťami a ďalšími klientmi. Medzi konkrétne mená patrí Slovenská pošta, IKEA a TNT.

## **Slido**

Keď navštevujete slovenské eventy s prednáškami, je veľká pravdepodobnosť, že ste už počuli o Slido. Mnohí však nevedia, že Slido je slovenský startup založený Petrom Komorníkom v roku 2012. Tento nástroj umožňuje publiku položiť otázky prednášajúcemu v reálnom čase a vyjadriť svoje názory alebo komentáre k téme. Slido sa zaujalo nielen slovenských používateľov, ale aj zahraničných zákazníkov ako sú Netflix, Adobe, Spotify alebo Booking.<sup>7</sup>

### *1.4.2 Hlavné bariéry podnikania v Európe*

Podnikanie v Európe môže byť náročné kvôli rôznym prekážkam. Jednou z hlavných prekážok sú jazykové a kultúrne rozdiely, ktoré môžu spoločnostiam sťažovať efektívnu komunikáciu a pochopenie miestnych zvykov a postupov. Okrem toho môžu byť predpisy a požiadavky na dodržiavanie predpisov zložité a v jednotlivých krajinách sa líšia, čo spoločnostiam sťažuje orientáciu a dodržiavanie predpisov. Daňové zákony a tarify sa v Európe tiež líšia, čo môže pre podniky predstavovať ďalšie výzvy. Okrem toho sú náklady na pracovnú silu v Európe všeobecne vysoké, čo môže pre spoločnosti predstavovať značné náklady. Byrokratická záťaž a administratívne prekážky tiež môžu spoločnostiam sťažovať orientáciu v právnom a regulačnom prostredí. Výzvou môže byť aj orientácia v rôznych právnych systémoch. Na niektorých trhoch môže byť problémom nedostatočná transparentnosť a obmedzený prístup k financovaniu a investíciám. Politická a hospodárska nestabilita v niektorých regiónoch môže tiež vytvárať neistotu pre podniky. A napokon,

---

<sup>7</sup> JULIANA.A Úspešné Slovenské startupy, ktoré stoja za pozornosť. In *MoodBooster* [online]. 2020. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://www.moodbooster.sk/uspesne-slovenske-startupy-ktore-stoja-za-pozornost/>

konkurencia zo strany zavedených miestnych spoločností môže novým podnikom sťažovať presadenie sa na trhu.

### **1.5 Založenie start-upu v Európskej únii**

Založenie startupu v Európskej únii (EÚ) môže byť náročná, ale obohacujúca skúsenosť. EÚ je domovom rôznych kultúr, jazykov a trhov, ktoré môžu pre podnikateľov predstavovať príležitosti aj prekážky. So správnym prístupom a zdrojmi je však možné úspešne spustiť startup v EÚ.

Jedným z prvých krokov pri zakladaní startupu v EÚ je dôkladný prieskum trhu. Ten bude zahŕňať identifikáciu cieľového trhu a pochopenie potrieb a preferencií potenciálnych zákazníkov. Dôležité je tiež preskúmať konkurenčné prostredie a identifikovať všetky existujúce medzery na trhu, ktoré môže váš startup vyplniť.

Po získaní jasných poznatkov o trhu je ďalším krokom vypracovanie podnikateľského plánu. Ten by mal obsahovať podrobné finančné prognózy, marketingovú stratégiu a prehľad štruktúry riadenia spoločnosti. Dobře napísaný podnikateľský plán je nevyhnutný na zabezpečenie financovania od investorov a na sprostredkovanie vízie spoločnosti potenciálnym partnerom a zákazníkom.

EÚ ponúka množstvo zdrojov a podporných programov pre začínajúce podniky vrátane možností financovania, mentorských programov a sieťových podujatí. Tie môžu byť pre podnikateľov cenným zdrojom podpory, najmä v počiatočných fázach startupu.

Pokiaľ ide o nastavenie právnych a administratívnych aspektov vášho startupu, musíte zvážiť krajinu, v ktorej chcete založiť svoj podnik. Každá krajina EÚ má svoje vlastné pravidlá, predpisy a dane. Je dôležité vyhľadať odborné poradenstvo, napríklad od právniky alebo účtovníka, aby ste zabezpečili splnenie všetkých právnych požiadaviek a založenie spoločnosti v súlade s miestnymi zákonmi.

Ak to zhrnieme, založenie startupu v EÚ môže byť zložitý proces, ale so správnym prístupom a zdrojmi je možné úspešne začať a rozvíjať podnikanie na tomto dynamickom a rozmanitom trhu. Je dôležité vykonať dôkladný prieskum trhu, vypracovať kvalitný

podnikateľský plán a využiť zdroje a podporné programy dostupné v EÚ. Je tiež dôležité poradiť sa s odborníkmi, aby ste zabezpečili súlad s miestnymi zákonmi a predpismi.<sup>8</sup>

## **1.6 Štádiá založenia start-upu**

Založenie startupu môže byť náročné a vzrušujúce. Tento proces má mnoho fáz a každá z nich si vyžaduje iný súbor zručností a zdrojov. Vo všeobecnosti existujú štyri hlavné fázy založenia startupu: nápad, validácia, škálovanie a rast.

### **Štádium 1 – Nápad**

Prvou fázou je nápad. V tomto štádiu vzniká prvý nápad na založenie startupu. Cieľom tejto fázy je prísť s jedinečným a hodnotným konceptom, ktorý rieši konkrétnu potrebu trhu. Je dôležité vykonať dôkladný prieskum a overiť nápad prostredníctvom spätnej väzby od zákazníkov a analýzy trhu. Táto fáza môže byť časovo náročná, ale je veľmi dôležitá na zabezpečenie toho, aby bol startup postavený na pevných základoch.

### **Štádium 2 – Validácia**

Ďalšou fázou je validácia. Po overení nápadu sa startup presunie do fázy validácie. V tejto fáze začne tím vytvárať minimálny životaschopný produkt (MVP) a testovať ho s malou skupinou zákazníkov. Cieľom je získať spätnú väzbu a iterovať MVP, kým nebude spĺňať potreby cieľového trhu. V tejto fáze tím tiež stanovuje svoju stratégiu pre vstup na trh a začína rozvíjať obchodný model.

### **Štádium 3 – Rozširovanie**

Tretou fázou je rozširovanie. Po overení MVP prejde startup do fázy rozširovania. V tejto fáze sa tím zameriava na rozširovanie zákazníckej základne, rozširovanie ponuky produktov alebo služieb a budovanie infraštruktúry potrebnej na podporu rastúceho podniku. Cieľom je dosiahnuť ziskovosť a stať sa sebestačným. V tejto fáze začína startup získavať kapitál a získavať investorov.

---

<sup>8</sup> How to launch a startup in Europe. In *The Founder Institute* [online]. 2018. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://fi.co/insight/how-to-launch-a-startup-in-europe>

## Štádium 4 – Rast

Poslednou fázou je rast. Keď startup dosiahne ziskovosť a stane sa sebestačným, prejde do fázy rastu. V tomto štádiu sa tím zameriava na rozšírenie podnikania na nové trhy a vývoj nových produktov alebo služieb. Cieľom je zvýšiť príjmy a stať sa lídrom na trhu v danom odvetví. V tejto fáze začína startup uvažovať aj o stratégiách odchodu, ako je akvizícia alebo IPO, čo znamená „Initial Public Offering” a predstavuje prvotné verejné ponúkanie akcií spoločnosti na burze..<sup>9</sup>

### 1.7 Financovanie

Financovanie startupu je kľúčovým krokom v procese premeny nápadu na úspešný podnik. Zabezpečenie financovania môže byť náročná úloha, ale so správnym prístupom sa to dá zvládnuť. Kľúčom k získaniu financovania je mať kvalitný podnikateľský plán, ktorý potenciálnym investorom preukáže trakciu a potenciál rastu. Tento plán by mal obsahovať jasnú víziu budúcnosti spoločnosti a plán, ako ju dosiahnuť. Podnikatelia by mali byť tiež pripravení podrobne vysvetliť svoj obchodný model, cieľový trh a konkurenčné prostredie. To môže investorom pomôcť pochopiť potenciál podniku a trhové príležitosti.

Ďalším dôležitým aspektom zabezpečenia financovania je mať silný tím. Investori sú často náchylnejší investovať do začínajúceho podniku, ak majú dôveru v schopnosť tímu realizovať plán a rozvíjať podnikanie. To znamená mať tím s rôznorodými zručnosťami, relevantnými skúsenosťami a preukázateľnou úspešnosťou.

Dôležitými faktormi, ktoré môžu pomôcť zvýšiť šance na získanie financovania, môže byť aj vývoj minimálneho životaschopného produktu (MVP) a získanie priaznivého vplyvu u prvých zákazníkov. Existencia MVP a prvých zákazníkov môže preukázať, že pre produkt alebo službu existuje trh a že podnik je na správnej ceste.

Sieťovanie a účasť na podujatiach je tiež kľúčové pre zabezpečenie financovania. Podnikatelia by mali byť ochotní zúčastňovať sa na sieťových podujatiach, predstavovať

---

<sup>9</sup> TYRE, D. The 3 essential stages of a successful startup. In *HubSpot Blog* [online]. 2022. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://blog.hubspot.com/sales/stages-of-a-startup>

svoje podnikanie investorom a nadväzovať kontakty v odvetví. To môže pomôcť zviditeľniť startup a zvýšiť šance na nájdenie správnych investorov.

Ďalším dôležitým aspektom financovania startupu je otvorenosť a zvažovanie rôznych možností financovania, ktoré zodpovedajú štádiu podnikania. K dispozícii sú rôzne možnosti, napríklad anjelskí investori, firmy rizikového kapitálu, crowdfunding, inkubátory, akcelerátory, bankové úvery a granty. Každá z týchto možností má svoje vlastné výhody a nevýhody a pred rozhodnutím, ktorú možnosť financovania využiť, je dôležité zvážiť konkrétne potreby začínajúceho podniku a fázu podnikania.<sup>10</sup>

## **1. Vlastné imanie**

Financovanie startupu z vlastného imania môže byť pre niektorých podnikateľov najlepšou voľbou, ak majú dostatok finančných zdrojov. Vlastné financovanie umožňuje podnikateľom mať absolútnu kontrolu nad svojím podnikaním a rozhodovať o všetkých aspektoch svojho podnikania bez potreby získať súhlas alebo podporu od externých investorov. Financovanie startupu z vlastného imania však môže byť riskantné, pretože podnikateľ riskuje všetky svoje osobné úspory a majetok. Ak sa startup nepodarí, môže to znamenať finančnú katastrofu pre podnikateľa.

Preto je dôležité, aby podnikatelia, ktorí sa rozhodnú financovať svoj startup z vlastného imania, mali dostatočnú zásobu finančných prostriedkov a zvážili riziká, ktoré s tým sú spojené. Taktiež je vhodné, aby mali vytvorený dôkladný plán financovania a riadenia financií svojho podniku, aby boli schopní spravovať svoje vlastné finančné prostriedky s cieľom maximalizovať zisk a minimalizovať straty.

Ak sa podnikatelia rozhodnú pre financovanie startupu z vlastného imania, mali by byť pripravení na to, že budú musieť venovať veľa času a úsilia na vytvorenie stabilnej základne pre svoj podnik a jeho budúci rast. Musia si byť vedomí toho, že vlastné financovanie je iba

---

<sup>10</sup> LOVE, H. *The start-up J curve: The six steps to entrepreneurial success*. . Austin, TX: Greenleaf Book Group Press, 2016. . 65 s. ISBN 978-16-2634-292-7

jedným z mnohých spôsobov, ako získať potrebné zdroje na rozvoj svojho podnikania, a že v budúcnosti by mohli potrebovať ďalšie finančné zdroje z externých zdrojov.

## 2. Štát

Peniaze zadarmo pre vaše podnikanie znie ako sen, však? Vďaka štátnym podnikateľským úverom a grantom to tak nemusí byť. Mnohé granty sú však určené len pre určité odvetvia alebo demografické skupiny. To znamená, že niektoré môžu byť určené len pre začínajúce podniky v oblasti vedy, techniky alebo zdravotníctva. Iné môžu byť programy pre začínajúce podniky vlastnené ženami.

Niektoré granty fungujú aj ako stimuly pre menšiny na začatie podnikania alebo sa zameriavajú na podnikateľské zóny, čo sú oblasti, v ktorých vláda podporuje rozvoj. Vláda chce často ponúknuť stimuly pre nové podniky, aby zvýšila hospodársky rast.

Najväčší balík peňazí na podporu podnikania je vyčlenený z eurofondov (Európskych štrukturálnych a investičných fondov). V programovom období 2021 – 2027 je v rámci grantov pre podnikateľov k dispozícii niekoľko miliárd eur v novom Programe Slovensko. Ďalším zdrojom dotácií na podnikanie je plán obnovy. Z neho môžu získať financie na zvyšovanie energetickej efektívnosti, výskum a vývoj alebo digitalizáciu procesov a výroby. Dôležitou témou je prepájanie súkromného sektora s verejným.

K dispozícii sú tiež dotácie pre poľnohospodárov, ktorí môžu získať podporu na nákup strojov, inováciu podnikov ale aj ďalšie oblasti. Významná pomoc z grantov bude v aktuálnom programovom období smerovať prostredníctvom dotácií pre malých a mladých farmárov. Podpora a investície do poľnohospodárskej prvovýroby sa týkajú aj samostatne hospodáriacich roľníkov.

Medzi dotácie pre podnikateľov môžeme zaradiť aj podporu kultúrneho a kreatívneho sektora. Pre túto oblasť je zaujímavý Fond na podporu umenia, program Kreatívna Európa, Audiovizuálny fond ale aj rôzne komunitné granty zo súkromných nadácií. Osvedčenou príležitosťou sú pravidelne vyhlasované poukážky. Vďaka nim vedľa malých a stredných podnikov požiadajú o preplatenie služieb v rámci kreatívneho priemyslu, digitalizácie alebo výskumu a vývoja. Príspevok na podnikanie alebo dotácie pre živnostníkov však môžete získať aj z iných grantových výziev.

Príklady aktuálnych grantových výziev:

TeamUp - podpora nádejných agropotravinárskych podnikov (2023) – výška 40 000 Eur,

Výzve pre podnikateľov na podporu podnikania a inovácií v regióne Tatry – Pieniny 2023 – výška 55 000 Eur.<sup>11</sup>

### 3. Financovanie prostredníctvom banky

Ďalšou jednoduchšou možnosťou financovania začínajúceho podniku je získanie malých podnikateľských úverov. Ak sa rozhodnete získať bankový úver, musíte sa zorganizovať a poznať svoju úverovú históriu. Dôležité je tiež, aby ste boli transparentní, keď budete spolupracovať s veriteľmi pri získavaní úveru. Budú chcieť presne vedieť, prečo ho potrebujete a ako ho plánujete použiť, či už na bežné výdavky alebo na podporu štruktúry vášho podniku. O pôžičku môžete požiadať u:

**Banky:** tie sú dobrou voľbou, ak máte zábezpeku, dobrý úver a nepotrebujete hotovosť okamžite.

**Neziskoví poskytovatelia mikroúverov:** ak nemôžete získať pôžičku v banke, pretože váš začínajúci podnik alebo spoločnosť sú príliš malé, môžete vyhľadať menších veriteľov, ktorí vám pomôžu.

**Online veritelia:** ak nemáte zábezpeku a potrebujete finančné prostriedky čo najskôr, môžete hľadať online investorov do startupov.

**Správa pre malé podniky (SBA):** veritelia, ktorí spolupracujú s agentúrou, pomáhajú financovať úvery SBA. Títo veritelia vám často môžu poskytnúť dlhší čas na splatenie.

Môžete získať aj termínovaný podnikateľský úver. Tie môžu pomôcť zaplatiť jednorazové investície do vašej prevádzky. Sú podobné študentským pôžičkám alebo hypotéke a ponúkajú splácanie počas určitého obdobia v rovnakých splátkach. Tieto úvery môžete získať od bánk, úverových družstiev a online veriteľov.

---

<sup>11</sup> Dotácie pre podnikateľov. In GrantExpert.sk [online]. 2023. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete: <https://www.grantexpert.sk/pre-podnikatelov/>

Predtým, ako požiadate o online financovanie, je dobré vypracovať podnikateľský plán. Váš podnikateľský plán by mal byť schopný ponúknuť informácie, ako napr.:

- finančné čísla,
- plán rastu,
- vyhlásenie o poslaní,
- produkty a služby,
- vedenie a tím spoločnosti.<sup>12</sup>

#### **4. Rodina, priatelia a zakladatelia**

V počiatočných fázach vášho startupu môže byť hľadanie správnej možnosti financovania stresujúce. Niekedy je najlepšou možnosťou získať financovanie od priateľov a rodiny. Požičanie si od nich môže často znamenať zaplatenie nižších úrokových sadzieb ako v porovnaní s bankou. To vám môže pomôcť znížiť celkovú úroveň zadlženia, takže môžete do svojho podnikania vložiť viac hotovosti. Je však dôležité si uvedomiť, že pri pôžičkách s priateľmi a rodinou môžu vzniknúť konflikty.

#### **5. Crowd Funding**

Či už potrebujete zlepšiť svoj prevádzkový kapitál alebo zvýšiť tok hotovosti, môže vám pomôcť organizovanie crowdfundingovej kampane. Tieto iniciatívy zhromažďujú malé sumy peňazí od veľkého počtu ľudí. Vo väčšine prípadov sa konajú online na populárnych platformách, ako sú Kickstarter alebo GoFundMe.

---

<sup>12</sup> GREEN, C.H. In *Get financing now: How to navigate through bankers, investors, and alternative sources for the Capital Your Business Needs*. New York: McGraw-Hill, 2012. s. 20–25.  
ISBN: 978-00-7178-032-2

Medzi typy na vytvorenie crowdfundingovej kampane patrí:

**Poznajzte svoje publikum:** Skôr ako začnete šíriť informácie o svojej kampani, budete sa chcieť zamerať na konkrétnu skupinu ľudí, ktorí majú záujem o váš startup alebo produkty. To vám pomôže sústrediť úsilie a efektívnejšie využiť zdroje.

**Propagácia vašej kampane:** Jedným z najlepších nástrojov na šírenie informácií sú sociálne médiá. Môžete tiež zorganizovať podujatie, ktoré vám pomôže spropagovať váš zámer a zapojiť publikum.

**Výber správnej platformy:** Budete chcieť preskúmať online stránky, ktoré zodpovedajú vášmu odvetviu a výklenku. To vám môže pomôcť nájsť správnych investorov.

**Vytvorenie marketingových materiálov:** To zahŕňa použitie digitálnych aj tlačených materiálov na podporu vašej iniciatívy.<sup>13</sup>

## 6. Angel Investovanie

Títo veritelia sú známi aj ako súkromní investori a môžu vášmu startupu ponúknuť kapitál, ktorý potrebuje na rozbeh, ale má to háčik. Anjelské investovanie funguje tak, že vám ponúka peniaze výmenou za podiel vo vašej spoločnosti. To zvyšuje vaše šance na úspech, ale stratíte určitú kontrolu nad svojou spoločnosťou. Anjelskí investori vám totiž budú chcieť pomôcť pri prijímaní obchodných rozhodnutí. Dostanú tiež časť zisku, ak svoju spoločnosť predáte. Ak vám tento kompromis stále znie dobre, potom je vašim ďalším krokom upútať ich pozornosť. Na to budete potrebovať jasný podnikateľský plán, ktorý načrtne trhové príležitosti pre vaše výrobky a potenciál rastu vašej spoločnosti. Dôležité je tiež dobre sa orientovať v marketingovej a PR stratégii, ako aj vo finančných číslach vášho startupu. Jedným z najlepších spôsobov, ako nájsť anjelských investorov, môže byť nadväzovanie kontaktov. Môžete sa tiež obrátiť na online služby, ako je napríklad Angel Capital Association, alebo využiť sieť LinkedIn na ich vyhľadanie.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> REES-MOGG, M. In Crowd funding - how to raise money and make money in the crowd . Crimson Publishing, 2013. s. 158–159. . ISBN: 978-17-8059-203-9

<sup>14</sup> OSNABRUGGE, V.M. - ROBINSON, R.J. In Angel investing: Matching startup funds with startup companies: The Guide for Entrepreneurs, individual investors, and venture capitalists . San Francisco: Jossey-Bass, 2000. s. 50–52. . ISBN: 978-07-8795-202-0

## 7. Venture capital

Rizikovní investori sú súkromní investori, ktorí ponúkajú financovanie pre začínajúce podniky alebo iné malé podniky. Zvyčajne sú títo veritelia partnermi v komanditných spoločnostiach (LP) a investujú do jedného fondu rizikového kapitálu. Komisia potom spravuje tieto fondy a prijíma za ne investičné rozhodnutia.

Ak sa skupina rozhodne podporiť začínajúci podnik, poskytne mu peniaze výmenou za podiel na vlastnom imaní spoločnosti. Títo členovia komisie zvyčajne hľadajú startupy, ktoré sú pripravené uviesť svoje produkty na trh a prešli fázou nápadu. To znamená, že ak im predkladáte svoje návrhy, budete chcieť:

**Pochopiť ich pozadie:** Preskúmať priority fondu rizikového kapitálu, s ktorým hovoríte. To vám môže pomôcť zamerať svoje ciele tak, aby sa zhodovali s ich cieľmi.

**Poznať svoje čísla:** Je dôležité, aby ste investorom zdôraznili potenciálny rast vášho startupu. To zahŕňa aj to, aké sú vaše peňažné toky a prevádzkový kapitál.

**Zamerajte sa na výhody vášho produktu:** Budete chcieť jasne informovať o tom, ako môže váš produkt pomôcť potenciálnym zákazníkom.

**Propagujte členov svojho tímu:** Investori rizikového kapitálu hľadajú tím, ktorý váš startup dovedie k úspechu.

**Analyzujte svojich konkurentov:** Budete chcieť investorom ukázať, v čom ste lepší ako iné podobné spoločnosti.<sup>15</sup>

## 8. Private Equity

Predstavuje typ rizikových investícií, ktoré v širšom poňatí zahŕňajú aj venture kapitál, zvyčajne sa však pod private equity rozumejú kapitálové investície v neskorších fázach, kedy je už startup rozvinutejší a vykazuje vyššie zisky, no zároveň má ešte stále potenciál pre silný rast či expanziu na nové trhy. Private equity zvyčajne poskytujú

---

<sup>15</sup> GRAVAGNA, N. - ADAMS, P.K. In *Venture Capital for Dummies*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2013. s. 124–126. . ISBN: 978-11-1864-223-8

profesionálni investori pričom investor vstupuje do tohto typu investície na obdobie niekoľkých rokov. Okrem samotnej investície často firme poskytne aj nefinančnú podporu vo forme poradenstva pri rozvoji a napĺňania cieľov stanovených v podnikateľskom pláne.

Hlavným účelom private equity investícií je poskytnúť startupom (aj ďalším firmám) nekótovaným na burze kapitál, ktorý im umožní ich ďalší rast výrazne urýchliť. Startupy tento druh investícií vyhľadávajú z viacerých dôvodov:

- na pokrytie kapitálovo náročnej expanzie na nové trhy,
- na pokrytie kapitálovo náročného vývoja nových produktov, služieb či technológií,
- na financovanie akvizícií,
- na posilnenie pracovného kapitálu, prípadne na vylepšenie bilancie.<sup>16</sup>

## **9. Financovanie prostredníctvom verejných trhov**

Vstup na burzu a premena súkromne vlastnenej spoločnosti na verejne obchodovanú akciovú spoločnosť je bodom, kedy sa podnikateľský projekt za startup už zvyčajne neoznačuje. Avšak narážame na nie úplne jasné definičné vymedzenie startupu. Vstup na burzu je v každom prípade ďalším logickým krokom pri expanzných snahách úspešných spoločnosti. Napriek tomu, že startup môže svoj biznis úspešne rozbehnúť stále môže mať potrebu významného externého financovania. Pre startupy, ktoré počas skorších fáz svojho rozvoja získali investície od súkromných investorov, je práve vstup na burzu príležitosťou.

Ďalšie rozsiahle financovanie môže byť nutné napríklad aj pre expanziu na nové trhy, financovanie ďalších rozsiahlych inovácií ponúkaných produktov či služieb, alebo na akvizíciu konkurencie v snahe o agresívnejší rast. Vzhľadom na to, že spoločnosť je už v tejto fáze zvyčajne rozvinutá a dosahuje vysokú trhovú hodnotu, na vyššie spomenuté účely vyžaduje vysoký objem investícií. Vhodným nástrojom v tejto fáze môže byť práve úpis cenných papierov na burze, ktorý poskytuje prístup k najväčšej skupine investorov. Napriek

---

<sup>16</sup> BAKER, H.K. - FILBECK, G. - KIYMAZ, H. In Private equity: Opportunities and risks . New York, NY: Oxford University Press, 2015. s. 31. ISBN: 978-01-9937-587-5

tomu, že tento nástroj je v iných vyspelých ekonomikách - obzvlášť v Spojených štátoch populárny aj medzi menšími startupmi, situácia na európskom trhu je výrazne odlišná.<sup>17</sup>

### **Dostupnosť financovania pre podnikateľov**

Od začiatku finančnej krízy trpeli európske trhy s rizikovým kapitálom, ale v posledných rokoch nastali zlepšenia a k tradičným trhom sa pridali aj nové zdroje financovania a grantové programy. Aby sa finančná podpora pre podnikateľov rozvíjala, EÚ by mala zjednodušiť regulácie v oblasti alternatívneho financovania a rozšíriť európske grantové programy, a pritom získať viac investícií rizikového kapitálu z tretích krajín. Európsky trh z hľadiska dostupnosti financovania má niekoľko prekážok, vrátane menšieho venture kapitálového trhu v porovnaní so Spojenými štátmi, markantne nižšieho výkonu európskeho trhu v porovnaní s americkým trhom a zvýšeného nedostatku externých finančných zdrojov hláseného malými a strednými podnikmi.

Bankové pôžičky sa od roku 2008 postupne prepadali a malé a stredné podniky čelia finančným ťažkostiam, ktoré obmedzujú ich prístup k iným formám financovania. V dôsledku týchto prekážok sa podniky na európskom trhu s rizikovým kapitálom stretávajú s výraznými problémami v oblasti získavania finančných prostriedkov na svoju činnosť a rast. Tento nedostatok financovania vytvára prekážky pre rozvoj nových podnikov a inovatívnych technológií, ktoré by mohli prispieť k rastu európskej ekonomiky a k vytváraniu nových pracovných miest.

Na riešenie týchto problémov je potrebné, aby EÚ podporila rast európskeho trhu s rizikovým kapitálom. Jednou z možností je zvýšiť úroveň finančnej gramotnosti medzi podnikateľmi a investormi, aby bolo ľahšie identifikovať vhodné príležitosti na trhu s rizikovým kapitálom. Ďalším riešením môže byť zvýšenie investícií do európskych venture kapitálových fondov a podpora vzniku nových fondov. Navyše, EÚ by mohla zlepšiť

---

<sup>17</sup> 10 startup financing models to fund a business | the Hartford. In *10 Startup Financing Models to Fund Your Small Business* [online]. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://www.thehartford.com/business-insurance/strategy/startup/money>

regulácie a stimuly pre podnikateľov a investorov, aby sa zvýšila ochota k investovaniu na európskom trhu s rizikovým kapitálom.<sup>18</sup>

## 1.8 Vnímanie mladých ľudí

Mladí ľudia vidia startupy ako výbornú príležitosť na realizáciu samých seba, prevedenie svojich myšlienok a nápadov do podnikania. Dnes existuje aj podporný systém pre startupy, takže mladým ľuďom nie je potrebný tak vysoký kapitál, čo je pre nich výhodné, keďže väčšina študentov alebo absolventov nemá vlastné úspory alebo stabilnú prácu, z ktorej by mohli financovať začiatok podnikateľskej činnosti. Mladí ľudia sú ochotní riskovať viac, pretože nemajú záväzky ako manželstvo, rodinu a podobne, a tak sa neboja neúspechu alebo strát. To je dôvod, prečo väčšina ľudí, ktorí zakladajú startupy, sú mladí ľudia v ranom veku.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Financovanie podnikaniav Eú. In FINANCOVANIE PODNIKANIA V EÚ [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné na internete: <https://op.europa.eu/webpub/grow/factsheets/financing-your-business/sk/>

<sup>19</sup> CSREINICKE 60% of teens want to launch their own businesses instead of working regular jobs. In CNBC [online], 2022. [cit. 2023-05-08]. Dostupné na internete: <https://www.cnbc.com/2022/03/03/60percent-of-teens-want-to-launch-businesses-instead-of-working-regular-jobs.html>

## 2 Cieľ a metodika práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť možnosti financovania startupov, identifikovať potenciálne prekážky pri ich získavaní a špecifikovať proces zakladania slovenských startupov. V neposlednom rade zhodnotiť konkrétnu spoločnosť Vizart s.r.o., jej finančnú situáciu, celý proces založenia a fungovania a prípadné požiadavky z našej strany na zlepšenie spoločnosti.

Na dosiahnutie hlavného cieľa bakalárskej práce, boli stanovené nasledovné čiastkové ciele:

- definovať startup v Slovenskej republike a vo svete,
- opísať podnikateľské prostredie, v ktorom pôsobia slovenské mikropodniky vrátane startupov,
- definovať a opísať typické zdroje financovania slovenských start-upov, zhodnotiť finančné zdravie konkrétneho slovenského startupu (Vizart, s. r. o.) pomocou techník základnej finančnej analýzy,
- opísať a charakterizovať zdroje financovania konkrétneho slovenského startupu Vizart s.r.o. a identifikovať prípadné prekážky pri zabezpečovaní zdrojov financovania,
- uviesť osobné návrhy na zlepšenie súčasného stavu financovania.

Vhodne zvolené postupy a metódy sú základnými nástrojmi pri príprave bakalárskej práce. Pri zbere, zaznamenávaní a následnom spracovaní informácií boli použité tieto metódy:

- Metóda selekcie – bola použitá na zber vstupných údajov a výber jednotlivých zdrojov literatúry,
- Metóda komparácie – slúži na porovnanie rôznych názorov autorov, ktorí sa zaujímajú o určitú tému,
- Metóda analýzy – slúži na hodnotenie vybraných ukazovateľov spoločnosti,
- priamy rozhovor – o procese so zakladateľom start-upu.

## 3 Metodika práce a metódy skúmania

### 3.1 Charakteristika startupu Vizart

Vizart je mladá kreatívna agentúra sídliaca v Trnave. S pôsobením okolo 1 roku sa postupne šplhá vyššie a vyššie v rebríčku kreatívnych a marketingových agentúr na Slovensku. Vizart vznikol ako zoskupenie hŕstky freelancerov, ktorí sa rozhodli pracovať spoločne pod jednou značkou. Vo firme figurujú dvaja konatelia, Andrej Okleštek a Pavol Matava. Začiatky boli ťažšie ako u väčšiny startupov, preto si tím vytvoril pevné a úprimné puto, ktoré nerozhádajú ani tie najťažšie situácie, kedy sa snažia navzájom podporovať a vyriešiť problém neosobne a čo najrýchlejšie.

Vizart je firma založená 22.01.2022, typu spoločnosť s ručením obmedzeným čiže s.r.o., zakladateľom Andrejom Okleštekom, ktorý si daný typ spoločnosti vybral lebo sedel s jeho podnikateľskými záujmami a založenie firmy typu s.r.o môže priniesť mnoho výhod. Jednou z hlavných výhod je ochrana osobného majetku zakladateľov a spoločníkov, ktorí majú iba obmedzenú zodpovednosť za dlhy a záväzky spoločnosti. To znamená, že v prípade, že firma sa dostane do finančných ťažkostí, majetok zakladateľov a spoločníkov mimo firmy zostáva nedotknutý.

Okrem toho, s.r.o. má svoju vlastnú právnu subjektivitu a môže konať vlastné obchody, uzatvárať zmluvy a niesť zodpovednosť za svoje činy. Toto umožňuje ľahšie získavať finančné prostriedky, uzatvárať obchodné dohody a zvyšovať svoj zisk.

Ďalšou výhodou je aj možnosť rozšírenia spoločnosti o ďalších spoločníkov ako sa tak stalo keď sa Povol Mátava stal 30% spoločníkom, a investorov, ktorí môžu priniesť nové finančné prostriedky, nápady a skúsenosti do podnikania. Taktiež spoločnosť s.r.o. môže mať viacero zamestnancov a tým sa zvýši kapacita a produktivita firmy.

Založenie firmy typu s.r.o. teda prináša spoločníkom Andrejovi a Pavolovi nielen ochranu osobného majetku, ale aj možnosť rozširovania podnikania, získavania investícií a zvyšovania ziskov.

## Financovanie

Získavanie prvotných financií pri zakladaní startupu nie je vždy ľahké, výnimkou nebol ani Andrej pri zakladaní agentúry Vizart. Našťastie toto nebol Andrejov prvý pokus o zakladanie firmy. Pred stvorením Vizart Andrej založil firmu Tribes, ktorá bola prevažne tatérske štúdio a na začiatku zamestnávala aj barbera. Počas svojho pôsobenia sa firma Tribes zaoberala aj inými podnikateľskými aktivitami, ako bolo štúdiové fotenie s plátnom, prenájom priestorov ako coworking a iné. Veľa vecí sa v chode firmy Tribes počas pôsobenia zmenilo a ako aj Andrej zisťoval čo ho baví a čo naopak nie, rozhodol sa, že založí novú firmu Vizart, ktorej vznik a podnikateľská činnosť je už známa. Toto všetko úsilie z Andrejovej strany, oslovila a presvedčila jedného člena Andrejovej rodiny aby do neho ako osoby investoval a požičal mu sumu peňazí, ktorá nie je známa na dobu neurčitú. Ak bude Vizart rásť tempom akým rástol doteraz, myslím si že nebude trvať dlho, kým Andrej požičanú sumu vráti naspäť členovi svojej rodiny.

Andrej si vybral tento typ financovania, lebo fakt že si požičal od rodiny na neho nevytváral mentálny tlak a stres, ako keby si požičia od banky alebo investorov plus mu to dodávalo motiváciu usilovne pracovať a nekompromisne si ísť za cieľom aby jedného dňa mohol vrátiť peniaze členovi rodiny, ktorý v neho veril v aj úplných začiatkoch podnikania.



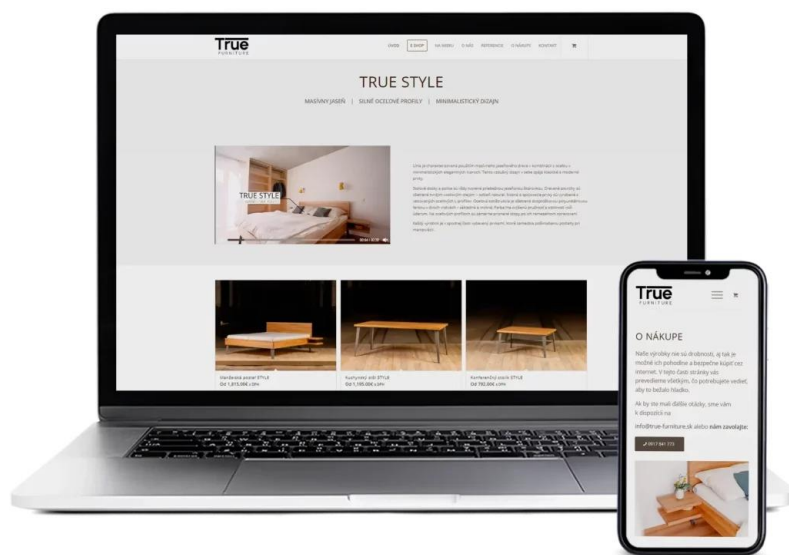
Obrázok 1 - Logo Vizart

### 3.1.1 Podnikateľská činnosť

Prvých klientov agentúra nadobudla ako pokračovanie z už existujúcej klientely jednotlivých členov. Potom sa zamerala predovšetkým na gastro prevádzky, pretože väčšina členov má v tomto odvetví veľa skúseností z predošlých zamestnaní. V súčasnosti je situácia ustálená, ba čo viac agentúra veľmi prosperuje a neustále rozširuje svoju klientelu a portfólio. Teraz Vizart spolupracuje s klientami z rôznych odvetví ako je napríklad auto-motive, realitné kancelárie, e-shopy, advokátske kancelárie a veľa ďalších.

Vizart sa špecializuje predovšetkým na pomáhajú firmám zlepšiť ich reprezentáciu v digitálnom svete. To zahŕňa úkony ako:

- tvorba webstránok,
- správa sociálnych sietí,
- fotografovanie,
- produkcia reklám a propagačných videí,
- vytvorenie a správa marketingových kampaní.



Obrázok 2 - Ukážka web stránky pre klienta

Vizart je firma, ktorá poskytuje celý rad služieb, ktoré pomáhajú klientom propagovať ich značku, produkty alebo služby prostredníctvom digitálnych kanálov, ako sú vyhľadávače, sociálne médiá, e-mail, webové stránky. Hlavná činnosť agentúry zahŕňa vývoj

a implementáciu stratégií digitálneho marketingu, ktoré sú určené na zvýšenie viditeľnosti značky, generovanie potenciálnych zákazníkov a v konečnom dôsledku na podporu predaja pre svojich klientov.

Na dosiahnutie týchto cieľov môže agentúra poskytovať rôzne služby, vrátane:

**Prieskum a analýza trhu:** Jednou z hlavných činností digitálnej marketingovej agentúry je vykonávanie prieskumu a analýzy s cieľom pochopiť cieľovú skupinu klientov, trendy v odvetví a konkurenčné prostredie. Získaním prehľadu o podnikateľskom prostredí klientov a potrebách ich zákazníkov môže agentúra vypracovať účinnejšie marketingové stratégie, ktoré sú prispôsobené špecifickým potrebám a cieľom každého klienta.

**Vývoj marketingovej stratégie:** Na základe prieskumu a analýzy agentúra vypracuje marketingovú stratégiu na mieru, ktorá načrtne najefektívnejšie taktiky na dosiahnutie cieľov klientov v rámci ich rozpočtu. Táto stratégia načrtne cieľovú skupinu, posolstvá, kanály a taktiky, ktoré agentúra použije, aby pomohla klientovi dosiahnuť jeho ciele.

**Online reklama:** Jednou z najpopulárnejších taktík digitálneho marketingu je online reklama. Digitálna marketingová agentúra môže vytvárať a spravovať online reklamné kampane na rôznych platformách, ako sú Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads a iné. Tieto kampane môžu klientom pomôcť osloviť ich cieľovú skupinu cielenými správami a ponukami, ktoré sú určené na zvýšenie počtu kliknutí, konverzií a predaja.

**Marketing na sociálnych médiách:** Sociálne médiá sa stali dôležitou súčasťou digitálneho marketingu a mnohé digitálne marketingové agentúry ponúkajú služby marketingu sociálnych médií. Ide o vytváranie a správu účtov a profilov na sociálnych médiách, tvorbu obsahu a komunikáciu so sledovateľmi. Sociálne médiá môžu byť účinným spôsobom budovania povedomia o značke, nadväzovania kontaktov so zákazníkmi a propagácie produktov alebo služieb.

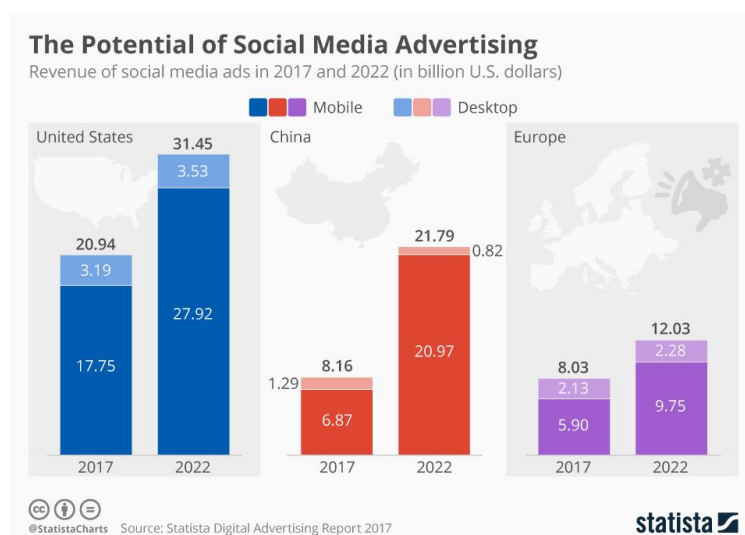
**Návrh a vývoj webových stránok:** Okrem digitálneho marketingu Vizart ponúka aj služby návrhu a vývoja webových stránok. To zahŕňa vytváranie vlastných návrhov, ktoré sú v súlade s hodnotami značky a cieľovou skupinou klientov, vytváranie responzívnych webových stránok, ktoré dobre fungujú na všetkých zariadeniach, a optimalizáciu pre používateľské prostredie a vyhľadávače. Agentúra bude úzko spolupracovať s klientmi na vytvorení webovej stránky, ktorá bude estetická a funkčná, s jasnými výzvami na akciu, ktoré

návštevníkov povzbudia k požadovanej akcii, napríklad k nákupu, vyplneniu formulára alebo kontaktovaniu spoločnosti.

**Výroba videa:** Video sa stáva čoraz dôležitejšou súčasťou digitálneho marketingu. To môže zahŕňať tvorbu propagačných videí pre sociálne médiá, ukážky produktov, vysvetľujúce videá a iné typy videoobsahu, ktoré sa dajú použiť na zapojenie publika a propagáciu produktov alebo služieb. Vizart poskytuje kompletný balík služieb v oblasti produkcie videí vrátane písania scenárov, tvorby storyboardov, natáčania, strihu a postprodukcie.

**Branding a dizajn:** Vizart môže ponúkať aj služby v oblasti brandingu a dizajnu, aby pomohla klientom vytvoriť vizuálnu identitu, ktorá je v súlade s hodnotami ich značky a cieľovým publikom. To môže zahŕňať navrhovanie loga, výber farebných schém, vytváranie sprievodcov štýlov a vývoj komunikácie značky. Agentúra bude úzko spolupracovať s klientmi, aby pochopila víziu ich značky a vytvorila súdržnú stratégiu budovania značky, ktorú možno uplatniť vo všetkých marketingových kanáloch.

Celkovo je hlavným cieľom Vizart pomôcť klientom dosiahnuť ich marketingové ciele prostredníctvom celého radu digitálnych kanálov. Využitím poznatkov založených na údajoch, vypracovaním stratégií na mieru a realizáciou účinných kampaní môže Vizart pomôcť klientom zvýšiť viditeľnosť značky, generovať potenciálnych zákazníkov a v konečnom dôsledku zvýšiť predaj. Vďaka kompletnému balíku služieb, ktoré zahŕňajú digitálny marketing, návrh a tvorbu webových stránok, produkciu videí a budovanie značky



Obrázok 3 - Graf ukazujúci tržby z marketingových kampaní na sociálnych médiách v miliardách dolárov vo vybraných častiach sveta

a dizajn, môže Vizart poskytnúť odborné znalosti a zdroje potrebné na to, aby pomohla klientom uspieť v neustále sa vyvíjajúcom digitálnom prostredí.

### 3.1.2 *Súčasný stav Vizart*

Súčasne Vizart je v expanzii a zamestnáva 8 ľudí na plný úväzok a 4 ľudí na skrátenej úväzok, pričom hľadá nových členov. V čase písania tejto záverečnej práce firma prechádza reorganizáciou priestorov, aby mohla poskytnúť priestor pre nových zamestnancov, aby pokryli potreby približne 26 dlhodobých spoluprác a niekoľko jednorazových. Firma sídli v centre Trnavy v historickom dome, kde disponuje veľkými kancelárskymi priestormi. V priestoroch môžeme nájsť hlavný kancelársky priestor, mini zasadačku pre stretnutia, sklad a po novom aj malú kuchynku a nahrávacie štúdio na podcasty, ktoré sa bude prenajímať. Klientela je hlavne v meste Trnava a v jej okolí. Po rozšírení kapacít sa agentúra bude snažiť zamerať na Bratislavu a stredne a väčšie podniky. Keď už sme pri väčších podnikoch, Vizart sa podarilo prednedávnom nadviazať spoluprácu s najväčším auto predajcom v Trnave s názvom Begam. Tím je na túto spoluprácu hrdý, pretože je to pre nich ďalší míľnik vo veľkosti projektov.



Obrázok 4 - Fotografia vchodu do kancelárskych priestorov

### *3.1.3 Hlavný cieľ*

Vizart je digitálna agentúra, ktorej cieľom je poskytovať podnikom vysokokvalitné a inovatívne digitálne marketingové riešenia. Keďže digitálne prostredie sa neustále vyvíja, Vizart si uvedomuje potrebu udržať si náskok pred konkurenciou. Na dosiahnutie svojich cieľov sa Vizart plánuje zamerať na rozširovanie svojho dosahu v rámci Slovenska aj na zvyšovanie príjmov prostredníctvom získavania nových klientov.

V záujme zvýšenia príjmov sa spoločnosť Vizart plánuje zamerať na budovanie dlhodobých vzťahov so svojimi klientmi prostredníctvom ponuky personalizovaných služieb, ktoré spĺňajú ich jedinečné potreby. Agentúra verí, že týmto spôsobom sa jej podarí zvýšiť spokojnosť zákazníkov a získať viac opakovaných zákaziek. Okrem toho Vizart plánuje investovať do nových technológií a rozšíriť svoj tím odborníkov, aby mohol svojim klientom ponúknuť širšiu škálu digitálnych marketingových riešení. To agentúre umožní zostať na čele odvetvia a poskytovať svojim klientom služby na najvyššej úrovni.

### *3.1.4 Vízia do budúcnosti*

Pokiaľ ide o expanziu na trhu, Vizart identifikoval Českú republiku, Nemecko a Švajčiarsko ako potenciálne oblasti rastu. Agentúra si uvedomuje potenciál zvýšených príjmov a väčšej zákaznickej základne na týchto trhoch. S cieľom vstúpiť na tieto trhy plánuje Vizart nadviazať partnerstvá s miestnymi podnikmi a lídrami v odvetví, ako aj prispôbiť svoje služby jedinečným potrebám každého trhu. A napokon, Vizart plánuje dominovať na slovenskom trhu tým, že sa postaví do pozície lídra v oblasti digitálneho marketingu. Agentúra si uvedomuje dôležitosť budovania silného imidžu značky a zameria sa na budovanie reputácie kvality a inovácií vo svojom odvetví. To pomôže spoločnosti Vizart prilákať viac klientov a zvýšiť svoj podiel na slovenskom trhu. Celkovo sa budúce ciele spoločnosti Vizart sústreďujú na zvyšovanie príjmov, rozširovanie svojho dosahu a dominanciu na slovenskom trhu. Prostredníctvom kombinácie personalizovaných služieb, nových technológií a strategických partnerstiev sa Vizart chce stať popredným poskytovateľom digitálnych marketingových riešení na Slovensku, v Českej republike, Nemecku a Švajčiarsku.

Okrem rozšírenia svojho dosahu a zvýšenia príjmov sa Vizart plánuje viac špecializovať na jedno konkrétne odvetvie. Spoločnosť Vizart verí, že zameraním svojho úsilia na konkrétne odvetvie sa môže stať odborníkom v tejto oblasti a poskytovať svojim klientom efektívnejšie riešenia. Agentúra si uvedomuje výhody špecializácie, ako je hlbšie pochopenie odvetvia, väčšie odborné znalosti a cielenejšie marketingové úsilie. Spoločnosť Vizart verí, že vďaka väčšej špecializácii môže svojim klientom poskytnúť väčšiu hodnotu a odlíšiť sa od ostatných digitálnych marketingových agentúr na trhu. Na určenie odvetvia, na ktoré sa má spoločnosť Vizart zamerať, plánuje vykonať rozsiahly výskum a analýzu, aby identifikovala oblasti, v ktorých môže poskytnúť najväčšiu hodnotu. Agentúra bude tiež žiadať podnety od svojich klientov a odborníkov z odvetvia, aby určila, ktoré oblasti najviac potrebujú špecializované služby digitálneho marketingu.

Spoločnosť Vizart dúfa, že zameraním svojho úsilia na konkrétne odvetvie bude môcť svojim klientom poskytovať individuálnejšie a efektívnejšie riešenia. To pomôže agentúre vybudovať si povest' lídra v danom odvetví a prilákať viac klientov, ktorí potrebujú špecializované služby digitálneho marketingu.

Vizart sa teda plánuje špecializovať na jedno konkrétne odvetvie, aby sa stal odborníkom v tejto oblasti a poskytoval svojim klientom efektívnejšie riešenia. Spoločnosť Vizart dúfa, že vykonaním prieskumu a získaním podnetov od klientov a odborníkov z odvetvia sa jej podarí identifikovať odvetvie, ktoré bude poskytovať najväčšiu hodnotu, a že sa v tejto oblasti stane lídrom.



Obrázok 5 - Tím Vizart pri práci

### 3.2 Finančná analýza Vizart s.r.o.

Realizovali sme finančnú analýzu podniku na základe výkazov účtovnej závierky za rok 2022. Keďže Vizart je na trhu len rok, nevieme porovnať údaje s predošlými obdobiami. Tabuľky obsahujú údaje o vývoji objemu a štruktúry majetku.

Tabuľka 1 - Súvaha podniku Vizart - strana aktív

<b>Strana aktív</b>	<b>2022</b>
<b>Spolu majetok</b>	<b>19 500 €</b>
<b>Obežný majetok</b>	<b>19 500 €</b>
Zásoby	0 €
Finančný majetok	10 500 €
Peniaze a účty v bankách	3 000 €

Z tabuľky vidíme, že firme sa dobre darí. Celkový objem majetku v spoločnosti po prvom roku od založenia firmy je 19 500 Eur.

Tabuľka 2 - Súvaha podniku Vizart - strana pasív

<b>Strana pasív</b>	<b>2022</b>
<b>Spolu základné imanie a záväzky</b>	<b>21 000 €</b>
<b>Vlastné imanie</b>	<b>19 000 €</b>
Základné imanie	5 000 €
Základné imanie a zmeny základného imania	5 000 €
Fondy zo zisku	0 €
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení	14 000 €
<b>Záväzky</b>	<b>2 000 €</b>
Krátkodobé záväzky okrem rezerv, úverov a výpomoci	2 000 €
Daňové záväzky a dotácie	0 €

V tabuľke môžeme vidieť niekoľko informácií o spôsoboch financovania podnikových potrieb. Podobne na strane aktív, položky na strane pasív majú rastúci charakter. Celkový objem vlastného imania je primeraný, keďže ide o mladý startup.

Tabuľka 3 - Výkaz ziskov a strát podniku Vizart

<b>Položky výkazu ziskov a strát</b>	<b>2022</b>
<b>Výnosy z hospodárskej činnosti</b>	<b>94 000 €</b>
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	94 000 €
<b>Náklady na hospodársku činnosť</b>	<b>80 000 €</b>
Spotreba materiálu, energie	4 000 €
Služby	76 000 €
<b>Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti</b>	<b>14 000 €</b>
<b>Pridaná hodnota</b>	<b>14 000 €</b>
<b>Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením</b>	<b>14 000 €</b>
<b>Daň z príjmov</b>	<b>2 100 €</b>
<b>Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení</b>	<b>11 900 €</b>

Na základe poskytnutých údajov výkazu ziskov a strát, ako aj údajov o stave aktív a pasív po prvom roku od založenia firmy, je možné vyvodiť predbežné závery o potenciáli spoločnosti.

Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení predstavuje čistý zisk vo výške 11 900 eur, čo je pozitívny ukazovateľ úspešnosti spoločnosti. Výnosy z hospodárskej činnosti predstavujú sumu 94 000 eur, pričom náklady na hospodársku činnosť dosiahli sumu 80 000 eur, čo znamená, že Vizart dosiahla pomerne vysokú ziskovú maržu, a to vo výške 14 000 eur. Pokiaľ ide o stav aktív a pasív, celkový objem majetku v spoločnosti po prvom roku od založenia firmy dosiahol sumu 19 500 eur. Vlastné imanie predstavuje sumu 19 000

eur, záväzky 2 000 eur a základné imanie 5 000 eur. Vzhľadom na mladý vek spoločnosti je objem vlastného imania primeraný a možno predpokladať, že v budúcnosti bude rásť. V záver finančnej analýzy digitálnej agentúry Vizart môžeme konštatovať, že podľa poskytnutých údajov má spoločnosť potenciál stať sa úspešným startupom v oblasti digitálneho marketingu a kreatívnych riešení. Poskytované služby Vizart majú potenciál zaujať a prilákať nových zákazníkov, čo môže prispieť k rastu spoločnosti. Vďaka pozitívnemu výsledku hospodárenia a solídneho vlastnému imaniu má Vizart dobré vyhliadky na získanie externého financovania.

### **3.3 Návrhy na zlepšenie**

V digitálnej dobe sa kreatívne agentúry stali dôležitými partnermi pre podniky, ktoré chcú vytvoriť silnú online prítomnosť a nadviazať kontakt so zákazníkmi prostredníctvom digitálnych kanálov. Keďže digitálne technológie sa neustále vyvíjajú, Vizart musí držať krok s najnovšími trendmi a inováciami, aby zostal konkurencieschopný a splnil potreby svojich klientov. Existuje mnoho rôznych oblastí, v ktorých sa Vizart môže snažiť zlepšiť svoje služby, vrátane využívania nových technológií, rozširovania svojich schopností o nové formy médií, prijímania prístupu k svojej práci založeného na údajoch a podporovania spoločného prístupu k projektom, ktorý zahŕňa vstupy klientov aj zamestnancov agentúry.

Jednou z kľúčových oblastí, na ktorú sa Vizart má zamerať, je využívanie nových technológií, ako je umelá inteligencia. Využitím tejto technológie môže agentúre získať hlbší prehľad o správaní spotrebiteľov, zlepšiť cielenie a zapojenie a v konečnom dôsledku poskytovať efektívnejšie riešenia pre svojich klientov. Ďalšou oblasťou príležitostí pre Vizart je rozšírenie schopností o rozmanitejšie formy médií, ako je virtuálna a rozšírená realita. Tieto nové médiá ponúkajú značkám vzrušujúce príležitosti, ako inovatívnym spôsobom nadviazať kontakt so zákazníkmi, a môžu Vizart pomôcť odlíšiť sa od konkurencie.

Okrem toho je v odvetví digitálnych kreatívnych agentúr čoraz dôležitejšie využívanie poznatkov založených na údajoch. Analýzou údajov z kampaní a správania zákazníkov môžu agentúry získať cenné poznatky o tom, čo funguje a čo nie, a podľa toho upraviť svoje stratégie.

Skúmaním nových trendov a osvedčených postupov táto práca poskytne základ pre budúci výskum a rámec pre identifikáciu stratégií, ktoré možno použiť na dosiahnutie úspechu v tejto vzrušujúcej a dynamickej oblasti.

## 4 Diskusia

Zhodnotili sme možnosti financovania startupov ako na Slovensko tak vo svete. Naše zistenie je, že neexistuje perfektný spôsob financovania, ale záleží na špecifických potrebách startupu, veľkosti projektu a aj ako je na financovania pripravený zakladateľ. Ako je známe s veľkou mocou prichádza aj veľká zodpovednosť. Existuje mnoho príkladov, kedy startup získal obrovské financovanie ale aj napriek tomu zlyhal, lebo nemal kvalitný biznis plán alebo zakladateľ alebo vysoký manažment nebol pripravený na také množstvo peňazí pripravený.

V dnešnej dobe existuje veľa spôsobov financovania začínajúcich spoločností, každý z nich má svoje výhody a nevýhody. Zakladateľ môže využiť svoje vlastné finančné prostriedky a ponechať si 100% vlastníctva firmy. Ďalšou možnosťou je požičať si peniaze od svojich blízkych, v tomto prípade sa zakladateľ už zaväzuje, že peniaze splatí a pri určitých ťažkostiach môže dôjsť k zlým vzťahom v rodine alebo v priateľských kruhoch, ale ak je podnikateľ v začiatkoch podnikania a nie je tak skúsený táto možnosť je podľa nášho úsudku lepšia ako si požičať od banky, kedy v ťažkých časoch hrozí exekúcia. Tento spôsob financovania si vybral zakladateľ firmy o ktorej som vypracoval praktickú časť tejto práce. Podľa neho je tento typ financovania najlepší, ak je človek mladý a má v jeho kruhu niekoho, kto je ochotný investovať. Ďalším spôsobom je získať grant od štátu, čo je podľa nášho názoru na Slovensku ťažké, z dôvodu korupcie v krajine, možnosťou je aj získať financie od banky, tento spôsob by sme zvolili, keď je zakladateľ už skúsený podnikateľ a môže banke preukázať, že je schopný projekt zvládnuť a banka nestratí peniaze.

Ostatnými alternatívami sú crowdfunding, venture capital, angel investori alebo private equity, ktoré nie sú na Slovensku rozšírené ako v rozvinutejších ekonomikách, preto financovanie tohto typu prichádza často na Slovensko zo zahraničia, čo je skvelé, že v dnešnej dobe internetu a globalizácie človek zo Slovenska má možnosť hovoriť a ponúkať spoločnosť investorom z celého sveta a ekonomikám, kde kapacity na investovania sú niekoľko násobne väčšie ako u nás.

Čo sa týka príbehu založenia firmy Vizart, tento príbeh je veľmi náučný a motivačný. Ja osobne som si z tohto príbehu zobral veľa ponaučení. Niekoľko z nich by som rád zazdieľal. Často krát prvý biznis, ktorý začnete nie je ten pri ktorom ostanete a stane sa úspešným. Tak ako to spravil Andrej, keď prvý biznis zlyhá alebo zistíte, že to nie je pre Vás, netreba ho držať nad vodou za každú cenu ale naopak, ponaučiť sa a posunúť sa ďalej. To ale neznaná vzdať sa hneď, keď prídu ťažké časy, lebo tie zaručene prídu. Človek musí skúšať a skúšať a pri každom neúspechu sa zamyslieť prečo zlyhal a už nikdy nespraviť tú istú chybu. Pri financovaní, si myslíme že potenciálnemu investorovi záleží viac na ambicióznosti a charaktere zakladateľa ako na projekte, samozrejme vždy to nie je to tak. Nápad a biznis plán môže byť najlepší na svete, ale keď má slabého lídra nikdy neuspěje. Tak ako to je v prípade Vizart, zakladateľ čo sa problémom postaví čelom a hľadá riešenia, vždy vráti investíciu aj s úrokmi, a v tomto prípade sa vždy nájde niekto, kto do Vás rád zainvestuje.

## 5 Záver

Celkovo sa v tejto práci skúmali rôzne možnosti financovania startupov. Skúmaním teoretických rámcov možností financovania, ako sú anjelské investície, venture kapitál a crowdfunding, sme získali prehľad o výhodách a nevýhodách jednotlivých možností. Prostredníctvom analýzy prípadových štúdií a názorov odborníkov sme zistili, že neexistuje univerzálny prístup k financovaniu začínajúceho podniku a že optimálny prístup bude závisieť od rôznych faktorov, ako je veľkosť začínajúceho podniku, odvetvie, v ktorom pôsobí, a jeho rastový potenciál.

Prostredníctvom praktického skúmania začínajúcej digitálnej agentúry Vizart, ktorá vznikla pred rokom a ktorej sa darí v podnikaní, sme získali cenné poznatky o praktických úvahách súvisiacich so založením a rozvojom úspešnej digitálnej agentúry. Na základe rozhovoru so zakladateľom Andrejom Okleštekom a kľúčovými zamestnancami sme identifikovali kľúčové faktory úspechu, ako sú dobré znalosti trhu, schopnosť budovať a udržiavať silné vzťahy s klientmi, zameranie na inovácie a prispôbovanie sa a ochota podstupovať vypočítané riziká.

Začínajúca digitálna agentúra Vizart čelí v rýchlo sa vyvíjajúcom digitálnom prostredí jedinečným výzvam. Musí sa orientovať v meniacom sa prostredí technológií, sociálnych médií a marketingových kanálov a zároveň budovať pevné základy pre rast a ziskovosť. Optimálny prístup k financovaniu a rozvoju začínajúcej agentúry bude preto závisieť od viacerých faktorov, ako je cieľový trh, veľkosť agentúry a typ ponúkaných služieb.

Táto práca poskytla komplexný prehľad teoretických rámcov a praktických úvah súvisiacich s financovaním startupov a rastom Vizartu. Skúmaním prípadovej štúdie prosperujúceho začínajúceho podniku sme získali cenné poznatky o praktickej realite začatia a rozvoja úspešného podniku v digitálnom veku. Táto práca ako taká poskytuje cenný zdroj informácií pre začínajúcich podnikateľov v oblasti digitálnych agentúr a investorov, ktorí sa chcú orientovať v zložitom prostredí financovania a rastu startupov.

## Zoznam použitej literatúry

### Knížné zdroje

1. LOVE, H. *The start-up J curve: The six steps to entrepreneurial success*. . Austin, TX: Greenleaf Book Group Press, 2016. 288 s. ISBN 978-16-2634-292-7
2. GREEN, C.H. *In Get financing now: How to navigate through bankers, investors, and alternative sources for the Capital Your Business Needs*. . New York: McGraw-Hill, 2012. s. 20–25. ISBN: 978-00-7178-032-2
3. REES-MOGG, M. *In Crowd funding - how to raise money and make money in the crowd*. . Crimson Publishing, 2013. s. 158–159. ISBN: 978-17-8059-203-9
4. OSNABRUGGE, V.M. - ROBINSON, R.J. *In Angel investing: Matching startup funds with startup companies: The Guide for Entrepreneurs, individual investors, and venture capitalists*. . San Francisco: Jossey-Bass, 2000. s. 50–52. ISBN: 978-07-8795-202-0
5. GRAVAGNA, N. - ADAMS, P.K. *In Venture Capital for Dummies*. . Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2013. s. 124–126. ISBN: 978-11-1864-223-8
6. BAKER, H.K. - FILBECK, G. - KIYMAZ, H. *In Private equity: Opportunities and risks*. . New York, NY: Oxford University Press, 2015. s. 31. ISBN: 978-01-9937-587-5

### Internetové zdroje

7. HANDL, J. *Startup Jako Zaklínadlo*. In Lupa.cz [online]. 2011. Dostupné na internete: <https://www.lupa.cz/clanky/startup-jako-zaklinadlo/>
8. GRANT, M. *What a startup is and what's involved in getting one off the ground*. In Investopedia [online]. 2023. [cit. 2023-04-26]. Dostupné na internete: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
9. *The current state of the startup market - FasterCapital*. In FasterCapital [online]. 2023. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://fastercapital.com/content/The-current-state-of-the-startup-market.html>

10. PARVINROUH, M. *The role of startups in the economy*. In ColoradoBiz Magazine [online]. 2020. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete:  
<http://www.cobizmag.com/Trends/The-role-of-startups-in-the-economy>
11. Blog. In *Startup Grind* [online]. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete:  
<https://www.startupgrind.com/blog/role-of-startups-in-economic-prosperity/&lang=en>
12. CORL, E. *How startups drive the economy*. In Medium [online]. 2019. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://medium.com/@ericcorl/how-startups-drive-the-economy-69b73cfbae1>
13. JULIANA.A *Úspešné Slovenské startupy, ktoré stoja za pozornosť*. In MoodBooster [online]. 2020. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete:  
<https://www.moodbooster.sk/uspesne-slovenske-startupy-ktore-stoja-za-pozornost/>
14. *How to launch a startup in Europe*. In The Founder Institute [online]. 2018. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://fi.co/insight/how-to-launch-a-startup-in-europe>
15. TYRE, D. *The 3 essential stages of a successful startup*. In HubSpot Blog [online]. 2022. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete:  
<https://blog.hubspot.com/sales/stages-of-a-startup>
16. *Dotácie pre podnikateľov*. In GrantExpert.sk [online]. 2023. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na internete: <https://www.grantexpert.sk/pre-podnikatelov/>
17. *10 startup financing models to fund a business | the Hartford*. In *10 Startup Financing Models to Fund Your Small Business* [online]. [cit. 2023-05-02]. Dostupné na internete: <https://www.thehartford.com/business-insurance/strategy/startup/money>
18. *Financovanie podnikaniav Eú*. In FINANCOVANIE PODNIKANIA V EÚ [online]. [cit. 2023-05-08]. Dostupné na internete:  
<https://op.europa.eu/webpub/grow/factsheets/financing-your-business/sk/>
19. CSREINICKE *60% of teens want to launch their own businesses instead of working regular jobs*. In CNBC [online]. 2022. [cit. 2023-05-08]. Dostupné na internete:  
<https://www.cnbc.com/2022/03/03/60percent-of-teens-want-to-launch-businesses-instead-of-working-regular-jobs.html>