

# Electronic Arts: Obchod za 55 miliárd dolárov

13.8.2026 - | IAD Investments, správ.spol.

**Začiatkom augusta obletela svet správa, ktorá síce medzi investormi vyvolala veľký rozruch, no mnohí hráči ju prijali s prekvapivým pokojom. Spoločnosť Electronic Arts (EA), jeden z najväčších svetových vydavateľov videohier, sa po viac ako tridsiatich piatich rokoch obchodovania na burze stala súkromnou spoločnosťou. Investičné konzorcium vedené saudským štátnym fondom Public Investment Fund (PIF) spolu so spoločnosťami Silver Lake a Affinity Partners zaplatilo za jej prevzatie približne 55 miliárd amerických dolárov.**

Na prvý pohľad ide o ďalšiu veľkú akvizíciu v technologickom sektore. V skutočnosti však táto transakcia symbolizuje niečo oveľa väčšie. Electronic Arts totiž nie je len výrobcom počítačových hier. Je to spoločnosť, ktorá počas viac ako štyroch desaťročí pomohla zmeniť celý herný priemysel – od predaja hier na disketách až po digitálne služby generujúce miliardy dolárov ročne. Je to zároveň firma, ktorú milióny hráčov po celom svete milujú za legendárne tituly ako FIFA, Need for Speed či The Sims, no zároveň ju mnohí kritizujú za obchodný model, ktorý dnes kopíruje prakticky celý herný priemysel.

Ako sa teda z malej kalifornskej spoločnosti stala jedna z najhodnotnejších firiem v oblasti digitálnej zábavy?

## Trip Hawkins - muž, ktorý odišiel z Apple, aby zmenil herný priemysel

Príbeh Electronic Arts sa začína v roku **1982**, keď mladý manažér **Trip Hawkins** opustil rýchlo rastúci Apple. V spoločnosti pracoval v období, keď Steve Jobs uvádzal na trh prvé osobné počítače Macintosh a Apple sa menil z ambiciózneho startupu na technologickú ikonu.

Hawkins však veril, že budúcnosť nepatrí len počítačom. Bol presvedčený, že práve videohry sa stanú jednou z najväčších foriem zábavy na svete. V čase, keď väčšina ľudí považovala hry len za jednoduchú záľubu pre deti, išlo o pomerne odvážne presvedčenie.

Na rozdiel od konkurencie nechcel budovať štúdio, ktoré bude samo vyvíjať hry. Jeho víziou bolo vytvoriť vydavateľstvo, ktoré bude združovať najtalentovanejších vývojárov a poskytne im financovanie, marketing aj distribúciu. Dnes je podobný model bežný, no začiatkom osemdesiatych rokov išlo o úplne nový prístup.

Aj samotný názov **Electronic Arts** nebol náhodný. Hawkins bol presvedčený, že tvorba videohier je umenie, nie iba programovanie. Chcel, aby sa na autorov hier pozeralo podobne ako na filmových režisérov alebo hudobníkov.

## Keď boli programátori „rockovými hviezdami“

Jednou z najväčších inovácií Electronic Arts nebola technológia, ale marketing. V čase, keď boli programátori pre verejnosť prakticky anonymní, začala spoločnosť na obaly hier umiestňovať fotografie ich autorov. Reklamné kampane ich prezentovali ako tvorcov, ktorí stoja za jednotlivými titulmi, a nie ako neviditeľných zamestnancov sediacich za počítačom.

Electronic Arts ich nazývalo „**Software Artists**“ – softvéroví umelci. Vtedajšie reklamné plagáty pripomínali skôr fotografie hudobných kapiel než propagáciu počítačových hier. Vývojári pózovali pred objektívom s rovnakou hrdosťou, s akou dnes vystupujú filmoví režiséri alebo úspešní podnikatelia.

Tento prístup mal obrovský význam. Mnohí talentovaní programátori začali Electronic Arts vnímať ako spoločnosť, ktorá si ich prácu váži a dokáže ju premeniť na úspešný komerčný produkt. Práve vďaka tomu sa firme podarilo prilákať niektoré z najväčších talentov svojej doby.

Nasledujúce roky priniesli hry, ktoré dnes patria medzi klasiku. Tituly ako **The Bard's Tale**, **Populous**, **Wing Commander**, **Road Rash** alebo **Desert Strike** pomohli spoločnosti vybudovať reputáciu jedného z najlepších vydavateľov videohier na svete. Electronic Arts postupne expandovalo z osobných počítačov aj na herné konzoly Sega a Nintendo a začalo budovať globálnu distribučnú sieť.

Hoci išlo o úspešné obdobie, skutočný prelom mal ešte len prísť.

## FIFA - hra, ktorá zmenila športový biznis

V roku **1993** predstavilo Electronic Arts hru **FIFA International Soccer**. Dnes sa môže zdať neuveriteľné, že prvý diel vznikol v období, keď futbalové videohry tvorili len malý segment herného trhu. Konami malo svoju sériu International Superstar Soccer, na trhu existovalo niekoľko jednoduchších futbalových titulov, no žiadny z nich nedokázal ponúknuť autentický zážitok zo skutočného futbalu.

Electronic Arts pochopilo, že rozhodujúcou konkurenčnou výhodou nebude len grafika alebo hrateľnosť. Kľúčom budú **licencie**.

Spoločnosť postupne uzatvorila dohody s národnými ligami, klubmi, hráčskou asociáciou FIFPro aj samotnou FIFA. Vďaka tomu mohli hráči nastúpiť za Manchester United, Real Madrid alebo Bayern Mníchov s reálnymi futbalistami, skutočnými dresmi a autentickými štadiónmi. To bol zážitok, ktorý konkurencia nedokázala ponúknuť.

Každý september následne prichádzala nová verzia hry. Pre hráčov znamenala aktualizované prestupy, lepšiu grafiku a nové herné režimy. Pre Electronic Arts to bol takmer ideálny obchodný model. **Namiesto jednorazového úspechu získala produkt, ktorý generoval príjmy každý rok.**

Postupne sa FIFA stala najpredávanejšou športovou videohrou na svete. Predaje jednotlivých ročníkov sa pohybovali v desiatkach miliónov kusov a séria vytvorila komunitu hráčov, ktorá sa každoročne vracala k novej verzii. Z pohľadu investorov išlo o mimoriadne stabilný zdroj príjmov – podobne ako predplatné v mediálnom priemysle alebo pravidelná obmena smartfónov.

Elektronické umenie sa zmenilo na stroj na generovanie hotovosti.

## Od predaja CD k miliardám z mikrotransakcií

Počas prvých dvoch desaťročí svojej existencie fungovalo Electronic Arts podobne ako väčšina ostatných vydavateľov videohier. Vývoj trval niekoľko rokov, hra sa dokončila, vyľisovala na CD alebo DVD a putovala na pulty obchodov. Ak bol titul úspešný, firma zarobila. Ak nie, vývojári začali pracovať na ďalšom projekte a celý cyklus sa opakoval. Príjmy boli jednorazové a ich výška závisela najmä od predaja v prvých týždňoch po uvedení hry na trh.

S nástupom rýchleho internetu a digitálnej distribúcie sa však začal meniť celý herný priemysel. Electronic Arts si ako jedna z prvých veľkých spoločností uvedomilo, že najväčšou hodnotou už nie je samotná hra, ale hráč, ktorý sa do nej pravidelne vracia. Ak sa podarí udržať jeho pozornosť mesiace alebo dokonca roky, môže spoločnosť vytvárať nové zdroje príjmov aj dlho po tom, čo si zákazník hru kúpil.

Najskôr prišli platené rozšírenia, ktoré pridávali nové misie, autá či mapy. Neskôr ich doplnili takzvané **Season Passy**, umožňujúce hráčom získať budúci obsah za zvýhodnenú cenu. Skutočná revolúcia však prišla s mikrotransakciami – drobnými platbami za virtuálne predmety, kozmetické doplnky alebo rôzne bonusy priamo v hre.

Najväčším symbolom tejto zmeny sa stal režim **Ultimate Team**, ktorý sa prvýkrát objavil vo FIFA 09 ako nenápadný doplnok. Hráči si v ňom vytvárali vlastný futbalový tím zbieraním virtuálnych kariet hráčov. Karty bolo možné získavať hraním, no oveľa rýchlejšou cestou bolo kupovanie balíčkov za reálne peniaze. Z pôvodne okrajového režimu sa počas niekoľkých rokov stal hlavný motor ziskov celej série.

Pre Electronic Arts išlo o geniálny obchodný model. Namiesto jednorazového predaja hry získala produkt, ktorý dokázal generovať príjmy každý deň počas celého roka. Mnohí hráči síce utratili len niekoľko eur, no našli sa aj takí, ktorí do budovania svojho vysnívaného tímu investovali stovky alebo dokonca tisíce eur. Práve vďaka tomu sa výrazne zmenila aj štruktúra príjmov spoločnosti. Kým ešte začiatkom tisícročia tvorili väčšinu tržieb fyzické kópie hier, dnes dominantnú časť príjmov predstavujú digitálne služby a takzvané **Live Services**, teda priebežne aktualizovaný obsah, mikrotransakcie a predplatné.

Z pohľadu investorov išlo o jednu z najúspešnejších transformácií obchodného modelu v celom technologickom sektore. Spoločnosť sa prestala spoliehať na to, či sa nový titul predá v prvých týždňoch po vydaní. Namiesto toho začala budovať stabilné a opakujúce sa príjmy, ktoré boli oveľa predvídateľnejšie a zároveň výrazne ziskovejšie.

## Prečo sa EA rozišlo s FIFA a vzniklo EA Sports FC

Keď Electronic Arts v roku 2022 oznámilo, že po takmer tridsiatich rokoch končí spoluprácu s organizáciou FIFA, mnohí fanúšikovia zostali zaskočení. Názov FIFA bol totiž pre väčšinu hráčov prakticky synonymom futbalovej videohry. Mnohí predpokladali, že bez tejto značky bude séria odsúdená na úpadok.

Realita bola oveľa zložitejšia.

Počas rokov sa z licenčnej dohody medzi oboma stranami stal mimoriadne drahý kontrakt. Podľa viacerých médií požadovala FIFA za ďalšie predĺženie spolupráce približne **250 miliónov amerických dolárov ročne**, pričom zároveň chcela väčšiu kontrolu nad tým, ako môže Electronic Arts značku využívať.

Vedenie EA si preto položilo jednoduchú otázku – čo je pre hráčov skutočne dôležité? Je to názov FIFA na obale hry alebo možnosť hrať za Real Madrid, Manchester City, FC Barcelona či slovenskú reprezentáciu s reálnymi hráčmi?

Odpoveď bola jasná. Electronic Arts totiž nemalo uzatvorené licenčné zmluvy len s FIFA. Samostatné dohody malo aj s hráčskou asociáciou FIFPro, domácimi ligami, klubmi aj jednotlivými súťažami. Práve tieto licencie predstavovali skutočnú hodnotu hry.

Keď v roku 2023 prišla na trh prvá verzia **EA Sports FC 24**, väčšina hráčov si uvedomila, že sa zmenil prakticky len názov. Hrateľnosť zostala podobná, kluby aj futbalisti boli na svojom mieste a režim Ultimate Team pokračoval ďalej. Predaje síce boli spočiatku pozorne sledované, no ukázalo sa, že sila značky Electronic Arts bola oveľa väčšia, než si mnohí mysleli.

Celý príbeh je zaujímavou lekciou aj pre investorov. Ukázal totiž, že najväčšiu hodnotu nemusia predstavovať známe logá alebo názvy, ale dlhodobé budované vzťahy so zákazníkmi a rozsiahla sieť obchodných partnerov. Electronic Arts zistilo, že značka FIFA bola síce silná, no nie nenahraditeľná.

## Prečo hráči EA milujú aj nenávidia

Len máloktorá spoločnosť v hernom priemysle dokáže vyvolávať také protichodné emócie ako Electronic Arts. Na jednej strane stojí za niektorými z najúspešnejších sérií všetkých čias. Milióny ľudí vyrastali pri hrách Need for Speed, The Sims, Battlefield alebo FIFA a dodnes na ne spomínajú s nostalgiou.

Na druhej strane sa Electronic Arts už viac ako desať rokov pravidelne objavuje medzi najkritizovanejšími hernými spoločnosťami na internete. Hlavným dôvodom nie je kvalita hier, ale spôsob, akým firma zarába peniaze.

Mikrotransakcie, platené balíčky či dodatočný obsah mnohí hráči vnímajú ako situáciu, keď si najskôr kúpia hru za plnú cenu a následne sú motivovaní míňať ďalšie peniaze, aby zostali konkurencieschopní. Obrovskú vlnu kritiky vyvolala napríklad hra **Star Wars Battlefront II**, v ktorej bol postup hráčov do veľkej miery naviazaný na systém náhodných odmien. Negatívne reakcie boli také silné, že Electronic Arts muselo krátko po vydaní celý systém prepracovať.

Z pohľadu investorov však išlo o úplne inú situáciu. Každé euro minuté v mikrotransakciách predstavovalo dodatočný príjem bez nákladov na výrobu fyzických nosičov alebo logistiku. To, čo hráči považovali za agresívnu monetizáciu, investori vnímali ako mimoriadne efektívny obchodný model. Tento rozdiel medzi očakávaniami zákazníkov a záujmami akcionárov sprevádza Electronic Arts prakticky dodnes.

## Prečo boli investori ochotní zaplatiť 55 miliárd USD

Keď sa povie Electronic Arts, väčšina ľudí si predstaví futbal, pretekárske autá alebo virtuálny svet The Sims. Z pohľadu investorov však nejde o spoločnosť, ktorá predáva videohry. Electronic Arts je dnes predovšetkým firma, ktorá vlastní jedny z najsilnejších značiek v hernom priemysle a dokáže ich dlhodobou premieňať na stabilné peňažné toky.

Na rozdiel od mnohých technologických spoločností nemusí EA každých pár rokov prísť s úplne novým revolučným produktom. Jej najväčšie série existujú už celé desaťročia a stále patria medzi najpredávanejšie hry na svete. Futbalová séria EA Sports FC, americký futbal Madden NFL, hokej NHL, závodná séria F1, The Sims či Battlefield predstavujú značky, ku ktorým sa milióny hráčov pravidelne vracajú. Ich hodnota nespočíva len v samotných hrách, ale predovšetkým v obrovských komunitách používateľov, ktoré okolo nich vznikli.

Práve preto investori pri oceňovaní spoločnosti nepozerajú len na to, koľko hier sa predá počas Vianoc. Zaujíma ich, koľko aktívnych hráčov sa do hier vracia každý mesiac, koľko z nich si predplatí službu EA Play, koľko utratí za dodatočný obsah a aká je pravdepodobnosť, že zostanú zákazníkmi aj o päť alebo desať rokov. V tomto smere sa Electronic Arts čoraz viac podobá spoločnostiam ako Netflix alebo Spotify, ktorých najväčšou hodnotou nie je samotný produkt, ale dlhodobý vzťah so

zákazníkom.

Veľkú úlohu zohráva aj vysoká ziskovosť digitálneho biznisu. Kým v minulosti bolo potrebné vyrobiť milióny CD alebo DVD, zabezpečiť ich distribúciu do obchodov a následne sa deliť o maržu s predajcami, dnes si väčšina hráčov kupuje hry priamo cez internet. Náklady na distribúciu sú minimálne a každá ďalšia digitálna kópia alebo mikrotransakcia prináša výrazne vyššiu maržu ako predaj fyzického nosiča. Aj preto dokáže Electronic Arts generovať vysoké voľné peňažné toky, ktoré sú pre private equity investorov jedným z najdôležitejších ukazovateľov.

Akvízia zároveň ukazuje, ako sa zmenilo vnímanie herného priemyslu. Ešte pred dvadsiatimi rokmi boli videohry často považované za okrajovú formu zábavy určenú najmä tínedžerom. Dnes ide o odvetvie, ktorého globálne tržby preyšujú filmový aj hudobný priemysel dohromady. Hráči už netrávia pri hrách hodiny len doma. Sledujú profesionálne e-športové súťaže, kupujú virtuálne predmety, komunikujú s priateľmi a vytvárajú komunity, ktoré fungujú podobne ako sociálne siete. Electronic Arts je jedným z hlavných beneficentov tejto zmeny.

## Ako investori vnímali Electronic Arts počas rokov

Vývoj ceny akcií Electronic Arts veľmi dobre odzrkadľuje to, ako sa menil celý herný priemysel. Trh nikdy neocenoval len počet predaných hier. Oveľa viac reagoval na schopnosť spoločnosti vytvárať stabilné a opakované príjmy, úspešne uvádzať nové herné tituly a prispôbovať sa technologickým zmenám.

Po vstupe na burzu v roku 1989 patrilo EA medzi rastové technologické spoločnosti, no podobne ako väčšina sektora zažilo prudký pokles počas prasknutia internetovej bubliny na prelome tisícročí. Nasledujúce roky boli poznačené reštrukturalizáciou portfólia a sériou akvizícií herných štúdií, ktoré postupne vytvorili základy dnešných ikonických značiek.

Výraznejší rast prišiel po roku 2013, keď sa ukázalo, že stratégia digitálnej distribúcie a mikrotransakcií prináša oveľa vyššie marže než tradičný predaj hier na fyzických nosičoch. Investori začali Electronic Arts vnímať skôr ako spoločnosť poskytujúcu digitálne služby než ako klasického výrobcu videohier.

Jedným z najvýraznejších pohybov prišiel **koncom septembra 2025**. Akcie sa dovtedy obchodovali približne na úrovni **168 až 170 USD**, no po informáciách denníka *Wall Street Journal* o pripravovanom prevzatí spoločnosti investičným konzorciom prudko vyskočili nad **200 USD**. O niekoľko dní neskôr Electronic Arts oficiálne oznámilo dohodu o odkúpení za **210 USD na akciu**, čo predstavovalo približne **25 % prémii** oproti cene pred oznámením transakcie. Od tohto momentu sa akcie obchodovali tesne pod ponúkanou cenou, keďže trh už oceňoval najmä pravdepodobnosť úspešného dokončenia akvizície.

Vývoj hodnoty akcií Electronic Arts, zdroj: google.com

## Čo môže nové vlastníctvo znamenať pre budúcnosť spoločnosti

Noví vlastníci preberajú spoločnosť vo veľmi zaujímavom období. Herný priemysel sa opäť nachádza na prahu ďalšej technologickej revolúcie. Umelá inteligencia už dnes pomáha vývojárom pri tvorbe dialógov, animácií, grafiky či testovaní hier. V budúcnosti môže výrazne skrátiť čas potrebný na vývoj

nových titulov a zároveň znížiť náklady.

Veľké očakávania sa spájajú aj s cloud gamingom, ktorý umožňuje hrať náročné hry bez drahého hardvéru. Ak sa tento model presadí vo väčšom rozsahu, môže sa trh opäť posunúť smerom k predplatnému, podobne ako sa to stalo pri filmoch alebo hudbe. Electronic Arts už dnes buduje vlastný ekosystém prostredníctvom služby EA Play a dá sa očakávať, že práve predplatné bude v budúcnosti zohrávať čoraz významnejšiu úlohu.

Zaujímavá je aj úloha nového hlavného investora. Saudský štátny fond PIF sa v posledných rokoch stal jedným z najväčších investorov v globálnom hernom priemysle. Investoval do spoločností Nintendo, Capcom či Nexon, podporuje rozvoj e-športu a organizuje prestížny Esports World Cup. Akvizícia Electronic Arts preto nie je izolovanou transakciou, ale súčasťou dlhodobej stratégie, ktorej cieľom je vybudovať zo Saudskej Arábie jedno z hlavných svetových centier digitálnej zábavy.

To však neznamená, že budúcnosť bude bez rizík. Vývoj moderných AAA hier je čoraz drahší a niektoré projekty stoja stovky miliónov dolárov. Konkurencia zo strany Activision Blizzard, Epic Games, Ubisoftu či Take-Two Interactive je mimoriadne silná a hráči sú zároveň čoraz citlivejší na agresívnu monetizáciu. Electronic Arts preto bude musieť nájsť rovnováhu medzi rastom ziskov a spokojnosťou svojej komunity. História totiž ukázala, že aj najúspešnejšie značky môžu o priazeň zákazníkov veľmi rýchlo prísť.

## Záver

Príbeh Electronic Arts je príbehom celej digitálnej ekonomiky. Spoločnosť, ktorá začínala v roku 1982 s víziou, že tvorcovia hier sú umelci, dnes patrí medzi najhodnotnejšie firmy herného priemyslu. Za viac ako štyridsať rokov sa jej podarilo premeniť videohry z jednorazového produktu predávaného na disketách a CD nosičoch na dlhodobú službu, ktorá generuje príjmy každý deň.

Počas tejto cesty vytvorila jedny z najznámejších herných značiek na svete, zmenila spôsob, akým sa športové hry predávajú, presadila model digitálnych služieb a ukázala, že skutočná hodnota nespočíva v samotnej hre, ale vo vzťahu so zákazníkom. Práve tento model dnes predstavuje hlavný dôvod, prečo boli investori ochotní zaplatiť približne 55 miliárd dolárov.

Electronic Arts pritom nie je jedinou spoločnosťou, ktorá prešla podobnou transformáciou. Je však jedným z najlepších príkladov toho, ako sa z klasického výrobcu produktov môže stať firma postavená na opakovaných príjmoch, silných značkách a digitálnom ekosystéme. A práve takéto spoločnosti dnes na finančných trhoch dosahujú najvyššie ocenenia.

<https://iad.sk/investujte-s-nami/electronic-arts-obchod-za-55-miliard-dolarov>