

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

Evidenčné číslo: 104002/B/2020/36114651033650180

Využívanie alternatívnych zdrojov financovania v MSP v SR
Bakalárska práca

2020

Dominik Román

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

Využívanie alternatívnych zdrojov financovania v MSP v SR
Bakalárska práca

Autor: Dominik Román

Študijný program: Ekonomika a manažment podniku

Študijný odbor: Ekonomika a manažment podniku

Vedúci práce: PhDr. Ing. Sylvia Bukovová, PhD.

Bratislava, 2020

Dominik Román



Ekonomická univerzita v Bratislave
Fakulta podnikového manažmentu



ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

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

Názov: Využívanie alternatívnych zdrojov financovania v MSP v SR.

Anotácia: Cieľom bakalárskej záverečnej práce je charakterizovať MSP v SR, identifikovať možnosti ich financovania, analyzovať jednotlivé finančné zdroje s dôrazom na alternatívne zdroje a následne aplikovať získané teoretické poznatky na konkrétnom príklade z praxe.

Vedúci: PhDr. Ing. Sylvia Bukovová, PhD.
Oponent: Ing. Iveta Kufelová, PhD.
Katedra: KPH FPM - Kat. podnikovohospodarska FPM
Vedúci katedry: prof. Ing. Helena Majdúchová, CSc.
Dátum zadania: 31.08.2019

Dátum schválenia: 08.02.2019

prof. Ing. Štefan Majtán, PhD.
vedúci katedry

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som bakalársku prácu vypracoval samostatne a že som uviedol všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

(podpis študenta)

Pod'akovanie

Ďakujem vedúcej bakalárskej práce PhDr. Ing. Sylvii Bukovovej, PhD. za jej odborné vedenie, metodickú pomoc, rady a skúsenosti, ktoré mi poskytla počas vypracovania bakalárskej práce. Ďalej by som chcel poďakovať Olge Shebanovej, zakladateľke spoločnosti Healthclip s.r.o., za jej spoluprácu a poskytnutie potrebných informácií.

ABSTRAKT

ROMÁN, Dominik: Využívanie alternatívnych zdrojov financovania v MSP v SR. Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; Katedra podnikovohospodárska. Vedúci práce: PhDr. Sylvia Bukovová, PhD. Bratislava: FPM EU, 2020, 50 strán

Primárnym cieľom bakalárskej práce je charakterizovať malé a stredné podniky, poskytnúť prehľad o zdrojoch ich financovania s dôrazom na alternatívne zdroje financovania. Sekundárnym cieľom je následne aplikovať teoretické poznatky na konkrétnom príklade z praxe. Práca je rozdelená do 4 kapitol. Obsahuje 5 grafov, 1 schému a 4 tabuľky. Výsledkom záverečnej práce je analýza a zhodnotenie súčasného spôsobu financovania skúmanej spoločnosti Healthclip s.r.o., a následné odporúčania na zlepšenie financovania. Navrhli sme, aby investovali väčšiu časť finančných prostriedkov do marketingu, najmä reklamy, prípadne využili aj inú formu alternatívneho financovania, a to business angel investora.

Kľúčové slová: malý podnik, stredný podnik, zdroje financovania, alternatívny zdroj financovania, fundraising

ABSTRACT

ROMÁN, Dominik: Using of alternative sources of funding in SMEs in Slovakia. University of Economics in Bratislava. Faculty of Business Management; Department of Business Economy. Supervisor: PhDr. Sylvia Bukovová, PhD. Bratislava: FPM EU, 2020, 50 pages

The primary goal of bachelor's thesis is to characterize small and medium enterprises, to provide a view of the sources of funding in the impact of alternative sources of funding. The secondary goal is then apply the theoretical knowledge with selection of a specific alternative source of funding in a specific example from practice. The thesis is divided into four chapters. It contains 5 graphs, 1 schedule and 4 tables. The result of the final thesis are the recommendations, that we suggested to enterprise. We suggested to invest more money to marketing and the ability to use another form of alternative source of funding, specifically business angel investor.

Keywords: small enterprise, medium enterprise, sources of funding, alternative source of funding, fundraising

OBSAH

ÚVOD	9
1. SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ	11
1.1. Charakteristika malých a stredných podnikov	11
1.1.1. Vymedzenie malých a stredných podnikov	13
1.1.2. Stav malého a stredného podnikania v SR	15
1.2. Charakteristika zdrojov financovania malých a stredných podnikov	16
1.3. Štandardné zdroje financovania	17
1.3.1. Úverové financovanie	18
1.4. Alternatívne zdroje financovania	19
1.4.1. Private equity investície	20
1.4.2. Business Angels	26
1.4.3. Fundraising	27
1.4.4. Crowdfunding	29
2. CIEĽ PRÁCE	32
3. METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA	33
4. VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA	34
4.1. Charakteristika spoločnosti Healthclip s.r.o.	34
4.1.1. Organizačná štruktúra podniku	35
4.1.2. Výsledok hospodárenia podniku	36
4.2. Financovanie spoločnosti Healthclip s.r.o.	39
4.2.1. Získavanie financií	39
4.2.2. Ďalšie formy financovania	41
4.2.3. Proces fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o.	43
4.2.4. Prognóza vývoja fundraisingu spoločnosti Healthclip s.r.o. na rok 2020	45
4.3. Diskusia a návrhy na zlepšenie	46
ZÁVER	48
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	49

Úvod

Malé a stredné podniky sú hnacou silou hospodárstva každej krajiny. Sú hlavným zdrojom pracovných miest, nositeľmi podnikateľského ducha, realizujú inovácie a sú rozhodujúce pre podporu konkurencieschopnosti a zamestnanosti. Malé a stredné podniky tvoria 99% z celkového počtu podnikateľských subjektov. Na zmenu v podnikateľskom prostredí reagujú zo všetkých najcitlivejšie. Často čelia problémom najmä pri získavaní kapitálu alebo financovania pomocou úverov, najmä v počiatočnej fáze. Spoliehajú sa najmä osobné finančné prostriedky, úvery, pomoc od rodiny alebo priateľov. Obmedzené zdroje týchto podnikov môžu obmedziť prístup k novým technológiám alebo inováciám. Práve z tohto dôvodu je podpora malých a stredných podnikov jednou z priorít Európskej komisie, či už v rámci hospodárskeho rastu, tvorby pracovných miest alebo hospodárskej a sociálnej súdržnosti.

Téma financovania malých a stredných podnikov je pre nás veľmi zaujímavá a blízka, pretože do budúcnosti nechceme byť zamestnanci, ale podnikatelia, ktorí vytvárajú nové pracovné miesta. Byť podnikateľom v tomto segmente je veľmi výhodné, pretože máme voľnú ruku pri rozhodovaní a rozhodujeme sa rýchlo a efektívne na základe vlastných myšlienok.

V prvej kapitole sa venujeme definovaniu pojmu podniku, klasifikácii podnikov, a následne sa venujeme problematike malých a stredných podnikov. Charakterizujeme zdroje financovania, ktoré ďalej členíme na štandardné a alternatívne. V hlavnej časti prvej kapitoly sa venujeme najmä alternatívnym zdrojom financovania.

V druhej kapitole si stanovujeme ciele bakalárskej práce. Primárnym cieľom bakalárskej práce je charakterizovať alternatívne zdroje financovania malých a stredných podnikov a prostredníctvom analýzy zhodnotiť a popísať využitie jedného zo zdrojov na konkrétnom príklade z praxe. K vypracovaniu hlavného cieľa nám budú pomáhať ďalšie čiastkové ciele.

Tretia kapitola predstavuje metodiku práce a metódy skúmania, ktoré opisujú metódy a postupy, ktorými sme dosahovali cieľ práce.

Štvrtá kapitola je zameraná na využitie vybraného alternatívneho zdroja financovania na konkrétnom príklade z praxe. V tejto kapitole definujeme konkrétny podnik, jeho zameranie a spôsob financovania vybraným alternatívnym zdrojom financovania. Dôkladne analyzujeme celý postup financovania, od prvého kontaktu s investorom až po uzavretie obchodu.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Zabezpečiť dostatočné zdroje financovania pre fungovanie podniku sú jednou z najhlavnejších úloh každého podniku, preto je dôležité stanoviť, ako sa bude daný podnik financovať. Právna norma podniku a druh podnikania majú najväčší vplyv na spôsob financovania podniku. Začínajúce podniky potrebujú vstupný kapitál na rozvoj spoločnosti a podnikateľských aktivít. Existujúce podniky potrebujú kapitál na ďalší rozvoj, budovanie konkurencieschopnosti a zavádzaniu nových technologických postupov.

1.1. Charakteristika malých a stredných podnikov

Existuje neskutočne veľa definícií, čo predstavuje pojem podnik, no my sme si vybrali definíciu podniku v zmysle zákona. „Podnikom sa na účely tohto zákona rozumie súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoju povahu majú tomuto účelu slúžiť.“¹

Podľa Majtána a kol. je „podnik základný prvok hospodárskeho systému, predstavuje v trhovom hospodárstve aktívne hospodárske centrum, ktoré dlhodobo a s určitým rizikom, cieľavedome vyrába výrobky alebo poskytuje služby na krytie potrieb spoločnosti alebo jednotlivcov. Z hľadiska ekonomickej teórie je podnik predmetom skúmania viacerých ekonomických verejných disciplín, medzi ktorými si prioritu z pozície rozsahu, ale aj obsahu zachováva podnikovohospodárska náuka. Objektom podnikovohospodárskej náuky je podnik ako podnikateľský subjekt, ktorý sa vyznačuje všeobecnými, ale aj špecifickými znakmi, charakteristickými pre jednotlivé typy ekonomík.“²

Podniky klasifikujeme podľa viacerých kritérií, najčastejšie podľa veľkosti. Podľa tohto hľadiska podniky delíme na malé podniky, stredné podniky a veľké podniky. Malé a stredné podniky zohrávajú v našom hospodárstve dôležitú úlohu. Podľa Slovak Business Agency tvoria

¹ Definícia podniku v zmysle zákona č. 513/1991 Obchodného zákonníka § 5

² MAJTÁN, Štefan a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : Sprint vbra, 2007. s. 13. ISBN 978-80-89085-79-8.

99.9% podiel z celkového počtu podnikateľských subjektov, poskytujú v podnikovej ekonomike pracovné príležitosti 73% aktívnej pracovnej sily a podieľajú sa 55% na tvorbe pridanej hodnoty.³

Jednoznačnú definíciu malých a stredných podnikov v zákone nenájdeme, no poznáme viacero charakteristík MSP. Najčastejšie sa veľkosť podnikov definuje podľa počtu zamestnancov. Nová európska definícia MSP, ktorá je v platnosti od 1.januára 2005, považuje organizáciu za malý a stredný podnik ak spĺňa tieto podmienky:

- podnik je zapojený v ekonomickej aktivite
- má menej ako 250 zamestnancov
- ročný obrat nepresahuje 50 miliónov € alebo konečná bilancia nepresahuje 43 miliónov €.

Malé a stredné podniky sú pilierom každej národnej ekonomiky i celoeurópskeho priestoru, vytvárajú najširšiu platformu pre podnikanie a predstavujú unikátny zdroj pre inovatívne podnikateľské nápady. Signifikantne sa podieľajú na zabezpečovaní zamestnanosti a veľkou mierou pomáhajú tvoriť zdravé konkurenčné prostredie. Dokážu pružnejšie riešiť napätie na trhu práce a sú dôležité najmä z regionálneho aspektu. Vznikajú a fungujú totiž aj v najzaostalejších regiónoch, kde absorbujú voľnú pracovnú silu – znižujú počet nezamestnaných – a tým prispievajú k ich sociálnej inklúzii a prosperite regiónu.⁴

Malé a stredné podniky v SR vytvárajú v každej krajine priaznivú sociálnu klímu, umožňujú nielen pracovné, ale aj spoločenské a sociálne uplatnenie obyvateľstva, oživujú historické centrá a pomáhajú udržať zdravé životné prostredie.

MSP prispievajú k rozvrstveniu spoločnosti, čím pomáhajú zabezpečiť priaznivé sociálno-psychologické ovzdušie. Zároveň stabilizujú ekonomickú, sociálnu a politickú

³ [cit. 2020-03-04]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_2018.pdf

⁴ BUKOVÁ, Sylvia – GAJDOVÁ, Denisa – KOVALEV, Andrej. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2019. s. 9. ISBN 978-80-225-4610-2.

štruktúru a dynamizujú trhovú spoločenský poriadok – vďaka nim sa ekonomická a politická moc rozptyľuje medzi široké vrstvy obyvateľstva.⁵

Špecifickým typom „podniku“ z oblasti malých a stredných podnikov je startup. *„Startup je pojem označujúci novovznikajúci projekt alebo začínajúcu firmu, ktorá má potenciál rýchlo rásť a vysokú mieru inovatívnosti.“*⁶

*„Nájsť jednotnú definíciu startupov je pomerne zložité, pretože definícia závisí od uhla pohľadu toho, kto ju tvorí. Jeden z najznámejších startup podnikateľov zo Silicon Valley - Steve Blank, zdefinoval startup ako **dočasné usporiadanie vytvorené k hľadaniu opakovateľného a stupnovateľného biznis modelu**. Hlavným produktom startupu je spoločnosť samotná – buď jej podnikateľský zámer alebo tím, ktorý stojí za ním.“*⁷

*„Iný pohľad na startupy prináša Eric Ries, žiak Steva Blanku. Podľa Riesa je startup: **ľudská inštitúcia vytvorená preto, aby priniesla v podmienkach extrémnej neistoty nový produkt alebo službu**. Kľúčovými aspektmi startupov sú produkt, inovácie a neistota, ktorej musí startup čeliť. Novosť produktu alebo služby odlišuje startup od klasických firiem. Klasické firmy sa snažia udržať a chrániť samých seba, namiesto toho, aby odkrývali nové zdroje hodnôt pre zákazníka a zisťovali aké dopady má na neho ich podnikanie.“*⁸

1.1.1. Vymedzenie malých a stredných podnikov

Spravidla sa malé a stredné podniky vymedzujú z dvoch hľadísk:⁹

- A. Kvalitatívne hľadisko** umožňuje vymedziť malé a stredné podniky na základe špecifického katalógu znakov, podľa ktorého je daný minimálny počet typických črt pre túto skupinu podnikov, ale nie je možné jednoznačné priradenie týchto znakov. Príkladmi môžu byť: spôsob manažmentu, výskumu a vývoja,

⁵ BUKOVÁ, Sylvia – GAJDOVÁ, Denisa – KOVALEV, Andrej. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2019. s. 10. ISBN 978-80-225-4610-2.

⁶ [cit. 2020-03-10]. Dostupné na <https://www.podnikajte.sk/temy/startup>

⁷ [cit. 2020-03-10]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/en/node/432#.Xqygzi_7CfV

⁸ [cit. 2020-03-10]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/en/node/432#.Xqygzi_7CfV

⁹ BUKOVÁ, Sylvia – GAJDOVÁ, Denisa – KOVALEV, Andrej. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2019. s. 11. ISBN 978-80-225-4610-2.

organizácie, zásobovania, produkcie, predaja, financovania a personalistiky. Osobnosť jednoznačne nezávislého podnikateľa zjednocuje v sebe vlastníctvo – majetok a hospodárske riziko. Určujúce tu nie je zaradenie podniku do určitej kategórie podľa veľkosti alebo právnej formy, ale účelová jednota všetkých podnikateľských činností (vlastníctvo, riadenie, ručenie, kontrola, zodpovednosť a riziko v jednej osobe – podniku vedenom vlastníkom). Za podstatné aspekty malých a stredných sa považujú právna a hospodárska samostatnosť, podnikateľská činnosť vlastníka a transparentnosť.

B. Kvantitatívne sa malé a stredné podniky vymedzujú podľa jedného alebo niekoľkých kritérií, ktoré sú kvantifikovateľné a umožňujú zachytiť rôznorodosť podnikateľských subjektov a zároveň splniť požiadavky na univerzálnosť, jednoznačnosť a presnosť hodnotenia. Najčastejšie sa určuje veľkosť podniku podľa počtu pracovníkov, ročného obratu alebo objemu zisku (straty), výšky kapitálu, postavenia na trhu.

Podľa Majtána a kol. sú najčastejšie kvantitatívne kritéria tieto:¹⁰

- počet zamestnancov,
- obrat,
- majetok, či kapitál,
- zisk.

Majtán a kol. uvádza, že „*kvantitatívne kritéria sa kombinujú s kvalitatívnymi kritériami.*

Medzi ne patrí:“¹¹

- organizačná štruktúra podniku,
- postavenie na trhu,
- lokalizácia podniku,
- vzťah vlastníctva a manažmentu a iné.

¹⁰ MAJTÁN, Štefan a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : Sprint v.fra, 2007. s. 102. ISBN 978-80-89085-79-8.

¹¹ MAJTÁN, Štefan a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : Sprint v.fra, 2007. s. 103. ISBN 978-80-89085-79-8.

Kategorizácia MSP v EÚ od 1.1.2005:¹²

- **mikropodniky – 1-9 zamestnancov, ročný obrat alebo bilancia menej ako 2 mil. €**
- **malé podniky – 10-49 zamestnancov, ročný obrat 2-10 mil.€, bilancia 2-10 mil. €**
- **stredné podniky - 50-249 zamestnancov, ročný obrat 10-50 mil.€, bilancia 10-43 mil. €**

Tabuľka 1 Rozdelenie malých a stredných podnikov podľa veľkosti

Podnik	Počet zamestnancov	Ročný obrat (mil. €)	Ročná bilancia (mil. €)
Mikropodnik	do 10	2	2
Malý podnik	10-50	10	10
Stredný podnik	50-250	50	43

Zdroj: vlastné spracovanie

1.1.2. Stav malého a stredného podnikania v SR

Slovak Business Agency (SBA) každoročne zostavuje Správu o stave malého a stredného podnikania na Slovensku. Posledná Správa o stave malého a stredného podnikania na Slovensku je za rok 2018.

V porovnaní s rokom 2017 vzrástla zamestnanosť v sektore malých a stredných podnikoch o 1,4 %, pridaná hodnota o 11 %, pričom dosiahnutý medziročný rast bol najvýznamnejší za posledných 8 rokov. Vytvorený zisk pred zdanením sa medziročne zvýšil o 18,4 % a hrubá produkcia malých a stredných podnikov o 7,8 %. Podľa predbežných výsledkov Štatistického úradu SR sa zvýšilo aj medziročné tempo rastu vývozu malých a stredných podnikov o 3,6 %. Napriek pozitívnemu vývoju v rámci viacerých ukazovateľov, sa nepodarilo

¹² [cit. 2019-10-19]. Dostupné na <https://www.euroekonom.sk/financovanie-malych-a-strednych-podnikov/>

malým a stredným podnikom nadviazať na predchádzajúci pozitívny vývoj v oblasti investičnej aktivity.¹³

Počet aktívnych podnikateľských subjektov evidovaných Štatistickým úradom SR (ďalej len „ŠÚ SR“) v roku 2018 dosiahol 560 521, z toho 559 841 predstavovali malé a stredné podniky. V medziročnom porovnaní klesol ich počet o 1,3 %. Z celkového počtu podnikov bolo 96,8 % mikropodnikov (542 525), 2,6 % (14 328) malých podnikov a 0,5 % (2 988) stredných podnikov a 0,1 % (680) veľkých podnikov.¹⁴

1.2. Charakteristika zdrojov financovania malých a stredných podnikov

Každý malý a stredný podnik potrebuje financie, aby mohol fungovať. Nedostatok finančných zdrojov je častým dôvodom brzdiacim rozvoj podnikania. Nemusí to však platiť pre všetky podniky, pretože každý podnik potrebuje iný objem financií, každý podnik využíva financie na iné účely. Väčšinou sú financie ale využité na rozvoj podniku, následný rozvoj pri podnikoch, ktoré fungujú dlhšie, na nákup inovácií a nových technických zariadení, na rozvoj konkurencieschopnosti. Podniky preto získavajú financie z viacerých zdrojov.

Podľa Vlachynského a kol. môžeme finančné zdroje podniku členiť z rozličných hľadísk:¹⁵

- a) **Podľa účelu, na ktorý sú určené, získava podnik finančné zdroje ako kapitál alebo peniaze.** O získavaní kapitálu hovoríme vtedy, keď zdroje slúžia na zariadenie, rozšírenie alebo iné zveľadenie podniku, investujú sa. Finančné zdroje ako peniaze slúžia na zabezpečenie platobnej schopnosti a likvidity podniku v priebehu jeho hospodárenia.
- b) **Z časového hľadiska** – na neobmedzený čas (trvalo), dlhodobu a krátkodobu
- c) **Podľa prameňa, z ktorého do podniku plynú** – interné (zisk po zdanení znížený o dividendy, odpisy dlhodobého majetku a zdroje uvoľňované pri

¹³ [cit. 2020-03-08]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/sites/default/files/sprava_o_stave_msp_2018_aktualizovane.pdf

¹⁴ [cit. 2020-03-08]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/sites/default/files/sprava_o_stave_msp_2018_aktualizovane.pdf

¹⁵ VLACHYNSKÝ, Karol a kol. *Podnikové financie*. Bratislava : Iura Edition, 2009. s. 83. ISBN 978-80-8078-258-0.

zmenách majetkovej a finančnej štruktúry podniku) a externé (všetky druhy úverov, pôžičky, dotácie, pôvodné a dodatočné vklady vlastníkov)

d) Z hľadiska vlastníctva – vlastné a cudzie

V našej bakalárskej práci sa ďalej budeme venovať cudzím zdrojom financovania, a to načrtujeme štandardné zdroje financovania a konkrétne sa budeme venovať alternatívnym zdrojom financovania.

Cudzie zdroje financovania členíme na štandardné zdroje financovania a alternatívne zdroje financovania. Medzi štandardné zdroje financovania zaraďujeme bankové úvery, odkúpenie pohľadávok (faktoring/forfaiting), prenájom (lízing), financovanie prostredníctvom dodávateľov/odberateľov, obligácie, stále a nestále pasíva.

Alternatívne zdroje financovania patria do sekcie cudzích zdrojov financovania. Na financovanie v podnikoch sa využívajú v menšom množstve ako klasické zdroje financovania. Môžeme ich považovať za nové formy financovania podnikov, preto väčšina podnikateľov nemusí mať o nich dostatok informácií. Podľa Slovak Business Agency môžeme za alternatívne zdroje financovania považovať private equity investície, venture kapitál, Business Angels, crowdfunding, štátnu pomoc a pomoc z Európskej únie.¹⁶

1.3. Štandardné zdroje financovania

Medzi významné štandardné zdroje financovania patria finančné úvery, podnikové obligácie, dodávateľské úvery, bankové úvery, zmenky a osobitné formy úverov (zvláštne úverové formy), kam zaraďujeme lízing, franchising, faktoring a forfaiting.¹⁷

¹⁶ [cit. 2020-03-05]. Dostupné na http://www.sbagency.sk/sites/default/files/vyuzivanie_alternativnych_zdrojov_financovania_msp.pdf

¹⁷ BOBÁKOVÁ, Viktória. *Finančné zdroje podniku*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2002. s. 46. ISBN 80-225-1592-2.

1.3.1. Úverové financovanie

Úver je pre podnik formou získavania cudzích externých zdrojov. Je to ekonomický vzťah medzi veriteľom a dlžníkom, ktorý vzniká pri odovzdaní konkrétnej hodnoty na dočasné použitie, t.j. s podmienkou návratnosti.¹⁸

Veriteľ poskytne dlžníkovi istú hodnotu v peniazoch, dlžník sa zaväzuje splatiť tento dlh v dohodnutom termíne aj s dohodnutým úrokom.

A. Finančné úvery

Ide o úvery poskytnuté na základe úverovej zmluvy prijímané v peňažnej forme. Môže ísť o termínové pôžičky, hypotekárne úvery, revolvingové úvery a exportné úvery. V krátkosti si charakterizujeme exportný úver. Podľa Vlachynského a kol. je *„exportný úver istou formou poskytnutia preddavku na zahraničnú pohľadávku exportéra. Exportér postúpi pohľadávku banke, tá mu na jej základe poskytne úver na dohodnutú časť sumy pohľadávky (maximálne do 70% hodnoty).“*¹⁹

B. Dodávateľské úvery

Dodávateľské úvery poskytujú najmä dodávatelia strojov a zariadení, ktoré odberateľ spláca. Tento druh úveru býva drahší, ako finančný úver, pretože úroky bývajú započítané už v cene dodávky. Dodávateľské úvery sa poskytujú v dvoch formách:

- dodávateľ vlastní zariadenie až do splatenia poslednej splátky odberateľom
- odberateľ je vlastníkom od uzavretia kontraktu, spláca toto zariadenie a zaradenie je pre dodávateľa počas splácania zábezpekou

C. Osobitné formy úverov

- **Lízing (prenájom)** – osobitná forma financovania, ktorý MSP využívajú veľmi často. Ide o prenájom tovaru dlhodobej spotreby. Podľa obdobia, na ktoré sa lízingová zmluva uzatvára, členíme lízing na operatívny a finančný.

¹⁸ VLACHYNSKÝ, Karol a kol. *Podnikové financie*. Bratislava : Iura Edition, 2009. s. 168. ISBN 978-80-8078-258-0.

¹⁹ VLACHYNSKÝ, Karol a kol. *Podnikové financie*. Bratislava : Iura Edition, 2009. s. 183. ISBN 978-80-8078-258-0.

- *operatívny lízing* – ide o krátkodobý prenájom, najmä áut, strojov, počítačov, špeciálnych zariadení. Po celú dobu je vlastníkom lízingová spoločnosť, ktorá daný majetok aj odpisuje. Po uplynutí doby, na ktorú sa lízingová zmluva uzavrela, daný majetok neprechádza do vlastníctva nájomcu.
 - *finančný lízing* – dlhodobý prenájom, doba prenájmu zahŕňa čas životnosti prenajímaného majetku a končí sa prevodom majetku do vlastníctva nájomcu.
- **Factoring** – predstavuje odpredaj pohľadávky dodávateľa voči odberateľovi osobitnej faktoringovej organizácií (faktorovi), ktorá sa stará o jej inkaso.²⁰ Faktor uhradí podniku pohľadávku, no z nominálnej ceny si zrazí diskont (úrok), rizikovú províziu a platbu za služby.
 - **Forfaiting** – predstavuje odpredaj pohľadávky exportéra pred lehotou jej splatnosti spravidla prevyšujúcu jeden rok.²¹ Celková suma pohľadávky je znížená o províziu (úrok, riziková prirážka, náklady forfaitingu, zisková prirážka).
 - **Franchising** – ide o podnikanie založené na zmluvnom vzťahu medzi franchisorom a franchisantom. Franchisor poskytne franchisantovi svoje know-how, receptúry, technologické postupy, zásobovacie a odbytové cesty, podporu a poprípadne aj istý finančný vklad. Franchisant teda podniká na základe skúsenosti franchisora. Platba býva väčšinou jednorazová za vstup do franchisingového reťazca, následne franchisant platí poplatky za služby. Ide síce o osvedčený druh podnikania na základe skúsenosti, mena, značky, ale zároveň aj o veľmi drahý vstup do podnikania.

1.4. Alternatívne zdroje financovania

V tejto časti bakalárskej práce sa budeme venovať alternatívnym zdrojom financovania malých a stredných podnikov na Slovensku. Alternatívne zdroje financovania využívajú najmä startupy. V nasledujúcich častiach objasníme tieto alternatívne zdroje financovania: private equity investície, Business Angels, ako aj netradičné spôsoby získavania týchto zdrojov - fundraising a crowdfunding.

²⁰ VLACHYNSKÝ, Karol a kol. *Podnikové financie*. Bratislava : Iura Edition, 2009. s. 207. ISBN 978-80-8078-258-0.

²¹ SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 78. ISBN 978-80-8078-413-3.

1.4.1. *Private equity investície*

Private equity investície alebo súkromné kapitálové zdroje nie sú kótované na burze. Pri private equity investícii investor nakupuje majoritný podiel. Private equity sú doslova investíciou do vlastného imania. Spoločnostiam a startupom prinášajú množstvo výhod. Niektorí majitelia spoločností sa obávajú, že vstup private equity do ich podnikania znamená stratu kontroly nad ich podnikaním. Private equity umožňujú prístup k likvidite, financujú nápady spoločnosti a keďže ide o zdroje, ktoré nie sú kótované na burze, tak aj nové stratégie rastu mimo verejných trhov. Priemerný životný cyklus private equity je 5 až 7 rokov. Investor poskytuje aj podporu poradenstva pri rozvoji a naplní podnikateľského plánu.

Podľa Sobekovej Majkovej možno rozdeliť private equity investície do týchto základných skupín:²² venture kapitál, buy-out, mezanínové financovanie, reštrukturalizácia, seed capital, start-up capital, early stage development capital, later stage development capital, rescue capital, debt replacement capital, acquisition capital a manažérske odkúpenie.

- **Venture kapitál** – financovanie v začiatočnom štádiu podniku, pomáha rásť podniku, dostať sa na trh, ale aj financovať ďalší rozvoj. Patrí sem predštartovacie, štartovacie a rozvojové financovanie. Venture kapitál (rizikový kapitál) predstavuje financovanie podnikov formou navýšenia ich vlastného kapitálu. Nejde však len o jednorazové poskytnutie financií, ale o dlhoročný proces spolužitia podnikateľského subjektu spolu s investorom, ktorý všestranne napomáha rozvoju podniku a pravidelne monitoruje aktuálnu situáciu v podniku. Na rozdiel od úveru sa investor stáva spoluvlastníkom s právom veta v dôležitých rozhodnutiach.²³ Ide o investíciu do založenia, ranného rozvoja alebo expanzie podniku.
- **Buy-out** – investovanie kapitálu do už existujúcich spoločností s kvalitným manažérskym tímom na dosiahnutie rastu hodnoty spoločnosti. Manažéri majú opčné právo na odkúpenie podielov spoločnosti. Pri Buy-in do spoločnosti vstupuje nový manažment z externého prostredia. Účelové odkúpenie znamená prevzatie spoločnosti

²² SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 84. ISBN 978-80-8078-413-3.

²³ [cit. 2019-11-15]. Dostupné na <https://businessangels.sk/blog/co-je-to-rizikovy-kapital-a-pre-koho-je-urceny>

alebo časti podielu spoločnosti na základe zapožičania kapitálu. Leveraged buyout môžeme preložiť ako „*akvizíciu ďalšej spoločnosti použitím významnej sumy požičaných peňazí na pokrytie nákladov akvizície. Majetok spoločnosti, ktorý bol získaný, je často použitý ako záruka požičaných peňazí spolu s majetkom spoločnosti, ktorá spoločnosť prevzala.*“²⁴

- **Mezanínové financovanie** – spojenie vlastného a cudzieho kapitálu. Investor poskytne kapitál, za ktorý dostáva úroky, podnik si požičaný kapitál vykazuje vo vlastnom imaní. Predstavuje modernú formu alternatívneho financovania. Mezanín je dlhodobý podriadený úver (podriadený bankovému úveru), ktorého cena a doba splatnosti závisia od úspešnosti projektu. Cieľom firiem poskytujúcich mezanínový kapitál je investovanie do malých a stredných podnikov s dlhodobým rastovým potenciálom. Výška priemernej investície sa pohybuje v našom prostredí v rozmedzí 1 až 5 miliónov €. ²⁵ Banky klasifikujú mezanínový kapitál ako vlastný kapitál. Výhodou je, že dlžník nestráca kontrolu nad firmou. Mezanínové financovanie je lacnejšie ako vlastné zdroje, istina sa väčšinou splatí jednorazovo na konci splatnosti úveru, počas tejto doby dlžník spláca úrok. Na slovenskom trhu poskytuje mezanínové financovanie spoločnosť RMS Mezzanine, a.s.. Spoločnosť poskytuje kapitál v situáciách, ktoré si zadefinujeme v nasledujúcej tabuľke:

²⁴ [cit. 2019-11-16]. Dostupné na <https://www.investopedia.com/terms/l/leveragedbuyout.asp>

²⁵ SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 108. ISBN 978-80-8078-413-3.

Tabuľka 2 Mezanínový kapitál spoločnosti RMS Mezzanine, a.s.

Refinancovanie	V prípade potreby zmeny štruktúry existujúceho financovania, keď mezanín nahrádza krátkodobé a strednodobé firmy financovania najmä zo strany bánk. Výhodou je dlhšia splatnosť úveru a viac likvidity pre okamžitý rozvoj.
Rozvojový kapitál	Poskytnutie nového kapitálu firme za účelom podpory jej ďalšieho rastu (otvorenie novej prevádzky, expanzia na nové trhy, atď.)
Management buy out	Poskytnutie chýbajúceho kapitálu manažmentu firmy na dofinancovanie jej prevzatia od pôvodného majiteľa.
Leveraged buy out	Poskytnutie chýbajúceho kapitálu firme, prípadne investičnému fondu za účelom akvizície cieľovej spoločnosti na dlh.
Spolufinancovanie	Poskytnutie dodatočného kapitálu, krátkodobých foriem financovania a záruk v prípade investícií projektového charakteru, resp. pri spolufinancovaní z eurofondov.

Zdroj: [cit. 2019-11-18]. Dostupné na <https://www.podnikajte.sk/financie-na-podnikanie/mezaninovy-kapital>

- **Reštrukturalizácia** – je zákonom stanovený proces smerujúci k záchrane dlžníka, v ktorom sa dohodne dlžník so všetkými veriteľmi na vysporiadaní ich pohľadávok a zachová sa ďalšia prevádzka podniku dlžníka vrátane zamestnanosti²⁶
- **Seed capital (predštartovacie financovanie)** – ide o financovanie zvyčajne ešte pred vznikom podniku, napr. financovanie vývoja prototypu nového výrobku. Je to najrizikovejšia forma venture financovania, objem investície dosahuje spravidla 8 300 – 130 000€, investície prinášajú zisk po 7 – 12 rokoch, miera zisku 150 – 170 %.
- **Start-up capital (štartovacie financovanie)** – investovanie do začiatku činnosti podniku. Návratnosť investície je 5 až 10 rokov, objem investície 130 000 – 660 000 € a miera zisku 100 – 120 %. Tento typ financovania ponúka iba 5 % investorov.

²⁶ [cit. 2020-03-06]. Dostupné na <https://www.patriotgroup.eu/blog/co-je-restrukturalizacia>

- **Early stage development capital (financovanie začiatočného rozvoja)** – financovanie podnikov, ktoré čiastočne fungujú, pre potenciál ďalšieho rozvoja. Doba návratnosti 4 až 7 rokov a miera zisku 70 %.
- **Later stage development capital (rozvojové financovanie)** – investovanie do fungujúcich podnikov, napr. na vybudovanie novej linky. Miera zisku 25 – 35 %.
- **Rescue capital (záchranné financovanie)** – investície pre spoločnosti, ktorým hrozí bankrot. Miera zisku 25 %.
- **Debt replacement capital (náhradné financovanie)** – investície do spoločností, ktoré majú vysoký podiel cudzích úverových zdrojov
- **Acquisittion capital (financovanie akvizícií)** – investície na prefinancovanie nákupu inej spoločnosti
- **Manažérske odkúpenie** – investície na financovanie odkúpenia existujúcej spoločnosti v prospech manažmentu. Dobra návratnosti 2 – 3 roky.

„Fondy rizikového kapitálu na Slovensku zastrešuje spoločnosť **Fond fondov, s.r.o.**, ktorá bola založená Slovak Business Agency (SBA) už v roku 1994. V súčasnosti Fond fondov, s.r.o. zastrešuje fungovanie viacerých fondov rizikového kapitálu s rozdielnymi investičnými stratégiami. Ide napríklad o:

- *Fond štartovacieho kapitálu, zameraný na podporu malých a stredných podnikov v Slovenskej republike;*
- *Regionálny fond štartovacieho kapitálu (podpora malých a stredných podnikov v žilinskom, banskobystrickom, košickom a prešovskom kraji);*
- *Fond INTEG a Fond SISME (podpora inovatívnych firiem);*
- *Fond Seed Capital (podpora formou seed investícií do novo zakladaných, mladých a inovatívnych malých a stredných podnikov na Slovensku);*
- *Mikroúverový Fond (poskytovanie úverov podnikateľom z bratislavského a trnavského kraja).“²⁷*

²⁷ ŠÚBERTOVÁ, Elena a kol. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch. Modelové príklady*. Bratislava : KARPRINT, 2014. s. 35. ISBN 978-80-89553-21-1.

Spoločnosť SBA vznikla v roku 1993, je najvýznamnejšou a najstaršou inštitúciou z hľadiska podpory MSP. Realizuje aktivity na podporu MSP na Slovensku. Zabezpečuje finančné a nefinančné programy, ako na národnej, tak aj na medzinárodnej a regionálnej úrovni.

Podporné programy SBA:

- **Mikropôžičky** – možnosť požičať si od 2 500 € až do 50 000 €, splatnosť 6 mesiacov až do 4 rokov, úroková sadzba 1.19% - 9.03%
- **Fond inovácií a technológií** – poskytovanie rizikového kapitálu pre rozvoj podnikania, zamestnanosti a hospodárstva k inovatívnej ekonomike
- **Fondy rizikového kapitálu** – Národný holdingový fond s.r.o. – špecializovaná dcérska spoločnosť SBA, podpora rastovo orientovaných podnikateľských projektov (vklad do základného imania spoločnosti), usmerňuje činnosti fondov tak, aby sa stimuloval rozvoj MSP na celom území SR, obhospodaruje fondy, do ktorých spolu s NH fondom investovali aj súkromní investori – Slovenský rastový a kapitálový fond, Slovenský rozvojový fond, Fond inovácií a technológií a Fond seed capital.

Každá investícia prechádza investičným procesom. Investičný proces je postup krokov, ktoré musí absolvovať podnik aj investor. Ukončenie investície sa môže skončiť rôznymi spôsobmi. V nasledujúcej tabuľke si uvedieme investičný proces spoločnosti Arca Capital, ktorá pôsobí predovšetkým v oblasti venture kapitálu:

Tabuľka 3 Fázy, vstupy a časové intervaly investičného procesu spoločnosti Arca Capital

Fáza	Potrebné vstupy	Časový interval (týždne)
1. Predbežné posúdenie investičnej príležitosti	- Zmluva o mlčanlivosti - Základné informácie o spoločnosti/zámere - Finančný plán	1 - 2
2. Evaluácia (vlastné ohodnotenie)	- Podnikateľský zámer	2 - 3
3. Vzájomná dohoda o spoločnom postupe	- Term sheet/Zmluva o budúcej zmluve	2
4. Due dilligence (hlbková analýza)	- Dotazník – príprava podkladov – Data room	1 - 2
5. Záväzná ponuka spolupráce financovanie	- Návrh právnej dokumentácie	1
6. Podpísanie zmluvnej dokumentácie	- Zmluva	1

Zdroj: SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 87. ISBN 978-80-8078-413-3.

Jedným z krokov v investičnom procese je realizácia due dilligence, t.j. previerka spoločnosti, ktorá má záujem o získanie potrebného kapitálu.²⁸

Due dilligence

Due dilligence je previerka informácií o spoločnosti pred uskutočnením investície. Táto previerka obvykle pozostáva z účtovnej, daňovej, finančnej, personálnej a právnej stránky podniku. Due dilligence odhaľuje skutočnú situáciu podniku, aj cenu, za ktorú je skutočne ponúkaný.

²⁸ SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 87. ISBN 978-80-8078-413-3.

Investor svoje požiadavky formuluje v tzv. checkliste. Základnou časťou checklistu sú požiadavky na finančné informácie. Zvyčajne ide o výkazy za posledné 3 roky. Ďalšou časťou sú informácie o produkte. Nasledujú informácie o zákazníkoch, napr. 15 najsilnejších zákazníkov. V checkliste sa taktiež nachádzajú informácie o konkurenčnom prostredí podniku, marketingu, tržbách, distribúcii, výskumných činnostiach, manažmente a personálom. Poslednú časť tvoria právne a súvisiace záležitosti.

Po dodaní checklistu od investora má podnik vymedzený čas na zhromaždenie všetkých informácií. Dataroom obsahuje odpovede na uvedené požiadavky v checkliste.

1.4.2. Business Angels

Business angel – podnikateľský anjel je investor, ktorý okrem kapitálu prináša do podniku aj vlastné skúsenosti, do riadenia podniku sa zapája aktívne. Väčšinou ide o súkromné osoby s vlastným kapitálom a skúsenosťami z podnikania, ktoré chcú investovať do rýchlo rastúcich podnikov s veľkým trhovým potenciálom. Obchodný anjel pridáva svoje manažérske skúsenosti, know-how, kontakty. Častokrát ide o neformálny druh investovania. Business angels investujú do oblastí, ktoré sú im blízke. Ide o tzv. smart-money, kde je poskytnutie financií spojené s poskytnutím skúseností.

Na Slovensku združuje obchodných anjelov **Klub podnikateľských anjelov Slovenska**. Business angel očakáva návratnosť vloženého kapitálu v hodnote 20 až 30%. Spravidla investujú svoje osobné peniaze, ktoré začínajúca firma potrebuje na dokončenie prvej verzie svojho produktu alebo služby, t.j. investujú v najrizikovejšej fáze, v ktorej zlyháva až 90 % startupov.

Klub podnikateľských anjelov Slovenska združuje popredných, najmä slovenských podnikateľov a manažerov, ktorí majú záujem investovať svoje skúsenosti, čas a peniaze do inovatívnych podnikateľských zámerov. Ide o jednu z kľúčových aktivít Združenia mladých

podnikateľov Slovenska pri uľahčení získania kapitálu pre startupy mladých podnikateľov od investorov – podnikateľských anjelov.²⁹

Podľa výskumov EBAN (European Business Angels Network – Európska sieť podnikateľských anjelov) má obchodný anjel zvyčajne tieto charakteristiky:³⁰

- ide o muža vo veku 35 – 65 rokov, ktorý má za sebou úspešnú kariéru podnikateľa alebo manažéra,
- pracovný časový harmonogram mu umožňuje popri doterajších aktivitách sa venovať aj venture investíciám,
- investície obchodných anjelov sa pohybujú v rozmedzí 25 000 – 250 000 €, väčšinou nie viac ako štvrtina majetku investora,
- okrem peňazí sa delí aj o svoje know-how, skúsenosti a kontakty,
- obchodný anjel uprednostňuje investície bližšie svojmu okoliu,
- väčšinou ide o nadobúdanie minoritného podielu, teda podnikateľ nestráca kontrolu nad svojou spoločnosťou.

1.4.3. Fundraising

Fundraising možno charakterizovať ako starostlivo naplánovanú, organizovanú a strategicky orientovanú činnosť neziskových organizácií s cieľom identifikovať, pritiahnuť a získať zdroje na uspokojenie určitej potreby. Ide o komplex rôznych metód a postupov, ktorých cieľom je získať finančné a iné zdroje pre aktivity neziskových organizácií.³¹

Fundraising je proces alebo sústavná činnosť, v rámci ktorej sa zhromažďujú a získavajú príspevky finančných zdrojov. Môže mať formu žiadosti o dobrovoľný príspevok, oslovanie firemných sponzorov, korporácií, individuálnych darcov.

²⁹ ŠÚBERTOVÁ, Elena a kol. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Modelové príklady. Bratislava : KARPRINT, 2014. s. 35. ISBN 978-80-89553-21-1.

³⁰ SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. s. 99. ISBN 978-80-8078-413-3.

³¹ MAJDÚCHOVÁ, Helena – BUKOVOVÁ, Sylvia – HRUŠOVSKÁ, Dana. *Neziskové organizácie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2018. s. 156. ISBN 978-80-225-4587-7.

Organizácie financované fundraisingom zvyčajne bývajú neziskové organizácie, rozpočtové alebo príspevkové organizácie, obce, kraje, cirkvi, politické strany a podnikateľské subjekty. V rámci fundraisingu sa usporadúvajú benefičné akcie, predaj určitých výrobkov a služieb, organizujú sa kluby priateľov, kde ich členovia pravidelne prispievajú organizácií. V širšom zmysle slova je fundraising získavanie finančných zdrojov od investorov na akciovom a dlhopisovom trhu.

Podľa Majdúchovej, Bukovovej a Hrušovskej sa fundraising sa organizuje cez viacero metód, a to cez osobné stretnutie, zbierky, kampane, zdieľaný marketing, organizovanie akcií, inzerciu, členstvo, testament fundraising a predaj.³²

Pod pojmom fundraising sa často rozumie len získavanie darcov, ale obsahuje vlastne všetky aktivity v súvislosti s akvizíciou peňažných, vecných, ale aj iných prostriedkov, resp. zdrojov na udržanie existencie a ďalší rozvoj práce neziskovej organizácie.³³

Fundraising učí, že už prvý dojem, ktorý vyvoláme, je veľmi dôležitý. Naučí, ako sa predstaviť, podať ruku, ako vysvetliť a zargumentovať svoje požiadavky, zároveň navedie na cestu protislužby. Na Slovensku nie je veľmi rozvinutý, no postupne ho využíva čoraz viac malých a stredných podnikov, najmä neziskové organizácie.

Fundraisingový projekt

Základným predpokladom úspešného fundraisingu je kvalitne spracovaný fundraisingový projekt, na ktorom by mali participovať všetci tí, ktorí sa do jeho realizácie budú akýmkoľvek spôsobom zapájať.³⁴

³² MAJDÚCHOVÁ, Helena – BUKOVOVÁ, Sylvia – HRUŠOVSKÁ, Dana. *Neziskové organizácie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2018. s. 159. ISBN 978-80-225-4587-7.

³³ BUKOVOVÁ, Sylvia. *Financovanie tretieho sektora v SR*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2012. s. 98. ISBN 978-80-225-3415-4.

³⁴ MAJDÚCHOVÁ, Helena – BUKOVOVÁ, Sylvia – HRUŠOVSKÁ, Dana. *Neziskové organizácie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2018. s. 157. ISBN 978-80-225-4587-7.

Časti fundraisingového projektu:³⁵

1. **Zhrnutie/sumár** – je nutné zhrnúť profil žiadúcej organizácie, ciele projektu, na akú potrebu projekt reaguje, kto ho bude realizovať, jeho časový harmonogram a aké sú jeho odhadované náklady.
2. **Profil organizácie a jej kapacita** – úlohou je stručne sa oboznámiť s právnou formou organizácie, prezentovať jej doterajšie projekty, uviesť jej organizačnú štruktúru, jej počet zamestnancov, jej majetkové a finančné pomery.
3. **Popis situácie a aktivít** – potencionálneho darcu je nutné uviesť do problému, informovať ho, na aký problém projekt reaguje, z akých analýz vychádza a o akú zmenu sa usiluje, aké výstupy budú potrebné a pomocou akých činností sa k týmto výstupom dopracujeme, aké konkrétne výsledky očakávame.
4. **Časový harmonogram a personálne zabezpečenie** – je potrebné uviesť, kto ho bude koordinovať, akí interní a externí spolupracovníci budú na ňom participovať, v akých fázach dôjde k naplneniu jeho cieľov.
5. **Spôsob hodnotenia** – aké sú navrhované spôsoby merania, akú ukazovatele budú použité na meranie jeho úspešnosti
6. **Rozpočet** – úlohou je prezentovať samotnú výšku potrebných finančných prostriedkov a príslušné priradenie k jednotlivým položkám nákladov, ich zdroje, viazanosť a načasovanie.
7. **Prílohy** – uvádzajú sa tu účtovné závierky, audítorské správy, hlásenia o spolupráci od iných partnerov, životopisy a pod.

1.4.4. Crowdfunding

Už z anglického názvu crowdfunding je jasné, že sa jedná o „financovanie davom“. Nejde o financovanie jedným investorom, ale veľkým množstvom podporovateľov, ktorí prispievajú menšími sumami. Crowdfunding je spôsob získavania zdrojov pre podniky, ktoré nemajú dostatočný kapitál alebo potrebujú financie na nové projekty.

³⁵ MAJDÚCHOVÁ, Helena – BUKOVOVÁ, Sylvia – HRUŠOVSKÁ, Dana. *Neziskové organizácie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2018. s. 156. ISBN 978-80-225-4587-7.

„Crowdfunding je proces, pri ktorom sa financuje projekt či aktivita, prostredníctvom menších príspevkov od veľkého množstva ľudí, zvyčajne cez internet.“³⁶

„Crowdfunding by mohol spôsobiť revolúciu vo financovaní malých podnikov. Prostredníctvom crowdfundingu majú menší podnikatelia, ktorí už tradične mali veľké problémy so získavaním kapitálu, s prístupom na internet pomocou počítaču prístup ku každému vo svete, kto má voľné financie na investovanie. Crowdfundingové platformy ako Kiva, Kickstarter, IndieGoGo sa rozšírili a množstvo peňazí získaných z crowdfundingu za pár narástlo na miliardy dolárov.“³⁷

Crowdfunding využíva webové technológie a online platobné systémy. Tento pojem označuje získavanie finančných prostriedkov od veľkej skupiny osôb rôznymi spôsobmi za účelom financovania rôznych projektov.

Modely financovania crowdfundingu

Existujú dve základné metódy vyplácania finančných prostriedkov autorom projektov:³⁸

1. „Všetko alebo nič“ (All or nothing)
2. „Nechaj si všetko“ (Keep it all)

V oboch prípadoch si autor určí presnú sumu, ktorú chce dosiahnuť. Taktiež si určuje dĺžku trvania kampane, počas ktorej môžu subjekty prispievať na daný projekt.

Formy crowdfundingu

Crowdfunding beží v týchto formách:³⁹

- **Charitatívna forma** – darca nedostáva nič ako protiváhu za svoj príspevok. Týmto spôsobom sa financujú najmä projekty neziskových organizácií a charít.

³⁶ [cit. 2020-03-19]. Dostupné na <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/crowdfunding?q=crowdfunding>

³⁷ BRADFORD, Steven C. *Crowdfunding and the Federal Securities Laws*. [cit. 2020-03-19]. Dostupné na https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1916184

³⁸ [cit. 2020-03-05]. Dostupné na <https://www.podnikajte.sk/financie-na-podnikanie/co-je-crowdfunding>

³⁹ [cit. 2020-03-05]. Dostupné na <https://www.eprogress.sk/crowdfunding-definicia-a-platformy/>

- **Predpredajová forma** – darca dostáva za svoj príspevok nejakú odmenu. Zvyčajne je priamo úmerná výške príspevku. Túto formu uprednostňujú umelcovi alebo začínajúci podnikatelia.
- **Pôžičková forma** – predstavuje druh mikroúverov. Peniaze však nepožičiava banka, ale viacero menších súkromných sponzorov.

Crowdfundingové platformy na Slovensku a vo svete

Crowdfundingové platformy na Slovensku:

- **Dobrá krajina** – je zameraná na podporu komunitných projektov a neziskových organizácií
- **Ľudia ľudom** – sústreďuje sa na verejnoprospešné projekty
- **HitHit** – ide o slovenskú verziu českej crowdfundingovej platformy. Stretávajú sa tu rôzne kreatívne nápady od začínajúcich umelcov, podnikateľov až po cestovateľov.

Crowdfundingové platformy vo svete:

- **Kickstarter** – patrí medzi najväčšie crowdfundingové platformy na svete. Poskytuje financovanie projektov z oblasti umenia, dizajnu, technológií alebo hier.
- **IndieGoGo** – ponúka možnosť zabezpečiť financovanie pre technologické, umelecké alebo komunitné projekty
- **Gofundme** – umožňuje získať finančnú podporu pre projekty od startupov až po charitatívne podujatia

2. Cieľ práce

Zabezpečenie financovania patrí k najdôležitejším úlohám každého podniku. Financovanie znamená vlastne obstarávanie kapitálu z rôznych zdrojov. V našej práci sa venujeme financovaniu pomocou alternatívnych zdrojov financovania, teda zdrojov, ktoré sa využívajú menej, ako štandardné zdroje financovania.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je charakterizovať malé a stredné podniky, poskytnúť prehľad o zdrojoch ich financovania s dôrazom na alternatívne zdroje financovania a následne aplikovať teoretické poznatky s výberom konkrétneho alternatívneho zdroja financovania na konkrétnom príklade z praxe.

Teoretická časť záverečnej práce je zameraná na pochopenie celej problematiky v oblasti financovania malých a stredných podnikov. K čiastkovým cieľom teoretickej časti patria definície základných pojmov a charakteristika zdrojov financovania. Preto sme v tejto časti zadefinovali základné pojmy a malé a stredné podniky. Charakterizovali sme jednotlivé zdroje financovania s dôrazom na alternatívne zdroje financovania. K vypracovaniu tejto časti nám pomohla preštudovaná literatúra.

Praktická časť záverečnej práce je zameraná na aplikáciu získaných vedomostí z teoretickej časti na konkrétnom príklade z praxe. Čiastkové ciele tejto časti nám slúžili na bližšie priblíženie problematiky v konkrétnom podniku. Vo vybranom podniku sme charakterizovali z akého alternatívneho zdroja je financovaný, dôkladne sme analyzovali celý proces financovania. V tejto časti bakalárskej práce sme zhodnotili prvý rok fungovania podniku, ďalej sme mu odporučili, čo by mohol vylepšiť v rámci fundraisingu a aký iný alternatívny zdroj financovania by mohol v budúcnosti využiť.

3. Metodika práce a metody skúmania

Pred spracovaním záverečnej práce bolo potrebné nadobudnúť teoretické poznatky na tému alternatívnych zdrojov financovania malých a stredných podnikov a dosiahnutia stanovených cieľov. Študovali sme viaceré zdroje pre čo najlepšie pochopenie problematiky. Bez týchto poznatkov by sa nám len veľmi ťažko podarilo splniť cieľ v praktickej časti práce. Predmetom praktickej časti záverečnej práce je využitie alternatívneho zdroja financovania v konkrétnom podniku – získavanie zdrojov pomocou fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o..

V teoretickej časti bakalárskej práce využívame najmä komparatívnu metódu, ktorá je založená na porovnávaní. Touto metódou porovnávame definície jednotlivých autorov, ktorí nám bližšie špecifikovali problematiku alternatívnych zdrojov financovania. Využívali sme aj analytickú metódu, ktorá slúži na rozklad problému na menšie časti. Analytickú metódu sme využili pri bližšom špecifikovaní jednotlivých alternatívnych zdrojov financovania, ktoré bolo potrebné presne zadefinovať.

Po využití analytickej metódy sme aplikovali využitie syntézy spojením poznatkov analytickej a komparatívnej metódy. Syntézu sme využili pri zozbieraní potrebných informácií na dosiahnutie cieľa v praktickej časti.

V praktickej časti bakalárskej práce využívame opisnú metódu vybraného podniku Healthclip s.r.o.. V tejto časti sme využili metódu rozhovoru, ktorý prebiehal so zakladateľkou spoločnosti. Tento rozhovor bol pre nás veľkým prínosom z hľadiska získavania užitočných informácií pre analýzu financovania daného podniku. Následne sme opätovne využili metódu analýzy, ktorá nám pomohla spojiť získané informácie a správne analyzovať celý postup financovania prostredníctvom fundraisingu v podniku Healthclip s.r.o..

V záverečnej časti bakalárskej práce sme pomocou metódy pozorovania zhodnotili proces financovania spoločnosti Healthclip s.r.o.. Metódou rozhovoru so zakladateľkou sme zistili spokojnosť s priebehom financovania a výhľady do budúcnosti spoločnosti Healthclip s.r.o..

4. Výsledky práce a diskusia

Táto kapitola je zameraná na financovanie konkrétneho podniku alternatívnym zdrojom financovania. Kapitola je tvorená charakteristikou spoločnosti Healthclip s.r.o., kde si predstavíme predmet činnosti spoločnosti, jej organizačnú štruktúru a zhodnotíme výsledky hospodárenia za účtovný rok. Súčasťou kapitoly je analýza financovania spoločnosti v prvom roku jej fungovania, kde sme sa zamerali najmä na charakteristiku fundraisingu, ktorý spoločnosť využíva na získavanie zdrojov od investorov. Ďalej sa venujeme problémom, ktoré mala spoločnosť pri zabezpečení financií, uvedieme, do čoho investuje peniaze a čo ponúka investorom. V záverečnej časti bakalárskej práce sa venujeme zhodnoteniu procesu financovania a následne predstavíme naše odporúčania na zlepšenie uskutočneného fundraisingového procesu alebo navrhujeme využitie iného alternatívneho zdroja financovania.

4.1. Charakteristika spoločnosti Healthclip s.r.o.

Spoločnosť Healthclip s.r.o. je startup, ktorý digitalizuje zdravotné záznamy pacientov. Pacient si naskenuje svoje lekárske záznamy a nahodí ich do svojej aplikácie v telefóne či webovom prehliadači. Tieto dokumenty „prejdú umelou inteligenciou“, ktorá vyhodnotí typ dokumentu. Pacient si následne môže všetky dokumenty nechať preložiť do cudzieho jazyku a zdieľať s lekárom. Healthclip ako nezávislá e-Health platforma slúži všetkým pacientom na svete bez ohľadu na zavedený poisťovací a vládny systém. Aktivity tejto spoločnosti sú na Slovensku rozvíjané od mája 2019.

Poslaním tohto startupu je priniesť používateľom technológiu, ktorá pomáha „pacientom“ zdigitalizovať, manažovať a automaticky prekladať históriu zdravotných záznamov do viac ako 20 jazykov. Tento projekt dokáže vyriešiť problém výmeny dát medzi doktormi a pacientami z rôznych krajín.

Víziou spoločnosti je, aby Healthclip využívalo čo najväčší počet používateľov, pretože by každý z nich mal svoju zdravotnú históriu a zdravotnú kartu stále u seba, či už v mobilnej aplikácii alebo webovom prehliadači, a to preloženú vo viacerých jazykoch, čo urýchľuje ošetrovanie alebo stanovenie diagnózy v inej krajine, ako v domácej. Okrem slovenského a

českého trhu by sa chcel Healhtclip v roku 2020 rozšíriť na poľský a ukrajinský trh, v roku 2021 chce expandovať do nemecky hovoriacich krajín.

Predmetom činnosti spoločnosti podľa Obchodného registra je:

- Počítačové služby a služby súvisiace s počítačovým spracovaním údajov,
- Sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu, služieb, výroby,
- Reklamné a marketingové služby, prieskum trhu a verejnej mienky,
- Administratívne služby,
- Činnosť podnikateľských, organizačných a ekonomických poradcov.

4.1.1. Organizačná štruktúra podniku

V celej spoločnosti sa nachádza 7 ľudí, ktorí sa starajú o chod spoločnosti, aplikáciu, komunikáciu so zákazníkmi, technické zabezpečenie, atď. Na čele spoločnosti je zakladateľka a generálna riaditeľka spoločnosti Healthclip s.r.o. spolu s generálnym riaditeľom pre technické oddelenie. Ďalej sa organizačná štruktúra delí na ďalšie dva útvary – hlavný tím a poradcov. Hlavný tím pozostáva z produktového vývojára, medicínskeho experta a odborníka na obsah a komunitu. Produktový vývojár má na starosti backend a mobilnú aplikáciu, medicínsky expert vytvára medicínsky algoritmus a odborník na obsah a komunitu vytvára obsahové plnenie Healthclipu.

Z formálneho hľadiska môžeme povedať, že spoločnosť má líniovú organizačnú štruktúru. To znamená, že ide o usporiadanie na základe líniovej štruktúry, kde má každá línia zabezpečiť vymedzené úlohy.

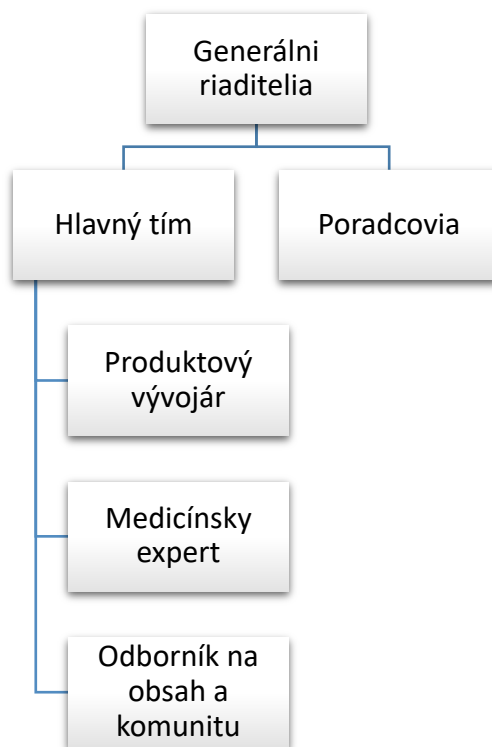


Schéma 1 Organizačná štruktúra spoločnosti Healthclip s.r.o.

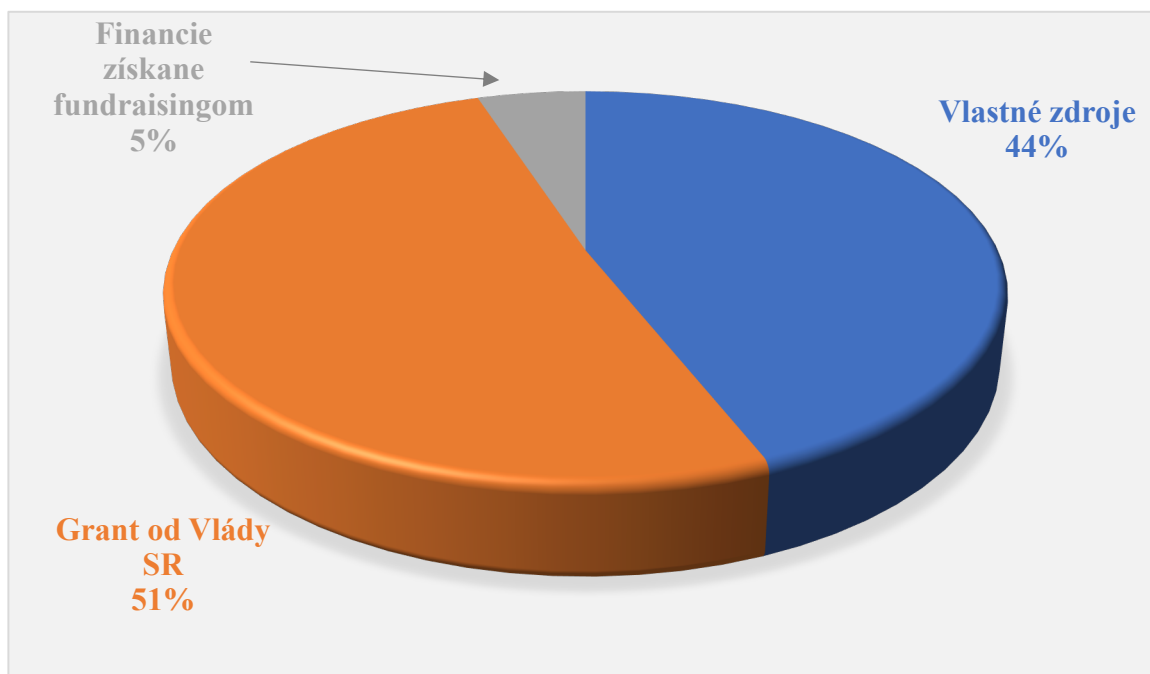
Zdroj: vlastné spracovanie

4.1.2. Výsledok hospodárenia podniku

V nasledujúcej časti predstavíme výsledok hospodárenia spoločnosti za ich prvý rok fungovania. Tento ukazovateľ je náročné analyzovať v prvom roku fungovania, keďže nemôžeme zhodnotiť jeho vývoj.

V roku 2019 spoločnosť Healthclip s.r.o. získala financie vo výške 215 000 €. Financie boli získané od týchto inštitúcií alebo investorov:

- **110 000 €** - grant od vlády SR,
- **95 000 €** - vlastné zdroje,
- **10 000 €** – súkromní investori.

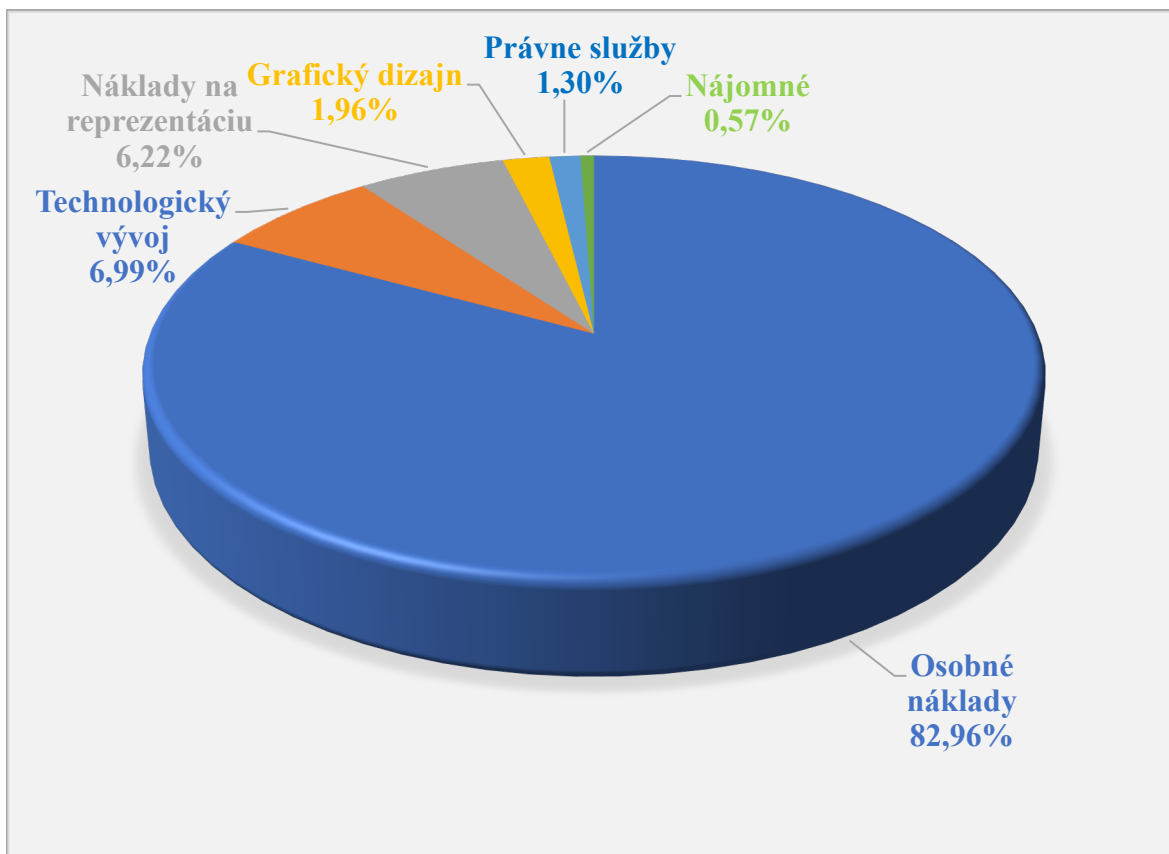


Graf 1 Štruktúra príjmov spoločnosti Healthclip s.r.o. v roku 2019

Zdroj: vlastné spracovanie

Spoločnosť mala v roku 2019 náklady vo výške 168 760 €, a to v nasledujúcej štruktúre:

- **140 000 €** - osobné náklady,
- **11 800 €** - technologický vývoj,
- **10 500 €** - náklady na reprezentáciu,
- **3 300 €** - grafický dizajn,
- **2 200 €** - právne služby,
- **960 €** - nájomné.



Graf 2 Štruktúra nákladov spoločnosti Healthclip s.r.o. v roku 2019

Zdroj: vlastné spracovanie

Na výpočet výsledku hospodárenia použijeme nasledovný vzorec:

Príjmy – Výdavky = Výsledok hospodárenia pred zdanením

Vzorový výpočet výsledku hospodárenia spoločnosti za rok 2019:

215 000 € - 168 760 € = 46 240 €

Výsledok hospodárenia pred zdanením = 46 240 €

Výsledok hospodárenia po zdanení = 46 240 € - 9 710,40 € = 32 529,60 €



Graf 3 Výsledok hospodárenia po zdanení za rok 2019

Zdroj: vlastné spracovanie

Z daného výpočtu nám vychádza, že spoločnosť Healthclip s.r.o. vo svojom prvom roku fungovania dosiahla zisk vo výške 32 529,60 €. Spoločnosť zisk využila na ďalší rozvoj spoločnosti.

4.2. Financovanie spoločnosti Healthclip s.r.o.

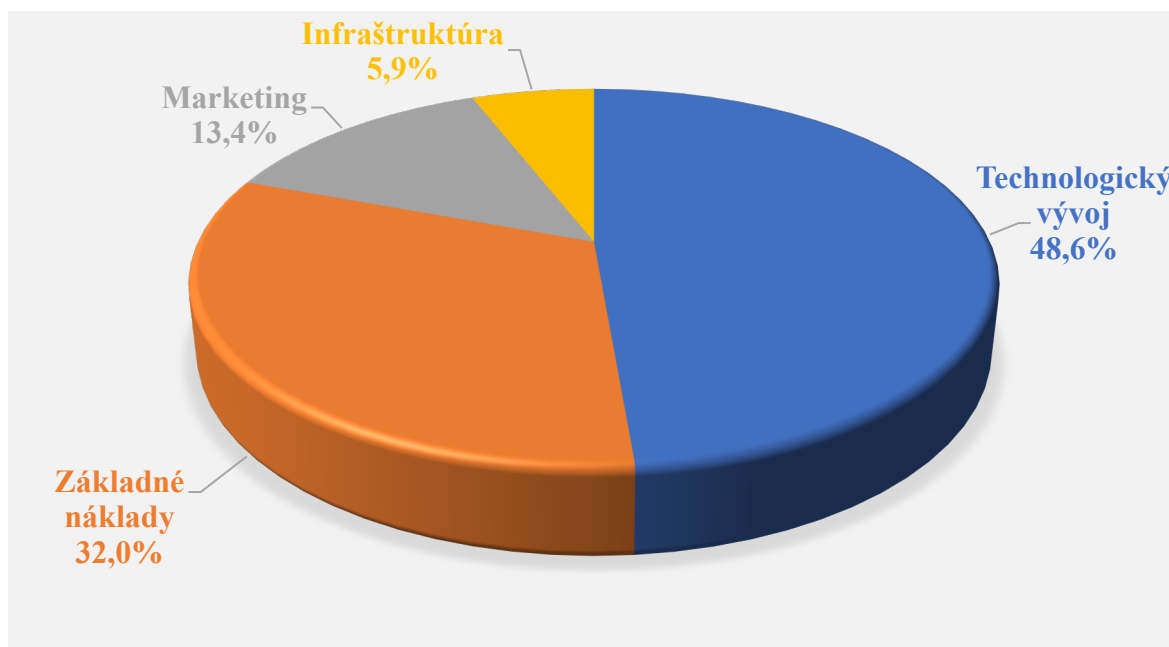
V tejto časti sa budeme venovať financovaniu spoločnosti Healthclip s.r.o.. Táto spoločnosť je financovaná zo zdrojov získaných prostredníctvom. Fundraising je spôsob získavania zdrojov z alternatívnych spôsobov financovania, ktorý si spoločnosť Healthclip s.r.o. vybrala a osvojila. Healthclip bol zapísaný v ORSR v máji 2019, čiže si budeme bližšie špecifikovať, ako začal a ako sa postupne financoval. Postupne si predstavíme, v akej výške získala spoločnosť financie, z akých inštitúcií, od akých investorov, a následne poukážeme na to, čo investorom ponúkajú a ako prebiehal proces financovania prostredníctvom fundraisingu.

4.2.1. Získavanie financií

Spoločnosť mala ambíciu spustiť proces financovania už v predštartovacej fáze, no bolo to veľmi zložité. Z tohto dôvodu bola založená ako samofinancovaná zdrojmi zakladateľky a generálnym riaditeľom pre technické oddelenie. Tieto zdroje boli vo výške 95 000 €. Využitie týchto zdrojov bolo nasledovné:

- 48.6% zdrojov bolo využitých na technologický vývoj aplikácie Healthclip,

- 32% zdrojov sa použilo na základné náklady spoločnosti,
- 13.4% zdrojov bolo použitých na marketingové účely,
- 5.9% zdrojov sa použilo na rozvoj infraštruktúry.



Graf 4 Využitie vlastných zdrojov

Zdroj: vlastné spracovanie

Okrem toho v roku 2019 získal Healthclip grant od vlády SR vo výške 110 000 €. Grant bol pod vedením Úradu podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu. Tento grant pokryl výdavky na akceleračný program, ktorý umožní spoločnosti Healthclip nájsť investorov a stretnúť expertov z eHealth v Izraeli na zdieľanie know-how a na získanie medzinárodných kontaktov. Bližšie si tento akceleračný program nemôžeme popísať, pretože aktuálne stále prebieha. Konferencia v Izraeli bola v marci 2020.

Healthclip ešte získal v roku 2019 z fundraisingu príspevky vo výške 10 000 € od bližšie nešpecifikovaných súkromných inštitúcií a investorov. Medzi súkromných investorov patria najmä fyzické osoby. Ide o väčší počet alebo skupinu fyzických osôb, ktoré nie sú oslovované klasickým spôsobom, pretože veľakrát môže ísť o blízkych priateľov, známych a pod.. Ako tento proces prebiehal budeme analyzovať v nasledujúcej podkapitole. Z týchto informácií nám

vyplýva, že Healthclip mal k dispozícii v roku 2019 financie vo výške 215 000 € v nasledujúcej štruktúre:

- 95 000 € vlastné zdroje,
- 110 000 € grant od vlády SR,
- 10 000 € získaných cez fundraising.

Rok 2019 nebol pre Healthclip jednoduchý. V začiatkoch sa im nepodarilo úspešne získať financie prostredníctvom fundraisingu. Preto sa snažili získať financie z rôznych grantov, čo sa im podarilo. Tieto financie však boli využité na ďalší rozvoj a získavanie nových investorov a kontaktov.

4.2.2. Ďalšie formy financovania

V tejto časti si charakterizujeme nefinančnú pomoc pre spoločnosť. Healthclipu podarilo vyhrať v medzinárodnom akceleračnom programe „Female Founders“, kde sa zakladateľka pravidelne stretáva s investormi a expertmi z Rakúska a taktiež sa spája s medzinárodnou sieťou ženských podnikateliek. Tento program je pre spoločnosť veľkým prínosom. Ďalej Healthclip vyhral v miestnom akceleračnom programe „PerryTalents“, ktorý dáva firme neoceniteľné kontakty a výmenu know-how s kľúčovými akcionármi na slovenskom trhu. Medzi pár z nich patria firmy ako Penta, Asseco, Deloitte, Microsoft. Pod týmto akceleračným programom získal Healthclip kancelárske priestory na 9 mesiacov zadarmo.

Spoločnosť Healthclip má okrem akceleračných programov uzatvorené partnerstvá. Jedným z partnerov je Union zdravotná poisťovňa, a.s.. Healthclip ako aplikácia je dostupný v neplatenej a v platenej verzii. Union svojim poistencom ponúka možnosť platenej verzie Healthclipu v rámci poistenia, pokiaľ majú oň záujem. Healthclip v tomto prípade vystupuje ako nezávislá platforma pre poistencov Unionu. Druhým partnerom je poisťovňa Achmea. Ide o najväčšiu poisťovňu v Holandsku. Achmea je akcionárom Union zdravotnej poisťovne. Ďalšími partnermi Healthclipu sú spoločnosti ako Swiss Re, Boehringer Ingelheim a ING. Pracovníkom týchto spoločností ponúka Healthclip využiť ich aplikáciu bezplatne. Aktuálne Healthclip vyjednáva spoluprácu s rakúskou poisťovacou značkou UNIQA a má záujem o spoluprácu s francúzskou skupinou AXA.

Tabuľka 4 Zoznam partnerov spoločnosti Healthclip s.r.o.

Aktuálni partneri	Potenciálni partneri
Union zdravotná poisťovňa, a.s.	UNIQA
Achmea	AXA
Swiss Re	
Boehringer Ingelheim	
ING	

Zdroj: vlastné spracovanie

Čo ponúka Healthclip investorom?

Healthclip je startup zapísaný ako spoločnosť s ručením obmedzeným. Investorom ponúkajú podiel na majetku spoločnosti podľa výšky príspevku k celkovým zdrojom financovania. Na základe tohto podielu následne vypláca dividendy. Spoločnosť sa rozširuje a postupne rieši čoraz väčšie spolupráce a partnerstvá. Zakladateľka spoločnosti oceňuje, pokiaľ spolupráca s investorom nie je jednorazová, ale trvá dlhodobo.

Do čoho Healthclip investuje peniaze?

Spočiatku Healthclip využil získané financie na:

- Vytvorenie praktického a jednoduchého dizajnu aplikácie
- Práca na ochrane osobných údajov a ďalšej bezpečnosti používateľov
- Vstup na trh v Prahe (vstup na český trh sa posunul na rok 2020)

Grant od slovenskej vlády vo výške 110 000 € spoločnosť využila na akceleračný program, ktorý im umožní nájsť investorov, stretnúť expertov z eHealth v Izraeli na zdieľanie know-how a na získanie medzinárodných kontaktov. Healthclip všetky financie teda investuje do rozvoju spoločnosti, aplikácie, vývoja technológie a expandovania na nové trhy.

4.2.3. Proces fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o.

Financovanie prostredníctvom alternatívnych zdrojov nie je často využívané v podnikoch na Slovensku. Tento typ financovania sa stále rozvíja a prináša nové možnosti. Ide o náročnejší proces ako pri štandardnom financovaní. V tejto kapitole si charakterizujeme ako prebiehal proces fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o..

Podľa slov zakladateľky je fundraising veľmi náročný. Healthclip sa snažil rok na Slovensku získať financie prostredníctvom fundraisingu už v „štartovacej“ fáze, no žiaden investor nechcel investovať. Investori žiadajú validáciu produktu (na trhu KPI – „Key Performance Indicators“ – v preklade „kľúčový ukazovateľ výkonnosti“). Validácia produktu hovorí o tom, či produkt spĺňa, to čo chceme. V štartovacej fáze je validácia veľmi dôležitá, no Healthclip to mal náročnejšie o čať, že aplikáciu bolo nutné otestovať a nie každý mal záujem sa tohto testu zúčastniť. Z tohto dôvodu nemali túto informáciu pre investorov jasne definovanú.

Proces fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o.:

1. Príprava dokumentov k projektu
2. Oslovenie investorov
3. Stretnutie s investorom
4. Dohodnutie spolupráce

1. Príprava dokumentov k projektu

Táto časť sa považuje za najdôležitejšiu z celého procesu. Príprava dokumentov o spoločnosti, o danom projekte je veľmi dôležitá. Väčšinu týchto dokumentov v spoločnosti chystá zakladateľka. Správne spracovanie všetkých dôležitých a potrebných informácií, ktoré investor požaduje, zvyšuje šance uspieť u investora. Preto je veľmi dôležité nachystať tieto dokumenty:

- **Profil organizácie** – právna norma spoločnosti, predošlé projekty, nové projekty, organizačná štruktúra spoločnosti, počet zamestnancov, výsledok hospodárenia
- **Definícia projektu** – potreby projektu, ciele projektu, časový harmonogram, osoby participujúce na projekte, rozpočet projektu
- **Prílohy** – aktuálni partneri, uzavreté spolupráce, účtovné závierky

2. Oslovenie investorov

Druhým bodom v procese je oslovenie investorov. Oslovenie investorov Healthclip vykonáva cez viacero kanálov. Investori sa o projekte Healthclipu môžu informovať na webovej stránke spoločnosti, sociálnych sieťach (Facebook, LinkedIn), v rôznych článkoch (Forbes, Startitup), v akceleračných programoch a v dokumentoch zverejňovaných pri záujme o granty od vlády SR a Európskej únie. Zakladateľka zo začiatku komunikuje s investorom telefonicky alebo cez mail. V tejto fáze riešia projekt a všetky potrebné informácie, ktoré investor požaduje. Aktuálne má Healthclip trochu uľahčenú situáciu, keďže vyhral 2 akceleračné programy a zúčastnil sa na konferencii v Izraeli. Healthclip tu získava kontakty na medzinárodný trh, má stretnutie s investormi, teda vie sa rýchlejšie a ľahšie dostať k investorom a osloviť ich.

3. Stretnutie s investorom

Keď sú všetky dokumenty nachystané, dohodne si zakladateľka s investorom osobné stretnutie. Tieto stretnutia sú vždy vedené zakladateľkou, ako väčšina aktivít spoločnosti. Na osobnom stretnutí investor dostáva všetky dokumenty a informácie, ktoré žiadal. V tomto bode nasleduje analýza dokumentov investorom. Nikdy nepríde iba k jednému osobnému stretnutiu, týchto stretnutí býva viac, je to ale individuálne. Pokiaľ sa investorovi projekt páči, oslovil ho, dohodnú si ďalšie stretnutia, na ktorých už presne stanovujú podmienky k financovaniu. Pokiaľ projekt investora neoslovil, tak v tomto bode sa proces končí.

4. Dohodnutie spolupráce

Pokiaľ projekt, informácie a dokumenty oslovili investora, začne sa riešiť dohodnutie spolupráce. Na týchto stretnutiach sa bližšie špecifikujú podmienky čerpania financií od investora, čo investor žiada ako protihodnotu a ostatné časti, ktoré sú zadefinované v návrhu zmluvy. Kým sa obe strany dohodnú na podmienkach, ktoré sú pre každého prijateľné, tak sa návrh zmluvy môže viackrát prerobiť alebo aktualizovať. Po skompletizovaní presne dohodnutých podmienok sa nachystá riadna zmluva, ktorú obe strany podpíšu a podľa bodov v zmluve sa čerpajú financie a plní protihodnota investorovi.

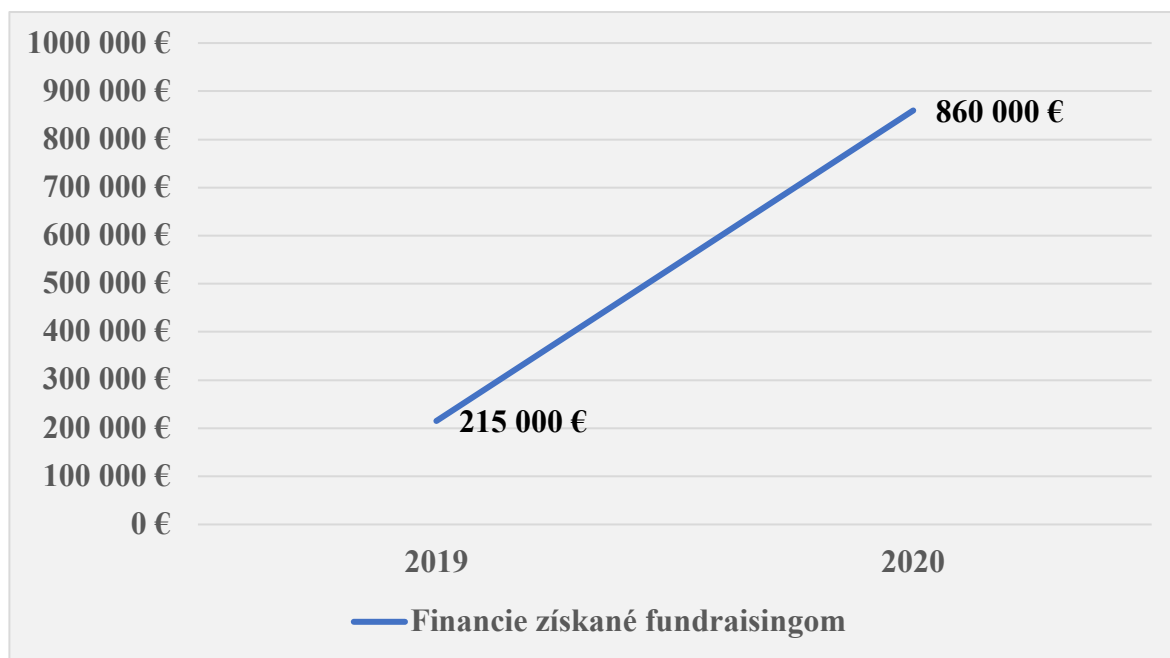
Zakladateľka spoločnosti oceňuje, pokiaľ môže celý tento vzťah s investorom postaviť na princípe dlhodobosti. Nejde jej teda iba o jednorazové financovanie, ale o dlhodobý vzťah

spoločnosti a investora. Preto sa špecifikujú na venture kapitál investorov, ktorý sa môžu stať v budúcnosti strategickými partnermi spoločnosti, alebo ktorí môžu dať spoločnosti „chytré peniaze“ (z anglického slova „smart money“). Chytré peniaze je označenie pre investície od takého investora, ktorý okrem financií prinesie do spoločnosti skúsenosti alebo ďalšie obchodné kontakty. Ide teda aj o nefinančnú investíciu – know-how.

4.2.4. Prognóza vývoja fundraisingu spoločnosti Healthclip s.r.o. na rok 2020

V roku 2019 Healthclip získal financie vo výške 215 000 €. V aktuálnom roku 2020 chce Healthclip získať prostredníctvom fundraisingu financie vo výške 860 000 €. Ide o predpokladanú výšku financií od nových investorov a aktuálnych partnerov (napr. Union). Tieto financie chce spoločnosť investovať do nasledujúcich kategórií:

- Posilnenie automatického lekárskeho prekladu
- Integrácia rozvoja kliník a lekárov do platformy
- Expandovanie do Českej republiky



Graf 5 Prognóza vývoja fundraisingu v spoločnosti Healthclip s.r.o.

Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa slov zakladateľky je „odrazovou dráhou“ zo štartovacej fázy pre validáciu produktu 1 rok, následne rozvoj umelej inteligencie a prvý krok k medzinárodnej expanzii. Okrem toho Healthclip očakáva príjmy od poisťovacích a súkromných partnerov vo výške 350 000 €.

4.3. Diskusia a návrhy na zlepšenie

Hlavným cieľom našej bakalárskej práce bolo charakterizovať alternatívne zdroje financovania v malých a stredných podnikoch v Slovenskej republike a následne analyzovať vyžívanie jednotlivých zdrojov v konkrétnom podniku - Healthclip s.r.o.. Keďže je Healthclip startup, ktorý je na trhu iba 1 rok, mal viacero možností pri výbere zdroja financovania. Zakladateľka spoločnosti by rada s každým investorom udržala dlhodobý vzťah, preto sa vybrala cestou fundraisingu, ktorý ju veľmi oslovil. Na Slovensku nie je až tak populárny, pretože sa využíva najmä v neziskových organizáciách, ktorých je menej, ako vo väčších organizáciách.

Healthclip v roku 2019 síce nezískal taký objem financií, aký očakával, no napriek tomu sa na Slovensku dostal medzi úspešné startupy, o čom svedčia aj zverejnené publikácie o tejto spoločnosti od významných internetových platforiem (Frobes, Startitup). Všetky získané financie naplno využil na rozvoj spoločnosti. Healthclip nedokázal získať viac financií od investorov, pretože nemal presnú validáciu produktu. Z tohto dôvodu bude mať spoločnosť v aktuálnom roku lepšiu príležitosť získať viac investorov, keďže informáciu o validácii produktu už vie poskytnúť.

Podľa nášho názoru zvládla spoločnosť prvý rok fungovania veľmi dobre. Z informácií, ktoré nám boli poskytnuté, sme zistili, že Healthclip dosiahol zisk. Healthclipu sa podarilo získať grant od vlády Slovenskej republiky, čo nás utvrdzuje, že Healthclip môžeme radiť medzi úspešné startupy, pretože grant nezíska len tak hocijaká spoločnosť. Na nasledujúci rok Healthclip očakáva financie získané prostredníctvom fundraisingu vo výške 860 000 €. Očakávajú ich z toho dôvodu, že plánujú investovať viac financií v oblasti marketingu, inovujú vo vývoji aplikácie. Aplikácia sa dostáva čoraz ďalej medzi viac a viac používateľov, čo sa dostáva aj do povedomia investorov a partnerov, ktorí majú väčšiu ambíciu do tohto projektu

investovať viac peňazí. Taktiež chce Healthclip uzatvoriť nové partnerstvá s „veľkými hráčmi“ v oblasti poisťovníctva, ktoré by poskytli používanie aplikácie svojim poistencom.

Healthclipu odporúčame, aby sa detailnejšie zamerlal na prípravu všetkých dokumentov, ktoré investor žiada. Zvyšuje to šance na úspech a získanie investora. Taktiež odporúčame, aby bola väčšia časť peňazí venovaná marketingu. Marketing je pre spoločnosť veľmi dôležitý a keďže chce Healthclip ďalej expandovať, mal by viac rozvíjať marketingové aktivity na trhoch, kde aktuálne pôsobí a postupne na trhoch, kde chce expandovať. Marketingové aktivity môžu spoločnosti pomôcť zviditeľniť sa a získať nových investorov.

Spoločnosť by fundraising mohla využiť aj na získavanie zdrojov od „business angel“ investorov. Keďže zakladateľka má v záujme riešiť s investorom dlhodobý vzťah, je to ideálna možnosť financovania. Business angel investor do spoločnosti prináša aj svoje skúsenosti. Práve od takéhoto investora môže spoločnosť očakávať väčšiu otvorenosť, vzťah postavený na dlhodobej báze, časom možno aj určité priateľstvo. Keďže zakladateľka má záujem aj o „smart money“, ktoré sú špecifické pre business angel investora, určite naše odporúčanie smeruje k tomu, aby Healthclip využil aj tento druh alternatívneho financovania.

Záver

Bakalárska práca bola venovaná využívaniu alternatívnych zdrojov financovania v malých a stredných podnikoch v Slovenskej republike a následne analýze vybraného zdroja a spôsobu financovania v konkrétnom podniku. Objektom analýzy bol fundraising v spoločnosti Healthclip s.r.o.. Hlavným cieľom bakalárskej práce teda bolo zhodnotiť teoretické poznatky v praxi.

V prvej časti sme sa venovali charakteristike základných pojmov a definícií, rozoberali sme si jednotlivé zdroje financovania. Bližšie sme sa zamerali na alternatívne zdroje financovania, ktoré boli našou témou.

V nasledujúcich dvoch častiach sme venovali pozornosť definovaniu hlavného cieľa, čiastkových cieľov, ktoré nám pomáhali splniť hlavný cieľ a popísaniu metodiky skúmania pri zostavovaní záverečnej práce.

Výsledkom teoretickej časti je praktická časť záverečnej práce, kde sme využili všetky poznatky nadobudnuté v teoretickej časti a aplikovali sme ich na podniku Healthclip s.r.o.. Na začiatku sme si charakterizovali podnik, v akej oblasti podniká, analyzovali sme výsledok hospodárenia a predstavili organizačnú štruktúru podniku. Následne sme sa zamerali na získané financie a proces fundraisingu v tomto podniku. Postupne sme si analyzovali celý postup, ktorý využíva Healthclip, od oslovenia investorov až po ukončenie procesu.

Záverečnú prácu ukončuje diskusia k situácii v podniku Healthclip s.r.o.. Zhodnotili sme prvý rok fungovania tejto spoločnosti a proces jej financovania. Navrhli sme podniku odporúčania na zlepšenie tohto procesu - a to navýšiť finančné prostriedky do marketingových aktivít a zamerať sa na financovanie prostredníctvom business angel investora. Pokiaľ sa podnik bude naďalej aktívne podieľať na všetkých činnostiach, ktoré doteraz vykonával, môžeme predpokladať, že naplní všetky ciele, ktoré má vytýčené pre aktuálny rok, a že bude úspešný aj v budúcnosti.

Zoznam použitej literatúry

Kniha a monografie

1. BOBÁKOVÁ, Viktória. *Finančné zdroje podniku*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2002. 136 s. ISBN 80-225-1592-2.
2. BUKOVOVÁ, Sylvia. *Financovanie tretieho sektora v SR*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2012. 128 s. ISBN 978-80-225-3415-4.
3. BUKOVOVÁ, Sylvia – GAJDOVÁ, Denisa – KOVALEV, Andrej. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2019. 251 s. ISBN 978-80-225-4610-2.
4. MAJDÚCHOVÁ, Helena – BUKOVOVÁ, Sylvia – HRUŠOVSKÁ, Dana. *Neziskové organizácie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2018. 220 s. ISBN 978-80-225-4587-7.
5. MAJTÁN, Štefan a kol. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava : Sprint vfra, 2007. 347 s. ISBN 978-80-89085-79-8.
6. SOBEKOVÁ MAJKOVÁ, Monika. *Ako financovať malé a stredné podniky*. Bratislava : Iura Edition, 2011. 228 s. ISBN 978-80-8078-413-3.
8. ŠÚBERTOVÁ, Elena a kol. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch. Modelové príklady*. Bratislava : KARPRINT, 2014. 135 s. ISBN 978-80-89553-21-1.
9. ŠÚBERTOVÁ, Elena a kol. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch pre manažérov*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. 156 s. ISBN 978-80-225-2869-6.
10. VLACHYNSKÝ, Karol a kol. *Podnikové financie*. Bratislava : Iura Edition, 2009. 254 s. ISBN 978-80-8078-258-0.

Internetové zdroje

1. http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_2018.pdf
2. <https://www.euroekonom.sk/financovanie-malych-a-strednych-podnikov/>
3. http://www.sbagency.sk/sites/default/files/vyuzivanie_alternativnych_zdrojov_financovania_msp.pdf
4. http://www.sbagency.sk/sites/default/files/sprava_o_stave_msp_2018_aktualizovane.pdf
5. <https://businessangels.sk/blog/co-je-to-rizikovy-kapital-a-pre-koho-je-urceny>
6. <https://www.investopedia.com/terms/l/leveragedbuyout.asp>
7. <https://www.patriotgroup.eu/blog/co-je-restrukturalizacia>
8. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/crowdfunding?q=crowdfunding>
9. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1916184
10. <https://www.podnikajte.sk/financie-na-podnikanie/co-je-crowdfunding>
11. <https://www.eprogress.sk/crowdfunding-definicia-a-platformy/>
12. <https://www.podnikajte.sk/temy/startup>
13. http://www.sbagency.sk/en/node/432#.Xqxgzi_7CfV