



# LiveChat Software

Sprawozdanie Zarządu z działalności  
LiveChat Software S.A. i jej Grupy  
Kapitałowej w I półroczu 2022/2023 roku  
finansowego

 LiveChat

 ChatBot

 KnowledgeBase

 HelpDesk



Wizja

# **Customer communication without barriers**

---

Misja

**Help people and  
business communicate  
better and fully  
express themselves**

# Spis Treści

<b>1. Podsumowanie</b>	5
1.1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe	5
1.2. Wybrane jednostkowe dane finansowe	7
<b>2. O LiveChat Software</b>	9
<b>3. Podsumowanie operacyjne</b>	11
3.1. Komentarz Zarządu do wyników	13
3.2. Najważniejsze wydarzenia	16
3.3. Inne wydarzenia	18
<b>4. Opis działalności Grupy Kapitałowej LiveChat Software</b>	19
4.1. Strategia rozwoju	19
4.2. Produkty Spółki	22
4.2.1. LiveChat	22
4.2.2. ChatBot	25
4.2.3. HelpDesk	26
4.2.4. KnowledgeBase	27
4.2.5. OpenWidget	28
4.3. Dodatkowe działania	29
4.4. Opis sytuacji na rynku usług SaaS oraz w segmencie oprogramowania typu „live chat”	29
4.5. Umowy znaczące dla działalności Grupy Kapitałowej	33
4.6. Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi	34
4.7. Informacje o pozostałych umowach i transakcjach	34
4.8. Perspektywy rozwoju	35
4.9. Strategia rozwoju Grupy	35
<b>5. Czynniki ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej Spółki</b>	36
<b>6. Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej LiveChat Software</b>	42
6.1. Prezentacja wyników skonsolidowanych	43
6.2. Prezentacja wyników jednostkowych	48
<b>7. Ład korporacyjny</b>	52
7.1. Informacje o akcjach i akcjonariacie	52
7.2. Władze Spółki	53
7.2.1. Zarząd Spółki	53
7.2.2. Rada Nadzorcza Spółki	54
7.3. Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących	55
7.4. Inne informacje	55
<b>8. Oświadczenia Zarządu</b>	57
<b>9. Słowniczek pojęć</b>	59

# 1. Podsumowanie

## 1.1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe

[tys. PLN]	I poł. 2022/23	I poł. 2021/22	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	141 292	104 568	+35,1%
EBITDA	88 065	69 531	+26,7%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	81 257	63 845	+27,3%
Zysk (strata) brutto	81 174	63 829	+27,2%
Zysk (strata) netto	75 566	59 296	+27,4%
<b>Przepływy pieniężne netto</b>	<b>(14 621)</b>	<b>(3 680)</b>	<b>-</b>
z działalności operacyjnej	80 145	76 928	-
z działalności inwestycyjnej	(10 476)	(8 105)	-
z działalności finansowej	(84 290)	(72 503)	-
Liczba akcji	25 750 000	25 750 000	-
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	2,93	2,30	+27,4%

[w tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
Aktywa razem	134 004	137 752	-2,7%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	17 839	13 242	+34,7%
Zobowiązania długoterminowe	463	796	-41,8%
Zobowiązania krótkoterminowe	17 376	12 446	+39,6%
Kapitał własny	116 165	124 510	-6,7%
Kapitał zakładowy	515	515	-
Liczba akcji	25 750 000	25 750 000	-
Wartość księgowa na jedną akcję	4,51	4,84	-6,8%

## 1.2. Wybrane jednostkowe dane finansowe

[tys. PLN]	I półrocze 2022/23	I półrocze 2021/22	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	141 292	104 568	+35,1%
EBITDA	84 585	67 970	+24,4%
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	78 123	62 687	+24,6%
Zysk (strata) brutto	80 870	63 606	+27,1%
Zysk (strata) netto	75 262	59 073	+27,4%
Przepływy pieniężne netto	(16 922)	(6 301)	-
z działalności operacyjnej	77 499	73 904	+4,9%
z działalności inwestycyjnej	(10 476)	(8 105)	-
z działalności finansowej	(83 945)	(72 100)	-
Liczba akcji	25 750 000	25 750 000	-
Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą	2,92	2,29	+27,5%

[w tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
Aktywa razem	129 378	133 356	-3,0%
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	15 020	10 316	+45,6%
Zobowiązania długoterminowe	-	-	-
Zobowiązania krótkoterminowe	8 033	5 844	+37,5%
Kapitał własny	114 357	123 040	-7,1%
Kapitał zakładowy	515	515	-
Liczba akcji	25 750 000	25 750 000	-
Wartość księgowa na jedną akcję	4,44	4,78	-7,1%



## 2.0 LiveChat Software

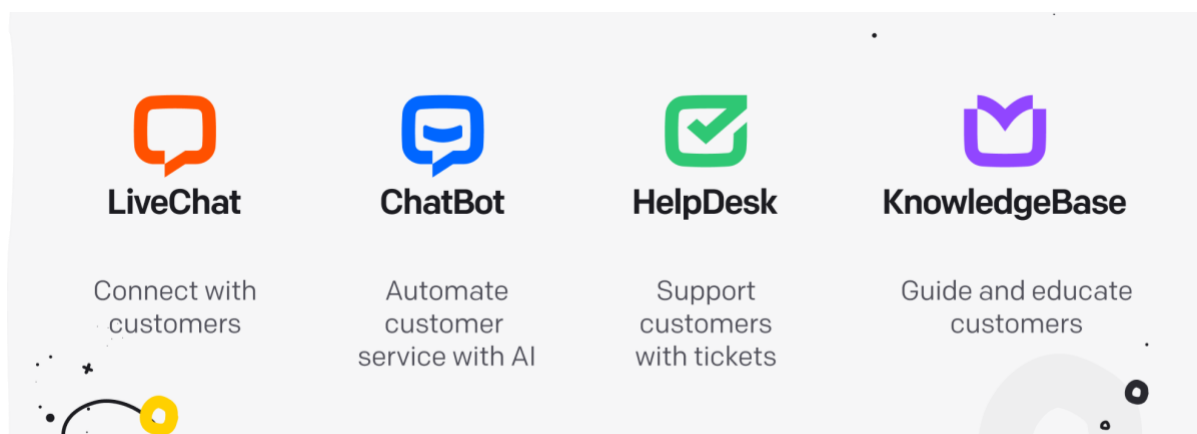
LiveChat Software S.A. (dalej: "Spółka", "LiveChat Software") jest producentem oraz globalnym dostawcą oprogramowania live chat. W firmowym portfolio produktów znajdują się także rozwiązania: ChatBot (platforma do tworzenia chatbotów), HelpDesk (system do zarządzania ticketami), KnowledgeBase (aplikacja do tworzenia i udostępniania własnych baz wiedzy oraz OpenWidget (rozwiązanie umożliwiające prostą instalację widżetów na stronach internetowych).

Spółka jest producentem i dystrybutorem oprogramowania sprzedawanego w modelu SaaS (Software-as-a-Service - oprogramowanie jako usługa), służącego do komunikacji business-to-consumer (B2C) oraz business-to-business (B2B). Oferowane przez Spółkę produkty adresowane są do wszystkich firm, których wspólną cechą jest potrzeba komunikacji z klientami w internecie.

Produkt LiveChat służy do szybkiego i intuicyjnego kontaktu odwiedzających firmową stronę www z pracownikami firmy. Dzięki integracjom może też obsługiwać inne kanały komunikacji (komunikatory, social media, sms-sy itd). Dodatkowo aplikacja uzyskuje informacje o zachowaniu klientów na stronie www, stanowiące atrakcyjne źródło wiedzy w procesie sprzedaży, obsługi i wsparcia klienta.

Bieżąca działalność Grupy Kapitałowej LiveChat Software (dalej: "Grupa", "Grupa LiveChat") obejmuje udoskonalanie produktów przez zespół deweloperów, oferowanie najwyższej jakości obsługi klienta oraz tworzenie nowych kanałów pozyskiwania klientów. Sprawdzony model biznesowy Spółki zakłada marginalny koszt pozyskania klienta, bliski zero. Relatywnie niski poziom kosztów stałych w Spółce i marginalny krańcowy koszt zmienny nowego klienta oraz brak konieczności ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych umożliwiają skalowalność prowadzonego biznesu przy zachowaniu wysokiej rentowności działalności. Dzięki zastosowaniu odpowiedniej polityki marketingowej, w tym cenowej, produkty Spółki są głównie skierowane do średnich i małych przedsiębiorstw, jednak Spółka podejmuje działania mające na celu dotarcie do podmiotów o większej skali działalności – dalszy rozwój produktów, wprowadzanie nowych funkcjonalności oraz poziomów cenowych. Progresywny cennik umożliwia Spółce otrzymywanie wyższych przychodów od klientów, którzy wykorzystują większą liczbę funkcjonalności produktów Spółki.

LiveChat Software prowadzi również szereg innych projektów, których wspólnym mianownikiem jest potencjał do zwiększenia tempa pozyskiwania klientów dla „LiveChat”. Rozwiązania spółki są dedykowane dla klientów biznesowych z wszystkich branż. Obecnie największą grupę stanowią spółki z sektora IT. Inne duże grupy branżowe wśród klientów spółki to m.in: sprzedaż detaliczna, edukacja, marketing, gry i hazard, motoryzacja, rozrywka, usługi finansowe, ochrona zdrowia i turystyka.



## 2.1. Struktura Grupy LiveChat Software

Spółka LiveChat Software S.A., której siedziba mieści się we Wrocławiu przy ulicy Zwycięskiej 47, w Polsce, tworzy grupę kapitałową, w skład której wchodzi ona jako podmiot dominujący oraz spółka zależna LiveChat Inc. z siedzibą w USA, w której posiada 100% kapitału i 100% głosów. LiveChat Inc. podlega konsolidacji metoda pełną. Spółka nie posiada oddziałów.



W praktyce cała sprzedaż usług świadczonych przez Spółkę klientom prowadzona jest za pośrednictwem LiveChat Inc.

LiveChat, Inc. nabywa dostęp do systemu LiveChat od Spółki, który następnie odsprzedaje klientom końcowym za cenę ustaloną przez Spółkę. LiveChat, Inc. nie realizuje marży na odsprzedaży dostępu do systemu LiveChat. Na podstawie faktur wystawionych przez LiveChat, Inc. Spółka zwraca LiveChat, Inc. wszystkie koszty poniesione przez LiveChat, Inc. w związku z prowadzoną działalnością i wskazane w budżecie zaakceptowanym przez Spółkę. Zgodnie z zawartą umową, LiveChat, Inc. ma prawo do naliczenia marży ustalonej jako 5% wybranych kosztów poniesionych bezpośrednio w związku ze sprzedażą, tj. kosztów obsługi płatności kartami kredytowymi, kosztów obsługi bankowej, kosztów obsługi księgowej i kosztów marketingowych. Rozliczenie dokonywane jest miesięcznie na podstawie faktury wystawionej przez Spółkę odpowiadającej wartości dokonanej sprzedaży oraz faktur wystawianych przez LiveChat, Inc. odpowiadających wartości poniesionych kosztów powiększonych o wskazaną powyżej marżę. Wszelkie prawa własności intelektualnej, w tym znak towarowy, pozostaje własnością Spółki.

## 3. Podsumowanie operacyjne



### 3.1. Komentarz Zarządu do wyników

W I połowie 2022/23 roku finansowego, zakończonego 30 września 2022 roku, nasze skonsolidowane przychody wzrosły o ponad 35% do 141,3 mln zł. Nasza Grupa prawie całość przychodów generuje w dolarze amerykańskim (USD), dlatego istotny wpływ na raportowane wyniki ma kurs PLN/USD. Uważamy, że lepszy obraz rozwoju naszego biznesu dają wyniki (zarówno przychody, jak i MRR - miesięczne powtarzalne przychody) wyrażone w dolarach. Z tego powodu bezpośrednio po zakończeniu kwartału publikujemy wstępne dane w takim właśnie ujęciu.

Wskaźnikiem, który najlepiej oddaje rozwój naszego biznesu jest MRR (Monthly Recurring Revenue). Na jego potrzeby, roczne lub inne płatności są równo rozłożone na poszczególne miesiące. Jednak w przypadku raportowanych przychodów cała taka płatność jest rozpoznana w kwartale w którym ją otrzymaliśmy. Na koniec I półrocza 2022/23 (30 września 2022 r.) MRR grupy wyniósł 4,91 mln USD, co oznacza wzrost o 11,8% w stosunku do stanu sprzed roku.

Skonsolidowany zysk netto w I połowie roku finansowego wyniósł 75,6 mln zł i był o 27,4% wyższy od wyniku uzyskanego przed rokiem.

#### Wpływ pandemii i wojny w Ukrainie

Oceniamy, że w I połowie 2022/23 roku finansowego zarówno pandemia, jak i wojna w Ukrainie miały nieznaczny wpływ na nasz biznes. Wprowadziliśmy możliwość płatności za nasze produkty i zakładanie kont testowych z terytoriów Rosji i Białorusi, ale rynki te miały bardzo niewielki udział w naszych przychodach. Podobnie zresztą jak rynek ukraiński.

W trakcie pandemii przeszliśmy na organizację pracy opartą na modelu "work from, anywhere" i zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami zamierzamy go utrzymać w przyszłości.

#### Marże, przepływy finansowe i polityka dywidendowa

Nasz model biznesowy umożliwia osiągnięcie bardzo wysokich rentowności operacyjnych. W I poł. 2022/23 marża brutto na sprzedaży wyniosła 86,2%, marża operacyjna 57,5%, a marża zysku netto 53,5%. Znajdujemy się wciąż na etapie wzrostu, inwestujemy w rozwój produktów, zwiększamy też liczbę osób współpracujących ze Spółką we wszystkich obszarach (deweloperzy, customer support, marketing, dział sprzedaży). Wzrost kosztów z tym związanych może wywierać presję na marże w kolejnych okresach, choć zakładamy zmniejszenie tempa powiększania zespołu. Dodatkowa presja na rentowności wiąże się z szybko rosnącymi wynagrodzeniami w branży technologicznej i zwiększoną konkurencją o talenty. Utrzymanie się na ścieżce wzrostowej i realizacja naszej Misji wymaga dalszego powiększania zespołu i utrzymania w nim kluczowych osób, dlatego jesteśmy zdeterminowani, żeby to osiągnąć.

Pomimo wszystkich wyzwań opisanych powyżej zamierzamy utrzymać nasz model biznesowy i wysokie poziomy rentowności z nim związane.

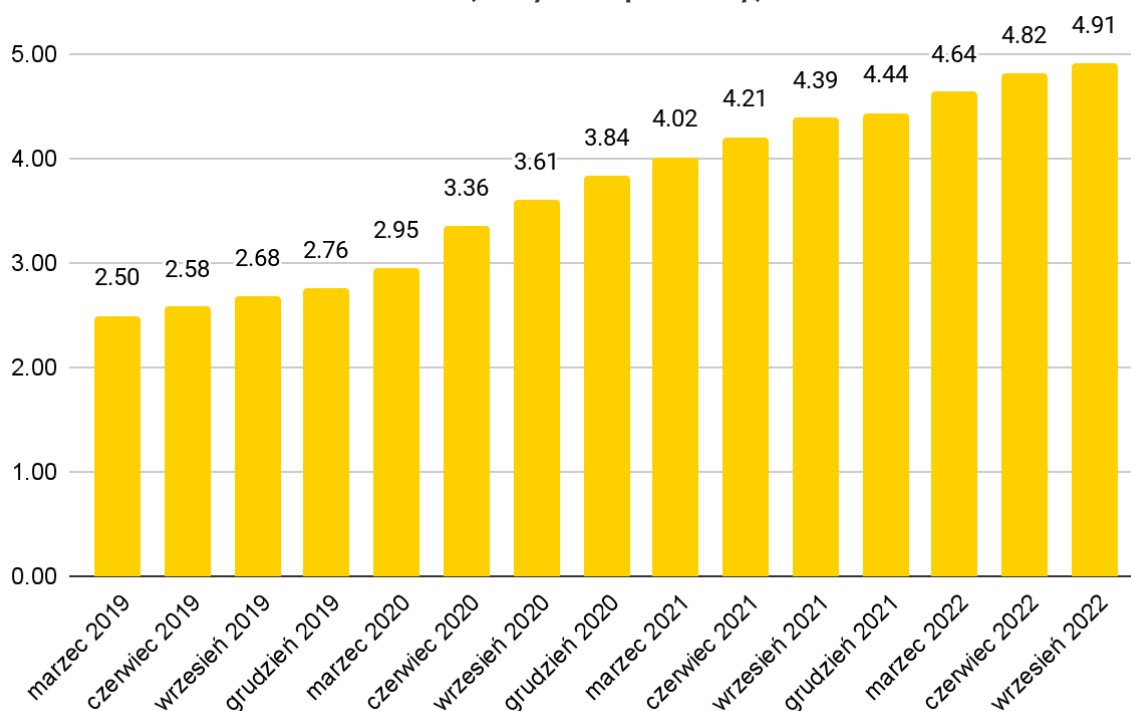
Przedstawione wyżej rentowności sprawiają, że efektywnie generujemy gotówkę. Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej wyniosły w raportowanym okresie ponad 80,15 mln zł, a na koniec tego okresu dysponowaliśmy gotówką w wysokości 40,1 mln zł. Kontynuujemy naszą politykę dywidendową, która zakłada przeznaczanie dla akcjonariuszy najwyższej możliwej, z punktu przepisów prawa, części zysku, chyba że pojawią się okazje inwestycyjne, które zapewniłyby Spółce i akcjonariuszom wyższą stopę zwrotu niż wypłata dywidendy.

## Kluczowe metryki biznesowe Spółki

### MRR

MRR (monthly recurring revenues), czyli miesięczne powtarzalne przychody stanowią zdecydowaną większość naszej sprzedaży i decydują o stabilności naszego biznesu opartego o model abonamentowy. Poza nimi osiągamy dodatkowe przychody ze sprzedaży usług związanych z naszymi produktami, np. szkoleń. Wartość miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR - Monthly Recurring Revenue) Grupy na koniec września 2022 r. wyniosła na koniec września 2022 r. wyniosła 4,91 mln USD co oznacza wzrost o 1,9% w stosunku do stanu na koniec czerwca 2022 i o 11,8 % rok do roku. Wzrost powtarzalnych przychodów (MRR - Monthly Recurring Revenue) oraz zmiana cennika produktów Spółki pozwala obecnie spodziewać się w kolejnych kwartałach wzrostów przychodów zarówno w skali roku, jak i kwartał do kwartału. Na wykresie prezentujemy MRR według stanu na koniec ostatniego miesiąca poszczególnych kwartałów.

### MRR (wszystkie produkty)



### ARPU

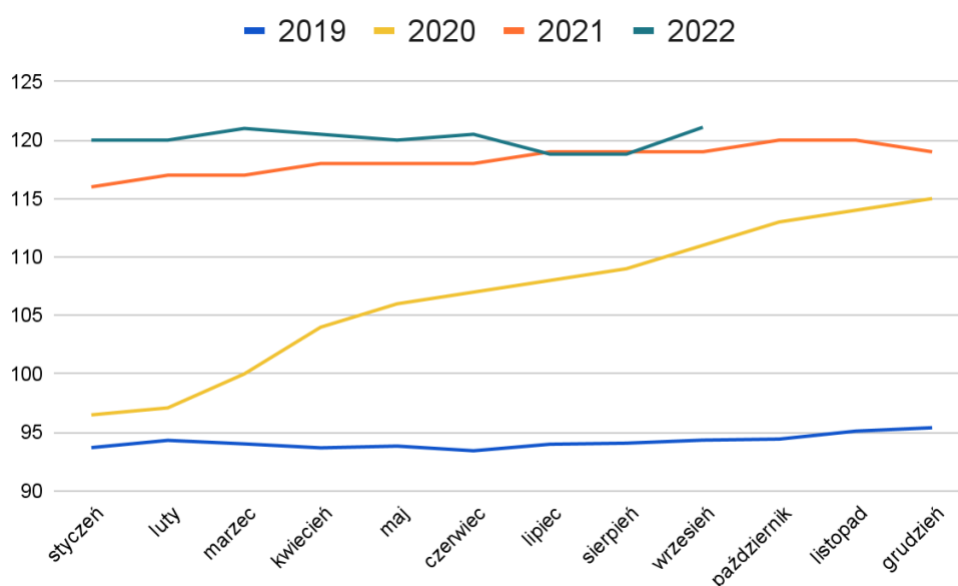
ARPU (Average Revenue Per User), średni przychód przypadający na jednego klienta – w naszym przypadku firmy lub instytucji. Podane w raporcie ARPU jest obliczone na podstawie MRR (a nie całości przychodu). Wartość ARPU poszczególnych klientów zależy od wybranego przez nich planu taryfowego i liczby agentów (w przypadku ChatBot od wybranego planu - ewentualna opłata za liczbę interakcji wykraczających poza limit dostępny w poszczególnym abonamencie nie jest uznawana za przychody powtarzalne).

Na koniec września 2022 r. ARPU produktu LiveChat wyniosło 121,2 USD wobec 120,5 USD na koniec czerwca 2022 r. i 121 USD przed rokiem. ARPU produktu ChatBot wyniosło odpowiednio 110,4 USD na koniec września 2022 wobec 102,5 USD na koniec poprzedniego kwartału i 97,1 USD przed rokiem.

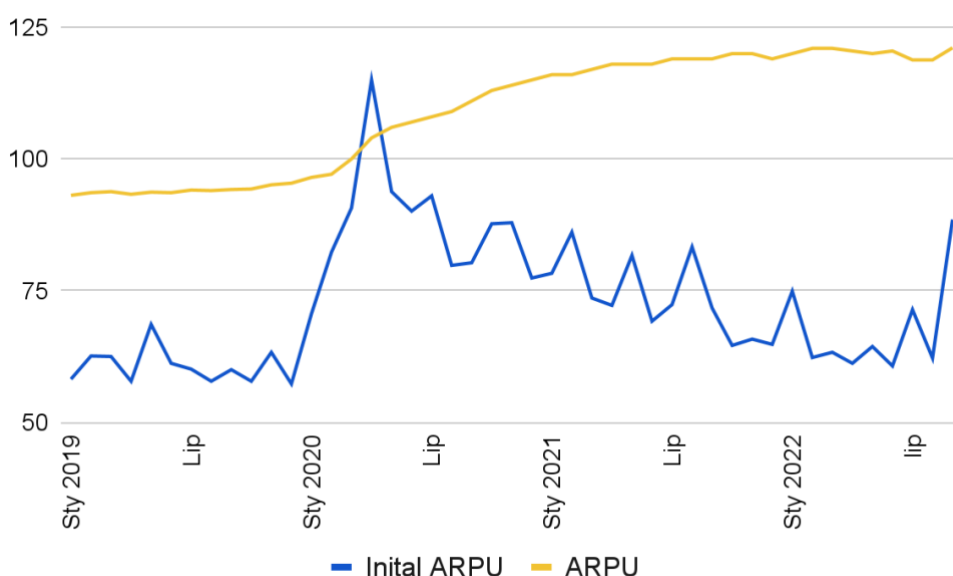
### Średnia cena sprzedaży

Średnia cena sprzedaży, lub początkowe ARPU (average sale price, initial ARPU) to w praktyce średnia wartość pierwszej płatności od nowych klientów w danym miesiącu. Istotny wzrost tego wskaźnika na początku roku był związany z analogicznymi czynnikami, co wzrost ARPU, dodatkowo niektóre organizacje mogły zostać zmuszone przez lockdown do szybszego niż standardowe wdrożenia nowych rozwiązań. Jednak, zwłaszcza w przypadku większych klientów, obserwujemy silny trend zgodnie z którym ARPU rośnie z czasem, a wielu klientów istotnie zwiększa wartość kontraktu już w trakcie pierwszego miesiąca współpracy. Dodatkowo ewentualne promocje dotyczą z reguły właśnie pierwszej płatności.

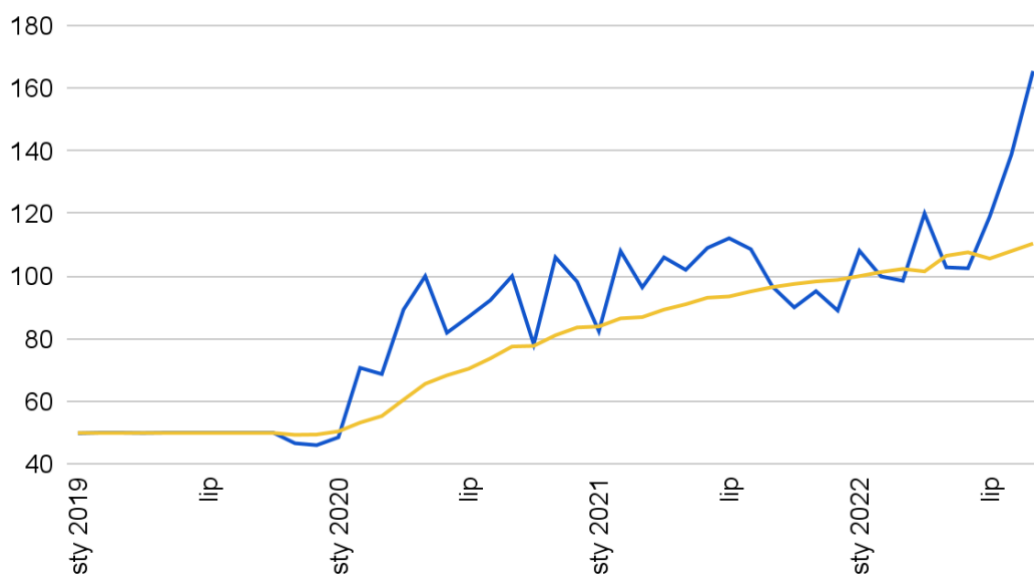
### ARPU produktu LiveChat (w USD)



### ARPU i początkowe ARPU produktu LiveChat (w USD)



### ARPU i początkowe ARPU produktu ChatBot (w USD)



## Liczba klientów i churn

Naszymi klientami są firmy działające w praktycznie wszystkich branżach gospodarki, uczelnie oraz instytucje z około 150 krajów świata. To zróżnicowanie przekłada się na naszą odporność na ewentualne kryzysy koniunktury dotyczące wybrane sektory gospodarki lub państwa. Najważniejsze geograficznie rynki, zarówno pod względem liczby klientów jak i generowanych przychodów to kraje anglojęzyczne: USA, Wielka Brytania, Australia i Kanada. Udział Polski w przychodach to zaledwie 1,3% w raportowanym okresie.

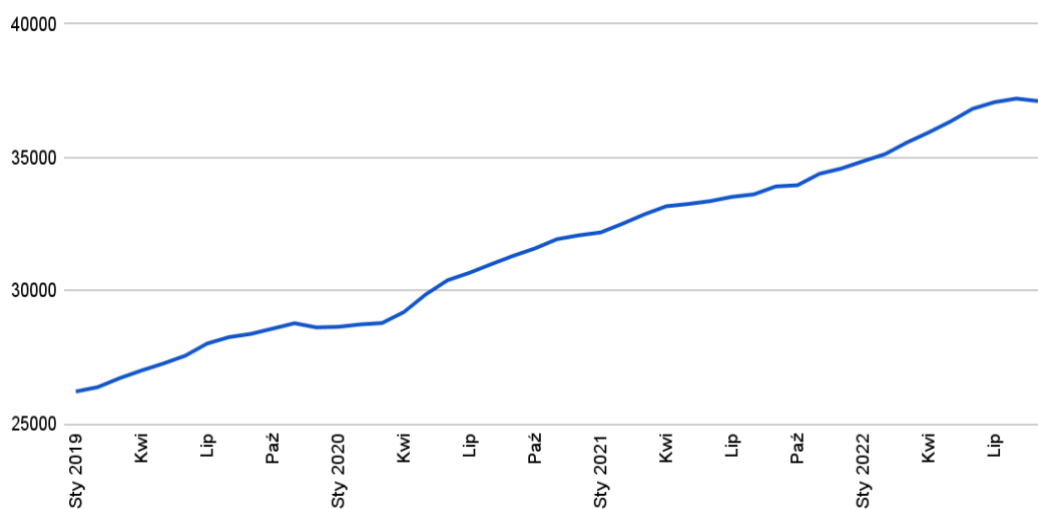
Na koniec I półrocza liczba płacących klientów LiveChat wyniosła 37.114 a ChatBot 2.637.

“Customer churn”, czyli wskaźnik odejść klientów, od początku roku finansowego kształtował się na poziomie ok. 3 proc. (w ujęciu miesięcznym). Wyniki na poziomie 3% lub nawet istotnie wyższym są normalnym zjawiskiem w modelu SaaS i zależą m.in. od branży i bazy klientów (churn jest zwykle istotnie wyższy w segmencie małych firm). Poziom 3% stanowi też poziom wokół którego historycznie oscylował nasz churn.

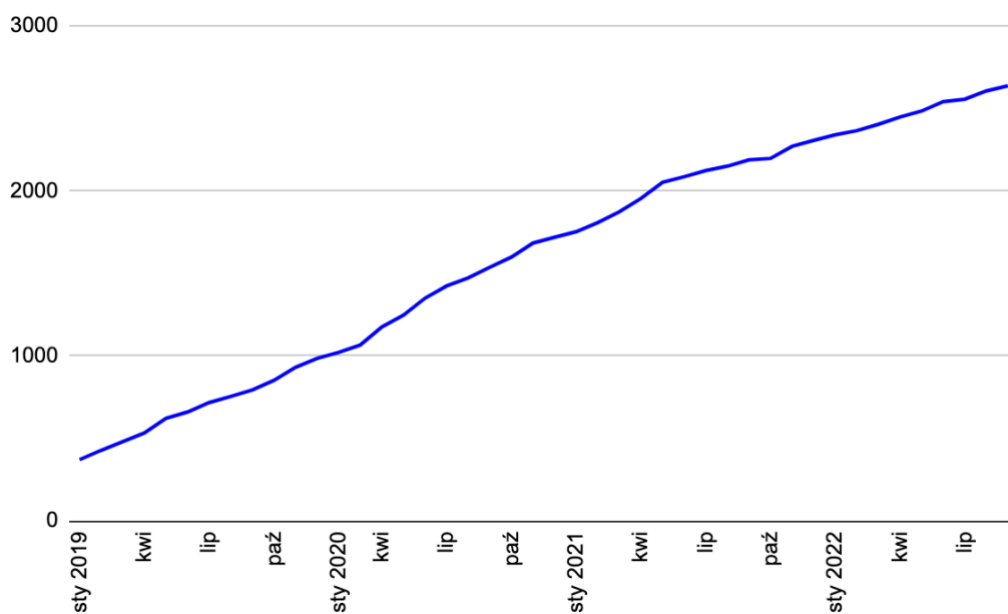
Z biznesowego punktu widzenia bardziej istotny jest “net MRR churn”, czyli podobny wskaźnik dla powtarzalnych przychodów uwzględniający również upselling. W naszym przypadku jest znacząco niższy.

Sama liczba klientów staje się coraz mniej istotnym KPI dla Spółki. Od wielu miesięcy widać trend zgodnie z którym przychody (oczyszczone z wpływu zmian kursów walutowych) rosną szybciej (pod względem dynamiki rok do roku) niż sama liczba klientów. Wiąże się to m.in. z tym, że nasza oferta i skierowana jest do klientów biznesowych – firm, które posiadają własne strony internetowe. Obecnie klienci LiveChat Software wybierają spośród czterech planów abonenckich (w przypadku LiveChat, który generuje ponad 90% przychodów). Ostateczny przychód na jednego klienta zależy zatem od wybranego planu, a także liczby licencji przez niego wykupionych. Różnica w przychodach generowanych przez poszczególnych klientów może być bardzo duża. Prowadzimy też działania mające na celu zwiększenie wskaźnika ARPU m.in. wprowadzone w sierpniu 2022 roku podwyżki cen dla nowych klientów. Prowadzimy też prace nad rozszerzeniem portfolio produktowego.

### Liczba klientów LiveChat



### Liczba klientów ChatBot



Udział produktu LiveChat w przychodach Grupy w I półroczu 2022/23 to 92,0%. Produkt ChatBot z kolei wygenerował 6,2% przychodów a HelpDesk 1,8% przychodów w półroczu. Zakładamy, że nowe produkty będą zwiększać swój udział w całości przychodów w kolejnych kwartałach i latach.

## 3.2. Najważniejsze wydarzenia

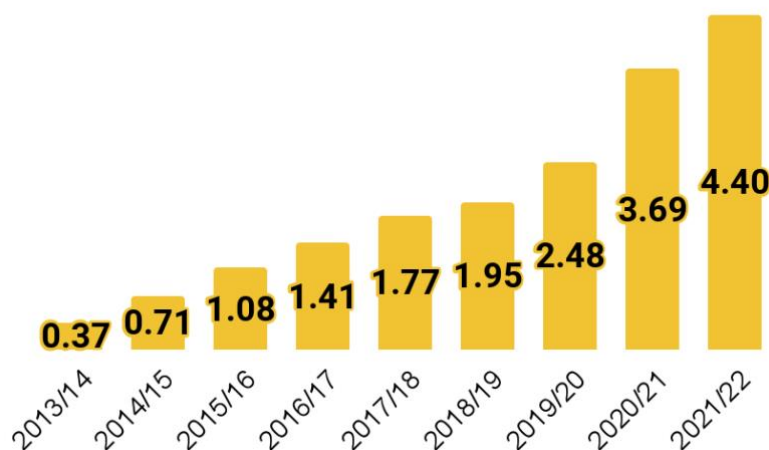
Na koniec września 2022 liczba płacących klientów LiveChat wyniosła 37.114 a ChatBot 2.637.

W dniu 30 czerwca 2022 roku Zarząd Spółki podjął uchwałę dotyczącą podziału zysku netto za okres roku obrotowego od 1 kwietnia 2021 r. do 31 marca 2022 r, zgodnie z którą zaproponowano, żeby jednostkowy zysk netto LiveChat Software S.A. w wysokości 118.574.091,81 PLN przeznaczyć na:

- zasilenie kapitału zapasowego Spółki przeznaczyć kwotę 5.274.091,81 PLN
- wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy przeznaczyć kwotę 113.300.000 PLN; co oznacza, że wartość dywidendy na jedną akcję wyniesie 4,40 PLN (wliczając w to dwie zaliczki na poczet spodziewanej dywidendy wypłacone w styczniu 2022 r. oraz w sierpniu 2022 r. - obie w wysokości 1,14 PLN na jedną akcję).

Propozycja podziału zysku netto Spółki została pozytywnie zarekomendowana przez Radę Nadzorczą Spółki, jak również Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 18 sierpnia 2022 roku zatwierdziło powyższy podział jednostkowego zysku Spółki. Zgodnie z uchwałą Zarządu Spółki w dniu 5 sierpnia 2022 roku wypłacono akcjonariuszom posiadającym akcje Spółki na dzień dywidendy, tj. 29 lipca 2022 roku, drugą zaliczkę na poczet dywidendy w kwocie 1,14 PLN na jedną akcję a pozostała kwota dywidendy w wysokości 2,12 PLN na jedną akcję wypłacona została 1 września 2022 roku.

Dywidenda (na akcję, PLN)



W maju 2022 roku Spółka uruchomiła "LiveChat Incubator". W ramach tego projektu Spółka zaoferuje mentoring, nowe kanały dystrybucji (dotarcie do swoich klientów, marketplace oraz sieć partnerów), wsparcie logistyczne oraz organizacyjne zespołom, które tworzą projekty mogące ograniczyć lub likwidować bariery komunikacyjne.

W czerwcu 2022 roku spółka LiveChat, Inc zawarła umowę i zrealizowała transakcję zakupu domeny knowledgebase.com. Zakup jest związany z realizacją strategii marketingowej Spółki. W ocenie Zarządu przetoży się on na wzrost potencjału marketingowego produktu KnowledgeBase. Zarząd nie ujawnia wartości transakcji ze względu na ochronę interesu Spółki, która może negocjować podobne umowy w przyszłości.

Spółka konsekwentnie i w sposób ciągły prowadzi działania mające na celu pozyskanie lub budowę nowych kanałów pozyskiwania klientów i optymalizację istniejących. Jednym z efektów takich działań było utworzenie integracji rozwiązania LiveChat z platformą Squarespace. Dzięki niej rozwiązania spółki została wprowadzone do marketplace Square Online w listopadzie, jako pierwszy produkt z kategorii live chat.

W listopadzie Spółka udostępniła rozwiązanie OpenWidget. Dostępny w wersji darmowej OpenWidget ma wspomagać komunikację online umożliwiając bardzo prostą instalację na stronie internetowej widżetu. W obecnej



wersji widżet może udostępniać formularz kontaktowy, odpowiedzi na często zadawane pytania i/lub “product cards” (narzędzie skutecznie wspierające monetyzację). Za stworzenie Open Widget odpowiada zespół wewnętrzny do tej pory koncentrujący się na rozwoju widżetów LiveChat i innych produktów Spółki. W przyszłości OpenWidget może uzyskać płatną wersję premium lub stanowić kanał dystrybucji dla innych produktów Spółki. Obecny etap można określić jako wczesny, zbliżony do “soft launch” a jego celem jest pozyskanie pierwszej grupy użytkowników.

Od maja 2022 Spółka prowadzi proces aktualizacji cen swoich produktów. W efekcie w okresie maj - wrzesień 2022 zweryfikowano cenniki wszystkich czterech produktów, co obecnie przekłada się na wzrost wskaźników ARPU tych rozwiązań. Największy wpływ na wyniki finansowe Spółki ma i będzie mieć podwyżka cen LiveChat, która w sierpniu została wprowadzona dla nowych klientów. Pod koniec września rozpoczęto proces wprowadzania tych zmian dla obecnych klientów Spółki.

## POZYSKIWANIE KLIENTÓW



### Dział sprzedaży

W procesie akwizycji klientów Spółka wykorzystuje wiele kanałów, w tym kanały partnerskie (afiliacyjny i resellerski), content marketing który przekłada się m.in. na wysoką pozycję w rankingach wyszukiwarek internetowych, obecność w serwisach takich jak Shopify, Big Commerce i inne, integracje z innymi rozwiązaniami i inne. W 2019 roku utworzono dział sprzedaży, który wspiera realizację strategii zakładającej m.in. pozyskiwanie większej liczby klientów klasy „enterprise” oraz pozyskiwanie większych pod względem wartości klientów niż do tej pory.

Zespół sprzedażowy koncentruje się na zawieraniu umów “enterprise” ze szczególnym uwzględnieniem porozumień dotyczących kilku produktów.

W I kwartale roku finansowego dział pozyskiwał klientów z wielu różnych branż z których najliczniej reprezentowane były “internet software and services” oraz “consumer services and retail”. Wśród najważniejszych klientów znajdują się:

- firma z branży motoryzacyjnej o rocznych przychodach na poziomie 14 mld USD,
- producent oprogramowania obsługujący ponad 170 tys. klientów korporacyjnych,
- przeniesienie dużego klienta z branży usług finansowych na dwuletnią umowę klasy enterprise,
- przedłużenie umowy i dosprzedaż ChatBot do klienta z branży opieki zdrowotnej działającego w jednym ze stanów USA,
- firma technologiczna z Wielkiej Brytanii.

Okres lipiec - wrzesień okazał się najlepszym kwartałem dla działu sprzedaży (pod względem wartości nowych umów i zwiększenia wartości trwających partnerstw) od jego powstania. Najważniejsze umowy II kwartału to m.in.:

- pozyskanie jednego z liderów globalnego rynku segmentu "life sciences",
- rozpoczęcie współpracy z firmą telekomunikacyjną z USA,
- przedłużenie i zwiększenie wartości umowy z jedną z agencji stanowych z Kalifornii,
- zwiększenie zakresu współpracy z jednym liderów rynku z branży wyposażenia domu,
- przedłużenie umowy z liderem branży technologii dla branży iGaming.

## 4.3. Inne wydarzenia

### Akademia LiveChat

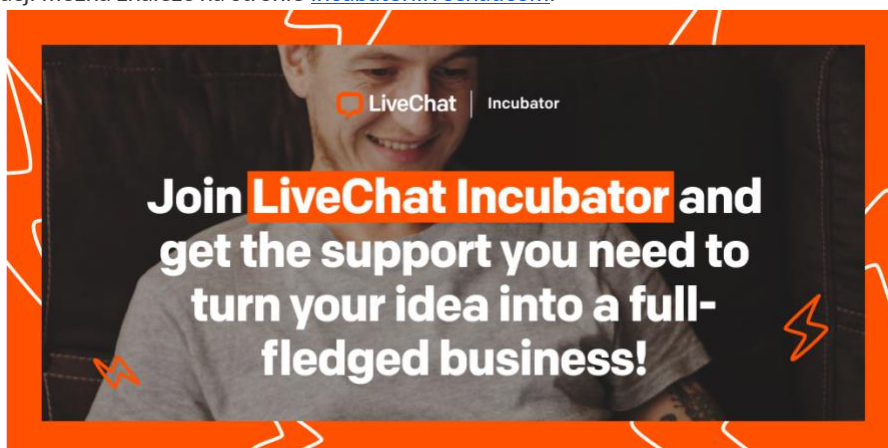
Cykl wykładów, w trakcie których Partnerzy dzielą się swoimi doświadczeniami, know-how i uczą innych członków zespołu wartościowych umiejętności.



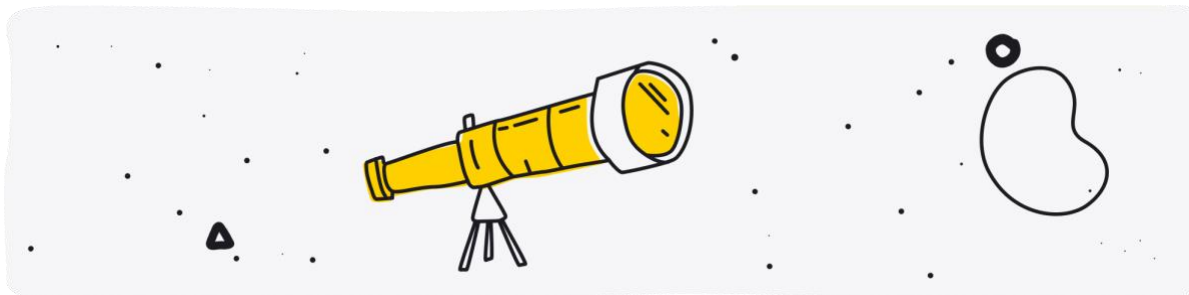
### LiveChat Incubator

W maju 2022 roku LiveChat Software ogłosił projekt "LiveChat Incubator". W jego ramach Spółka będzie wspierać projekty pomagające w przełamywaniu barier w komunikacji online. LiveChat Software zaoferuje mentoring, nowe kanały dystrybucji (dotarcie do swoich klientów, marketplace oraz sieć partnerów), wsparcie logistyczne oraz organizacyjne.

Więcej informacji można znaleźć na stronie [incubator.livechat.com](https://incubator.livechat.com).



## 4. Opis działalności Grupy Kapitałowej LiveChat Software



### 4.1. Strategia rozwoju

Wyróżnia nas fakt, że czujemy się odpowiedzialni za jakość komunikacji po obu stronach tego procesu. Wspomagamy firmy w bardziej efektywnym komunikowaniu się, ale naszym celem jest również zapewnienie jak najlepszego doświadczenia i poprawy jakości usług dla milionów ludzi, którzy każdego dnia wykorzystują nasze rozwiązania.

### Produkt i usługi

Produkty i usługi które dostarczamy mają spełniać wszystkie potrzeby komunikacyjne naszego klienta. W obecnym otoczeniu to nie marka, ale klient dyktuje warunki komunikacji. Nasze produkty mają mu umożliwić nie tylko możliwość kontaktu z firmą w czasie i miejscu, który wybierze za pośrednictwem dowolnego kanału komunikacji, ale również swobodne wyrażenie siebie i swoich emocji.

Będziemy dążyć do tego, żeby maksymalnie zwiększać liczbę interakcji przeprowadzonych za pośrednictwem naszych rozwiązań.

### Rynki docelowe

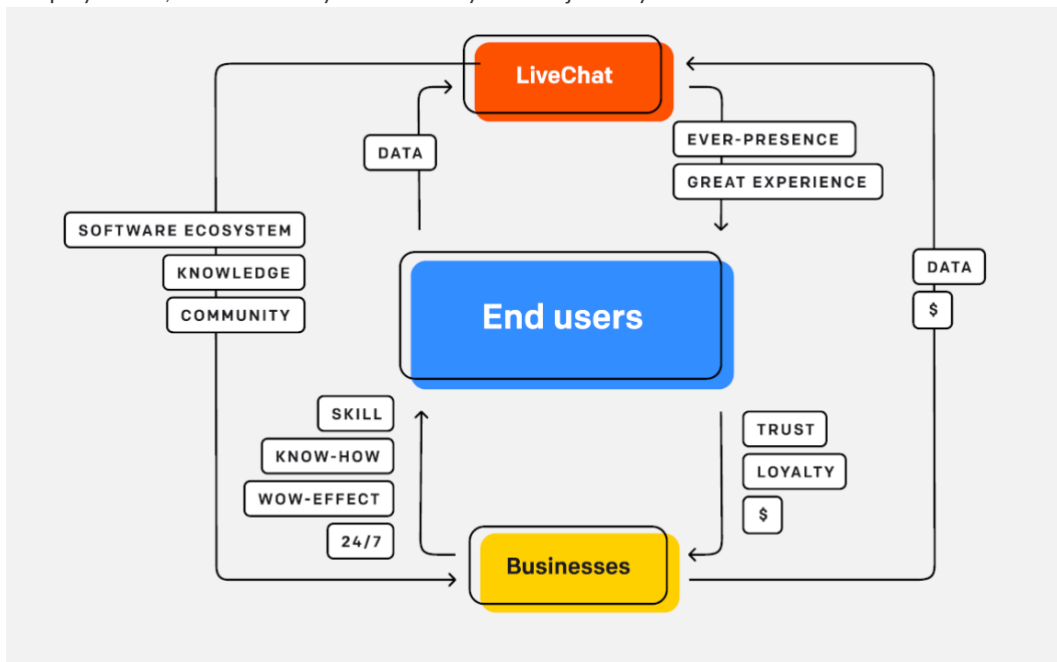
Naszymi klientami są spółki każdej wielkości reprezentujące wszystkie branże. Jedną z naszych istotnych przewag konkurencyjnych jest bardzo efektywny, zautomatyzowany proces sprzedaży do małych i średnich firm.

Zamierzamy utrzymać tą przewagę, równocześnie koncentrując się na firmach średniej wielkości. Utrzymanie silnej pozycji w segmencie małych spółek pomoże nam w generowaniu nowych leadów. Zwiększenie liczby klientów korporacyjnych przełoży się na zwiększenie przewidywalności naszego biznesu i jego jeszcze większą stabilność. Oceniamy, że mamy możliwości technologiczne i organizacyjne potrzebne do świadczenia usług dla tego segmentu rynku. Pomimo to potrzebne są dalsze prace nad dostosowaniem produktów, marketingu, a także wzmocnienie działu sprzedaży, by osiągnąć ten cel.



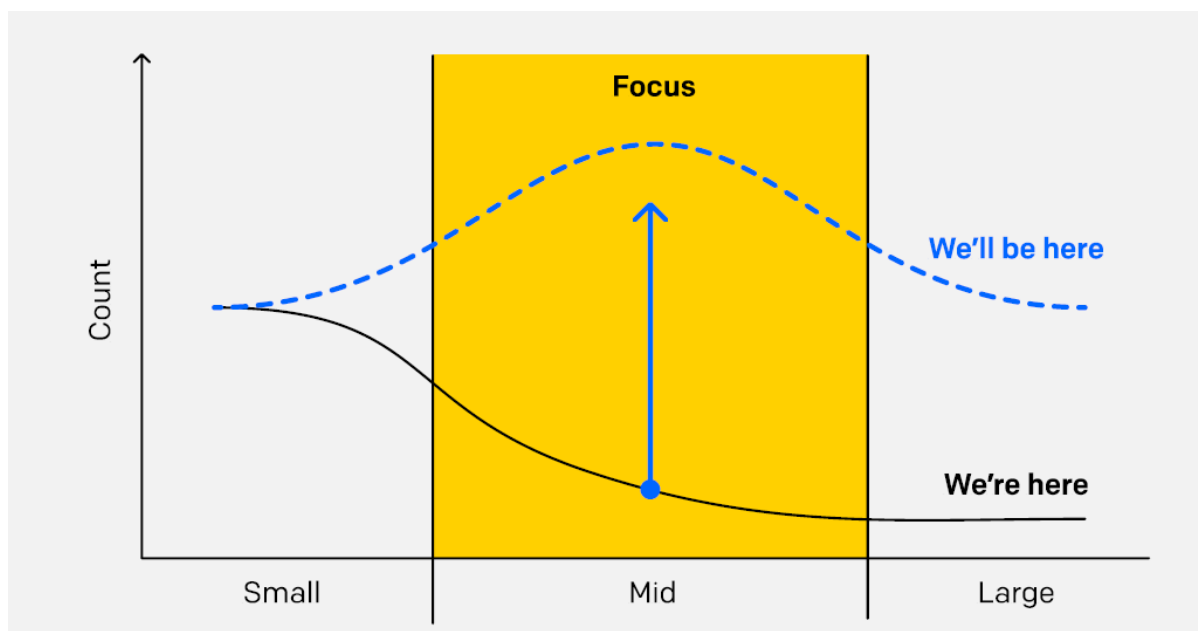
Naszym klientom oferujemy nie tylko rozwiązania technologiczne, ale również naszą wiedzę ekspercką zgromadzoną dzięki 20 lat doświadczeń wspierania komunikacji online.

Koncentrujemy się na rynku USA, który jest dla nas największy pod względem wartości sprzedaży, potencjału wzrostu w przyszłości, ale również wyznacza trendy dla całej branży.



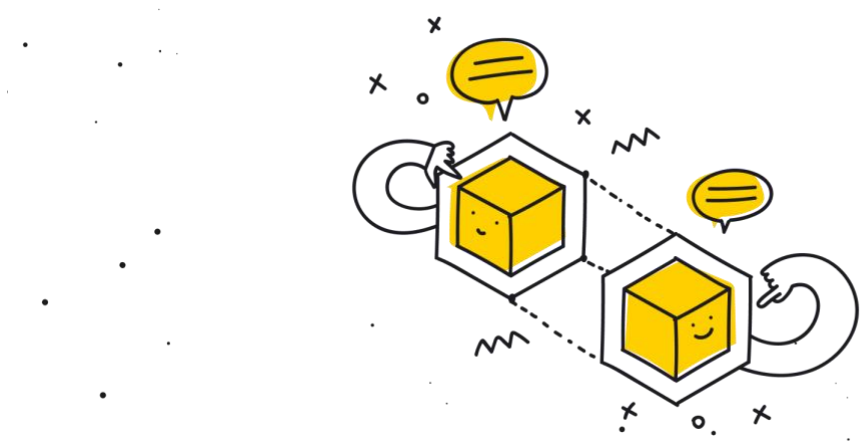
## Ekonomia skali

Nasze rozwiązania są wykorzystywane przez tysiące firm i miliony użytkowników końcowych. Daje nam to dane i doświadczenie, które wykorzystujemy do dalszego wzrostu - rozwoju naszych obecnych produktów i projektowania nowych. Koncentrujemy się na realizacji projektów o największym potencjale.



## Koncentracja na danych

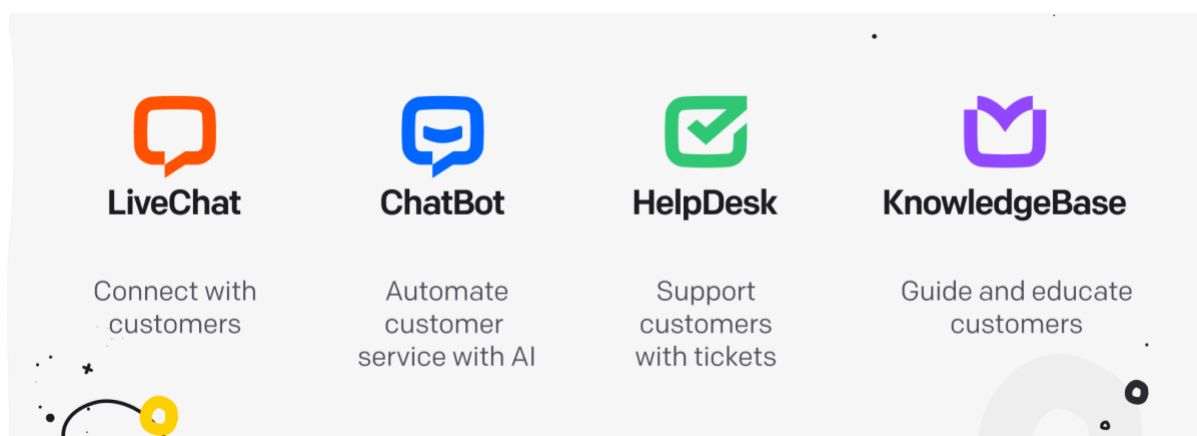
Poszukując okazji do dalszego wzrostu będziemy opierać się na dostępnych danych i inwestować w ich analizę.



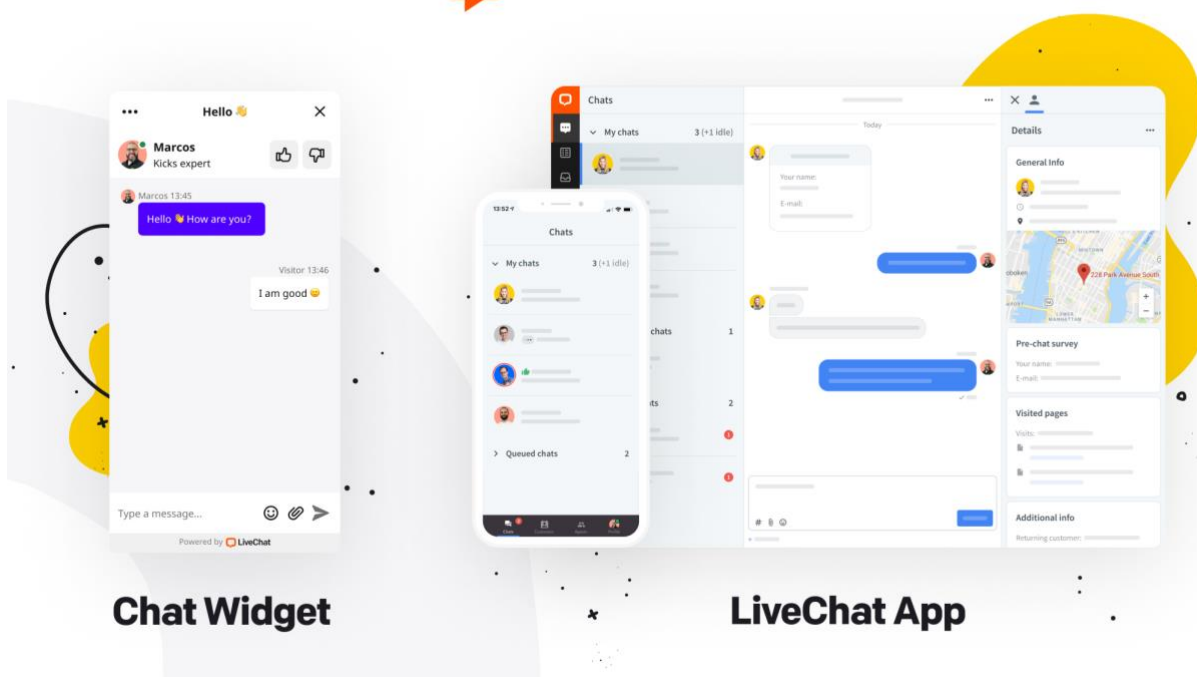
## Otwarta Infrastruktura i produkty

Nasze produkty mają być otwarte i łatwe do zintegrowania z innymi rozwiązaniami dostarczonymi przez zewnętrznych dostawców. Nawet nasze API (Interfejs Programowania Aplikacji) staje się produktem samym w sobie.

## 4.2. Produkty Spółki



### 4.2.1. LiveChat



Produkt LiveChat to narzędzie, które służy do szybkiego kontaktu klientów z firmą poprzez aplikację chat na stronie internetowej. Rozwiązanie wykorzystywane jest przede wszystkim do prowadzenia działań customer service oraz sprzedaży online.

Spółka oferuje produkt w wersjach aplikacji mobilnej i desktopowej, możliwe jest także korzystanie z niego poprzez przeglądarkę internetową. Sprawia to, że użytkownik produktu może obsługiwać rozmowy ze swoimi klientami z niemal każdego miejsca i o każdej porze.

Przykłady użycia produktu są bardzo zróżnicowane. Rozwiązanie LiveChat może usprawniać procesy sprzedażowe w branży e-commerce, służyć jako narzędzie wspierające rekrutację w branży edukacyjnej i HR lub jako kanał kontaktu w branżach wymagających spersonalizowanej komunikacji np. nieruchomości. Spółka przykłada dużo uwagi, by implementacja produktu na stronie internetowej, dopasowanie go do potrzeb klienta, a następnie obsługa były intuicyjne i proste, mimo zaawansowanych funkcjonalności, które produkt oferuje. Również proces

onboardingowy prowadzony jest w taki sposób, by już na samym początku wyjaśnić jak najwięcej możliwych wątpliwości użytkownika. Dzięki temu, produkt może być wykorzystywany przez małe i średnie przedsiębiorstwa, ale także przez duże korporacje.

Produkt oferuje wiele funkcjonalności, nie tylko ułatwiających prowadzenie rozmów z klientami, ale także usprawniających zarządzanie tą komunikacją. Użytkownicy mogą korzystać z funkcji angażujących klientów (np. automatycznie pojawiających się zaproszeń do rozmów), systemu ticketowego (umożliwia on pozostawienie wiadomości poza godzinami pracy zespołu obsługi), śledzenia zachowań odwiedzających stronę internetową, a także z panelu analitycznego. Wszystkie dane gromadzone za pomocą aplikacji LiveChat są atrakcyjnym źródłem wiedzy, wykorzystywanej w procesie sprzedaży, obsługi i wsparcia klienta.

Struktura produktu pozwala użytkownikom na zintegrowanie go z innymi narzędziami, co znacznie rozszerza przypadki jego użycia. Do dyspozycji klientów są integracje: tzw. "one-click" (pozwalają one na włączenie integracji z danym narzędziem niemal poprzez jedno kliknięcie) lub bardziej zaawansowane, wymagające użycia udostępnionej przez Spółkę dokumentacji np. API (Application Programming Interface - Interfejs Programowania Aplikacji) oraz wiedzy programistycznej. Jedną z ciekawszych integracji, jest możliwość uruchomienia w produkcie chatbotów. Daje to firmom możliwość prowadzenia komunikacji z klientami zarówno poprzez prawdziwych agentów, jak i mechanizmy oparte na sztucznej inteligencji.

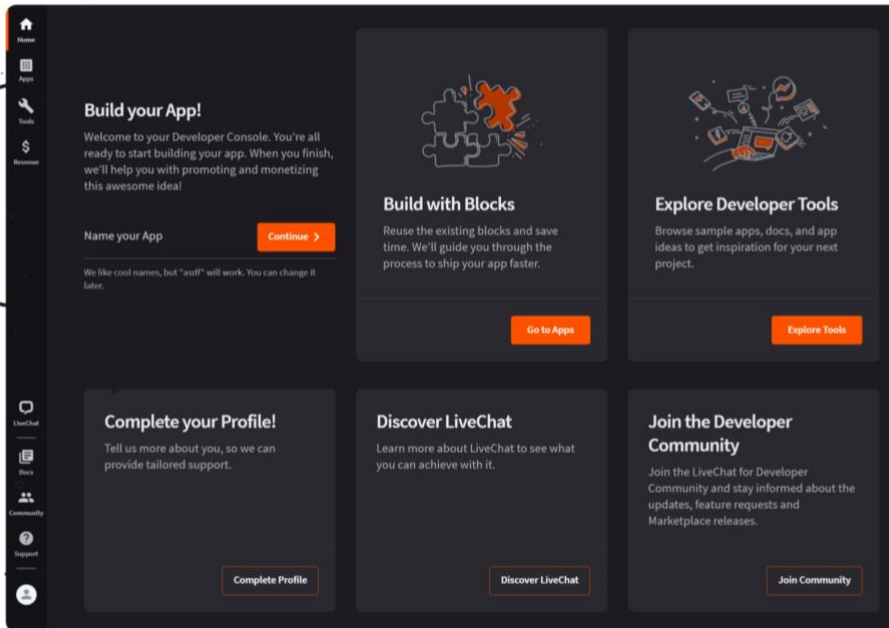
## Produkt LiveChat jako platforma

Pomysł na zmianę kierunku rozwoju produktu LiveChat jest odpowiedzią na rosnącą liczbę jednostkowych wymagań użytkowników względem aplikacji. Aby sprostać i wyprzedzić oczekiwania klientów, LiveChat Software buduje wokół swojego rozwiązania ekosystem.

Zmiana modelu biznesowego na platformę, w dłuższej perspektywie, przyspieszy rozwój tworzonych przez Spółkę rozwiązań, a także ułatwi wprowadzanie do nich nowych funkcjonalności. Platforma umożliwia tworzenie i udostępnianie nowych funkcji nie tylko przez pracowników Spółki, ale także przez zewnętrzne jednostki (developerów, firmy programistyczne, partnerów, a także samych użytkowników). Dzięki platformie i udostępnianym na niej narzędziom każdy spoza firmy ma możliwość stworzenia własnego rozszerzenia czy aplikacji bazującej na technologii produktu LiveChat. W ten sposób możliwe jest wprowadzenie rozwiązań, których nie ma w produkcie, a które dla danego użytkownika są kluczowe.

[Platforma](#) wokół rozwiązania LiveChat, składa się ze ściśle powiązanych ze sobą części. Pierwsza z nich to Konsola Developerska, na której udostępniane są przez Spółkę odpowiednie narzędzia (instrukcje, dokumentacja API, przykłady kodów), dzięki nim możliwe jest tworzenie wtyczek, rozszerzeń.

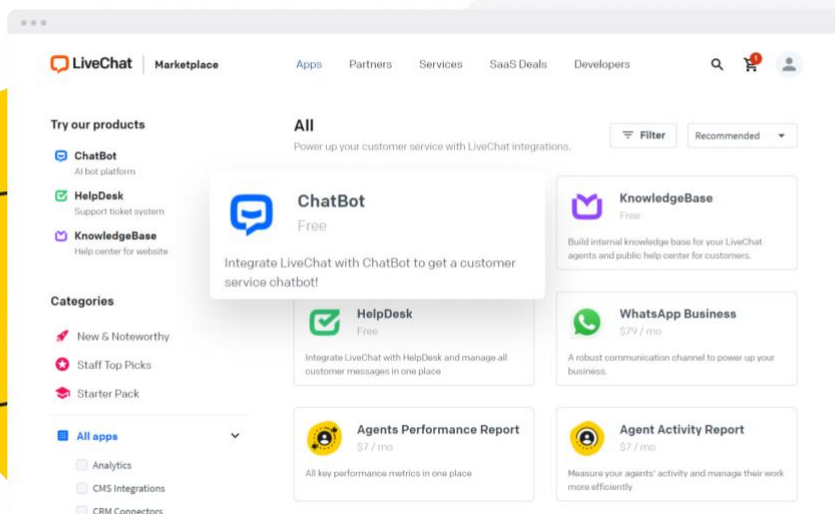
# Developer console



Kolejna część to [Marketplace](#), czyli “miejsce” w którym wszystkie stworzone produkty są przechowywane i udostępniane użytkownikom produktu LiveChat (w wersji płatnej i bezpłatnej). Trzecia część to budowana wokół platformy społeczność wszystkich jej uczestników, a także klientów Spółki. Celem społeczności jest wymiana doświadczeń, wspólne tworzenie aplikacji oraz nawiązywanie wzajemnych relacji.

Główne korzyści rozwoju produktu w modelu platformy to, że rozwiązania stają się bardziej elastyczne, przez co możliwe jest niemal dowolne dostosowywanie ich funkcjonalności do wymagań użytkowników. Sprawia to, że relacje użytkownika z produktem są mocniejsze, przez co trudniej jest mu zrezygnować z jego użycia. Platforma pozwala także na odkrywanie nieznanych dotąd przypadków użycia danego rozwiązania i dzielenie się tymi doświadczeniami.

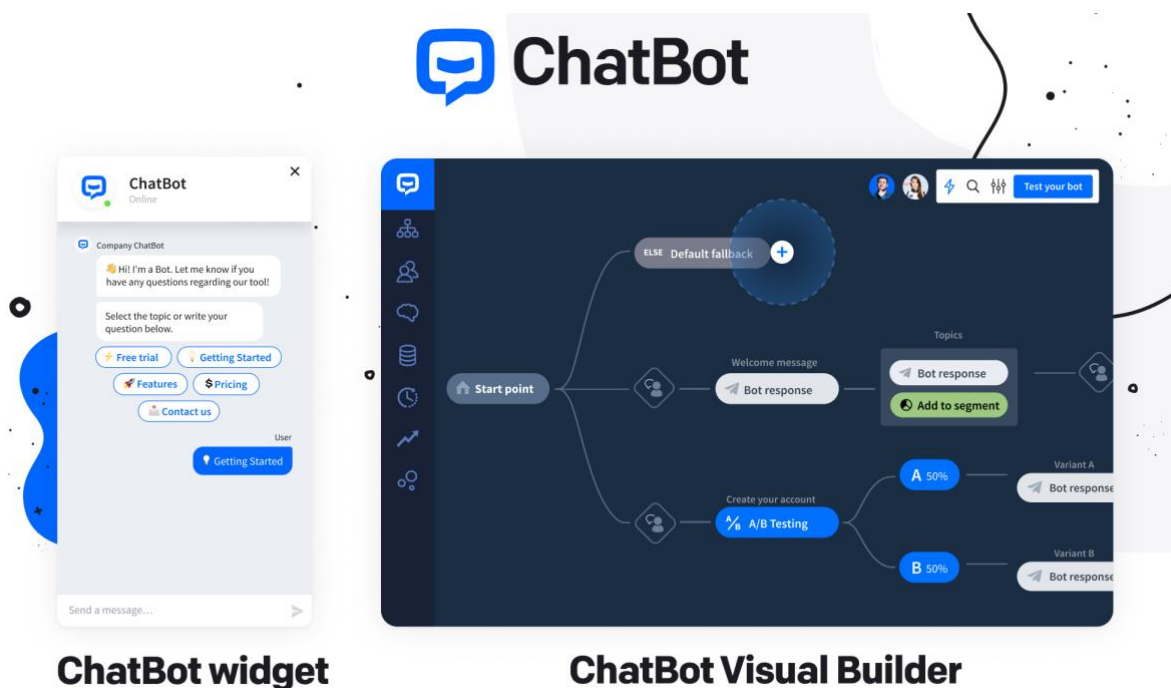
# LiveChat Marketplace





W I połowie 2022/2023 roku łączna wartość przychodów ze sprzedaży aplikacji udostępnionych w marketplace Spółki (zarówno własnych, jak autorstwa partnerów zewnętrznych) wyniosła 642 tys. USD wobec 487 tys. USD w analogicznym okresie rok wcześniej.

## 4.2.2. ChatBot



ChatBot to produkt, który umożliwia tworzenie chatbotów konwersacyjnych obsługujących różne scenariusze biznesowe. Ich głównym celem jest automatyzacja komunikacji firm oraz poprawa efektywności zespołów obsługi klienta poprzez rozwiązywanie powtarzalnych zapytań klientów. Wprowadzone na rynek rozwiązanie wpisuje się w przyjętą przez Spółkę strategię rozwijania oferty produktów, służących do komunikacji tekstowej z klientem. Jednocześnie odpowiada popularnemu obecnie trendowi automatyzacji komunikacji poprzez mechanizmy, wykorzystujące sztuczną inteligencję.

Boty tworzone są poprzez przygotowanie szczegółowego scenariusza konwersacji w formie 'drzewa'. Opiera się ono na metodzie drag&drop, jest intuicyjne i proste, przez co dostępne także dla osób, które nie mają specjalistycznej wiedzy programistycznej.

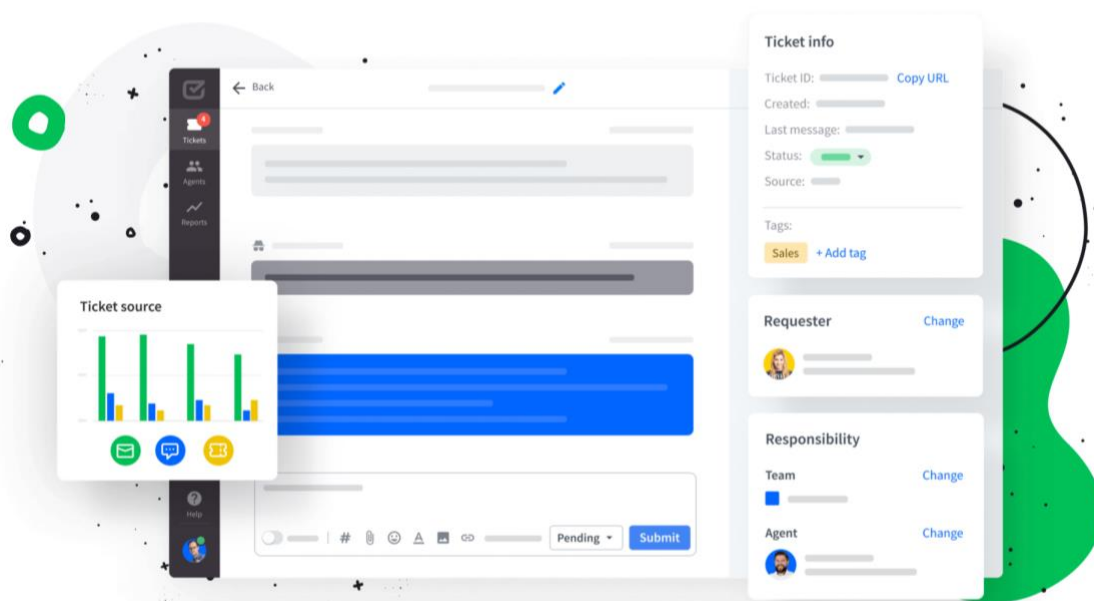
Chatboty, tworzone poprzez ChatBot, opierają się na dwóch systemach dopasowywania fraz podczas rozmowy z użytkownikiem. Główny - machine learning, który analizuje całą wpisaną frazę, oraz drugi oparty o słowa kluczowe. Można ich używać naprzemiennie lub nawet łączyć w obrębie jednego scenariusza.

ChatBot zintegrowany jest z rozwiązaniem LiveChat, ale też z innymi narzędziami, jak np. Facebook Messenger. Dodatkowo, użytkownik może połączyć stworzonego bota z wewnętrznym systemem, co pozwala m.in. na weryfikowanie i przesyłanie danych pozyskanych przez bota podczas rozmowy do innych systemów w firmie. Możliwości integracyjne ChatBot są właściwie nieograniczone ze względu na udostępnienie przez firmę API aplikacji.

Spółka promuje swoje rozwiązania poprzez działania bezkosztowe, organicznie zwiększając bazę użytkowników ChatBot. Jednocześnie sprzedaż ChatBot zajmuje się także zespół sprzedaży – wspólny dla wszystkich produktów. Rozwiązanie funkcjonuje na rynku od czerwca 2017 roku (w wersji otwartej bety, od lutego 2018 r. jako kompletny produkt). Do klientów produktu zaliczają się takie firmy jak Boston University, Kayak, Adidas, UEFA, czy Intuit.

Więcej informacji na temat produktu znajduje się na stronie internetowej: <https://www.chatbot.com>

### 4.2.3. HelpDesk

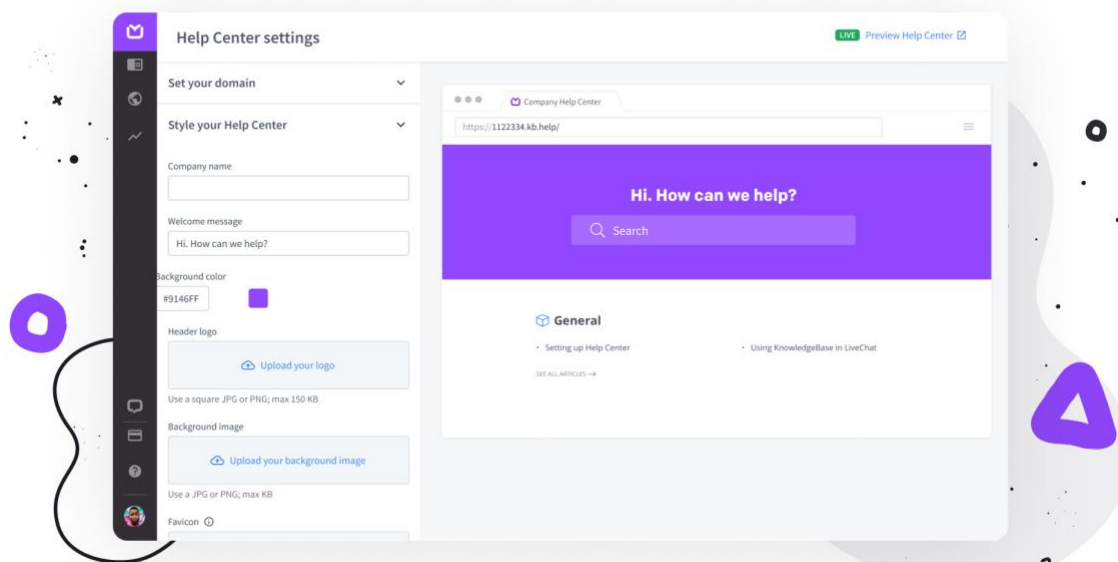


HelpDesk to rozwiązanie, które ma wspierać komunikację biznesową z klientem poprzez różne kanały. W szczególności HelpDesk pomaga zarządzać tzw. "Ticketami", czyli sprawami zgłaszanymi przez klientów za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji tekstowej (np. mail, live chat).

Wśród funkcji oferowanych przez HelpDesk znajdują się wsparcie dla pracy w zespołach, grupowanie i tagowanie ticketów, ocena satysfakcji konsumentów. Obecnie trwają prace nad większą ilością integracji HelpDesku z innymi produktami. Produkt jest systematycznie rozbudowywany, a jego wizją docelowo zakłada jak największą automatyzację by skrócić czas obsługi klientów przez support. HelpDesk stanowi rozwiązanie konkurencyjne dla takich produktów jak m.in. Zendesk, FreshDesk, ZOHO Desk, HappyFox, czy HelpScout i stanowi wartościowe uzupełnienie oferty Spółki.

Szczegóły dotyczące produktu, dostępne są tutaj: <https://www.helpdesk.com/>

## 4.2.4. KnowledgeBase



Spółka wydała aplikację w październiku 2017 r., początkowo w wersji otwartej bety, a następnie w marcu 2018 r., jako kompletny i płatny produkt. Platforma KnowledgeBase pozwala firmom tworzyć własne bazy wiedzy, do których dostęp mogą mieć zarówno jej pracownicy, jak i klienci.

Dzięki KnowledgeBase artykuły dotyczące np. pomocy technicznej gromadzone są w jednym miejscu. W ten sposób podczas obsługi klienta, pracownik nie musi przetaczać się między zakładkami w przeglądarce w poszukiwaniu odpowiedzi na zadane pytanie, a jedynie wyszukać informacji w bazie. Zwiększa to efektywność obsługi i przyspiesza komunikację z klientami. W przypadku klienta, pozwala mu także na samodzielne wyszukanie rozwiązania danego problemu. Aplikacja może być zintegrowana bezpośrednio z rozwiązaniem LiveChat.

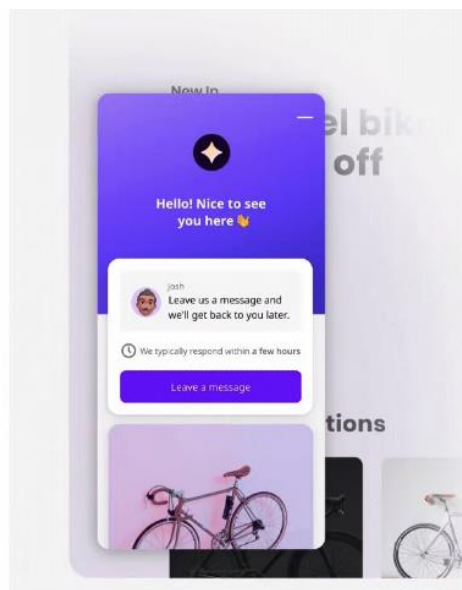
Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: <https://www.knowledgebase.com>

## 4.2.5. OpenWidget



**Enhance your website for better customer relations**

- ✓ Free
- ✓ No-code
- ✓ Quick setup



Dostępny w wersji darmowej OpenWidget ma wspomagać komunikację online umożliwiając bardzo prostą instalację na stronie internetowej widżetu. W obecnej wersji widżet może udostępniać formularz kontaktowy, odpowiedzi na często zadawane pytania i/lub "product cards" (narzędzie skutecznie wspierające monetyzację). Za stworzenie OpenWidget odpowiada zespół wewnętrzny do tej pory koncentrujący się na rozwoju widżetów LiveChat i innych produktów Spółki. Wydany w listopadzie 2022 r. OpenWidget w przyszłości może uzyskać płatną wersję premium lub stanowić kanał dystrybucji dla innych produktów Spółki.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: <https://www.openwidget.com>

## 4.3. Dodatkowe działania

Dodatkowe działania, przyczyniające się do organicznego wzrostu liczby klientów, nad którymi zespół Spółki pracuje w dedykowanych zespołach:

**Program Partnerski** - celem programu partnerskiego jest budowa nowych kanałów sprzedaży w oparciu o współpracę z firmami różnych branż lub freelancerami. Program składa się z modeli:

- affiliate, w którym partnerzy otrzymują prowizję z każdej sprzedaży produktu zrealizowanej za ich pośrednictwem
- solution partners, zakładającego możliwość dołączenia naszego produktu (oraz usług wokół niego) do portfolio ofertowego partnera i samodzielnego kształtowania polityki cenowej

### Działania podejmowane w projekcie:

- rozbudowa strony i bloga (wzmocnienie organicznego ruchu i liczby zapisów zainteresowanych współpracą podmiotów)
- rozbudowa panelu partnerskiego ([dashboard](#)) dającego partnerom dostęp do materiałów reklamowych, analityki oraz narzędzi do tworzenia i zarządzania licencjami LiveChat tworzonymi w tym modelu
- API programu partnerskiego - dające możliwość śledzenia i optymalizacji aktywności w projekcie oraz automatyzacji wielu czynności w jego ramach

## Działania content marketingowe

Spółka przykłada dużo pracy do treści tworzonych na stronę, co pozwala jej generować duży ruch przychodzący na strony internetowe i wysokie pozycje w przeglądarkach.

**Partnerships** - działania, polegające na współpracy z innymi firmami, tworzącymi oprogramowania. Opierają się na współpracy na różnych poziomach: wzajemnej promocji, tworzenia wspólnych integracji, listowania w marketach.

## 4.4. Opis sytuacji na rynku usług SaaS oraz w segmencie oprogramowania typu „live chat”

Rynek oprogramowania SaaS (Software-as-a-Service) jest największą i dynamicznie rozwijającą się częścią rynku Cloud Computing, polegającego na świadczeniu usług i oferowaniu produktów z obszaru technologii informacyjnych poprzez wykorzystanie chmury obliczeniowej. W ramach rynku Cloud Computing wyróżnia się segment chmury prywatnej, z której korzystają duże przedsiębiorstwa w celu optymalizacji własnych zasobów, oraz segment chmury publicznej, skierowanej do małych i średnich spółek, która pozwala na większą kontrolę nad wydatkami i możliwość rozłożenia ich w czasie. Według szacunków firmy analitycznej Gartner wartość publicznej chmury wyniosła 410,9 mld USD w 2021 r.

Zgodnie z prognozami, wartość rynku chmury publicznej w 2022 urośnie o 20,4% do 494,7 mld USD, a w 2024 osiągnie wartość blisko 600 mld USD. Rozwiązania oferowane w modelu SaaS dynamicznie zastępuje tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalność i elastyczność wykorzystywanych rozwiązań. W ramach rynku Cloud Computing wyróżnia się także rynki:

- IaaS (Infrastructure-as-a-Service) – dostarczanie infrastruktury informatycznej,
- PaaS (Platform-as-a-Service) – sprzedaż wirtualnego środowiska pracy programisty,
- BPaaS (Business-Process-as-a-Service) – outsourcing procesów biznesowych,
- BaaS (Backend-as-a-Service) – wspólna baza backendowa dla procesów wielu aplikacji
- Daas (Data-as-a-Service) – zdalnie dostarczane dane na żądanie użytkownika
- FaaS (Function-as-a-Service) – platforma umożliwiająca rozwijanie, testowanie i uruchamianie poszczególnych funkcji w chmurze

Usługi SaaS stanowią największą częścią publicznej chmury i na koniec 2022 roku ich wartość powinna przekroczyć 176 mld USD. Gartner prognozuje, że będzie stały wzrost na tym rynku, gdyż przedsiębiorstwa wybierają wiele sposobów dotarcia z usługami SaaS do klientów m.in. poprzez marketplace w chmurze oraz dzielą duże aplikacje na mniejsze bardziej efektywne części w celu poprawy efektywności.

Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie opłat abonamentowych za dostęp do usługi. Istnieje także wiele dodatkowych modeli pobierania opłat, m.in. opłata za transakcję, wolumen, funkcje, limity wykorzystania zasobów.

Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej podkreślane korzyści dla klienta to:

- znaczące uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie i bezobsługowo ze strony klienta,
- uzyskanie istotnych oszczędności na kosztach wsparcia i serwisu,
- przewidywalne, stałe i stosunkowo niższe płatności abonamentowe zamiast wysokiego jednorazowego kosztu zakupu oprogramowania i niezbędnej
- infrastruktury oraz ewentualnych późniejszych kosztów dodatkowych,
- elastyczny plan taryfowy pozwalający na rezygnację z usługi w dowolnym momencie,
- wysoka skalowalność produktu wraz ze wzrostem zapotrzebowania ze strony klienta,

- możliwość korzystania z aplikacji z dowolnego miejsca za pomocą komputerów stacjonarnych i urządzeń mobilnych.

Z punktu widzenia dostawcy sprzedaż oprogramowania w modelu SaaS oznacza:

- uproszczony proces dystrybucji,
- globalny zasięg oferowanych usług,
- uniwersalny charakter oprogramowania,
- kontrolę nad jakością wdrożenia u każdego z klientów,
- obniżenie kosztów serwisu i gwarancji,
- brak problemu piractwa,
- zachowanie wszelkich praw autorskich po stronie dewelopera.

Rynek SaaS stanowi dominującą część rynku Cloud Computing. Wartościowo, największy udział w globalnym rynku SaaS przypada na rynki Ameryki Północnej, a w szczególności Stany Zjednoczone. Istotne znaczenie w aspekcie rozwoju rozwiązań w chmurze ma brak barier kulturowych związanych ze stosowaniem zaawansowanej technologii w ramach prowadzenia działalności gospodarczej. Jest to szczególnie istotne z punktu widzenia dostawców oprogramowania w formie SaaS dla małych i średnich przedsiębiorstw.

W pełni wiarygodne oszacowanie wielkości rynku rozwiązań typu live chat jest trudne ze względu na dużą liczbę dostawców, którzy nie publikują danych finansowych, wiele rozwiązań typu free lub freemium, lub sprzedawanych razem z innymi usługami.

Zgodnie z danymi podawanymi przez firmę badawczą Datanyze na rynku rozwiązań live chat obecnych jest ponad 200 różnych technologii. Duża część dostawców oferuje swoje rozwiązania w modelu freemium. W ocenie Zarządu LiveChat Software monetyzacja klientów, którzy rozpoczęli korzystać z usług darmowych jest procesem bardzo trudnym i nieefektywnym, choć pozwala szybko zbudować zasięg produktu. Rozwiązanie „LiveChat” wyróżnia m.in. liczba dostępnych funkcjonalności, opcji i możliwości integracji. Kluczowa jest też jakość obsługi klienta, która znacznie przewyższa możliwości większości innych dostawców.

Z tych powodów bezpłatne rozwiązania nie są traktowane jako bezpośrednia konkurencja, ponieważ LiveChat jest adresowany do bardziej wymagających klientów o większych i bardziej zaawansowanych potrzebach, zarówno jeśli chodzi o dostępne funkcje usługi, jak również o szybkość i efektywność wsparcia ze strony obsługi klienta. Czołówka globalnych dostawców rozwiązań live chat jest stosunkowo stabilna. Oprócz LiveChat Software należą do nich także m.in.: LivePerson, czy Zendesk Chat. Inne ważniejsze rozwiązania live chat dostępne na rynku to Intercom, Drift, Olark, JivoChat, Tidio, czy Tawk.to (model darmowy). Na rynku dostępne jest też rozwiązanie Facebook Customer Chat Plugin. Spółka ocenia jednak, że jej bezpośrednimi konkurentami w segmencie premium są głównie Zendesk i Intercom.

W 2018 roku Spółka dołączyła do swojej oferty rozwiązanie ChatBot pozwalające na automatyzację komunikacji z klientami. Prognozy i oceny dotyczące wartości tego rynku bardzo się różnią. Według raportu firmy Kenneth Research wartość rynku „Conversational Artificial Intelligence” obejmującego m.in. wirtualnych asystentów i chatboty będzie rosł średniorocznie w okresie 2019-2024 o 30% aby osiągnąć na koniec tego okresu wartość 15,8 mld dolarów. Natomiast według prognozy firmy Grand Review Research wartość samego rynku chatbotów wyniesie w 1,25 mld dolarów w 2025 r. (co zakłada średnioroczny wzrost na poziomie 24 proc.).

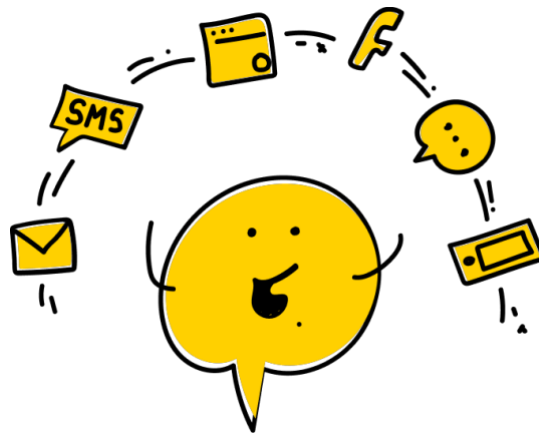
LiveChat Software ocenia, że potencjał rynku rozwiązań live chat jest nadal bardzo wysoki, co wiąże się m.in. ze zmianami wymuszonymi przez pandemię COVID-19 i rozwojem rynku e-commerce. Zgodnie z obliczeniami firmy badawczej eMarketer na poziomie globalnym wartość zakupów dokonywanych online wzrosła w 2020 roku o 26,4%, a w roku 2021 o 19,0%. Sam udział udziału zakupów e-commerce w ogólnych zakupach detalicznych w na początku 2022 roku wyniósł 16,1%. Zgodnie z prognozami firmy badawczej eMarketer w 2022 r. wartość sprzedaży detalicznej w internecie osiągnie wartość 1 trylion USD w samych USA.

Duży napływ klientów na rynek sprawia, że obecni gracze są bardziej skoncentrowani na ich pozyskiwaniu, a nie na rywalizacji o klientów już wykorzystujących rozwiązania konkurencyjne.

Dodatkowo pozycjonowanie LiveChat w kategorii premium i budowanie pozycji rynkowej nie na konkurencji cenowej, lecz takich cechach jak różnorodność funkcji i integracji, jakość obsługi klienta, a także niezawodność i bezpieczeństwo danych, uodparnia spółkę na konkurencję popularnych, bezpłatnych rozwiązań.

Kolejne informacje o rozwiązaniach dla biznesu w obszarze komunikacji tekstowej ze strony firm takich jak Apple czy Facebook, Spółka śledzi bardzo uważnie i jest ich świadoma, od momentu ogłoszeń już na etapie deweloperskim - czyli na wiele miesięcy przed oficjalnym ogłoszeniem. Tak było zarówno w przypadku Apple, jak i wcześniej Facebooka.

LiveChat Software ocenia te wdrożenie jako dobre informacje dla całej branży. Firmy, wprowadzające kolejne produkty live chat na rynek, popularyzują takie rozwiązania, wprowadzają nowe możliwości dla integracji i pozyskiwania kolejnych klientów, którzy chcą korzystać z tego sposobu komunikacji. Dzięki temu, Facebook Messenger, WhatsApp, a teraz Apple stają się kolejnymi kanałami dystrybucji produktu LiveChat. Wokół produktów - LiveChat i ChatBot, Spółka buduje biznesowy ekosystem, by jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby użytkowników. Dzięki temu będą oni mogli komunikować się ze swoimi klientami poprzez różne kanały i platformy - już nie tylko poprzez strony www, ale teraz także poprzez SMS-y, urządzenia Apple, inne urządzenia mobilne, Facebook Messenger, komunikatory i platformy społecznościowe.



Ze swojej natury firmy takie jak Facebook, Google, czy Apple nie będą bezpośrednio konkurować z takimi wyspecjalizowanymi dostawcami rozwiązań B2B jak LiveChat Software, Zendesk Chat, czy LivePerson, które zapewniają integrację różnych platform i rozwiązań, analitykę, wyspecjalizowaną obsługę klienta, czy dostęp do wiedzy eksperckiej z zakresu customer care.



## 4.5. Umowy znaczące dla działalności Grupy Kapitałowej



### Umowa z podmiotem świadczącym usługę bramki płatności

LiveChat, Inc. - spółka zależna LiveChat Software S.A. - korzysta z usług serwisu [www.authorize.net](http://www.authorize.net) należącego do VISA, pełniącego funkcję pośrednika przeprowadzającego od strony technicznej płatność przy użyciu karty kredytowej w Internecie. Umowa między ww. stronami zawarta została poprzez przystąpienie do serwisu Authorize w oparciu o ogólne warunki umów stosowane przez Authorize i nie przybrała formy dokumentu.

Zgodnie z powyższymi warunkami stosunek prawny między użytkownikiem (w tym także LiveChat Inc.) a Authorize podlega prawu Stanu Kalifornia. Authorize nie gwarantuje pełnej funkcjonalności swoich usług, pełnionych za pośrednictwem strony [www](http://www). Przystępując do umowy użytkownik potwierdza, iż ma świadomość, że usługa prowadzona będzie za pośrednictwem sieci Internet, co czyni ją wrażliwą na ewentualne awarie infrastruktury, wynikające z różnych przyczyn takich jak atak sieciowy, przerwy w dostawie prądu.

Authorize ponadto nie jest odpowiedzialna za ewentualną szkodę wynikającą z korzystania z jej usług, w szczególności nie odpowiada za utratę danych, nieautoryzowany dostęp do danych przesyłanych za pośrednictwem jej strony [www](http://www), takich jak dane karty kredytowej. Powyższe ograniczenie odpowiedzialności nie jest zależne od przyczyny zaistnienia szkody – zarówno ataki hakerskie, nieszczęśliwe wypadki, jak i niedbałość, w tym rażąca niedbałość, nie mogą stanowić podstawy do podnoszenia roszczeń w stosunku do Authorize. Użytkownik zaś zrzeka się wszelkich roszczeń mogących wynikać z korzystania z usług Authorize i oświadcza, że z jej usług będzie korzystał na własne ryzyko. W razie gdyby jednakże uznać, że należne jest zapłata jakiegokolwiek odszkodowania przez Authorize na rzecz Livechat Inc, jego wysokość byłaby ograniczona do równowartości wynagrodzenia za okres ostatnich 30 dni lub do wysokości 100 dolarów.

Ponadto użytkownik zobowiązuje się do zwolnienia Authorize z odpowiedzialności za ewentualnie roszczenia podnoszone wobec niej przez podmioty trzecie, które to roszczenia pozostają w związku z korzystaniem przez użytkownika z usług Authorize.

Warunki umowne mogą być zmieniane przez Authorize jednostronnie, korzystanie z usług serwisu po zmianie warunków oznacza akceptację tejże zmiany. Podobnie Authorize może jednostronnie zakończyć świadczenie usług, po uprzednim uprzedzeniu. Także wypowiedzenie umowy nie może rodzić odpowiedzialności odszkodowawczej Authorize.

### Umowa z podmiotem świadczącym usługę rozliczania płatności

LiveChat, Inc. - spółka zależna LiveChat Software S.A. - korzysta z usług serwisu [www.recurly.com](http://www.recurly.com), pełniącego funkcję podmiotu naliczającego opłaty od klientów Spółki i pobierającego je automatycznie z kart kredytowych klientów. Umowa między ww. stronami zawarta została poprzez przystąpienie do serwisu Recurly w oparciu o ogólne warunki umów stosowane przez Recurly i nie przybrała formy dokumentu.

Umowa podlega prawu stanu Kalifornia.

Usługa świadczona jest przez Recurly za prowizją naliczaną miesięcznie od wartości transakcji wyrażonej w dolarach, której wysokość może być zmieniona przez Recurly za 30-dniowym powiadomieniem. Recurly nie jest odpowiedzialne i nie zwraca pobranych prowizji w razie np. żądania zwrotu ceny przez klienta Spółki, oszustwa popełnionego przez klienta na Spółki. Recurly nie świadczy także usług przechowywania środków pieniężnych.

Recurly nie ponosi odpowiedzialności za żadną szkodę, także w postaci utraconych zarobków, danych lub innych dóbr niematerialnych po stronie użytkownika, bez względu na przyczynę jej wystąpienia – czy szkoda będzie wynikała z korzystania z usług Recurly, nieautoryzowanego wpływania na treść usługi, działań lub oświadczeń jakichkolwiek podmiotów trzecich. Niezależnie od powyższych zastrzeżeń odpowiedzialność odszkodowawcza została między stronami ograniczona do wysokości sumy wynagrodzenia zapłaconego na podstawie umowy.



Recurly udziela LiveChat, Inc. licencji na korzystanie z jej loga, nazwy i innych praw w zakresie wykorzystywania ich na stronach internetowych do identyfikacji podmiotu świadczącego usługę. Analogicznie, LiveChat, Inc. udziela licencji do wszelkich treści zamieszczanych w serwisie Recurly.

Umowa przewiduje jednoroczny okres przedawnienia dla wszelkich roszczeń z nią związanych. Z tytułu świadczenia usług Recurly pobiera opłaty zależne od wielkości obrotu.

### **Umowa z Comerica Merchant Services (Worldpay from FIS)**

Na mocy tej umowy spółka zależna od LiveChat Software S.A. - LiveChat, Inc. korzysta z obsługi kart Visa i MasterCard. Umowa objęta jest standardowymi warunkami obsługi kart stosowanymi przez Comerica. Obsługa kart obejmuje w szczególności rozliczenia transakcji kartami Visa i MasterCard w związku z programem LiveChat. Warunki umowy przewidują w szczególności, że LiveChat, Inc. sam będzie zajmował się roszczeniami i reklamacjami zgłoszonymi w związku ze sprzedażą rozliczaną przez kartę. LiveChat, Inc. zobowiązany jest również naprawić szkodę poniesioną przez Comerica w związku ze sprzedażą rozliczaną przez kartę i wszelkimi roszczeniami (także roszczeniami osób trzecich) z tym związanymi.

Warunki umowy wymieniają przypadki zwalniające Comerica od odpowiedzialności za naruszenie umowy. Ponadto odpowiedzialność Comerica ograniczona jest do średniej miesięcznej opłaty za usługi w okresie poprzednich 12 miesięcy lub krótszego od dnia zawarcia umowy. Comerica nie odpowiada też za utracone korzyści, ani za transakcje dotyczące innych kart, jeżeli takie będą obsługiwane na wniosek LiveChat, Inc.. Comerica nie odpowiada też za szkodę, jeżeli nie zostanie ona zgłoszona pisemnie w terminie 60 dni od naruszenia umowy, a w przypadku błędu billingowego, w terminie 90 dni od daty danego dokumentu.

Umowa po pierwszym roku odnawia się automatycznie co miesiąc, jeśli nie zostanie wypowiedziana przez LiveChat, Inc. uprzednio w terminie wskazanym w umowie (przy czym w przypadku wypowiedzenia z naruszeniem postanowień umowy, LiveChat, Inc. będzie zobowiązane do zapłaty kwot ustalonych według zasad określonych w umowie). LiveChat, Inc. może też wypowiedzieć umowę w przypadku naruszenia jej przez drugą stronę, jeżeli naruszenie nie zostanie usunięte. Comerica może także rozwiązać umowę (także bez wypowiedzenia w przypadku naruszenia umowy przez Livechat).

Warunki umowy określają też szczegółowo zasady obciążania w określonych przypadkach LiveChat, Inc. kwotami transakcji (w szczególności w przypadku kwestionowania transakcji przez posiadacza karty), zakładania konta rezerwowego na zabezpieczenie roszczeń wobec LiveChat, Inc., zasady odpowiedzialności Livechat za szkody instytucji finansowej wykonującej stosowne wycofanie środków na polecenie oraz Comerica, zasady potrącenia kwot z tego konta i rozliczenia z tym związane, oraz przewidują roczny termin na wygaśnięcie roszczenia LiveChat, Inc. do zwrotu środków pozostałych na takim koncie. Warunki umowy określają też zasady zabezpieczenia na określonych kontach Livechat oraz wskazanie instytucji depozytariusza prowadzącej konta Livechat na potrzeby obsługi zadłużenia z tytułu umowy.

### **Umowa LiveChat, Inc. z American Express Company**

LiveChat, Inc. - spółka zależna LiveChat Software S.A. - korzysta z usług serwisu strony [www.americanexpress.com/us/merchant](http://www.americanexpress.com/us/merchant) w celu obsługi kart American Express. Umowa zawarta jest poprzez przystąpienie do wskazanego serwisu w oparciu o warunki stosowane przez ten serwis i nie przybrała formy dokumentu.

Koszty opłat ponoszone przez LiveChat, Inc. w związku z korzystaniem z tego serwisu ustalane są w oparciu o procent obrotu - 2,89-3,20%, zgodnie z aktualną tabelą opłat. Warunki korzystania z serwisu w szczególności zawierają szereg wyłączeń odpowiedzialności American Express Company wobec użytkowników. Warunki te wyłączają w szczególności odpowiedzialność American Express Company za wszelkie szkody pośrednie oraz za utracone korzyści związane z korzystaniem z serwisu. Zgodnie z warunkami, American Express Company nie ponosi też odpowiedzialności za usługi świadczone przez usługodawców za pośrednictwem wskazanego serwisu, ani za informacje i produkty oferowane za pośrednictwem serwisu lub stron podlinkowanych do serwisu.

American Express Company może jednostronnie zmienić warunki korzystania z serwisu. Warunki serwisu podlegają prawu stanu Nowy Jork.

## 4.6. Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi

### Umowa z LiveChat, Inc.

W dniu 20 stycznia 2012 roku Spółka zawarła ze swoją spółką zależną LiveChat, Inc. umowę na mocy, której spółka zależna zobowiązała się do dalszej sprzedaży dostępu do systemu LiveChat klientom końcowym ze Stanów Zjednoczonych Ameryki.

Zgodnie z umową, LiveChat, Inc. nabywa dostęp do systemu LiveChat od Spółki, który następnie odsprzedaje klientom końcowym za cenę ustaloną przez Spółkę. LiveChat, Inc. nie realizuje marży na odsprzedaży dostępu do systemu LiveChat. Na podstawie faktur wystawionych przez LiveChat, Inc. Spółka zwraca LiveChat, Inc. wszystkie koszty poniesione przez LiveChat, Inc. w związku z prowadzoną działalnością i wskazane w budżecie zaakceptowanym przez Spółkę. Zgodnie z zawartą umową, LiveChat, Inc. ma prawo do naliczenia marży ustalonej jako 5% wybranych kosztów poniesionych bezpośrednio w związku ze sprzedażą, tj. kosztów obsługi płatności kartami kredytowymi, kosztów obsługi bankowej, kosztów obsługi księgowej i kosztów marketingowych.

Rozliczenie dokonywane jest miesięcznie na podstawie faktury wystawionej przez Spółkę odpowiadającej wartości dokonanej sprzedaży oraz faktur wystawianych przez LiveChat, Inc. odpowiadającej wartości poniesionych kosztów powiększonych o wskazaną powyżej marżę. Wszelkie prawa własności intelektualnej, w tym znak towarowy, pozostaje własnością Spółki.

Umowa została zawarta na czas nieoznaczony z możliwością wypowiedzenia za 14 dniowym okresem wypowiedzenia.

Umowa ogranicza odpowiedzialność Spółki do kwoty zapłaconej na rzecz LiveChat, Inc. przez okres 12 miesięcy.

W raportowanym okresie Spółka zawierała transakcje z podmiotem konsolidowanym LiveChat, Inc. W rezultacie w wystąpiły kategorie bilansowe i wynikowe wskazane poniżej:

<b>Przychody ze sprzedaży do Livechat Inc:</b>	140.990 tys. PLN
<b>Koszty zakupionych usług od Livechat Inc:</b>	26.171 tys. PLN
<b>Należności od Livechat Inc:</b>	7.608 tys. PLN
<b>Zobowiązania wobec Livechat Inc:</b>	0 PLN

Powyższe transakcje zostały wyłączone w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

## 4.7. Informacje o pozostałych umowach i transakcjach

### Informacje o transakcjach zawartych z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

Nie zawarto tego rodzaju transakcji.

### Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

W raportowanym okresie Spółka ani Grupa nie posiadały umów kredytów i pożyczek.

### Udzielone pożyczki

Spółka ani Grupa nie posiada udzielonych pożyczek.

### Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

W okresie sprawozdawczym Spółka ani Grupa nie posiadały udzielonych lub otrzymanych poręczeń i gwarancji.

### Umowy objęcia obligacji

W okresie od 1 kwietnia 2022 r. do 30 września 2022 r. Spółka ani Grupa nie posiadała umów objęcia obligacji.

### Umowy o współpracy lub kooperacji

W omawianym okresie sprawozdawczym Spółka ani Grupa nie posiadała zawartych umów o współpracy lub kooperacji.

### Umowy ubezpieczenia

Ubezpieczenie Chubb Tech Pro - OC Działalności Zawodowej zawarta z Ubezpieczalnią Chubb European Group Sp. z o.o. Oddział Polska na kwotę 8 mln zł (Polska) i 2 mln USD (USA) oraz Ubezpieczenie Szkód Powstałych w następstwie roszczeń z tytułu Odpowiedzialności Członków Organów Spółki Kapitałowej na kwotę 17 mln zł milionów dla LiveChat Software S.A. i 1 milion dla spółki LiveChat, Inc zawarte z Chubb European Group.

### Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

W okresie sprawozdawczym Spółka ani Grupa nie była stroną żadnych postępowań sądowych i administracyjnych.

## 4.8. Perspektywy rozwoju

Sektor usług Software as a Service, w którym działa Spółka, rozwija się bardzo dynamicznie. Rynek oprogramowania typu live chat dla biznesu nie pokrywa się z rynkiem SaaS. Część konkurentów Spółki świadczy swoje usługi w mniej efektywnym, tradycyjnym modelu. Jednak w opinii Zarządu, model SaaS ma zdecydowanie największe perspektywy rozwoju, w związku z tym udział spółek świadczących usługi w tym modelu w całym rynku powinien rosnąć. Zostawia to ogromny potencjał rozwoju dla całego sektora.

## 4.9. Strategia rozwoju Grupy



### Rozwój produktów

Strategia rozwoju Grupy LiveChat Software zakłada stałe i zrównoważone nakłady na dalszy rozwój oferty produktowej, w szczególności na:

- a) rozwój funkcjonalny aplikacji;
- b) nowe kanały komunikacji:
  - rozwój systemu „ticketowego” polegającego na zbieraniu informacji z różnych kanałów komunikacji z klientem do jednego systemu zarządzania obsługą klienta;
  - funkcjonalność systemu pozwoli klientom na dalszą poprawę relacji na linii klient-sprzedawca, a docelowo, zwiększenie sprzedaży;
  - systemy mobilne;
  - media społecznościowe;
  - zintegrowany komunikator;
- c) narzędzia dla większych firm, tzw. „data driven”.



### Wzrost bazy klientów

Spółka zakłada dalszy wzrost liczby klientów w oparciu o:

- Automatyzację działań marketingowych oraz marketing przychodzący („inbound marketing”);
- Stałe umacnianie pozycji LiveChat w obszarze obsługi klienta;
- Dalszy rozwój programu afiliacyjnego;
- Rozwój nowych kanałów pozyskiwania nowych użytkowników, w tym dział sprzedaży.



## Akwizycje

W dłuższej perspektywie Spółka nie wyklucza rozwoju poprzez selektywne akwizycje podmiotów z branży obsługi klienta.



## Czynniki wpływające na wynik Spółki i Grupy

W dłuższej perspektywie czasu, zasadniczy wpływ na wyniki Spółki i Grupy będzie miała sytuacja na globalnym rynku e-commerce oraz usług SaaS (Software as a Service). W krótszej perspektywie istotny wpływ na wyniki mogą mieć m.in. kurs USD/PLN, a także polityka fiskalna państwa.

# 5. Czynniki ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej Spółki

Na perspektywy rozwoju Spółki wpływ ma szereg czynników związanych z perspektywami rozwoju globalnej sieci Internet, digitalizacji gospodarki i rozwoju sektora e-commerce, segmentu usług Software as a Service (SaaS), a w szczególności zapotrzebowania na rozwiązania wspierające sprzedaż oraz relacje z klientem typu live chat.

Coraz większa popularyzacja i dostępność Internetu oraz wynikająca z tego popularność e-commerce pozytywnie wpływa na zapotrzebowania na rozwiązania live chat. Ważnym czynnikiem jest też dążenie przez klientów LiveChat Software do maksymalizacji konwersji, czyli do sytuacji w której jak najwięcej wizyt na ich stronach internetowych doprowadzi do dokonania realnej transakcji. Implementacja rozwiązania typu live chat wyraźnie przyczynia się do poprawy konwersji. Rozwiązania live chat są bardzo konkurencyjne pod względem skuteczności oraz kosztu w porównaniu do tradycyjnych metod kontaktu z klientem.

Zgodnie z obserwacjami tradycyjne metody wymiany informacji na linii klient- sprzedawca jak usługi telefoniczne, zawartość stron internetowych oraz wiadomości e-mail są stopniowo zastępowane przez narzędzia służące do bezpośredniej i natychmiastowej komunikacji z klientem, m.in. usługi typu live chat. Pozwalają one na otwarcie całkowicie nowego kanału obsługi klienta alternatywnego do tradycyjnych form m.in. call-center. Wykorzystanie takiego narzędzia istotnie podnosi efektywność osób zaangażowanych w obsługę klienta poprzez umożliwienie jednoczesnej obsługi kilku użytkowników.

Poza zmianami w sposobie komunikacji na linii klient-sprzedawca, naturalnym czynnikiem determinującym popularność oprogramowania live chat jest wartość rynku sprzedaży dokonywanej przez Internet.

## Ryzyko zmienności kursów walutowych

Spółka narażona jest na ryzyko zmienności kursów walutowych, w szczególności waluty polskiej w relacji do dolara amerykańskiego (USD). Sprzedaż produktów Spółki realizowana jest wyłącznie w dolarze amerykańskim, co w przypadku znaczącej zmienności kursu dolara do lokalnych walut może wpływać na percepcję klientów odnośnie ceny produktów.

Dodatkowo, ryzyko walutowe wynika bezpośrednio z ponoszenia mniej więcej połowy kosztów działalności w PLN oraz ze sprzedaży na rynkach zagranicznych, która w całości realizowana jest w USD.

Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności Spółki w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować obniżenie konkurencyjności cenowej Spółki oraz szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży eksportowej wyrażonych w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży.

Na zmniejszenie ekspozycji Spółki na ryzyko zmienności kursów walutowych wpływa ponoszenie części kosztów w USD. Na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka nie stosuje zabezpieczeń otwartych pozycji walutowych,

a Zarząd nie postrzega ryzyka kursowego jako istotnego zagrożenia dla poziomu realizowanej rentowności działalności operacyjnej.

### **Ryzyko związane z konkurencją**

Z uwagi na fakt, że LiveChat zdecydowaną większość przychodów realizuje w Stanach Zjednoczonych, ryzyko ze strony otoczenia konkurencyjnego występuje przede wszystkim na wspomnianym rynku. Rynek SaaS w Stanach Zjednoczonych charakteryzuje się dynamicznym rozwojem i rosnącym poziomem konkurencyjności. Istnieje ryzyko pojawienia się na rynku rozwiązania bardziej innowacyjnego lub bardziej efektywnego kosztowo oraz ryzyko przeznaczania przez podmioty konkurencyjne istotnie wyższych środków na promocję dostępnych rozwiązań lub wejście na rynek podmiotów posiadających dostęp do szerszej bazy klientów. Istnieje również ryzyko, że Spółka nie będzie w stanie wystarczająco szybko i skutecznie zareagować na zmieniające się otoczenie rynkowe, i w konsekwencji oferowane rozwiązania mogą być uznane za mniej konkurencyjne, a Spółka może utracić swoją pozycję konkurencyjną. Taka sytuacja może mieć negatywny wpływ na sprzedaż produktów i usług Spółki oraz w konsekwencji na osiągnięte wyniki finansowe.

### **Ryzyko związane z kanałami dystrybucji produktów i dotarcia do nowych klientów oraz ryzyko utraty klientów**

W ramach działalności, Spółka koncentruje się na świadczeniu najwyższej jakości usług, niemniej jednak w związku z możliwym wzrostem konkurencyjności rynku, nie można wykluczyć ryzyka istotnego odpływu klientów. Opisany powyżej czynnik może mieć istotny negatywny wpływ na sytuację finansową Spółki. LiveChat Software realizuje strategię marketingową skoncentrowaną na minimalizacji kosztów zewnętrznych pozyskania nowych klientów. Dzięki temu Spółka konsekwentnie utrzymuje wysoką rentowność prowadzonej działalności. Jednocześnie Spółka pozostaje wrażliwa na zmiany w wykorzystywanych kanałach dotarcia do klientów, które w przypadku wprowadzenia agresywnych mechanizmów monetyzacji mogą być w mniejszym stopniu wykorzystywane przez Spółkę do pozyskiwania nowych klientów.

W pierwszych miesiącach 2018 r. Spółka odczuła spadek dynamiki pozyskiwania nowych klientów, co było efektem zmian w modelu biznesowym internetowych porównywarek cenowych (np. Capterra, czy GetApp) i zwiększeniem kosztów obecności i promocji w tych serwisach. Poprzez ten kanał dotarcia do klienta Spółka generowała kilkanaście procent nowych klientów. Obecnie Spółka prowadzi prace, które mają zarówno pozwolić jej na zbudowanie nowych, niskokosztowych kanałów dotarcia do klientów, jak również bada biznesową efektywność korzystania z metod związanych z wyższymi kosztami pozyskania klienta. Obecnie ze względu na pozyskiwanie klientów dzięki działaniom bezpłatnym, a jednocześnie związanych z długoterminowym budowaniem zasięgu, relacji i wizerunku, Spółka nie ma bezpośredniej kontroli nad ilością klientów pozyskanych w konkretnych miesiącach. Spółka efektywnie korzysta z dostępnych narzędzi i kanałów dotarcia, jednocześnie rozbudowując nowe kanały, dzięki czemu minimalizuje ryzyko w tym zakresie, co w długim terminie przekłada się na konsekwentny wzrost bazy klientów.

W procesie akwizycji klientów Spółka wykorzystuje bardzo wiele kanałów dystrybucji, jednak utrata lub nawet zmniejszenie efektywności któregoś z ważniejszych, np. w wyniku zmiany polityki przez partnera (np. Google, Shopify, Big Commerce, czy inni) mogą istotnie wpłynąć na ograniczenie wzrostu liczby klientów w pewnym okresie. Istotnym źródłem pozyskiwania klientów jest kanał afiliacyjny. Jego efektywność może być zmienna i zależeć od aktywności największych partnerów.

Część klientów może być też wrażliwa na zmiany cen produktów Spółki. Zmiany w cenniku produktów Spółki mogą wpływać na wskaźnik odejść (churn) i pozyskanie mniejszej liczby nowych klientów.

### **Ryzyko związane z awariami technicznymi**

Sprzedaż oprogramowania wymaga utrzymania infrastruktury informatycznej oraz korzystania z usług zewnętrznych dostawców rozwiązań serwerowych. W związku z powyższym działalność Spółki narażona jest na ryzyko awarii oprogramowania, urządzeń elektronicznych oraz infrastruktury informatycznej.

### **Ryzyko związane z wystąpieniem awarii lub ataku hakerskiego**

Spółka świadczy swoje usługi w oparciu o oprogramowanie komputerowe i połączenie internetowe. Dodatkowo wykorzystuje infrastrukturę należącą do podmiotów trzecich, np. w celu przechowywania danych (hostingu).

Taki model działalności wiąże się z ryzykiem wystąpienia awarii nie tylko po stronie Spółki, ale także poszczególnych podmiotów pełniących choćby techniczne role w świadczeniu usług przez Spółki. Dodatkowo działalność polegająca na wymianie danych w systemie teleinformatycznym może stać się przedmiotem ataku hakerskiego, co zaś może prowadzić do utrudnienia lub uniemożliwienia prawidłowego wykonywania usługi przez Spółkę.

#### **Ryzyko związane z naruszeniem prywatności klienta lub utraty danych**

Grupa przetwarza dane klientów w zakresie i w sposób wyznaczony przez politykę prywatności. Istnieje jednak zagrożenie wycieku, utraty danych lub nieautoryzowanego dostępu do danych klientów. W przypadku takiego incydentu Spółka i Grupa mogą być narażone na straty finansowe bądź utratę reputacji.

#### **Ryzyko związane z koncentracją produktową**

LiveChat Software zdecydowaną większość przychodów uzyskuje wciąż ze sprzedaży produktu LiveChat, który stanowi kluczowy element modelu biznesowego Spółki. W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego na produkty typu live chat oraz bezpośrednio produkt LiveChat Spółki, np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej, załamania na rynku lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych, Spółka jest narażona na ryzyko spadku przychodów.

#### **Ryzyko związane z umowami zawieranimi z klientami**

LiveChat Software prowadząc działalność w segmencie oprogramowania, sprzedaje swój produkt głównie poprzez swoją stronę internetową. Pozyskany w ten sposób klient rozpoczyna korzystanie z usług Spółki po zaakceptowaniu „ogólnych warunków” i płatności za subskrypcję, przy czym nie jest związany żadną umową terminową oraz nie obowiązują go terminy wypowiedzenia. Ryzyko to nie dotyczy części klientów, z którymi dział sprzedaży zawiera umowy na dłuższe okresy.

#### **Ryzyko szkód wizerunkowych Spółki**

Skuteczność działalności LiveChat Software oraz zdolność do konkurencyjności na rynku jest w znacznej mierze związana z nieposzlakowaną opinią Spółki i oferowanych przez nią usług. Spółka dostrzega możliwość pojawienia się negatywnych informacji na temat jej produktów, które to mogą negatywnie oddziaływać na rozwój Grupy poprzez ograniczenie możliwości pozyskiwania nowych klientów, a tym samym wpływać na obniżenie wartości przychodów.

#### **Ryzyko w zakresie obciążeń publicznoprawnych działalności Spółki**

Działalność Spółki oraz zawierane przez Spółkę transakcje podlegają różnorodnym obciążeniom publicznoprawnym w różnych jurysdykcjach, w głównej mierze w Polsce, USA i na obszarze Unii Europejskiej („UE”). Obciążenia te mają charakter podatków, a w obrocie zagranicznym z krajami innymi niż państwa UE – również ceł i tym podobnych opłat. Wyniki działalności Spółki są wobec tego w dużej mierze uzależnione od właściwej realizacji odpowiednich przepisów prawa podatkowego. Niewłaściwe stosowanie przepisów prawa podatkowego może wiązać się z nadmiernymi obciążeniami fiskalnymi lub z nieplanowanymi, dolegliwymi konsekwencjami w postaci dodatkowych obciążeń odsetkowych lub mających charakter sankcji administracyjnych lub karnych, jakie mogą spotkać Spółkę w przypadku zaniżania (w tym niezawinionego) wysokości danin. Spółka musi liczyć się również z uciążliwościami związanymi z procedurami wymiaru powyższych opłat publicznoprawnych oraz kontroli przeprowadzanych przez uprawnione organy.

#### **Ryzyko związane ze znakiem towarowym**

Spółka posługuje się w obrocie nazwą „LiveChat” dla określenia oferowanych przez siebie produktów. Istnieje ryzyko używania przez konkurencję określeń mogących budzić skojarzenia z nazwą stosowaną przez Spółkę i tym samym wykorzystywania pozycji rynkowej Spółki do sprzedaży produktów konkurencyjnych. Istnieje także ryzyko wystąpienia na rynku produktów o nazwach zbliżonych do nazwy wykorzystywanej przez Spółkę, których jakość będzie niższa od produktów Spółki. W razie pomylenia przez docelowego odbiorcę obu produktów, ze względu na podobieństwo nazw, mogłoby dojść do szkody wizerunkowej po stronie Spółki. Spółka zarejestrowała znak słowno-

graficzny oraz "słowny" zawierający wyrażenie „LiveChat” jako znak towarowy w USA. Znak słowno-graficzny "LiveChat" został również zarejestrowany przez Urząd Patentowy RP.

### **Ryzyko związane z ochroną własności intelektualnej Grupy oraz tajemnicy przedsiębiorstwa**

Działalność i pozycja konkurencyjna Grupy jest uzależniona od zapewnienia całościowej ochrony unikalności rozwiązań technicznych Spółki. Grupa w ramach dostępnych instrumentów prawnych podejmuje działania służące ochronie własności intelektualnej Spółki, w tym pozyskiwania patentów na stworzone rozwiązania.

### **Ryzyko związane z naruszeniem praw autorskich do własności intelektualnej używanej przez Spółkę.**

Naruszenie praw autorskich do programów komputerowych może nastąpić wskutek wykorzystania w ramach oferowanego programu do komunikacji internetowej całości programów lub ich części, do których prawa przysługują podmiotom trzecim. Powyższa okoliczność może wystąpić zarówno wskutek pierwotnego nieuprawnionego wykorzystania (także nieświadomego) programów podlegających ochronie prawnej, jak też wskutek następczego wygaśnięcia uprawnienia (np. wskutek wygaśnięcia lub wypowiedzenia licencji). Powyższe uwagi odnoszą się także do chronionych prawnie baz danych, wykorzystywanych w programowaniu.

Należy zaznaczyć, iż powyższe ryzyko nie jest ryzykiem charakterystycznym wyłącznie dla Spółki, ale dotyczy także szerokiej grupy podmiotów działających w tej samej co Spółka branży.

### **Ryzyko związane z działalnością podmiotów wykorzystujących patenty do wymuszania odszkodowań (patent trolls)**

Spółka działa na rynku innowacyjnych technologii oraz rozwiązań informatycznych. Powyższy rynek stał się obiektem działań tzw. „trolli patentowych” – podmiotów nabywających patenty wyłącznie w celu dochodzenia odszkodowań za ich rzekome lub rzeczywiste naruszenie. Podmioty te nie wykorzystują patentów do ochrony swoich produktów, których najczęściej nie ma, tym samym wykorzystując system patentowy niezgodnie z jego przeznaczeniem, choć w granicach prawa. Powyższej sytuacji sprzyja specyfika amerykańskiego prawa patentowego, skłonnego przyznawać ochronę także rozwiązaniom o nikłym stopniu innowacyjności, które w europejskim systemie prawa mogłyby nie podlegać ochronie.

Istnieje zatem ryzyko podniesienia w stosunku do Spółki roszczeń w związku z rzekomym naruszeniem patentu. Powyższe może rodzić po stronie Spółki ewentualne koszty obrony lub wydatki związane z ugodą lub zapłatą żądanego odszkodowania. Należy zaznaczyć, iż powyższe ryzyko nie jest ryzykiem charakterystycznym wyłącznie dla Spółki, ale dotyczy także szerokiej grupy podmiotów działających w obszarze nowych technologii.

### **Ryzyko związane z tworzeniem własności intelektualnej**

Istnieje ryzyko związane z formą prawną, w oparciu o którą członkowie zespołu Spółki świadczą na rzecz Spółki usługi w zakresie związanym z tworzeniem własności intelektualnej. Na moment sporządzenia niniejszego raportu żaden z członków zespołu nie świadczy na rzecz Spółki usług na podstawie umowy o pracę. To oznacza, że do efektów pracy tych osób nie stosuje się zasady wynikającej z przepisów prawa autorskiego, że pracodawca, którego pracownik stworzył utwór w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy, nabywa z chwilą przyjęcia utworu autorskie prawa majątkowe, oraz że prawa majątkowe do programu komputerowego stworzonego przez pracownika w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy przysługują pracodawcy.

To oznacza, że przejście majątkowych praw autorskich do utworów (w tym programów komputerowych) stworzonych przez członków zespołu Spółki odbywa się na ogólnych zasadach wynikających z prawa autorskiego wymagających zawarcia stosownej umowy dotyczącej przeniesienia praw. Jednocześnie przepisy prawa autorskiego wykluczają zawarcie umowy dotyczącej wszystkich utworów lub wszystkich utworów określonego rodzaju tego samego twórcy mających powstać w przyszłości. Jednakże doktryna prawa autorskiego i orzecznictwo dopuszcza przenoszenie praw do utworów mających powstać w przyszłości, jeżeli tylko nie narusza to zakazu zawierania umowy dotyczącej wszystkich utworów lub wszystkich utworów określonego rodzaju. W praktyce zatem w odniesieniu do współpracy z osobami tworzącymi utwory podlegające prawu autorskiemu występuje więc problem takiego sprecyzowania oznaczenia utworu przyszłego, aby umowa w tym zakresie była skuteczna. W przeciwnym razie w przypadku stworzenia przez członka zespołu Spółki utworu potrzebnego Spółce w jego działalności, co do którego to utworu nie zawarto uprzednio umowy, konieczne będzie zawieranie indywidualnej



umowy z daną osobą, co jest zależne także od woli tej osoby, a co tym samym może rodzić potencjalny spór na gruncie praw autorskich do danego utworu.

### **Ryzyka prawa amerykańskiego oraz postępowań w USA i kosztów tych postępowań z uwagi na koncentrację prowadzenia działalności w USA**

Spółka uzyskuje przychody ze sprzedaży dokonywanej przez spółkę zależną LiveChat Inc. w USA. Prawo USA w znacznym stopniu nie ma charakteru prawa stanowionego zwłaszcza w zakresie dochodzenia roszczeń wynikających z umów i deliktów. W związku z powyższym nie można całkowicie wykluczyć skierowania przeciwko Spółce, a zwłaszcza LiveChat Inc. roszczenia na przykład związanego z nieprawidłowym działaniem systemu LiveChat. W przypadku przegranej takiej sprawy Spółka może być narażona na negatywne konsekwencje finansowe. Ponadto w świetle ustaw zabezpieczających obrót gospodarczy w USA nie można wykluczyć pozwania przez podmiot amerykański bezpośrednio także Spółki z uznaniem jurysdykcji sądów USA i prawa amerykańskiego. Niezależnie od powyższego prowadzenie takich postępowań wiązać się może dla Spółki ze znaczącymi kosztami.

### **Ryzyko ograniczenia lub wyłączenia odpowiedzialności kontrahentów z umów istotnych**

Spółka zależna - LiveChat Inc. jest stroną umów (zawieranych w drodze procedur internetowych) dotyczących hostingu, rozliczeń, bramki płatności, itp. Dostawcy tych usług w warunkach świadczenia usług dostępnych na ich stronach internetowych wyłączają swoją odpowiedzialność z tytułu nieprawidłowości w działaniu. W związku z czym w przypadku awarii lub innych zakłóceń istnieje ryzyko, że Spółka nie będzie miał możliwości dochodzenia roszczeń odszkodowawczych.

### **Ryzyko podatkowe związane z cenami transferowymi zwłaszcza na gruncie prawa amerykańskiego**

Przychody Spółki pochodzą ze sprzedaży systemu LiveChat na rzecz spółki zależnej LiveChat Inc., która dalej sprzedaje go do końcowych klientów. Przyjęty model współpracy zakłada, że przychody LiveChat Inc. opodatkowane są w USA, a przychody Spółki w Polsce. Model ten znajduje oparcie w obecnie obowiązującej umowie pomiędzy Polską a USA o unikaniu podwójnego opodatkowania. Nie można jednak wykluczyć, że władze podatkowe USA odmiennie potraktują tę kwestię. Przy przyjęciu, że Spółka posiada zakład, w rozumieniu podatkowym, w USA w skrajnej postaci całość przychodów Spółki byłaby opodatkowana w USA. Jednak wcale nie jest przesądzone, że całkowite obciążenie podatkowe z tytułu opodatkowania przychodów Spółki w USA byłoby znacząco wyższe niż to obecne. Jednocześnie w przypadku niekorzystnych rozstrzygnięć organów podatkowych istnieje możliwość odmiennego ukształtowania modelu sprzedaży, w sposób najbardziej odpowiedni także w kontekście opodatkowania.

### **Instrumenty finansowe w zakresie ryzyka zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka**

Spółka nie stosuje instrumentów finansowych w celu ograniczenia powyższych ryzyk.

### **Przyjęte cele i metody zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń**

Spółka nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń.

### **Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną**

Działalność Spółki uzależniona jest od sytuacji makroekonomicznej panującej na rynkach, na których są lub będą świadczone usługi, w tym przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych. Wielkość realizowanej sprzedaży, a pośrednio wyniki finansowe Spółki są uzależnione między innymi od występującego w tych krajach tempa wzrostu gospodarczego, poziomu konsumpcji, polityki fiskalnej i pieniężnej, poziomu inflacji, a także poziomu wydatków na rozwiązania informatyczne.



## Ryzyko związane z rozwojem branży

Globalny rynek SaaS znajduje się na etapie szybkiego rozwoju, co wiąże się z dynamicznymi zmianami usług i produktów dostępnych na rynku, a także wysoką zmiennością branżowych standardów.

W związku z tym istnieje ryzyko, iż Spółka nie będzie w stanie dostosować się do szybkich zmian rynkowych, co może wiązać się z pogorszeniem jego pozycji konkurencyjnej oraz sytuacji finansowej.

Ze względu na zewnętrzny charakter opisywanego zjawiska, Spółka nie jest w stanie aktywnie przeciwdziałać trendom panującym w branży SaaS. Jednocześnie LiveChat Software może skutecznie dostosowywać swój model biznesowy do panujących w branży trendów. Spółka prowadzi bieżącą obserwację i analizę rynków działalności, dopasowując ofertę oraz strategię rozwoju do oczekiwań użytkowników technologii oraz odkrytych nisz rynkowych, jednocześnie rozwijając opracowany produkt.

## Ryzyko związane z dostępnością i pozyskaniem specjalistów

Działalność Spółki oraz jej perspektywy rozwoju w dużej mierze są uzależnione od dostępności, wiedzy, doświadczenia osób współpracujących ze Spółką. Z uwagi na fakt, że branża informatyczna w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, dostępność wystarczającej liczby specjalistów z kompetencjami deweloperów jest ograniczona. Dodatkowo możliwości, jakie w efekcie pandemii COVID-19 otworzyły się w zakresie pracy zdalnej, powodują dodatkowo, że specjaliści z Polski są także poszukiwani przez firmy zagraniczne. Działalność Spółki i jej rozwój wymagają ciągłego prowadzenia procesów rekrutacyjnych i pozyskiwania nowych współpracowników. Ograniczone możliwości zatrudnienia lub wręcz ich brak może mieć wpływ na jakość i terminowość realizowanych prac przez Spółkę a w konsekwencji na rozwój i wyniki finansowe Grupy.

## Ryzyko związane z kluczowymi członkami zespołu

Jednym z kluczowych zasobów Grupy, który ma przełożenie na rozwój Spółki i Grupy, jest zespół Spółki złożony zarówno z kadry zarządzającej oraz specjalistów współpracujących ze Spółką. Zmiana osób na stanowiskach zarządzających w wyniku czynników niezależnych od Spółki (takich jak wydarzenia losowe) lub zmiany będące wynikiem indywidualnych decyzji o rezygnacji z pełnionego stanowiska mogą wpłynąć na kierunek rozwoju Spółki, w tym także na jakość i terminowość realizowanych prac przez Spółkę, a w konsekwencji na rozwój i wyniki finansowe Grupy.

## Ryzyko braku lub wolnego dostosowania do zrównoważonego inwestowania

Ryzyko to dotyczy dostosowania działalności Spółki oraz Grupy do wymagań regulacyjnych wprowadzających zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem i zrównoważonym finansowaniem.

18 czerwca 2020 r. rozporządzenie w sprawie utworzenia pierwszego na świecie systemu klasyfikacji - „zielonej listy” dla zrównoważonych działalności gospodarczych, inaczej taksonomii, zostało przyjęte przez Parlament Europejski i Radę. System będzie musiał być używany przez: państwa członkowskie i Unię Europejską; uczestników rynku finansowego oferujących produkty finansowe: uczestnicy rynku finansowego, zgodnie z definicją w rozporządzeniu w sprawie ujawniania informacji, będą zobowiązani do ujawnienia informacji o tym, w jaki sposób i w jakim zakresie inwestycje leżące u podstaw ich produktu finansowego wspierają działalność gospodarczą spełniającą wszystkie kryteria dla zrównoważonego rozwoju środowiska zgodnie z rozporządzeniem w sprawie taksonomii; spółki finansowe i niefinansowe objęte raportowaniem niefinansowym - Dyrektywa w sprawie sprawozdawczości niefinansowej (NFRD). Na dzień niniejszego raportu na Spółkę nie zostały nałożone dodatkowe obowiązki związane z zagadnieniami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju. Jednak zmiany w tym temacie następują bardzo dynamicznie w ostatnich latach więc nie można wykluczać, że na którymś etapie również Spółka będzie podlegać dodatkowym wymaganiom regulacyjnym.

## 6. Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej LiveChat Software



## 6.1. Prezentacja wyników skonsolidowanych

### Rachunek zysków i strat

[tys. PLN]	I półrocze 2022/23	I półrocze 2021/22	Zmiana
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	141 292	104 568	+35,1%
Koszt własny sprzedaży	19 452	13 093	
<b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>	121 840	91 475	
Koszty sprzedaży	29 906	19 478	
Koszty ogólnego zarządu	10 697	8 199	
Pozostałe przychody operacyjne	41	53	
Pozostałe koszty operacyjne	21	6	
<b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</b>	81 257	63 845	+27,3%
Przychody finansowe	13	-	
Koszty finansowe	96	16	
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>	81 174	63 829	
Podatek dochodowy	5 608	4 533	
<b>Zysk (strata) netto</b>	75 566	59 296	+27,4%

#### Komentarz dotyczący czynników mających wpływ na wyniki finansowe:

Podstawowy wpływ na wyniki zanotowane w roku obrotowym miał wzrost liczby płacących klientów produktów Spółki, zwłaszcza LiveChat i ChatBot w połączeniu ze wzrostem ARPU (średni przychód na klienta) w obu tych rozwiązaniach. Z drugiej strony zanotowano wzrost kosztów, który wynikał zarówno z potrzeby zapewnienia infrastruktury potrzebnej do obsługi większego zapotrzebowania, ale przede wszystkim zwiększenia zespołu i presji na wynagrodzenia.

Koszt własny sprzedaży inaczej koszt wytworzenia produktów sprzedanych zawiera przede wszystkim koszt prac programistów nad produktami Spółki oraz koszt pracy administratorów.

Koszt sprzedaży zawiera przede wszystkim koszty marketingu, obsługi klienta, a także prowizje pośredników płatniczych oraz prowizję programu partnerskiego.

## Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

### Aktywa

[tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>46 124</b>	<b>42 231</b>	<b>+9,2%</b>
Wartości niematerialne i prawne	42 330	38 456	
Rzeczowe aktywa trwałe	3 024	3 232	
Należności długoterminowe	205	194	
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	564	348	
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1	1	
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>87 880</b>	<b>95 521</b>	<b>-8,0%</b>
Zapasy	-	-	
Należności z tytułu dostaw i usług	2 805	1 590	
Pozostałe należności	43 030	37 854	
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	41 045	55 666	
Rozliczenia międzyokresowe	1 000	411	
<b>Aktywa ogółem</b>	<b>134 004</b>	<b>137 752</b>	<b>-2,7%</b>

# Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

## Pasywa

[tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
<b>Kapitał (fundusz) własny</b>	<b>116 165</b>	<b>124 510</b>	<b>-6,7%</b>
Kapitał podstawowy	515	515	
Kapitał zapasowy	38 580	33 306	
Różnice kursowe z przeliczenia	(357)	(391)	
Zyski zatrzymane	77 427	91 080	
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	<b>17 839</b>	<b>13 242</b>	<b>+34,7%</b>
<b>Długoterminowe, w tym:</b>	463	796	
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	1	
<b>Krótkoterminowe, w tym:</b>	17 376	12 446	
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług wobec pozostałych jednostek	15 203	11 153	
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego	510	150	
Pozostałe zobowiązania	856	323	
<b>Pasywa ogółem</b>	<b>134 004</b>	<b>137 752</b>	<b>-2,7%</b>

## Przepływy pieniężne

[tys. PLN]	I półrocze 2022/23	I półrocze 2021/22	Zmiana
<b>Zysk (strata) brutto</b>	81 174	63 829	
Korekty razem:	4 182	8 437	
Amortyzacja	6 808	5 686	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>	80 145	76 928	
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	-	
Wydatki na nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	(10 476)	(8 105)	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	(10 476)	(8 105)	
Dywidendy wypłacone	(83 945)	(72 100)	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	(84 290)	(72 503)	
<b>Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>(14 621)</b>	<b>(3 680)</b>	-
Środki pieniężne na początek okresu	55 666	59 233	
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>41 045</b>	<b>55 552</b>	<b>-26,1%</b>

## **Polityka dywidendy**

Zgodnie z aktualną polityką dywidendy, opisaną w Prospekcie Emisyjnym Spółki, Zarząd LiveChat Software S.A. rekomenduje Walnemu Zgromadzeniu wypłatę maksymalnej części zysku za dany rok obrotowy w formie dywidendy, chyba że pojawią się okazje inwestycyjne, które zapewniłyby Spółce i akcjonariuszom wyższą stopę zwrotu niż wypłata dywidendy.

Zarząd, za zgodą Rady Nadzorczej, jest uprawniony do podejmowania decyzji w sprawie wypłaty zaliczek na poczet spodziewanej dywidendy.

## **Opis istotnych pozycji pozabilansowych**

Grupa nie posiada istotnych pozycji pozabilansowych.

## **Prognoza finansowa Grupy**

Zarząd Spółki nie opublikował prognoz finansowych na rok obrotowy 2022/23.

## **Opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji**

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem Spółka nie przeprowadziła emisji akcji.

## 6.2. Prezentacja wyników jednostkowych

### Rachunek zysków i strat

[tys. PLN]	I półrocze 2022/23	I półrocze 2021/22	Zmiana
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>141 292</b>	<b>104 568</b>	<b>+35,1%</b>
Koszt własny sprzedaży	22 283	14 029	
<b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>	<b>119 009</b>	<b>90 539</b>	
Koszty sprzedaży	30 162	19 662	
Koszty ogólnego zarządu	10 744	8 237	
<b>Zysk (strata) ze sprzedaży</b>	<b>78 103</b>	<b>62 640</b>	
Pozostałe przychody operacyjne	41	53	
Pozostałe koszty operacyjne	21	6	
<b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</b>	<b>78 123</b>	<b>62 687</b>	<b>+24,6%</b>
Przychody finansowe	2 747	919	
Koszty finansowe	0	0	
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>80 870</b>	<b>63 606</b>	
Podatek dochodowy	5 608	4 533	
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>75 262</b>	<b>59 073</b>	<b>+27,4%</b>



## Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

### Aktywa

[tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>44 857</b>	<b>40 618</b>	<b>+10,4%</b>
Wartości niematerialne i prawne	42 330	38 456	
Rzeczowe aktywa trwałe	1 754	1 617	
Należności długoterminowe	205	194	
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	564	348	
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	566	349	
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>84 521</b>	<b>92 738</b>	<b>-8,9%</b>
Zapasy	-	12	
Należności z tytułu dostaw i usług od jednostek powiązanych	7 608	4 915	
Należności od pozostałych jednostek	43 945	38 509	
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	31 968	48 890	
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 000	411	
<b>Aktywa ogółem</b>	<b>129 378</b>	<b>133 356</b>	<b>-3,0%</b>

## Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

### Pasywa

[tys. PLN]	30 września 2022 r.	31 marca 2022 r.	Zmiana
<b>Kapitał (fundusz) własny</b>	114 357	123 040	-7,1%
Kapitał podstawowy	515	515	
Kapitał zapasowy	38 580	33 306	
Zysk (strata) netto roku obrotowego	75 262	118 574	
Odpisy z zysku netto w ciągu roku obrotowego	-	(29 355)	
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	15 020	10 316	+45,6%
<b>Długoterminowe</b>	-	-	
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	910	
<b>Krótkoterminowe, w tym:</b>	8 033	5 844	
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług wobec pozostałych jednostek	6 667	5 370	
Z tytułu wynagrodzeń	855	324	
Rozliczenia międzyokresowe	6 987	4 472	
<b>Pasywa ogółem</b>	129 378	133 356	-3,0%

## Przepływy pieniężne

[ tys. PLN]	I półrocze 2022/23	I półrocze 2021/22	Zmiana
Zysk (strata) netto	75 262	59 073	
Korekty razem, w tym:	2 237	14 831	
Amortyzacja	6 463	5 283	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>	<b>77 499</b>	<b>73 904</b>	
Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	-	-	
Wydatki na nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych	10 476	8 105	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>(10 476)</b>	<b>(8 105)</b>	
Dywidendy wypłacone	83 945	72 100	
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>(83 945)</b>	<b>(72 100)</b>	
<b>Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>(16 922)</b>	<b>(6 301)</b>	-
Środki pieniężne na początek okresu	48 890	56 509	
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>31 968</b>	<b>50 208</b>	<b>-36,3%</b>

# 7. Ład korporacyjny

## 7.1. Informacje o akcjach i akcjonariacie

### Struktura kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu na kapitał zakładowy Spółki składało się 25.750.000 (dwadzieścia pięć milionów siedemset pięćdziesiąt tysięcy) wyemitowanych i w pełni opłaconych akcji zwykłych na okaziciela w tym: 25.000.000 (dwadzieścia pięć milionów) akcji serii A i 750.000 (siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji serii B. Wartość nominalna każdej akcji Spółki wynosi 0,02 (dwa grosze) zł. Akcjonariuszom serii A i serii B przysługuje jeden głos na akcję.

### Struktura akcjonariatu

Na dzień 30 września 2022 r. największym akcjonariuszem LiveChat Software S.A. było Porozumienie akcjonariuszy\*, składające się z osób w Zarządzie Spółki, Radzie Nadzorczej Spółki oraz menadżerów Spółki. Łącznie posiadali oni 10 792 022 akcje stanowiące 41,90% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.

Pozostałymi akcjonariuszami, których zaangażowanie przekraczało 5% kapitału zakładowego, były dwa polskie otwarte fundusze emerytalne, Aviva OFE oraz Nationale Nederlanden Polskie Towarzystwo Emerytalne. Posiadały one na dzień 31 grudnia 2021 roku odpowiednio 1 721 793 i 1 590 680 akcji, stanowiących 6,69% i 6,18% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.

Struktura akcjonariatu zaprezentowana poniżej jest zgodna z zawiadomieniami od akcjonariuszy i publicznie dostępnymi raportami dotyczącymi składu portfeli otwartych funduszy emerytalnych na koniec 2021 roku.

#### Struktura akcjonariatu

Akcjonariusz	Liczba akcji i głosów na WZ	Udział w głosach na WZ
Aviva OFE Aviva Santander	1 721 793	6,69%
Nationale-Nederlanden PTE	1 590 680	6,18%
<b>Porozumienie akcjonariuszy Podmiot dominujący, w tym powyżej 5 proc.:</b>	<b>10 792 022</b>	<b>41,90%</b>
Mariusz Ciepły	3 366 250	13,07%
Maciej Jarzębowski	2 366 250	9,19%
Jakub Sitarz	3 010 000	11,69%
<b>Pozostali</b>	<b>11 647 505</b>	<b>45,23%</b>
<b>RAZEM</b>	<b>25 750 000</b>	<b>100,00%</b>

\*Niektórzy Akcjonariusze zawarli porozumienie co do wspólnego głosowania: **Porozumienie Akcjonariuszy Podmiot Dominujący**, które tworzą: Mariusz Ciepły, Urszula Jarzębowska, Jakub Sitarz, Maciej Jarzębowski, Szymon Klimczak, Krzysztof Górski.

W trakcie I półrocza 2022/23 roku finansowego w strukturze akcjonariatu Spółki nie zaszły zmiany pod względem znaczących akcjonariuszy.

## 7.2. Władze Spółki

### 7.2.1. Zarząd Spółki

Zarząd obecnej kadencji w poniższym składzie został powołany na trzyletnią kadencję, która wygaśnie z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia spółki zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za rok finansowy 2022/2023.

Na dzień sporządzenia sprawozdania Zarząd LiveChat Software S.A. był dwuosobowy a w jego skład wchodził:

Imię i nazwisko	Funkcja
Mariusz Ciepły	Prezes Zarządu
Urszula Jarzębowska	Członek Zarządu

W trakcie I półrocza 2022/23 roku finansowego Zarząd pracował w powyższym składzie.

**Mariusz Ciepły** jest jednym z założycieli i głównych akcjonariuszy spółki LiveChat Software. Funkcję Prezesa Zarządu pełni od 2010 r. Posiada wykształcenie wyższe (z tytułem magistra inżyniera informatyki), ukończył informatykę (specjalizacja: inżynieria systemów informatycznych) na Wydziale Elektroniki Politechniki Wrocławskiej we Wrocławiu. Jest też członkiem rad nadzorczych spółek Time Solutions sp. z o.o., Brand24 S.A. oraz Venture Inc S.A.

**Urszula Jarzębowska** od 2010 r. pełni funkcję Członka Zarządu LiveChat Software S.A. Ze Spółką jest związana od 2002 r. Posiada wykształcenie wyższe magisterskie, ukończyła Uniwersytet Ekonomiczny im. Oskara Langego we Wrocławiu na Wydziale Gospodarki Narodowej, gdzie pracę magisterską obroniła w Katedrze Rachunkowości i Controllingu Przedsiębiorstw. W trakcie pracy zawodowej ukończyła także studia podyplomowe na kierunku Controlling w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu oraz na kierunku Międzynarodowe Standardy Rachunkowości (MSR/MSSF) na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Doświadczenie zbierała m.in. w firmach Bankier.pl oraz Internet Works. Jest też członkiem rady nadzorczej Venture Inc S.A.

### Wysokość wynagrodzeń Zarządu Spółki

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu LiveChat Software S.A. wypłacone w okresie od 1 kwietnia 2022 r. do 30 września 2022 r. oraz w analogicznym okresie poprzedniego roku (z uwzględnieniem premii).

#### Wynagrodzenie Zarządu Spółki

Imię i nazwisko	Stanowisko	Wynagrodzenie (w tys. zł)	
		I półrocze. 2022/23	I półrocze 2021/22
Mariusz Ciepły	Prezes Zarządu	1 388	781
Urszula Jarzębowska	Członek Zarządu	923	517
<b>RAZEM</b>	-	<b>2 311</b>	<b>1 298</b>

## 7.2.2. Rada Nadzorcza Spółki

Na dzień 30 września 2022 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu skład Rady Nadzorczej Spółki jest następujący:

Imię i nazwisko	Funkcja
Maciej Jarzębowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Jakub Sitarz	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Marcin Mańdziak	Członek Rady Nadzorczej
Marta Ciepła	Członek Rady Nadzorczej
Marzena Czapaluk	Członek Rady Nadzorczej

**Maciej Jarzębowski** posiada wykształcenie średnie (technik zbiorowego żywienia). Ukończył Technikum Gastronomiczne we Wrocławiu. W latach 1999 – 2001 pełnił funkcję Prezesa Zarządu w spółce Bankier.pl, w okresie 2001-2006 był Prezesem Zarządu spółki Internet Works. Do 2010 r. pełnił funkcję Prezesa Zarządu w LiveChat Software S.A.

**Marcin Mańdziak** posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentem Prawa na Wydziale Prawa Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego. Od 10 lat związany z rynkiem kapitałowym. Był współtwórcą oraz długoletnim wiceprezesem zarządu M.W. Trade S.A., która jako pierwsza przeniosła notowania z rynku Newconnect na rynek główny GPW. Od 2013 roku prezes i główny akcjonariusz EFM S.A. Jednocześnie prowadzi firmę Arandela Marcin Mandziak, świadczącą usługi doradcze. Członek Rady Nadzorczej Venture Inc ASI S.A.

Marcin Mańdziak spełnia kryteria niezależnego Członka Rady Nadzorczej.

**Jakub Sitarz** posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Ukończył Informatykę na Wydziale Elektroniki Politechniki Wrocławskiej we Wrocławiu. Pełni funkcję kluczowego doradcy do spraw technologii.

**Marta Ciepła** jest absolwentką Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu oraz studiów podyplomowych z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. Od ponad dziesięciu lat związana rynkiem IT w zakresie rekrutacji i selekcji kadry IT. HR manager odpowiedzialny za doradztwo w zakresie budowania zespołów poszczególnych działów spółki.

**Marzena Czapaluk** jest absolwentką Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Ma też 20-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy (CFO) zdobyte m.in. w spółce eobuwie.pl S.A. Obecnie pełni funkcję dyrektora finansowego Grupy MKK3 Sp. z o.o. Prowadzi też działalność coachingową i mentoringową. Jest członkiem - założycielem Stowarzyszenia Dyrektorów Finansowych FINEXA. Uzyskała m.in. tytuł FCCA przyznany przez Association of Chartered Certified Accountants (certyfikat z zakresu finansów i księgowości). Ukończyła program Advanced Executive Education w Strategic Leadership Academy realizowany przez ICAN Institute.

Marzena Czapaluk spełnia kryteria niezależnego Członka Rady Nadzorczej.

### Wysokość wynagrodzeń członków Rady Nadzorczej Spółki

Wartość wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej w raportowanym okresie wyniosła 59,7 tys. PLN.

W okresie 6-miesięcznym zakończonym 30.09.2021 r. wartość wynagrodzenia dla Członków Rady Nadzorczej wyniosła 91 tys. PLN.

### 7.3. Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Poniższa tabela przedstawia liczbę akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących na dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Imię i nazwisko	Stanowisko	Liczba akcji
Mariusz Ciepty	Prezes Zarządu	3 366 250
Urszula Jarzębowska	Członek Zarządu	1 210 250
Maciej Jarzębowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	2 366 259
Jakub Sitarz	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej	3 010 000
Marcin Mańdziak	Członek Rady Nadzorczej	5 538

### 7.4. Inne informacje

**Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie spółka podjęła lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.**

Ryzykiem w tym obszarze zarządza bezpośrednio Zarząd. W jego ocenie wysoka płynność Spółki i brak znaczących zobowiązań znacząco minimalizują ryzyko utraty płynności i inne ryzyka związane z zarządzaniem zasobami finansowymi.

**Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności.**

Bieżące inwestycje są prowadzone głównie w zakresie rozwijania produktu i są finansowane ze środków własnych. Zarząd obecnie nie przewiduje innych inwestycji oraz zmiany w strukturze finansowania.

**Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik.**

Na wynik I półrocza roku finansowego 2022/23 nie miały wpływu czynniki i zdarzenia nietypowe.

**Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Spółki i jego grupą kapitałową.**

Nie wystąpiły tego rodzaju zmiany.

**Wszelkie umowy zawarte między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie.**

Spółka nie zawarła tego rodzaju umów.

### **Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.**

Nie dotyczy.

### **Firma audytorska**

Od 17 października 2019 roku firmą audytorską do wykonywania badań ustawowych sprawozdań finansowych Spółki wybraną zgodnie z uchwałą Rady Nadzorczej, kierując się pozytywną rekomendacją Komitetu Audytu, jest Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.

W dniu 20 października 2021 r. Spółka zawarła umowę z firmą audytorską Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. na wykonanie badania ustawowego sprawozdań finansowych LIVECHAT Software S.A. w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku oraz wykonanie badania ustawowego skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej LIVECHAT Software w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku, a także badania dobrowolnego sprawozdań finansowych śródrocznych LIVECHAT Software S.A. w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku oraz przeglądu śródrocznych skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej LIVECHAT Software w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku.

### **Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych**

W okresie sprawozdawczym Grupa nie była stroną żadnych postępowań sądowych i administracyjnych.

### **Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego**

Brak jest zagadnień i wymogów związanych z ochroną środowiska, które mogą mieć istotny wpływ na działalność Grupy.

### **Informacja o zatrudnieniu**

Na koniec września 2022 r. roku finansowego Spółka współpracowała na stałe z 283 osobami wobec 221 osób rok wcześniej. Najliczniejszą grupą są zespoły produktowe składające się głównie z programistów oraz dział obsługi klienta, pracujący w modelu 24/7. Dużym zespołem jest dział marketingu, a także zespół administratorów zarządzających infrastrukturą IT. W strukturze Spółki funkcjonują także zespoły: m.in. sprzedażowy, finansów i administracji czy prawny, a także relacji inwestorskich. W dwuosobowym Zarządzie zasiadają osoby od wielu lat pracujące nad projektem LiveChat. Bezpośrednio do Zarządu raportują tzw. CXO (dyrektorzy). Obecnie jest to osiem osób, od wielu lat związanych ze Spółką.



## 8. Oświadczenia Zarządu

Wrocław, 30 listopada 2022 r.

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku, a także jednostkowe sprawozdanie finansowe LiveChat Software S.A. oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku, zostały zatwierdzone do publikacji w dniu 30 listopada 2022 r.



Prezes Zarządu Mariusz Cieply



Członek Zarządu Urszula Jarzembowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin

Wrocław, 30 listopada 2022 r.

### Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej LiveChat Software za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku

Zarząd LiveChat Software S.A. oświadcza, iż wedle jego najlepszej wiedzy, skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy LiveChat Software za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości.

Zarząd oświadcza także, iż zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.



Prezes Zarządu Mariusz Cieply



Członek Zarządu Urszula Jarzembowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin

Wrocław, 30 listopada 2022 r.

**Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia jednostkowego sprawozdania finansowego LiveChat Software S.A. za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku**

Zarząd LiveChat Software oświadcza, iż wedle jego najlepszej wiedzy, jednostkowe sprawozdanie finansowe LiveChat Software S.A. za okres sześciu miesięcy zakończony w dniu 30 września 2022 roku oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości.

Zarząd oświadcza także, iż zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.



Prezes Zarządu Mariusz Ciepły



Członek Zarządu Urszula Jarzębowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin

## 9. Słowniczek pojęć

### Wskaźniki finansowe

Wskaźnik	Wyszczególnienie
EBITDA	= Zysk (strata) operacyjny + amortyzacja
Rentowność sprzedaży brutto	= Zysk brutto ze sprzedaży / Przychody ze sprzedaży netto
Rentowność operacyjna	= Zysk (strata) operacyjny / Przychody ze sprzedaży netto
Rentowność netto	= Zysk (strata) netto okresu sprawozdawczego / Przychody ze sprzedaży netto

### Pojęcia branżowe

Pojęcie	Definicja
ARPU	Średni przychód na użytkownika w miesiącu, liczone na podstawie miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR)  ARPU= MRR/ liczba użytkowników
Initial ARPU	Średni pierwszy przychód (ang. initial ARPU), innymi słowy średnia cena sprzedaży, jest to średnia wartość miesięcznego przychodu na klienta w momencie kiedy konwertuje się do płatnej licencji
MRR	Miesięczne powtarzalne przychody (ang. Monthly Recurring Revenues) jest miarą przewidywalnych przychodów generowanych od aktywnych i płacących użytkowników. Metryka włącza wszystkie powtarzalne przychody ale wyklucza opłaty jednorazowe, niepowtarzalne.
SaaS	Oprogramowanie jako usługa (ang. Software as a Service) czyli model biznesowy, w którym oprogramowanie jest licencjonowane na zasadzie subskrypcji i w którym jest ono dostępne w chmurze.