

Založenie obchodnej spoločnosti a internetového obchodu

Peter Michálek

Bakalárska práca
2016

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta aplikované informatiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta aplikované informatiky
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Peter Michálek**
Osobní číslo: **A12233**
Studijní program: **B3902 Inženýrská informatika**
Studijní obor: **Informační technologie v administrativě**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Založení obchodní společnosti a internetového obchodu**
Téma anglicky: **Establishment of a Company And Internet Business**

Zásady pro vypracování:

1. Provedte literární rešerži na dané téma.
2. Vytvořte podnikatelský plán pro založení obchodní společnosti z oblasti automobilového příslušenství.
3. Aplikujte nástroje projektového řízení na potřebné činnosti vedoucí k založení společnosti.
4. Provedte analýzu dostupných specializovaných software využitelných v popisované společnosti.
5. Vyberte nejvhodnější software pro Vaši společnost.
6. Navrhnete možné vylepšení či zefektivnění vybraného software.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

1. **BARROW, Colin.** Základy drobného podnikání. 1. vyd. Praha: Grada, 1996, 200 s. ISBN 8071692328.
2. **BLACKWELL, Edward.** How to prepare a business plan. Rev. 4th ed. London: Kogan Page, 2004, vi, 184 p. Sunday times business enterprise guide. ISBN 07494-4191-7.
3. **FOTR, Jiří.** Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 1999, 214 s. ISBN 80-7169-812-1.
4. **HISRIC, Robert D a Michael P PETERS.** Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
5. **MCKEEVER, Mike P.** How to write a business plan. 8th ed. Berkeley, CA: Nolo, c2007, 273 s. ISBN 978-141-3305-623.
6. **PTÁČKOVÁ, Vlasta.** Velký průvodce podnikatele. 1. vyd. Praha: Academia Pra-ha, 1998, 272 s. ISBN 80-200-0667-2.
7. **WUPPERFELD, Udo,** Podnikatelský plán pro úspěšný start. 1. vydání Praha: Management Press, 2003, 159 s. ISBN 80-726-1075-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Michal Pleva

Ústav počítačových a komunikačních systémů

Datum zadání bakalářské práce:

5. února 2016

Termín odevzdání bakalářské práce:

1. června 2016

Ve Zlíně dne 5. února 2016

doc. Mgr. Milan Adámek, Ph.D.
děkan



Ing. Miroslav Matýšek, Ph.D.
ředitel ústavu

Jméno, příjmení: Peter Michálek

Název bakalářské práce: Založení obchodnej spoločnosti a internetového obchodu

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen v příruční knihovně Fakulty aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byl jsem seznámen s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně, dne 23.5.2016

.....
podpis/diplomanta

ABSTRAKT

Cieľom tejto práce je postup tvorby a založenia podniku a internetového obchodu v oblasti automobilového priemyslu.

V teoretickej časti práca všeobecne popisuje nástroje projektového riadenia a zároveň približuje, ako by mal správny podnikateľský plán vyzeráť.

Praktická časť práce obsahuje tvorbu celkového podnikateľského plánu pre zakladajúcu firmu, ktorá bude pôsobiť v oblasti automobilového priemyslu. Zároveň praktická časť obsahuje porovnanie a zhrnutie najvhodnejších programov aplikovateľných pre firmu. Záver práce je môj názor a návrhy na vylepšenie vybraného softwarového riešenia.

Kľúčové slová: podnikateľský plán, SWOT analýza, projektové riešenie, software, nástroje projektového riadenia

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to cover the process of starting a car company together with the online shopping.

While the theoretical part in general terms describes the tools of project management and shows how a proper project plan of a young car company should look like, the practical part focuses not only on the very process of making this project plan but also summarizes various applicable company programs. The conclusion contains suggestions for the improvement of chosen software solution.

Key words: business plan, SWOT analysis, project solution, software, project management tools

Chcel by som poďakovať svojmu vedúcemu Ing. Michalovi Plevovi za cenné rady, čas, odporúčania a usmernenie pri vedení mojej bakalárskej práce.

Zároveň ďakujem priateľke a rodine, ktorí ma pri tvorbe mojej práce podporovali.

OBSAH

ÚVOD.....	8
I TEORETICKÁ ČASŤ.....	9
1 HISTÓRIA PODNIKANIA.....	10
2 NÁSTROJE PROJEKTOVÉHO RIADENIA.....	13
2.1 GANTTOV DIAGRAM	13
2.2 METÓDA SMART	14
2.3 WBS	15
2.4 SWOT ANALÝZA.....	16
2.5 LOGICKÝ RÁMEC	18
2.6 MAGICKÝ TROJUHOLNÍK PROJEKTOVÉHO RIADENIA – TROJIMPERATÍV	20
3 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN, JEHO VÝZNAM A ČASŤI.....	22
3.1 VÝZNAM PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU.....	22
3.2 DRUHY PODNIKATEĽSKÝCH PLÁNOV	23
3.3 OBSAH A ŠTRUKTÚRA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU.....	24
II PRAKTICKÁ ČASŤ	26
4 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN	27
4.1 ZHRNUTIE PROJEKTU	27
4.2 CHARAKTERISTIKA PRODUKTOV A SLUŽIEB	27
4.3 TRH A KONKURENCIA.....	30
4.3.1 Konkurenčné podniky	31
4.4 ANALÝZA RIZÍK.....	32
4.5 PRIESTORY	34
4.6 MARKETING A PROPAGÁCIA.....	34
4.7 SWOT ANALÝZA.....	36
4.8 SMART METÓDA.....	37
4.9 GANTTOV DIAGRAM	38
4.10 WBS	39
4.11 ZAMESTNANCI A ĽUDSKÉ ZDROJE.....	40
4.12 LOGICKÝ RÁMEC	43
4.13 FINANČNÝ PLÁN.....	44
4.13.1 Cenová politika	44
4.13.2 Rozvaha.....	45
4.13.3 Vstupné a prevádzkové náklady.....	46
4.13.4 Náklady na nákup produktov a výnosy z predaja tovaru pri ideálnych predajoch.....	48
4.13.5 Celkové mesačné prevádzkové náklady, celkové náklady a zisk pri ideálnych predajoch.....	49
4.13.6 Náklady na nákup produktov a výnosy z predaja tovaru pri zlých predajoch.....	51
4.13.7 Celkové mesačné prevádzkové, celkové náklady a zisk pri zlých predajoch.....	52

4.14	TROJIMPERATÍV – MAGICKÝ TROJUHOĽNÍK	53
5	SOFTWARE A IT ZÁZEMIE SPOĽOČNOSTI	56
5.1	ÚČTOVNÝ, SKLADOVÝ A MZDOVÝ SOFTWARE	57
5.1.1	POHODA	57
5.1.2	Money S3	58
5.1.3	Omega – KROS	60
5.1.4	Online účtovníctvo HELIOS ONE	61
5.1.5	Premier X6	62
5.2	SOFTWARE NA SPRÁVU INTERNETOVÉHO OBCHODU	64
5.2.1	Webnode	64
5.2.2	Eshop-rychlo.sk	65
5.3	VÝBER NAJVHODNEJŠIEHO SOFTWARE	67
5.4	VÝBER SYSTÉMU PRE TVORBU INTERNETOVÉHO OBCHODU	68
5.5	NÁVRHY NA ZEFEKTÍVNENIE PRÁCE	69
	ZÁVER	71
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	72
	ZOZNAM OBRÁZKOV	74
	ZOZNAM TABULIEK	75

ÚVOD

Malé, stredné ale aj veľké podniky tvoria významnú časť ekonomiky každého jedného štátu. Úloha a činnosť je u každého jedného podniku rôzna. Všetky však poskytujú pracovné miesta, niektoré malé podniky sú dodávateľmi pre väčšie podniky a tieto zväčša veľké podniky zasa môžu poskytovať produkty a služby pre štátne zákazky. Všetky podniky však majú spoločné jedno, a to dosiahnuť zisk. Každý novo vznikajúci podnik by mal mať svoj podnikateľský plán a mal by vedieť, v akej oblasti sa bude pohybovať, čo bude jeho náplňou, kde zoberie financie a ako bude postupovať pri realizácii projektu. Táto práca bude obsahovať založenie podniku v oblasti automobilového priemyslu, výber najvhodnejšieho ekonomického a účtovného software a tvorbu jednoduchého internetového obchodu pre daný podnik. Na závere práce zároveň vyberiem, ktorý software je pre podnik najvhodnejší.

Keďže celá táto práca je hlavne praktická, teoretická časť popíše všeobecne teóriu tvorby podniku, všetky nástroje projektového riadenia, ktoré sa používajú pri plánovaní a tvorbe projektu, čo je a čo všetko by mal a bude obsahovať podnikateľský a finančný plán.

V praktickej časti táto práca podrobne predstaví, pripraví a vytvorí podnikateľský plán pre celý podnik, určí o akú formu právnickej osoby sa bude jednať, v čom bude spočívať konkurenčná výhoda, zameria sa aj na kompletnú analýzu trhu, ľudské zdroje, marketingové nástroje a popíše aj stratégiu podniku. V neposlednej časti bude súčasťou aj finančný plán, ktorý rozpočíta vstupné náklady a prevádzkové náklady. V ďalšej kapitole aplikuje kompletné nástroje projektového riadenia a činnosti potrebné k založeniu podniku. V časti analýza dostupných software rozoberie dostupné programy, ako účtovné, tak aj systémy pre tvorbu internetového obchodu a vyberie najvhodnejší a najviac vyhovujúci program na základe požiadaviek. Na záver práce navrhmem vylepšenia a zefektívnenia vybraných SW, ktoré by som aplikoval.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 HISTÓRIA PODNIKANIA

História podnikov alebo firiem siaha až do obdobia stredoveku, kedy neboli síce presné formy podnikania ako dnes, ale boli predovšetkým organizované skupiny pracovníkov, ktoré pracovali pre svojho nadriadeného, šéfa a podobne. Môžeme pod týmto chápať napríklad kováčske služby, kedy podriadený pracoval v továrni pre svojho bohatého nadriadeného.

Príkladom prvého podnikateľa je Marco Polo, ktorý sa pokúsil spraviť obchodnú trasu na východ. Podľa zvyku a historických záznamov, uzatvoril zmluvu o predaji tovaru s osobou, ktorá je dnes predstavovaná za kapitalistu. Táto zmluva obsahovala úver, poskytovaný obchodníkovi za 22 %, vrátane poistenia. Kapitalista bol teda pasívnym nositeľom rizika a obchodník mal úlohu vo vlastnom obchodovaní a na ňom záviselo aj fyzické riziko – doprava tovaru, uchopenie koristi a pod. Ak obchodná cesta skončila dobre, kapitalista si vzal až $\frac{3}{4}$ zisku a obchodníkovi ostal zbytok.¹

O presnejšom pojme podnikanie alebo založenie firiem sa začína písať až na začiatku 18. storočia, kedy ho do praxe uviedol brit Richard Cantillon. Tento priekopník bol názoru, že každý jeden podnikateľ musí prijímať riziká, najviac v oblasti kapitálu. Dnes už toto chápanie stratilo zmysel. Všetku svoju teóriu o podnikaní zhrnul do svojej knihy, ktorá nesie názov *An Essay on Economic Theory*. Bola tiež nazývaná ako „prvý ekonomickým pojednaním“. Cantillon teda sledoval podnikateľa ako osobu, ktorá prijíma riziko, pričom si všimol, že kupujúci, poľnohospodári, remeselníci nakupujú za istú cenu, avšak predávajú za neistú cenu a teda vystavujú sa riziku.[7]

Dnešné chápanie ekonomiky je skorej zásluhou američana rakúskeho pôvodu, pedagóga a lektora Petra Ferdinanda Druckera, ten vidí podnikateľov ako tých, čo tvoria niečo nové. Tvrdil, že informácie sú jediným zmysluplným zdrojom pre podnikanie, ostatné faktory sa stávajú druhoradým. Drucker teda popiera existenciu tzv. informačnej revolúcie. Nositeľmi informačnej revolúcie budú koncoví užívatelia. Podľa Druckera musia podnikatelia a manažéri vykonať a vykonávať niekoľko činností. Musia si stanoviť ciele, ktoré je potrebné plniť, musia organizovať prácu, priradovať každú jednu pracovnú činnosť k svojmu pracovisku, vyberať pracovníkov vo vedení, motivovať nejakým spôsobom ľudí k práci, hodnotiť prácu a posudzovať výslednú kvalitu a kvantitu a odmeňovať tak pracovníkov rovným dielom

¹ HISRICH, Robert D a Michael P PETERS. Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996, 501 s. ISBN 80-85865-07-6, str. 19

a zabezpečovať aj kvalifikačný rast pracovníkov. Drucker bol tiež autorom mnohých politologických a ekonomických štúdií. [11]

Automobilový priemysel sa začal rozvíjať v rokoch 1885, kedy Karl Benz vytvoril prvý trojkolesový automobil, a nebol to iba upravený kónský koč na motor. Samostatný priemysel pre masu sa začal vyvíjať až príchodom značky Ford v roku 1902 s vývojom Modelu T. V roku 1908 prišiel tento americký mechanik so systémom výroby na montážnej linke a cena Modelu T bola 850 \$. Týchto automobilov sa od roku 1908 do roku 1927 vyrobilo neuveriteľných 15 miliónov kusov. Zakladateľom spoločnosti Ford Motor Company bol americký vynálezca a priemyselník Henry Ford. Henry patril k podnikateľsky a technicky odvážnym a nadaným ľuďom. Na svojom konte má spolu 161 patentov, ku ktorým došiel pri snahe minimalizovať náklady. Bol tiež zástancom toho, že jeden spokojný zamestnanec spraví viac práce ako traja nespokojní zamestnanci. [26]

Svojským spôsobom pristupoval k podnikaniu aj zlínsky obchodník Tomáša Baťa, ktorý zastával názoru, že základom úspechu je spokojnosť zákazníkov. Uzatváral tak s ľuďmi zmluvy aj na celý život, tak ako je to dnes v mnohých japonských firmách. Jeho starostlivosť o ľudí sa začala prejavovať už po narodení dieťaťa. Rozhodol, že každý novorodenec dostane do vienka 1000 Kč, úročených 10 %. To znamená, že v 24 rokoch mal občan k dispozícii okolo 10 000 Kč. Zamestnanci museli pracovať fixnú pracovnú dobu a dostávali týždenný plat. Baťa si potrpel na disciplínu svojich zamestnancov. Inšpiroval sa tiež pásovou výrobou Henryho Forda. [27]

Internetové obchody a ich využívanie bolo datované už v 90. rokoch 20. storočia, avšak obrovský rozvoj nastal po roku 2000, kedy sa masívne začal šíriť internet. Stále však vravíme hlavne o USA, ktorý bol vo vývoji a propagácii internetových obchodov podstatne ďalej. Vtedy sa obchodovalo s CD a knihami. Najstarším a zároveň najznámejším aj dnes používaným internetovým obchodom je Amazon.com, ktorý založil Jeff Bezos v roku 1994. Zaujímavosťou je, že podnikateľský plán celej firmy bol založený cestou autom z Texasu do Seatlu, kde mala firma kvôli nízkym daniam sídlo. Motivovala ho túžba po vlastnom internetovom obchode, a článok, ktorý popisoval obrovský rast používateľov internetu. Pôvodný názov spoločnosti bol Cadabra, neskôr bol zmenený na Amazon. [25] V minulosti boli internetové obchody iba na programovacím jazyku flash, ktorý zaslal iba e-mailom informáciu o objednávke. Zbytok bol riešený manuálne. Neexistovalo prepojenie so sklodom, účtovníctvom a pod. Dnes e-shopy môžu byť prepájané spolu s účtovníctvom, automaticky vystavovať objednávky a faktúry, prípadne preposielať objednávky na externé sklady.

Všetko je tak plne automatizované. Existujú rôzne CMS systémy dostupné zadarmo, ale aj portály, ktoré poskytujú ako hosting, tak aj administráciu internetových obchodov.

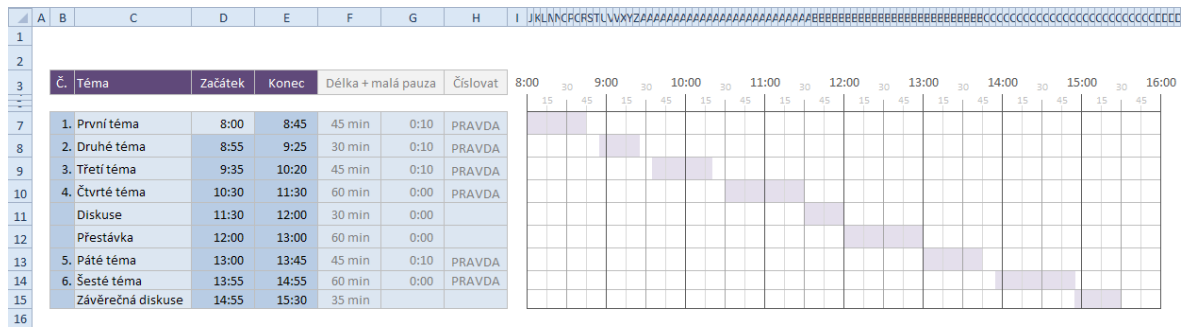
2 NÁSTROJE PROJEKTOVÉHO RIADENIA

Nástrojmi projektového riadenia sú považované všetky nástroje, ktoré sú súčasťou tvorby projektu. Je jedno, či sa jedná o projekt založenia podniku, alebo sa jedná o interný projekt už samotného projektu, napr. nový výrobok, nová služba, nové predajné priestory. Samotné plánovanie. Riadenie projektu je riadenie časovo ohraničenej a ucelenej sady činností a procesov, ktorých cieľom je zavedenie, vytvorenie alebo zmena niečoho konkrétneho. Účelom celého projektového riadenia je zabezpečiť riadenie všetkých činností, aby výsledok priniesol úžitok. Predmetom riadenia je projekt. Aby som to zhrnul, projektové riadenie predstavuje aplikáciu vedomostí, zručností, činností, nástrojov a techník na projekte tak, aby splnil požiadavky a dosiahol svoj cieľ. Riadenie celého projektu je možné vykonávať pomocou nástrojov alebo softvéru. Každý softvér má iné rôzne funkcie podľa potrieb projektu. Nástroje sú od tých najjednoduchších, ktoré zaručujú tvorbu Ganttovho diagramu, až po systémy pre veľké podniky (EPM – Enterprise project management). [1]

2.1 Ganttov diagram

Ganttov diagram (po anglicky Gantt Chart) je nejakým vyjadrením grafického znázornenia naplánovanej postupnosti činností v čase pre dosiahnutie cieľu v projekte. Využíva sa pri riadení projektov. Zakladateľom je Henry Laurence Gantt.(1861–1919), ktorý bol americký inžinier. Pracoval ako projektant a uplatňoval princípy manažmentu. Okrem Ganttovho diagramu tiež zaviedol systém pre meranie mzdy a efektivity pracovníkov. [2]

Použitie Ganttovho diagramu je rôznorodé. Najčastejšie je jeho využitie pre plánovanie činností v projekte, tak ako ho budem využívať v tejto práci ja, alebo sa tiež používa aj pri usmernení viacerých projektov do jedného veľkého projektu. Reálne praxové znázornenie je iba formou grafického náhľadu na postupnosť činností v projekte v čase. Na takéto znázornenie môžeme použiť aj jednoduchý kancelársky program balíku Microsoft Office – Excel. Pre zložitejšie formy Ganttovho diagramu je uplatnenie hlavne pri zobrazení nadväzností medzi aktivitami.



Obrázok 1 – Ganttov diagram (vzor) [14]

Ako je na vzorovom Ganttov diagrame zřejmé, v stĺpcoch diagramu sa nachádzajú časové úseky. Nie je striktné dané, o aké časové harmonogramy sa jedná. Môžu to byť iba hodiny, dni, alebo aj mesiace a roky. V dlhšom a presnejšom časovom usporiadaní sa však uvádzajú aj mesiace a dni spolu pre prehľadnosť a detailnejšiu analýzu. V riadkoch sa potom nachádza časť projektu, činnosť alebo vo veľkom projekte sú to samotné menšie projekty. Jednotlivé časti projektu by mali na seba nadväzovať, avšak nie je to podmienkou.

2.2 Metóda SMART

Je technika pre navrhovanie alebo dosahovanie cieľov. Jedná sa o pomôcku, ktorá ciele charakterizuje. Tak ako v živote, aj projekt by mal mať svoj jasný cieľ. Každý má na život a cieľ svoje nároky. Metóda SMART by mala tieto ciele zjednodušiť. Charakterizuje ciele ako špecifické, merateľné, akceptovateľné, realistické a časovo ohraničené.

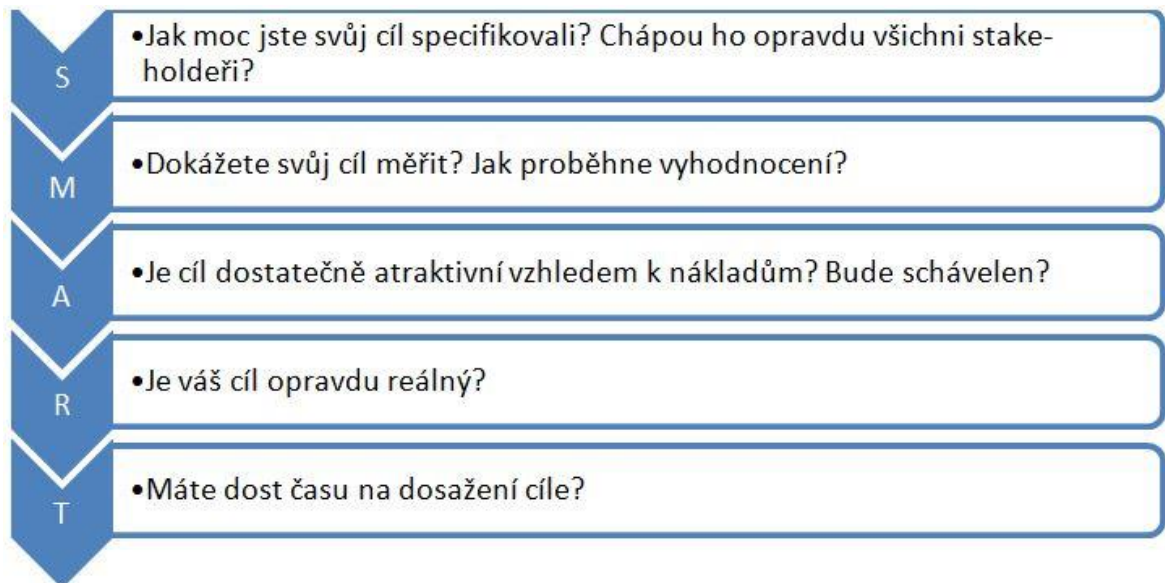
S – SPECIFIC – definovanie cieľov čo najkonkrétnejšie. V tejto definícii cieľu sa odpovedá na otázky – Čo sa má robiť? Kto to urobí? Kde sa to urobí? Prečo sa to má robiť?. Jednoducho každý cieľ musí mať jasné kritéria, podľa ktorých na konci projektu zistíme, či sa nám všetky ciele podarilo splniť.

M – MEASURABLE – je to ako v živote. Ak sa nám niečo nechce robiť, tak to neustále odkladáme a snažíme sa tomu čo najdlhšie vyhýbať. Musíme si teda určiť presný cieľ, podľa ktorého zistíme výsledok práce a aby sme zistili či sme cieľ dosiahli, alebo nedosiahli. Tu odpovedám na otázky ako – Koľko času je potrebné? Ako som spoznal, že som dosiahol cieľ?

A – ACTIONABLE – keď tvoríme projekt, alebo ho plánujeme, musíme si vedieť povedať, že ho v skutočnosti máme schopnosť splniť. Máme teda na neho čas, prostriedky a schopnosti. Pre riešenie cieľa je niekedy potrebné vynaložiť väčšie úsilie. Akú činnosť musím spraviť, aby som dosiahol cieľ?

R – REALISTIC – nikdy sa nesmieme spoliehať na druhého alebo na náhodný sled udalostí, ktorý by nám mohol projekt zázračne vyriešiť. Preto musí byť cieľ reálny.

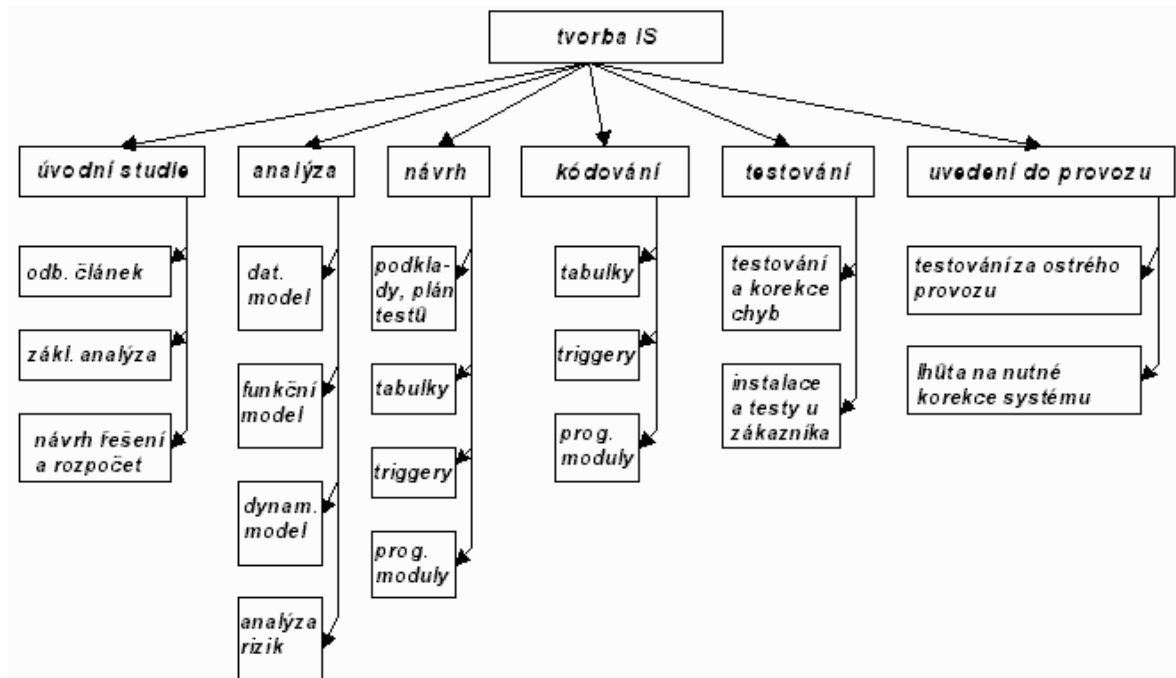
T – TIME BOUND (timeable) – mali by sme si, alebo teda priamo musíme si určiť, do kedy máme celý projekt alebo cieľ dosiahnuť a ako dlho nám bude samotný projekt trvať. Nejedná sa iba o koniec, ale aj o začiatok projektu. [8]



Obrázok 2 – SMART metóda [12]

2.3 WBS

Work Breakdown Structure - je veľmi jednoduchá technika, pri ktorej sa projektant, ja, snažím rozložiť projekt na jednotlivé činnosti alebo časti. Väčšinou má podobu grafickej (alebo textovej) štruktúry, podobne ako je hierarchia zamestnancov a nadriadených v organizácii alebo podniku. Jednotlivé časti by mali mať časovú postupnosť, ale nie je to podmienkou. WBS nám všeobecne pomáha k tomu, aby sme na nič v projekte nezabudli alebo nič nevynechali.



Obrázok 3 – WBS štruktúra [13]

Na obrázku 3 vyššie vidíme vzor, ako by mala WBS štruktúra vyzerat'. Súčasťou nie sú iba činnosti, ale aj fyzické časti (na príklad tabuľky, triggery, moduly...). Konkrétne tento vzorový ganttov diagram sa zaoberá tvorbou informačného systému. Samotný diagram je rozdelený na šesť fáz. V úvodnej fáze autor preskúma odborné články, spraví základnú analýzu a na základe týchto údajov navrhne riešenie a samostatný rozpočet. V analytickej fáze autor vytvorí dátový model celého projektu, z neho následne funkčný a dynamický model. Nakoniec pristúpi k analýze rizík. Vo fáze návrhu si plánuje autor vytvorit' podklady, tabuľky, triggery (spúšťače) a moduly daného informačného systému. Vo fáze kódovania používa vytvorené tabuľky, spúšťače a moduly. Ak je informačný systém nakódovaný, projektant prechádza do fáze testovania, kde plánuje otestovať a opraviť chyby a celý systém otestovať u zákazníka. Poslednou fázou je spustenie, kde projektant chce testovať systém v chode.

2.4 SWOT analýza

SWOT analýza sa vždy tvorí ešte pred začatím realizácie samotného projektu. Je to univerzálna technika, analýza, ktorá sa zameriava na vyhodnotenie a zistenie vnútorných a vonkajších faktorov alebo vplyvov, ktoré môžu, ale nemusia ovplyvniť úspešnosť podniku alebo

organizácie. Nemusí sa vždy jednať o organizáciu alebo podnik, ale aj o pripravovaný produkt alebo novú službu. Navrhovateľom SWOT analýzy bol Albert Humphrey². Najčastejšie je využívaná v rámci strategického riadenia. Podstatou je teda identifikovať všetky silné a slabé stránky. [6]

Na základe celej SWOT analýzy by sa malo rozhodnúť či je možné projekt zrealizovať alebo sa do neho ani nepúšťať.

SWOT je skratka faktorov a pochádza z anglických slov:

- Strengths – silné stránky podniku, produktu alebo služby.
- Weaknesses – slabé stránky podniku, produktu alebo služby.
- Opportunities - všetky príležitosti pre podnik.
- Threats – hrozby pre podnik.



Obrázok 4 – SWOT analýza, *vlastná tvorba*

² USA, 1926 – 2005. SWOT analýzu vypracoval v rokoch 1960.

Na obrázku 4 je schéma SWOT analýzy, podľa ktorej sa dá riadiť. Vnútrotným prostredím rozumieme faktory samotného podniku alebo spoločnosti. Patria sem teda silné stránky podniku napríklad vzhľadom ku konkurencii, prípadne už minulé skúsenosti s podobným podnikaním, schopnosti pracovníkov alebo podnikateľa a pod. Do slabých stránok patrí pravý opak silných stránok. Jedná sa napríklad o malý sortiment. Vonkajším prostredím chápeme okolie, ktoré má vplyv na podnik z vonku. Napríklad medzi príležitosti radíme „medzery“ v trhu alebo dobré ceny ropy o nových čerpacích staníc. Za hrozby považujeme dokonca napríklad aj ekonomickú krízu.

2.5 Logický rámec

Metóda logického rámca je postup, ktorý umožňuje navrhnuť a zoradiť základné charakteristiky projektu. Uplatnenie logického rámca alebo jeho metódy je veľmi dôležité nielen vo fáze prípravy projektu alebo programu, ale je aj kľúčovým nástrojom pre jeho implementáciu a hodnotenie. Pomocou logického rámca je projektant schopný stručne, výstižne, zrozumiteľne a prehľadne popísať projekt na jednom liste.

Logický rámec umožňuje

- Organizáciu celkového premýšľania o projekte.
- Upresňuje vzťah medzi cieľom, účelom, aktivitami a výstupom daného projektu.
- Jasne stanoviť výkonnostných ukazovateľov a kritérií.
- Robiť kontrolu cieľov a realizovať výstupy.
- Udržovať zrozumiteľný a rýchly prehľad o obsahu a zameraní podniku.

Logický rámec, presne tak ako aj SWOT analýza by mal byť zostrojený na začiatku celého plánovacieho procesu, ešte pred samotným vypracovaním podnikateľského plánu, ktorý slúži ako žiadosť o určitý druh financovania (napr. dotáciu). V priebehu celého projektu sa dá celý logický rámec aktualizovať a upravovať, na základe toho, ako sa nám priebežne aktivity a výstupy menia.

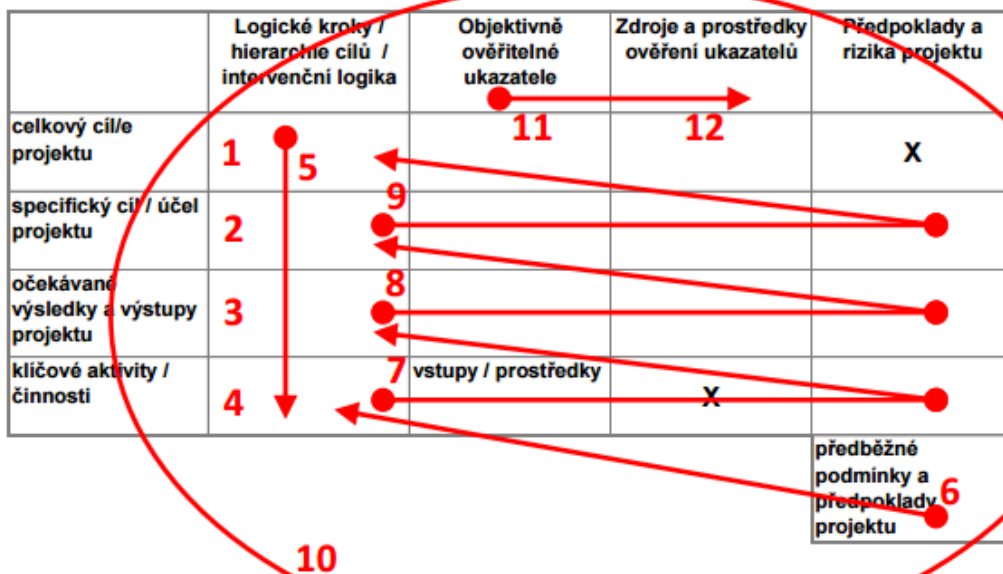
Na začiatku zostavovanie logického rámca si musíme položiť základné otázky: Prečo? Čo? Ako? Odpoveď na tieto otázky je pre nás vlastne zhrnutím obsahu projektu.

Prečo? Definuje cieľ. Avšak jedná sa o taký cieľ, na ktorého splnenie samotný projekt nestačí, iba mu napomáha.

Čo? Definuje výstupy, ktoré by mali byť počas celého projektu zrealizované.

Ako? Definuje aktivity, akým spôsobom dosiahneme daných výstupov a zároveň definuje aké zdroje sú dostupné pre realizáciu činnosti.

Štruktúra logického rámca je rozdelená do vertikálnych a horizontálnych línií. Každá línia má 4 riadky alebo stĺpce. Vertikálna línia zobrazuje vzťahy medzi cieľmi projektu, výsledkami a aktivitami, ktoré sa uskutočňujú počas projektu. Obsahuje tiež dôsledky a príčiny, prípadne zaznamenáva neistoty a predpoklady. Horizontálna línia zobrazuje prvky, ktoré idú overiť a zdroje informácií.



Obrázok 5 – Postupnosť vyplňovania jednotlivých častí [15]

Pri obrázku 5 je znázornené, ako by sa malo pri vyplňaní matice logického rámca postupovať. Čísla znázorňujú jednotlivé kroky postupne.

Stĺpec 1

1. definovanie cieľu projektu,
2. definovanie špecifických cieľov / účelu projektu,
3. definovanie výsledkov,
4. kľúčové aktivity projektu,
5. kontrola vertikálnej logiky.

Stĺpec 2

6. predbežné predpoklady a podmienky projektu ako celku,
7. definovanie predpokladov a rizík, ktoré môžu ovplyvňovať realizáciu,
8. predpoklady a riziká, ktoré ovplyvňujú dosiahnutie výstupu a výsledky,
9. definovanie predpokladov a rizík ovplyvňujúcich dosiahnutie cieľov a účelov pomocou výstupov a výsledkov,
10. kontrola vertikálnej logiky prvého stĺpca a horizontálnej logiky po riadkoch.

Stĺpec 2 a 3

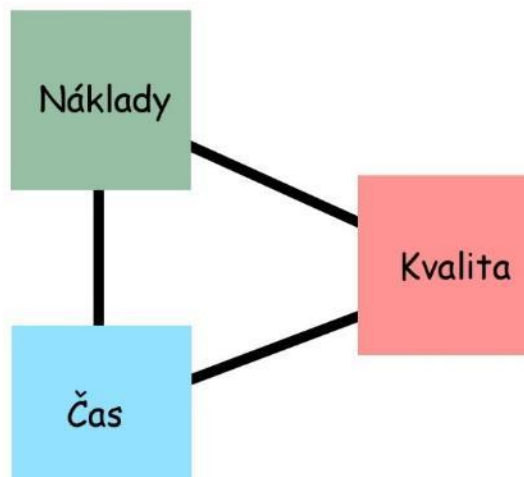
11. definovanie indikátorov projektu, ktoré popisujú celkový cieľ, špecifické ciele, výsledky a výstupy.

Stĺpec 4

12. predpoklady a riziká celkového projektu. [9]

2.6 Magický trojuholník projektového riadenia – trojimperatív

Trojimperatív je pojem, ktorý sa používa v projektovom riadení na zosúladenie a označenie troch navzájom pôsobiacich prvkov, ktorými je celkový náš projekt definovaný. Jedná sa o **kvalitu, čas a náklady**. Od úspešného projektu očakávame zosúladenie a splnenie všetkých troch prvkov naraz. Čiže chceme, aby projekt bol splnený v stanovenom termíne, v určitej kvalite a samozrejme v rozmedzí naplánovaných nákladov. Pri rôznych projektoch môžu (ale nemusia) mať prvky rôznu dôležitosť. Napríklad, ak chceme získať konkurenčnú výhodu na trhu, je pre nás najdôležitejší čas a kvalita na úkor nákladov. Avšak pri dlhodobom ciele sa uprednostňuje šetrenie nákladov. [10]



Obrázok 6 – Trojimperatív projektu, *vlastná tvorba*

Riadenie môže prinášať aj určité komplikácie, to sa týka aj pri úplne dokonalom plánovaní a počítaní. V tom prípade dochádza k porušeniu jedného z prvkov. Môže tak prichádzať k oneskoreniu harmonogramu (čas) alebo k prekročení nákladov, ktoré sme mali na projekt určený. Konečný dôsledok môže byť negatívny pre zákazníka alebo pre dopad na projekt. Udržanie celého magického trojuholníka je preto veľmi ťažké a komplikované, keďže je ovplyvňované aj dodávateľmi a technickým zabezpečením (napríklad pokazené auto na rozvoz).

3 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN, JEHO VÝZNAM A ČASTI

Každý človek, ktorý chce začať podnikat', má v hlave plno myšlienok, niektoré však význam majú, iné význam nemajú. Tak ako u všetkého, človek ktorý vie čo má robiť to má občas horšie ako ten, ktorý nevie čo má robiť. Dôvod je jednoduchý – nevie čo spraviť skorej. Zmyslom podnikateľského plánu, inak povedané podnikateľského zámeru, je skompletizovať a predstaviť svoju myšlienku v podnikaní. Podnikateľský plán je vhodný nielen pre podnikateľa, ale tiež aj pre prípadných investorov – týka sa to väčších nových firiem, vo väčšine akciových spoločností.

Podľa Jířího Fotra je podnikateľský plán iba výstup z štúdií a mal by obsahovať *realizačné resumé, charakteristiku firmy, organizačné riadenia a manažérsky tím, prehľad aktuálnych výsledkov a záverov technicko-ekonomickej štúdie, závery a prílohy. Výsledky technicko-ekonomických štúdií projektov, investičný program firmy a jej finančný plán poskytujú základné informačné vstupy pre spracovanie súhrnného podnikateľského plánu firmy. Kvalitne spracovaný podnikateľský plán môže významne podporiť získanie potrebného kapitálu.* [16]

Všetci autori a ekónomi sa zhodujú na tom, čo má podnikateľský plán obsahovať a čo je jeho hlavnou úlohou. Udo Wupperfeld povedal, že *podnikateľský plán je koncepcia podniku v písomnej podobe. Slúži k usporiadaniu a predstaveniu koncepcie a môže byť prediskutovaný so známymi a s odborníkmi. Podnikateľský plán nutí zakladateľov firmy, aby sa dohodli na presných cieľoch a opatreniach.* [17]

V novej literatúre Tomáš Orlik tvrdí, že podnikateľ počas tvorby plánu odpovedá na otázky: Kde sa nachádza? Kam sa chce dostať? Ako chce toho dosiahnuť? „*Podnikateľský plán je písomný dokument, ktorý popisuje všetky vnútorné aj vonkajšie okolnosti súvisiace s podnikateľským zámerom. Je to formálne zhrnutie podnikateľských cieľov, dôvodov ich reálnosti a dosiahnuteľnosti a zhrnutie jednotlivých krokov vedúcim k dosiahnutiu týchto cieľov.*“ [18]

3.1 Význam podnikateľského plánu

Každý podnikateľský plán by mal byť súčasťou úspešného podnikateľa, pretože nikto neprišiel s myšlienkou iba tak, bez plánu.

1. Zhrnutie myšlienky – v jednom pláne, na jednom jedinom mieste sa dá zjednotiť cieľ podnikania, zdroje potrebné pre dosiahnutie, ale zároveň aj riziká, ktoré je potrebné zvládnuť. Celý plán by mal odpovedať na otázky: Čo chcem robiť? Pre koho? Má to

zmysel? Ako to chcem robiť? Čím to budem financovať? Má moje podnikanie riziká?

2. Vytýčenie cieľa
3. Rozkúskovanie cieľa na jednotlivé časti – sú to časti alebo úlohy, ktorými sa dopracujeme práve k cieľu
4. Porovnanie plánu s realitou – postupom času je možné porovnať skutočnosť podnikania s pôvodným zámerom. Čiže odstupom času podnikateľ zistí, či sa mal dobrý odhad a vždy môže ešte svoje ciele prehodnotiť alebo vytvoriť úplne nové
5. Podklad na získanie dotácie alebo financií – ako som spomenul na začiatku, podnikateľský zámer slúži aj ako podklad pre investora alebo spoločníka. Bez týchto podkladov nebude investor ochotný do podnikania vložiť svoj kapitál [3]

3.2 Druhy podnikateľských plánov

Zakladateľský podnikateľský plán

Pripravuje sa vždy pred začatím nového podnikania alebo pred založením úplne novej firmy. Odpovedať by mal tento zámer na základné otázky samotného začínajúceho podnikateľa. Musí vedieť v čom chce podnikat', akými všetkými prostriedkami to chce dosiahnuť a či má, a ak áno tak aký kapitál k dispozícii. V tomto druhu plánu sa zohľadňujú vždy aj skúsenosti podnikateľa v oblasti, v ktorej chce pôsobiť.

Strategický podnikateľský plán

V strategickom pláne sa rozoberá vždy vonkajšími vplyvmi, ako je analýza trhu, prostredie kde bude podnikateľ pôsobiť a v neposlednej rade konkurencia. Tieto plány sa v obrovských firmách zostavujú každé 3 roky. Jedná sa o interný plán podniku.

Finančný plán

V niektorých literatúrach je definovaný ako samostatný plán, avšak pravdou je, že je iba súčasťou podnikateľského plánu. Je dôležitý pre banky na získanie podnikateľského úveru alebo pre investorov. Pracovníci podnikateľských bánk (na SR napríklad J&T banka pre podnikateľov) sa zaujímajú hlavne o to, aké bude mať firma podmienky na trhu, či bude dosiahnutý zisk a kedy sa investorovi vráti investícia do firmy. [4]

3.3 Obsah a štruktúra podnikateľského plánu

Nikdy neexistuje jednotná štruktúra podnikateľského zámeru, avšak je daná určitá osnova, ktorú by mal obsahovať každý jeden plán.

1. Zhrnutie

Ide o jednoduchý súhrn celého projektu, ktorého by mal prípadne čitateľa buď zaujať alebo odradiť od účasti na projekte.

2. Opis firmy

V kapitole o opise firmy podnikateľ popisuje svoju firmu. Ak ide o novú firmu, je dôležité uviesť s čím bude pracovať, akú má formu, kto bude zakladateľom prípadne konateľom, členom rady. Ak firma už na trhu je, uvádza sa jej aktuálny stav na trhu.

3. Výrobky a služby

Inak nazývané ako predmet podnikateľského zámeru. Podnikateľ tu popisuje čo bude predávať, vyrábať alebo aké služby ponúkať, v čom sú práve jeho produkty alebo služby lepšie od konkurencie, čím chce zaujať prípadných zákazníkov alebo odberateľov, aký sortiment bude predávať, či bude ponúkať servis k službám. Veľmi často sa tu uvádzajú aj certifikáty od dodávateľov, ak bude predávať už na trhu zavedený produkt (napríklad zahraničný). V dnešnej ekologickej dobe je obrovskou výhodou tiež uznanie vplyvu na životné prostredie. Vhodnou prílohou sú bezpečnostné listy a ISO certifikáty. Toto platí aj v mojom prípade z dôvodu predaja ropných produktov.

4. Analýza trhu

Súčasť každého trhu tvorí konkurencia. V tejto časti plánu podnikateľ popisuje silné aj slabé stránky voči konkurencii a zároveň identifikuje koncovú skupinu odberateľov alebo zákazníkov. Konkurencia môže byť samozrejme tuzemská (napr. na území SR) alebo zahraničná, ak podnik plánuje export do zahraničia. V analýze trhu podnikateľ popisuje aj ako bude dodávať svoje produkty alebo akým bude čeliť hrozbám. V analýze trhu je dôležité aj určiť konkurenčné výhody oproti konkurencii. Ak má podnik už počas plánovania istú určitú výhodu, je pravdepodobné že prípadných investorov zaujme viac. Konkurenčné výhody je totiž pre podnik veľmi dôležitá.

5. Marketing

Taktiež prezývaný ako „Marketing 4P“³. Product – podrobný popis produkty alebo služby; Price – cenová politika a spôsob tvorby ceny; Place – miesto podnikania; Promotion – ako budeme daný produkt propagovať (letáky, internet, televízia,...)

6. Stratégia

Súčasťou býva SWOT analýza, ktorú som rozpísal ako nástroj projektového riadenia. Predajná stratégia sa delí na predpoveď predaja, ako by sme chceli a predstavovali si predaj a samotný predaj. Určitou stratégiou je teda aj určenie predajného kanála, ktorý presúva výrobok od výrobcu k zákazníkovi. Druhým pohľadom na stratégiu je potom napríklad to, ako chceme zaujať oproti konkurencii. Príkladom môže byť napríklad zľava pri nákupe nad určitú cenu, prípadne nejaký vhodný darček pri zakúpení určitého množstva.

7. Ľudské zdroje

Jedná sa o samostatných zamestnancov, ich kvalifikáciu alebo kvality. Zároveň sa tu zhrňa aj schopnosť podnikateľa pohybovať sa v danej oblasti podnikania. Pri väčších firmách (10 a viac zamestnancov) je vhodné načrtnúť si organizačnú štruktúru firmy.

8. Finančný plán

Zhrňuje celý zámer do tých najdôležitejších výsledkov – zisku. Väčšinou sa tu popisuje rozpočet, ktorý má podnikateľ dostupný pre založenie a chod firmy. Okrem iného je súčasťou aj výkaz cash-flow – finančný tok, väčšinou sa robí na obdobie 5 rokov. Podnikateľ by tu mal aj uviesť, aký obrat musí mať, aby pokryl všetky svoje náklady. Odborne sa toto nazýva bod zlomu.

9. Analýza rizík

Používa sa na zanalyzovanie rizík, ktoré môžu nastať pri tvorbe podnikateľského plánu, ale tiež sa používa aj na určenie rizík v budúcnosti. Včasným vyriešením alebo pripravením sa na riešenie týchto rizík môžeme minimalizovať dopad na podnikanie a na budúce zisky a prosperovanie na trhu. Rizikám prideliujeme určitú dôležitosť, pričom niektoré sú pre nás menej dôležité a niektoré viac dôležité. To isté platí aj pri ich pravdepodobnosti. Niektoré riziká sú viac pravdepodobné ako iné.

³ Marketingový Mix 4P – Product, Price, Place, Promotion

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

4 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

4.1 Zhrnutie projektu

Vzhľadom k nasýteniu trhu a zároveň medzerách v trhu som sa rozhodol, že môj podnik bude pôsobiť v oblasti automobilového priemyslu. V geografickej oblasti, v ktorej bude podnik pôsobiť je nedostatok kvalifikovaných predajní pre automobily, ak sa však takýto podnik nájde, väčšinou sú jeho ceny veľmi nadsadené ekonomike západného Slovenska, prípadne neponúka kompletný sortiment tak, ako by si zákazník predstavoval. Dodávatelia budú iba z Slovenskej republiky a Českej republiky. Firma ponesie názov CS servis, spol. s r.o..



Obrázok 7 – Logo spoločnosti, *vlastná tvorba*

4.2 Charakteristika produktov a služieb

Samostatný podnik nebude produkovat' žiadne výrobky a ani vlastné produkty. Bude sa jednať o podnik služieb, ktorý bude predávať veci spojené s automobilmi.

Bude sa jednať hlavne o:

- Motorové a prevodové oleje – podnik bude predávať iba renomované zahraničné značky Castrol, Shell, Total, Valvoline, zároveň exkluzívny nemecký olej Pennasol, ktorého bude podnik oficiálnym výhradným distribútorom do Slovenskej republiky. Tento olej je vyrábaný v Nemecku, avšak výhradný dovozca pre nás je z Českej republiky. Jedná sa o prvotriedny motorový olej vyrábaný na ich vlastnej linke, ktorý oproti konkurencii nemôže byť „pančovaný“⁴ z dôvodu toho, že nie je vyvážený celosvetovo. Produkciu tvorí 60 % Nemecko, 30 % Česká Republika a z 10 % to bude práve Slovenská republika. Motorové oleje sa delia podľa viskozity⁵, od 0W-30 až po 10W-60. Naša spoločnosť bude ponúkať motorové oleje iba najpredávanejších a štandardných viskozít a špecifikácii. Bude to z dôvodu dopytu a možnosti mať

⁴ Pančovaný - hovorovo, kópia originálneho výrobku s horšou kvalitou

⁵ Viskozita – hustota a mazivosť oleja pri určitej teplote

skladové zásoby. V prípade, že zákazník bude chcieť niečo špeciálne, napr. motorový olej Castrol Edge Sport 10W-60, bude mu tento olej od dodávateľa objednaný priamo na predajňu do 48 hodín. V tomto spočíva aj naša konkurenčná výhoda – oleje, ktoré nie sú skladované alebo na predajni, môžeme objednať a budú nám bez problémov doručené.

- Palivové, olejové, vzduchové a interiérové filtre značiek Mann a Comline, pričom najpoužívanejšie a najznámejšie druhy budú neustále skladované priamo v predajni a pri kúpe zároveň olejom bude na filter poskytnutá zľava. Mann je nemecká spoločnosť vyrábajúca filtre už viac ako 15 rokov, ich cenová politika je však priamo úmerná kvalite samotných výrobkov. Jednoducho povedané – sú drahé. Do bežných vozidiel, ktoré nejazdia veľké vzdialenosti, prípadne do vozidiel lacnejších značiek túto značku neodporúčame. Namiesto toho odporúčame filtre anglickej výroby Comline, ktoré sú kvalitovo približne to isté, ale cena je v porovnaní s konkurenciou o 80 % nižšia. Pre bežných užívateľov a na bežné použitie sú tieto filtre úplne postačujúce. V zabezpečení filtrov priamo na predajni máme oproti konkurencii výhodu. Mototechny a autopotreby väčšinou filtre ako dostupné ihneď k odberu nemajú. My budeme mať na predajni k dispozícii viac ako 40 druhov filtrov pre tie najpoužívanejšie a najpredávanejšie značky aut (Škoda, Volkswagen, Audi, BMW, Opel...). Sortiment filtrov sa bude neustále analyzovať na základe predajov a tým pádom zaručíme, že filtre ktoré by ostávali na predajni nepredané nebudeme objednávať. Naopak, žiadané filtre budú skladované na okamžitý odber vo viacerých kusoch. Konkrétnych dodávateľov si rozoberieme v samostatnej kapitole.
- Autochémia ako zimné a letné zmesi do ostrekovačov, nemrznúce zmesi do chladičov a brzdomé kvapaliny. Všetky tieto produkty musia spĺňať bezpečnostné kritéria dané Európskou úniou a musia spĺňať aj kvalitatívne certifikáty ISO 9001⁶, keďže sa jedná o chemikálie, ktoré sú importované a exportované z a do členských štátov európskej únie. Výhoda oproti konkurencii bude v zložení práve zmesí do chladičov. Nemrznúce zmesi do chladičov sú charakteristické obsahom etylénglykolu⁷. Kvalitné kvapaliny ako tá naša spĺňajú maximálny obsah tejto chemickej látky a preto fungujú bezchybne, neznečisťujú chladiaci systém vozidla a nespôsobujú koróziu.

⁶ ISO 9001 – certifikát alebo štandard vydaný Medzinárodnou organizáciou pre štandardizáciu. Zaručuje kvalitu a spokojnosť pre zákazníka.

⁷Etylénglykol je jedovatá, horľavá kvapalina sladkej chuti so sumárnym vzorcom C₂H₄(OH)₂.

Konkurencia kvôli šetreniu výrobných nákladov však pridáva do svojich zmesí viac etylénglykolu ako je dovolené, vďaka čomu tieto zmesi poškodzujú chladiacu a topnú sústavu motora. Všetky tieto zmesi budú skladom v 1L, 3L, 5L, 10L a 25L baleniach.

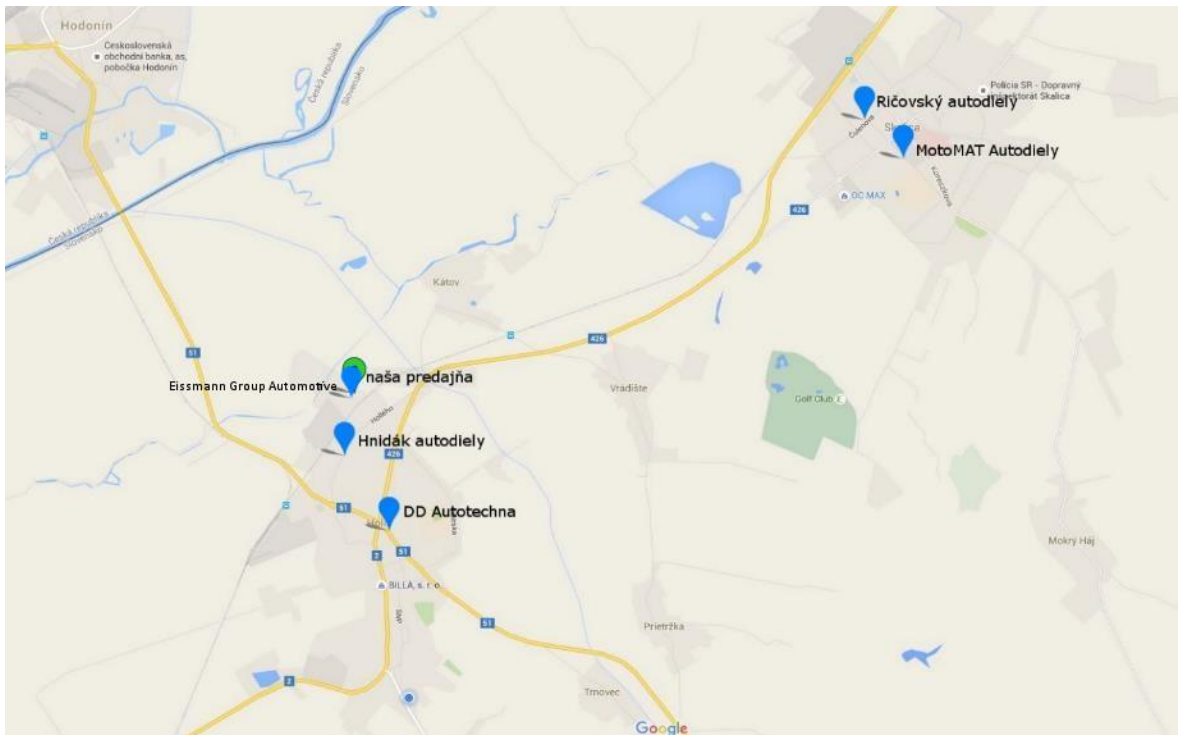
- Autokozmetiku viacerých značiek, avšak žiadne drahé a exkluzívne značky. Autokozmetika v predajni by mala byť cenovo dostupná pre masy a v tom je aj naša výhoda, ale aj nevýhoda oproti konkurencii. Keďže ponúkame prípravky s nižšou maržou, nie je pre nás tento predaj až tak výnosný. Kvalitatívne sa s konkurenciou týmto nemôžeme rovnať, keďže naša kozmetika je iba základná. Avšak vynahrádzame to nízkou cenou. V predajni budeme mať kozmetiku značiek Carline (CZ) a KimTec (DE).
- Autopríslušenstvo a povinné výbavy – stierače, škrabky, prírodné utierky (jelenice), spreje, žiarovky, auto lekárničky a zapal'ovacie sviečky. Konkurenčná výhoda neexistuje. Tieto produkty predáva väčšina predajní v okolí a vlastne všade. Niektoré idú kúpiť aj na čerpacích staniciach a hypermarketoch.
- Náhradné diely – keďže neplánujem z dôvodu obrovského množstva, značiek a druhov automobilov viesť sklad na náhradné diely, všetky náhradné diely budú iba na objednávku priamo v predajni. Školený personál však poradí a priamo na základe VIN⁸ čísla vozidla objedná požadovaný náhradný diel.
- Jednoduchý internetový obchod práve pre motorové a prevodové oleje. Týmto sa nechceme radiť ani porovnávať medzi elitu internetových predajcov, ako sú napr. Auto Kelly. Ide nám iba o internetový katalóg produktov s možnosťou objednať si tovar. Dopravu budeme zabezpečovať iba Slovenskou poštou a.s., keďže nepredpokladáme obrovský objem objednávok, je zbytočné uzavierať spoluprácu s veľkopravcami.

⁸ VIN číslo je medzinárodný identifikátor vozidiel, býva vyrazený na štítku na karosérii vozidla. Označuje výrobcu vozidla, motor vozidla, modelový rok, ktorý štát ho vyrobil a prípadne výbavu. Má 17 písmen. Jedná sa o štandard ISO3779:1983.

4.3 Trh a konkurencia

Firma bude pôsobiť lokálne na dvoch územiach. Predajňa bude umiestnená v Holíči, okres Skalica v Trnavskom kraji. Priestory budú v blízkosti firmy Eissmann Automotive Slovensko s.r.o., ktorá zamestnáva približne 8000 zamestnancov. Bude teda našou obrovskou konkurenčnou výhodou v oblasti marketingu a reklamy. Táto továreň pracuje na 3 a 4 smenný provoz, čo znamená, že denne okolo predajne budú chodiť ľudia na rannú, poobednú a nočnú smenu. Znamená to, že v predajni očakávame zákazníkov hlavne z mesta, prípadne z blízkeho okolia.

Keďže ale nebudeme iba kamenný obchod, naša pôsobnosť bude na celom území západného Slovenska, kde budeme zabezpečovať rozvoz olejov vlastným vozovým parkom, konkrétne sa bude jednať o Fiat Ducato. Rozvoz bude zabezpečovaný 5 dní v týždni, od Pondelka do Piatka. Odberateľmi budú menšie predajne, čerpacie stanice, autoservisy a pneuservisy. Okrem iného naše zmesi budú odberať aj družstvá.



Obrázok 8 – Mapka predajni a konkurencie, *vlastná tvorba*

4.3.1 Konkurenčné podniky

Za konkurenciu miestnu, tzn. takú ktorá predáva alebo bude predávať ten istý sortiment ako my priamo na kamenných predajniach považujem iba predajne alebo obchody, ktoré sú v našom meste, prípadne v okolí.

DD Autotechna Holíč

Táto autotechna pre nás predstavuje konkurenciu iba v oblasti väčšieho sortimentu doplnkov a náhradných dielov. Ich zameranie je hlavne na náhradné diely, ktoré majú priamo na predajni, aj keď iba tie najzákladnejšie (brzdové doštičky, remene). Avšak čo sa týka olejových filtrov a olejov, ponúka iba poľskú značku Filtron a oleje horších kvalít. Za konkurenciu ju však rozhodne považujeme. Na základe analýzy má cenovú politiku vyššiu ako budeme mať my.

Vladimír Hnidák Autodiely, Holíč

Opäť sa jedná o predajňu náhradných dielov, avšak oproti DD Autotechne predávajú ešte viac druhov dielov a ešte viac značiek. Samotné oleje predávajú iba dvoch značiek – Castrol a Total. Za konkurenciu sa určite nepovažujeme, pretože práve Hnidák Autodiely sú našimi odberateľmi motorových a prevodových olejov.

Motomat Skalica

Jedná sa o firmu pôsobiacu v Skalici (okresné mesto, 7 km od miesta našej predajne), ktorá ponúka široký sortiment. Jedná sa o autobatérie, nabíjačky, zapalovacie sviečky, brzdy, filtre, oleje, ale aj výfuky, pneumatiky a disky. Momentálne pôsobí na trhu 7. rok. Väčšie balenia olejov (25 l, 60 l) bude tento podnik odberať priamo od nás, menšie balenia si zabezpečuje sám. Analýza preukázala, že ceny tejto predajne sú vyššie ako tie naše asi o 10 %.

Autodiely Ryčovský, Skalica

Firma predávajúca náhradné diely opäť v Skalici. Od nás bude odoberať práve kvalitné nermrznúce zmesi do chladičov, letné a zimné zmesi do ostrekovačov. Okrem toho ponúka aj zapožičiavanie strešných boxov a nosičov na bicykle.

Ako je zrejmé, priama konkurencia prakticky neexistuje. Keďže budeme zabezpečovať rozvoz aj do okolitých predajní a podnikov. Keďže sme priamymi odberateľmi olejov za nákupné ceny a následne ich predávame a rozvážame ďalej, na samotnej kamennej predajni si môžeme dovoliť ísť do predaja s ďaleko nižšími maržami ako má konkurencia.

4.4 Analýza rizík

Riziká sú podľa ČSN ISO 10 006 „neistou udalosťou, ktorá v prípade že nastane, má negatívny vplyv (alebo pozitívny) na dosiahnutie cieľov podniku“. Podľa PMBOK je riziko „neistá udalosť alebo podmienka, ktorá keď nastane má negatívny alebo pozitívny vplyv aspoň na jeden cieľ podniku“. [28]

Riziko	Pravdepodobnosť (v %)	Dopad na podnik (1-10)	Miera dopadu	Poradie
A. Veľká konkurencia	60	9	540	1
B. Meškanie dodávky tovaru	30	5	150	3
C. Zvýšenie cien tovaru	40	2	80	4
D. Pokazenie vozidla na rozvoz	5	7	35	5
E. Ochorenie zamestnancov	5	10	500	2

Tabuľka 1 – Analýza rizík, vlastná tvorba

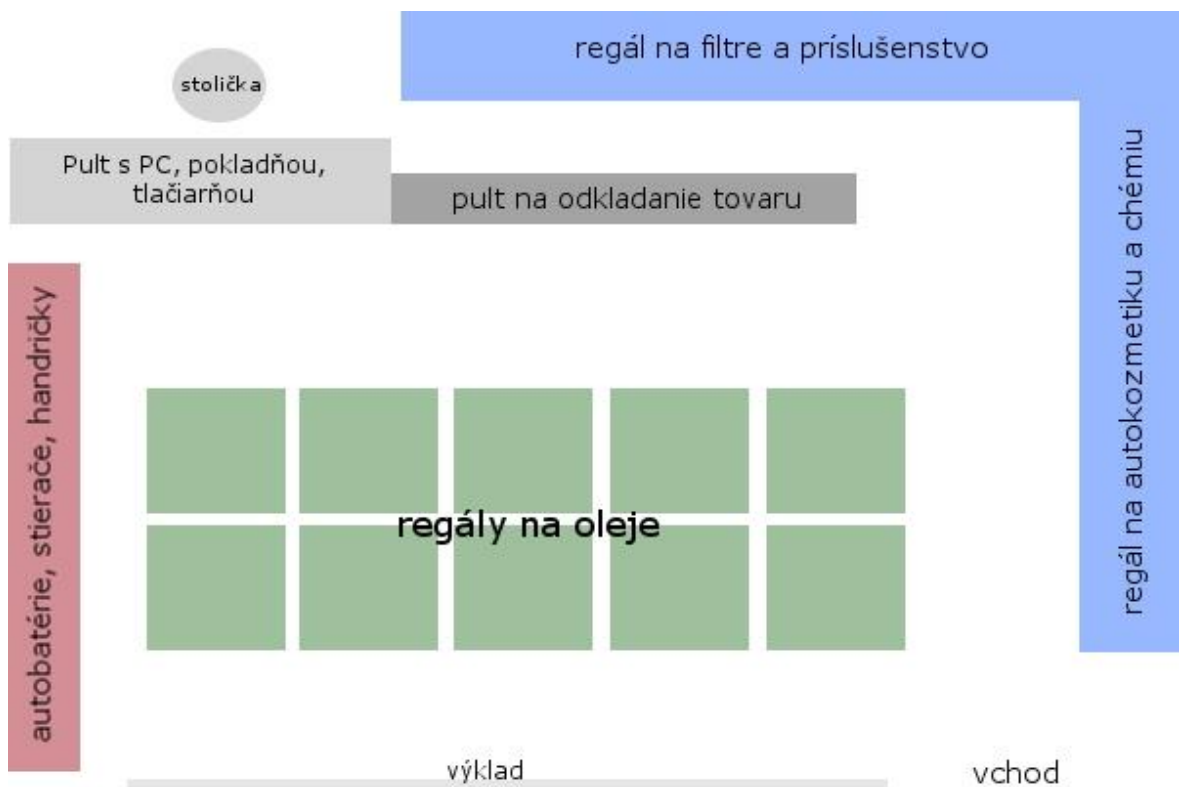
Pravdepodobnosť v % určuje, akú pravdepodobnosť má dané riziko. Najväčšiu pravdepodobnosť má pre nás riziko v konkurencii. Ak bude silná konkurencia, podnik sa nemusí uchýtiť na trhu. Naopak najmenšiu pravdepodobnosť má pokazenie vozidla, keďže sa jedná o nové vozidlo. Ochorenie zamestnancov je tiež veľmi nepravdepodobné. Dopad na podnik je vyjadrený číselne, kde 10 je najväčší dopad na podnik a 1 najmenší dopad na podnik.

Najväčší dopad by pre nás malo ochorenie zamestnancov, pretože by nemal kto vykonávať rozvoz a predaj v predajni. Naopak zvýšenie cien by nás veľmi neovplyvnilo, keďže by to znamenalo zvýšenie cien aj pre konkurenciu. Miera dopadu je súčin medzi pravdepodobnosťou a dopadom. Na základe miery dopadu určujeme poradie riešenia rizík.

Proti konkurencii môžeme bojovať iba vhodnou marketingovou a cenovou stratégiou a poskytnúť zákazníkom niečo iné, než konkurencia. Lepšie ceny sú samozrejmosťou, ale nie vždy idú dodržať. Je teda dôležité vytvoriť nejakú konkurenčnú výhodu. Proti ochoreniu zamestnancov v jarých a letných mesiacoch bojovať nemusíme, cez zimu však ako prevencia bude slúžiť vhodné vyhrievanie predajne. Dodávky tovaru by mali byť načas, avšak v prípade, že budú dodávky meškať, musíme zabezpečiť rozumné riešenie. Vozidlo proti technickým problémom zabezpečíme pravidelnými servisnými prehliadkami.

4.5 Priestory

Umiestnenie predajne som už spomenul, bude sa nachádzať na ulici Lesná v Holíči v okrese Skalica v blízkosti fabrickej továrne. Predajňa bude montážna buňka s výkladom, klimatizáciou a topením. Buňka bude na prenájom. Kompletné zariadenie si budeme financovať sami. Cena za zariadenie je 4700 € s DPH. Samotná predajňa bude mať rozmer 4x6 metrov, budú v nej 2 pevné regály a 10 pohyblivých regálov. Reklama bude zabezpečená formou reklamného pútača. Grafický návrh podám ja sám, výrobu zabezpečí spoločnosť SEIKO Gbely s.r.o.



Obrázok 9 – Rozloženie a dispozícia predajne, *vlastná tvorba*

4.6 Marketing a propagácia

Počiatočná propagácia bude zabezpečená iba letákmi a pútačom u odbočky do areálu. Samotné letáky aj pútače si budem graficky zhotovovať sám. Letáky budú umiestnené spočiatku za pomoci rodiny za stierače aút v našom meste a na určitých strategických miestach – napríklad u bazarov, u autoservisov a pneuservisov a tak isto za všetky stierače pracovníkov firmy, pri ktorej budeme sídliť. Bude sa jednať zhruba o 300 ks letáčikov. Pútač bude

vyrobený z odolného polaminovaného textilu, bude počasiu-vzdorný a pripevnený na plot pri odbočke k predajni. Zároveň bude navádzať smer a vzdialenosť (približnú). O výrobu sa postará firma SIEKO, s.r.o. Gbely.

Predajňa iba kúsok od vás

- nemrznúce zmesi do ostrekovačov
- škrabky a príslušenstvo
- rozmrazovače skiel a zámkov
- zmesi do chladičov
- zimné a letné aditíva
- oleje, filtre, vône, autokozmetika



200 m
smer zahrádky

Obrázok 10 – Letáčik, *vlastná tvorba*



Obrázok 11 – Banner u odbočky k predajni, *vlastná tvorba*

4.7 SWOT analýza

Z vnútorného hľadiska vždy skúmame iba silné a slabé stránky podniku.

Silné stránky

- možnosť predávať za nízke ceny, vzhľadom k nákupu tovaru za veľkoobchodné ceny,
- miesto podnikania,
- predajňa len ako vedľajšia zárobková činnosť,
- profesionálny prístup zamestnancov,
- originálne a kvalitné oleje a značkové produkty,
- prakticky neexistujúca konkurencia.

Slabé stránky

- hrozí budúci neúspech kvôli konkurencii prichádzajúcej zo zahraničia,
- nový podnikateľ v oblasti.

Z hľadiska vonkajšieho sa zameriavame na príležitosti a hrozby.

Príležitosti

- zabezpečenie konkurencieschopnosti v oblasti podnikania,
- klientela nie iba zákazníkmi, ale aj odberateľmi ako autoservisy ,
- neustále rastúci počet automobilov,
- fabričná továreň s 8000 zamestnancami v blízkosti 200 m od predajne,
- obrovský a bezkonkurenčný výber filtrov skladom.

Hrozby

- ekonomická kríza,
- rast konkurencie v okolí,
- neschopnosť odberateľov platiť faktúry,
- pokles zákazníkov.

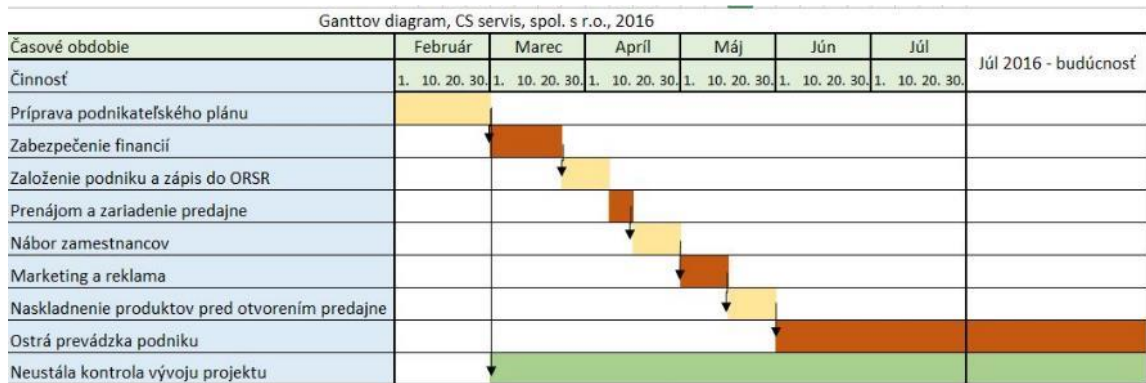
Zo SWOT analýzy je vidno, že predpoklad spoločnosti na úspech je veľký. Je to vidno aj na silných a slabých stránkach, kde silných stránok je niekoľkonásobne viac ako stránok slabých. To isté platí aj na príležitosti a hrozby, avšak nie s takým markantným rozdielom.

4.8 SMART metoda

S	Čo?	Nová spoločnosť v oblasti automobilového priemyslu
	Prečo?	Zisk a vyplnenie medzery v trhu
	Kto?	Konateľ a spolukonateľka
	Kde?	Holíč, Slovensko
M	Kedy?	Plánovanie: 1. 3. 2016 Konanie: 1. 6. 2016
	Ako poznám cieľ?	Spoločnosť bude založená a začne svoje podnikanie a bude prosperovať a dosahovať zisk.
A	Akými spôsobmi dosiahneme cieľ?	Podniknem všetky kroky potrebné na založenie podniku a začatie podnikania a obchodnú činnosť podniku. Nalákam a vytvorím pravidelnú klientelu a vybudujem goodwill.
R	Kedy je správny čas na organizáciu?	Február-Máj 2016
	Komu projekt vyhovuje?	Zamestnancom, ktorí nájdu nové pracovné miesta. Zákazníkom, ktorí budú môcť nakupovať nedostupný tovar za dobré ceny a konateľovi za účelom zisku.
T	Do kedy budú splnené ciele?	Ciele budú splnené dosahovaním zisku.

Tabuľka 2 – SMART metód, *vlastná tvorba*

4.9 Ganttov diagram



Obrázok 12 – Ganttov diagram, *vlastná tvorba*

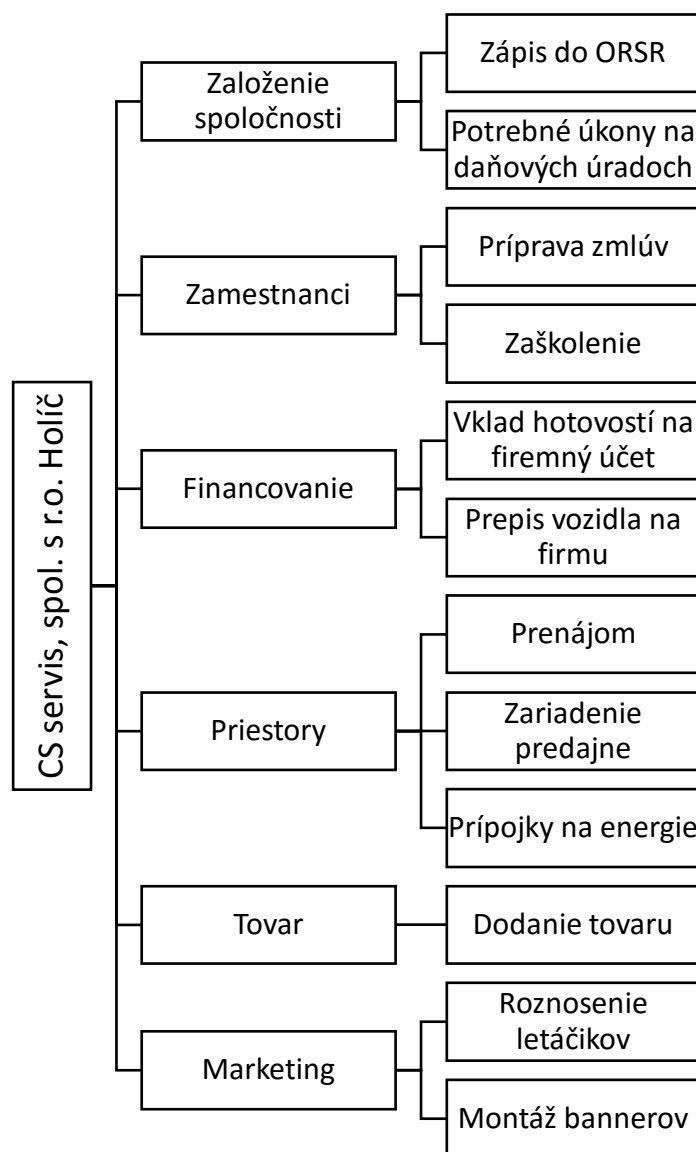
Ako je vidno na časovom harmonograme, prvé plánovanie už bolo uskutočnené v Februári tohto roku. V tomto období som vypracoval podnikateľský plán, určil priority, spravil analýzu trhu a konkurencie, zabezpečil miesto pre umiestnenie predajne, zabezpečil dodávateľov. Celý podnikateľský plán bolo dôležité spraviť na začiatku celého projektu, teda ešte predtým, než sme začali zabezpečovať financie, zakladať firmu na úradoch. Pod činnosťou zabezpečenia financií je myslené zhromaždenie všetkých dostupných financií od všetkých spoločníkov. V tomto období Michálek Peter vloží na účet 14 000 € a pripraví na prevedie motorové vozidlo Fiat Ducato. Tamara Wojčíková svoj vklad 11 000 € prevedie na účet podniku. Máme plán, máme víziu, máme analýzu trhu, máme financie. Následne je dôležité uskutočniť všetky kroky potrebné na založenie podniku a zapísať ho do Obchodného registra Slovenskej republiky. Po vybraní obchodného mena, sídla a predmetov podnikania (v našom prípade to je predaj tovaru za účelom zisku) vypracujeme zakladateľské dokumenty. Tieto dokumenty nazývané tiež ako zakladateľská listina alebo spoločenská zmluva musí obsahovať zákonom ustanovené náležitosti (výška základného imania, určenie správcu vkladov, určenie právnych konateľov, výška rezervného fondu, výhody pre zakladateľov spoločnosti...). Ďalším postupom je vyžiadanie súhlasu správcu dane, zápis do obchodného registra slovenskej republiky a registrácia na daňovom úrade.

Keďže máme založenú spoločnosť, v Paríli by sme mali mať predajňu pripravenú na prenájom a jej kompletné zariadenie. Prebehne lepenie ochranných fólií na sklá výkladu, montáž regálov a nábytku. Zamestnancov už z minulosti a zo známosti máme zabezpečených, ktorí sú pripravený na okamžitý nástup do zamestnania. Avšak aj tak si necháme priestor na ich

zorganizovanie a školenia. Marketing v podobe letákov, ktoré budeme tlačiť sami a bannerov, ktoré má na starosti firma je naplánovaný na máj. V tomto období roznesieme my a rodina letáky za stierače, umiestnime bannery. Prvú dodávku produktov očakávame v priebehu júna, keďže sa jedná o viac dodávateľov, časový úsek je dlhší. Podnik by mal začať svoju prevádzku od začiatku Júna.

Od začiatku Marca a aj počas chodu podniku a projektu budeme sledovať vývoj, zisky, tržby a porovnávať s predstavou v podnikateľskom pláne.

4.10 WBS



Tabuľka 3 – WBS, *vlastná tvorba*

WBS diagram nám pripomína na čo by sme nemali v žiadnom prípade zabudnúť. Určite je pre nás veľmi dôležitý.

Počas založenia spoločnosti musíme firmu zapísať do Obchodného registra Slovenskej republiky a spraviť všetky potrebné úkony na daňovom úrade a živnostenskom úrade. Pre zamestnancov musíme pripraviť zmluvy na trvalý pracovný pomer a pripraviť všetko potrebné na ich zaškolenie (práca s pokladňou, bezpečnosť pri práci...). Aby sme mali zabezpečené financie, obidvaja spoločníci vložia peniaze na účet podniku. Michálek Peter vozidlo prepíše na firmu. Následne musíme pripraviť kompletne predajňu, keďže bez nej podnikat' nejde. Keď bude predajňa pripravená, dodávatelia privezú tovar.

4.11 Zamestnanci a ľudské zdroje

Celý podnik, spoločnosť s ručeným obmedzením, bude pozostávať z konateľa Petra Michálka, spolukonateľky Tamari Wojčikovej, ktorý dali základný vklad do firmy v podobe základného imania.

Peter Michálek ako konateľ spoločnosti bude mať na starosti vedenie podniku, bude zároveň aj personalistom, ktorý bude viesť zamestnancov. Jeho úlohou bude aj styk s dodávateľmi a všetka obchodná činnosť spojená s nákupom tovaru. Zároveň však bude aj vypracovávať základné cenníky (z ktorých zamestnanci môžu odvádzať určité zľavy) a určovať predajné kapacity. V prípade neprítomnosti zamestnancov môže byť aj v predajni ako predávajúci a nákupný poradca. Ako jediný bude mať Peter Michálek prístup do bankovníctva firmy a ako jediný bude mať možnosť robiť platby.

Tamara Wojčiková bude riešiť ekonomickú zložku podniku. Bude vystavovať odoslané faktúry a prijímať faktúry od dodávateľov. Tak isto bude mať na starosti mzdové účtovníctvo celého podniku.

Jozef Ondráš bude mať na starosti sklad a všetko skladové hospodárstvo a v prípade neprítomnosti druhého zamestnanca aj predajňu. Bude prijímať tovar na sklad, vyskladňovať tovar a zabezpečovať nakladanie vozidla na rozvoz tovaru. Jeho úlohou bude aj zásobovanie predajne zo skladu.

Bc. Ondráš Luboš bude obchodný zástupca na cestách. Jeho úloha bude rozväzať tovar k odberateľom nákladným vozidlom značky Fiat Ducato. Počas svojej prítomnosti vo firme bude aj pracovníkom predajne, teda bude riešiť maloobchodný predaj spolu s poradenstvom.

Mzdy zamestnancov (v €/mesiac)				
Zamestnanec	Hrubá mzda	Odvody zamestnávateľa	Celkové náklady pre zamestnávateľa	Čistá mzda
Peter Michálek	770 €	270,70 €	1040 €	600 €
Tamara Wojčíková	770 €	270,70 €	1040 €	600 €
Jozef Ondráš	550 €	193,50 €	744 €	450 €
Bc. Luboš Ondráš	700 €	246,30 €	946 €	550 €

Tabuľka 4 – Mzdy zamestnancov, *vlastná tvorba*

Celkové mzdové náklady na všetkých zamestnancov pre podnik budú 3770 €.

Zodpovednosť zamestnanca	
Zamestnanec	Činnosť
Peter Michálek	<ul style="list-style-type: none"> • konateľ spoločnosti, • zodpovednosť za platby a objednávky, • vedenie spoločnosti, • zodpovednosť za pravidelnú výplatu miezd zamestnancom.
Tamara Wojčíková	<ul style="list-style-type: none"> • príjem faktúr a tovaru do účtovníctva, • výpočet miezd zamestnancov, • kompletne účtovníctvo podniku, • spolu konateľka.
Jozef Ondráš	<ul style="list-style-type: none"> • zodpovednosť za sklad, • spisovanie objednávok na chýbajúci tovar, • manuálna a mechanická práca v sklade, • zodpovednosť za nakladanie tovaru a prípravu na rozvoz.
Ľuboš Ondráš	<ul style="list-style-type: none"> • celková zodpovednosť za predajňu, • zodpovednosť za pokladňu v predajni, • obsluha zákazníkov, • rozvoz tovaru vozidlom.

Tabuľka 5 – Zodpovednosti a činnosti zamestnancov, *vlastná tvorba*

V tabuľke 5 sú zosumarizované činnosti a zodpovednosti každého jedného zamestnanca samostatne.

4.12 Logický rámec

Intervenčné logické kroky	Objektívne overiteľné ukazatele	Zdroje informácií k overeniu	Vonkajšie predklad a rizika
Všeobecný cieľ			
<ul style="list-style-type: none"> Zisk podniku 	<ul style="list-style-type: none"> Hospodársky výsledok 	<ul style="list-style-type: none"> Výkazy ziskov 	
Účel projektu			Rizika
<ul style="list-style-type: none"> Získanie významnej pozície medzi konkurenciou 	<ul style="list-style-type: none"> Dosiahnutie ziskov 	<ul style="list-style-type: none"> Prieskum trhu 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatočné zisky a tržba Zlá ekonomika
Výstupy projektu			Predpoklady
<ul style="list-style-type: none"> Otvorenie predajne 	<ul style="list-style-type: none"> Vizuálna kontrola Príchod prvých zákazníkov 	<ul style="list-style-type: none"> Bločky Fotodokumentácia 	<ul style="list-style-type: none"> Dodržanie podnikateľského plánu Správna cenová politika
Aktivity	Rozpočet	Časový harmonogram	
<ol style="list-style-type: none"> Tvorba podnikateľského plánu, Zabezpečenie financií, Založenie podniku a zápis do ORSR, Zariadenie predajne, Nábor zamestnancov, Zabezpečenie marketingu, Naskladnenie produktov, Začatie prevádzky podniku, 	<ol style="list-style-type: none"> 0 € 0 € 400 € 450 € 0 € 550 € 14500 € 0 € 	<ol style="list-style-type: none"> 1. február – 30. marec 1. marec – 10. apríl 20. marec – 20. apríl 1. apríl – 1. máj 20. apríl – 10. máj 20. apríl – 30. máj 20. apríl – 1. jún 1. jún 	<ol style="list-style-type: none"> Zle spracovaný podnikateľský plán, Nedostatok financií, Komplikácie na úradoch, Problémy pri montáži zariadenia, Ochorenie zamestnanca, Problémy s tlačou, Meškanie dodávok tovaru, Celkové oneskorenie
			Podmienky
			<ul style="list-style-type: none"> Zaistenie vhodných priestorov

Tabuľka 6 – Logický rámec, vlastná tvorba

Čítanie logického rámca začíname u podmienok, ktoré musíme splniť. U nás to je striktné dodržanie časového harmonogramu, aby sme všetko stihli včas. Každá jedna aktivita musí byť splnená a tak isto nesie svoje riziká, ak však správne spracujeme podnikateľský plán, budeme mať dostatok financií, nenastanú žiadne komplikácie, nebudú problémy vo firme,

ktorá bude tlačit' bannery, a tovar príde včas, môžeme včas začat' podnikanie a otvorit' predajňu. Výstupom projektu bude tovar rozvážaný k zákazníkovi autom a tiež aj predaj tovaru maloobchodne zákazníkovi v predajni. Ak nastavíme správnu cenovú politiku a dodržíme podnikateľský plán, náš podnik získa významnú pozíciu medzi konkurenciou a dosiahne zisky, ktoré bude možné overit' v účtovníctve firmy. Ak budú tržby a zisk dostatočný, preukáže sa to na spokojnosti zákazníkov, zamestnancov a na výkaze ziskov a strát, teda na výsledku hospodárenia.

4.13 Finančný plán

4.13.1 Cenová politika

Na následnej tabuľke si ukážeme, s akou maržou budem pracovať a obchodovať priamo na predajni. Nejedná sa o marže spojené s distribúciou a veľkoobchodným rozvozom.

Produkt	Marža
Oleje (motorové, prevodové)	35 %
Filtre MANN (olejové, palivové)	10%
Filtre Comline (olejové, prevodové, vzduchové, interiérové)	40%
Autodoplňky (stierače, batérie, utierky, zapal'ovacie sviečky)	15%
Nemrznúce zmesi do chladičov	25%
Letné a zimné zmesi do ostrekovačov	15%

Tabuľka 7 – Cenová politika predajne, *vlastná tvorba*

Možno sa môže zdať, že na niektoré produkty, napr. filtre Comline budeme mať nasadenú veľkú maržu, avšak ich nákupné ceny sú tak nízke, že výsledná predajná cena spolu s našou maržou bude ešte stále na výbornej úrovni voči konkurencii. Zároveň však budeme mať ceny takéto, pretože chceme aplikovať aj zľavy pre pravidelných odberateľov až do výšky 20% k ich maximálnej spokojnosti.

4.13.2 Rozvaha

Súčasťou každého jedného podnikateľského plánu by mala byť práve zahajovacia rozvaha. Tvoria ju finančné aj nefinančné vklady všetkých spoločníkov. Celkový kapitál spoločnosti bude tvoriť 35 000 €. Konateľ spoločnosti Peter Michálek vloží do podniku hotovostný vklad 14 000 € a nákladné motorové vozidlo Fiat Ducato v hodnote 10 000 € zakúpené na úver. Spolukonateľka spoločnosti Tamara Wojčíková vloží do spoločnosti 11 000 € v hotovosti.

Rozvaha ku dňu 1.6. 2016			
Aktíva	€	Pasíva	€
Dlhodobý majetok	10 000 €	Vlastný kapitál	35 000 €
Samostatné hnutelné veci	10 000 €	Základný kapitál	35 000 €
Obežný majetok	25 000 €	Cudzíe zdroje	0 €
Krátkodobý finančný majetok	25 000 €		
Spolu aktíva	35 000 €	Spolu pasíva	35 000 €

Tabuľka 8 – Finančná rozvaha ku dňu 1.6. 2016, *vlastná tvorba*

4.13.3 Vstupné a prevádzkové náklady

Vstupné náklady (v €)			
Náklady na založenie s.r.o. a zápis do ORSR			400 €
Náklady na marketing a reklamu			550 €
Ochranná fólia na výklad			350 €
Regály do predajne			450 €
Stôl, stolička, odkladací pult			180 €
SW licencie			350 €
Počítače, tlačiarne			550 €
Fiškálna pokladňa zn. Elcom			210 €
Nákup produktov na začiatku podnikania			11 584 €
Náklady na mzdy v prvom mesiaci			3 770 €
Spolu			18 394 €
Prevádzkové náklady (v €)			
	Prvý mesiac	Pravidelné mesačné platby	Ročné
Nájom predajne	270 €	270 €	3240 €
Energie	130 €	130 €	130 €
Internet	16 €	16 €	192 €
Mobilné paušály	100 €	100 €	1200 €
Pohonné hmoty	110 €	110 €	1320 €
Dialničné známky	5 €	5 €	12 €
Cestná daň	15 €	15 €	180 €
Povinné zmluvné poistenie vozidla	10 €	10 €	120 €
Spolu	656 €	656 €	6 394€

Mzdové náklady (v €)			
	Prvý mesiac	Mesačné	Ročné
Mzdové náklady	3 770 €	3 770 €	45 240 €
Spolu	3 770 €	3 770 €	45 240 €

Tabuľka 9 – Vstupné a celkové náklady, *vlastná tvorba*

Náklady na prvý rok prevádzky spoločnosti sú 70 028 €. Máme tu započítané aj mzdy pre 4 zamestnancov spoločnosti. Nasledujúci rok, keďže vstupné náklady už nebudú sa náklady spoločnosti zmenšia na 51 634 €. V časti nákladov na založenie spoločnosti sú započítané správne poplatky (kolky), súdne poplatky za zápis spoločnosti s ručeným obmedzením do obchodného registra Slovenskej republiky a poplatky za úradné overenie podpisov. Náklady na reklamu a marketing sú práve textilné polaminované bannery a tlač letáčikov na vlastné náklady. Ochranná fólia je potrebná, keďže predajňa sa nebude nachádzať v centre mesta ani na hlavnej ceste. Táto fólia má pri rozbití skla zabrániť jeho rozpadnutiu. Regály do predajne budú objednané z internetu, montáž budeme robiť svojpomocne. Stôl, stolička a aj odkladací pult v podobe obyčajného stolíku zakúpime v niektorej z kamenných predajní Decodomu. Medzi SW licencie patrí samozrejme oficiálny operačný systém Windows, spolu s účtovníckym programom a kancelárskym balíkom Office. Počítače objednáme z internetového obchodu Alza.sk ako samostatné komponenty, poskladanie počítača zabezpečím ja osobne svojpomocne. Fiškálna pokladňa bude prepojená s účtovníctvom a musí byť certifikovaná Ministerstvom financií SR. Vybrali sme preto slovenskú pokladňu Elcom. Keďže na začiatku podnikania musíme naskladniť predajňu, vstupné náklady na objednávky budú vyššie. V energiách je započítaná elektrina, vykurovanie a voda.

4.13.4 Náklady na nákup produktov a výnosy z predaja tovaru pri ideálnych predajoch

		2016										2017				
		Jún	Júl	August	September	Október	November	December	Január	Február	Marec	April	Máj			
Náklady vyjadrené v €	Motorové oleje															
	Castrol Edge LL 5W-30 4l	28	280	280	420	420	560	560	700	840	840	980	1120	1120		
	Castrol Edge LL 5W-30 1l	6	60	60	60	60	90	120	120	150	150	180	180	180		
	Pennasol Super Light 10W-40 5l	19	190	190	190	190	190	190	209	209	209	209	228	228		
	Carlíne Gear90 1l	4	32	32	32	32	48	48	56	64	64	68	72	72		
	Castrol Magnatec 10W-40 A3/B4 4l	24	192	216	216	216	216	240	240	336	336	384	408	408		
	Ostatné motorové oleje	25	4750	5000	5250	5500	6000	6250	6500	6750	7250	7750	8250	8750		
	Ostatné prevodové oleje	17	1785	1955	1955	2040	2210	2210	2380	2550	3060	3230	3740	4080		
	Filtre															
	MANN W719/30	3,5	7	7	7	10,5	10,5	10,5	14	14	14	21	21	28		
	Comline EOF036	2	4	4	4	8	8	8	8	10	10	10	10	12		
	Comline EFF151	3,5	10,5	10,5	10,5	14	14	14	14	14	17,5	17,5	17,5	17,5		
	Ostatné															
	Letná zmes do ostrekovačov 5l	1,8	7,2	7,2	7,2	7,2	3,6	0	0	0	0	0	7,2	7,2		
	Zimná zmes do ostrekovačov 5l	2,2	0	0	0	0	0	4,4	4,4	8,8	8,8	4,4	0	0		
	Stierače	4	20	40	60	60	60	60	60	60	72	72	80	80		
	AntiFreeze G12+	3,1	6,2	6,2	6,2	12,4	12,4	15,5	18,6	21,7	24,8	24,8	24,8	24,8		
	AntiFreeze G48	2,8	8,4	8,4	8,4	11,2	11,2	14	16,8	16,8	16,8	19,6	22,4	22,4		
	Batéria Exide 72AH	55	55	55	55	55	110	110	110	110	110	110	110	110		
	Náklady na produkty spolu (v €)		7407,3	7871,3	8281,3	8666,3	9573,7	9854,4	10450,8	11154,3	12182,9	13080,3	14290,9	15139,9		
Výnosy z predaja	Položka	Cena za ks (v €)										Výnosy v €				
	Motorové oleje															
	Castrol Edge LL 5W-30 4l	43	430	430	645	645	860	860	1075	1290	1290	1505	1720	1720		
	Castrol Edge LL 5W-30 1l	9,3	93	93	93	139,5	186	186	186	232,5	232,5	279	279	279		
	Pennasol Super Light 10W-40 5l	29,2	292	292	292	292	292	292	321,2	321,2	321,2	321,2	350,4	350,4		
	Carlíne Gear90 1l	6,2	49,6	49,6	49,6	49,6	74,4	74,4	86,8	99,2	99,2	105,4	111,6	111,6		
	Castrol Magnatec 10W-40 A3/B4 4l	37	296	333	333	333	333	370	370	518	518	592	629	629		
	Ostatné motorové oleje	38	7220	7600	7980	8360	9120	9500	9880	10260	11020	11780	12540	13300		
	Ostatné prevodové oleje	26	2730	2990	2990	3120	3380	3380	3640	3900	4680	4940	5720	6240		
	Filtre															
	MANN W719/30	3,9	7,8	7,8	7,8	11,7	11,7	11,7	15,6	15,6	15,6	23,4	23,4	31,2		
	Comline EOF036	3,4	6,8	6,8	6,8	13,6	13,6	13,6	13,6	17	17	17	17	20,4		
	Comline EFF151	5,8	17,4	17,4	17,4	23,2	23,2	23,2	23,2	23,2	29	29	29	29		
	Ostatné															
	Letná zmes do ostrekovačov 5l	2,1	8,4	8,4	8,4	8,4	4,2	0	0	0	0	0	8,4	8,4		
	Zimná zmes do ostrekovačov 5l	2,6	0	0	0	0	0	5,2	5,2	10,4	10,4	5,2	0	0		
	Stierače	4,8	24	48	72	72	72	72	72	72	86,4	86,4	96	96		
	AntiFreeze G12+	4,2	8,4	8,4	8,4	16,8	16,8	21	25,2	29,4	33,6	33,6	33,6	33,6		
	AntiFreeze G48	3,7	11,1	11,1	11,1	14,8	14,8	18,5	22,2	22,2	22,2	25,9	29,6	29,6		
	Batéria Exide 72AH	64,6	64,6	64,6	64,6	64,6	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2		
Výnosy z predaja spolu (v €)		11259,1	11960,1	12579,1	13164,2	14530,9	14956,8	15865,2	16939,9	18504,3	19872,3	21716,2	23007,4			

Obrázok 13 - Náklady na nákup tovaru a výnosy pri ideálnych predajoch, *vlastná tvorba*

Prvý mesiac sú náklady na nákup tovaru najnižšie, postupne počas fungovania podniku očakávame ale zvýšenie dopytu po tovare a tým pádom aj zvýšenie počtu objednaných kusov. Uvedené produkty, ktoré sú konkretizované, sú najpredávanejšie a najdostupnejšie. Jedná sa o produkty do vozidiel koncernu – VW, Škoda, Seat – ktoré sa predávajú najviac a sú najrozšírenejšie. Celkový sortiment motorových olejov je približne ďalších 80 druhov, u prevodových olejov to je asi 30 druhov. Antifreeze sú nemrznúce zmesi do chladičov.

Táto kalkulácia počíta s tým, že budú všetky predaje ideálne a že bude dopyt po tovare dobrý. Približné počty vychádzajú zo skúsenosti kamaráta a známeho, ktorý v minulosti v podobnom alebo dokonca rovnakom sortimente podnikal. Svoju podnikateľskú činnosť ukončil z dôvodu odcestovania.

4.13.5 Celkové mesačné prevádzkové náklady, celkové náklady a zisk pri ideálnych predajoch

Mesačné fixné náklady	Nájom predajne	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
	Energie	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
	Internet	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Mobilné paušály	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pohonné hmoty	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
	Diaľničné známky	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Costná daň	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
	Povinné zmluvné poistenie vozidla	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Mzdové náklady	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770
	Náklady fixné	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426
Náklady celkové	11833,3	12297	12707	13092	14000	14280	14877	15580	16609	17506	18717	19566	
Konečný zisk v €	-574,2	-337,2	-128,2	71,9	531,2	676,4	988,4	1359,6	1895,4	2366,0	2999,3	3441,5	

Obrázok 14 – Celkový konečný zisk, *vlastná tvorba*

V tabuľkách som uviedol niektoré vzorové produkty, ktoré sú najpredávanejšie, keďže celkový sortiment bude približne 800 položiek, nie je možné spracovať celkové náklady pre všetky produkty. Navyše, trh sa neustále mení a na základe dopytu budeme upravovať aj marža pre každého zákazníka zvlášť. Napríklad veľkoobchodní odberatelia budú mať ceny iné, ako maloobchodní zákazníci. Marže v tabuľke na vzorové produkty sa zhodujú v tabuľke v časti o cenovej politike podniku. Vývoj záväzkov sa postupom času zvyšuje, pričom dopyt po tovare bude stúpať, tak isto sa predajne dostane do popredia a bude väčší záujem o všetok tovar.

Obrázok 14 znázorňuje zisk a celkové náklady za prvých 12 mesiacov chodu podniku pri ideálnych podmienkach predaja. V tabuľke sú zohľadnené aj fixné mesačné náklady – energie, nájom, náklady na prevádzku automobilu, ako aj mzdové náklady. Po dosadení do vzorcov je vidno, že podnik sa dostane do ziskov už v septembri roku 2016, aj keď iba do výšky necelých 72 €. Avšak v máji roku 2017 už bude 34411 € v zisku. Riešenie straty na začiatku podnikania bude spočiatku pokryté zo základného imania podniku, ktorý mal peňažný vklad 25 000 €. Zostatok zo základného kapitálu postačuje na pokrytie peňažnej straty. Návratnosť je v tomto prípade do decembra 2016.

4.13.6 Náklady na nákup produktov a výnosy z predaja tovaru pri zlých predajoch

		2016										2017				
		Jún	Júl	August	September	Október	November	December	Január	Február	Marec	Apríl	Máj			
Náklady vyjadrené v €	Motorové oleje															
	Castrol Edge LL 5W-30 4l	28	84	84	84	112	112	112	112	140	168	168	168			
	Castrol Edge LL 5W-30 1l	6	12	12	18	18	18	24	30	36	36	36	36			
	Pennasol Super Light 10W-40 5l	19	57	76	76	76	76	76	95	95	95	114	114			
	Carlina Gear90 1l	4	4	4	12	12	12	16	20	20	20	24	28			
	Castrol Magnatec 10W-40 A3/B4 4l	24	72	96	120	120	120	120	120	144	144	144	168			
	Ostatné motorové oleje	25	3750	3750	4000	4250	4750	5000	5500	5750	6250	6750	7250			
	Ostatné prevodové oleje	17	1530	1615	1700	1870	2040	2380	2380	2550	2890	3060	3230			
	Filtre															
	MANN W719/30	3,5	7	7	7	10,5	10,5	10,5	14	14	14	21	21			
	Comline EOF036	2	4	4	4	8	8	8	8	10	10	10	10			
	Comline EFF151	3,5	10,5	10,5	10,5	14	14	14	14	14	17,5	17,5	17,5			
	Ostatné															
	Letná zmes do ostrekovačov 5l	1,8	7,2	7,2	7,2	7,2	3,6	0	0	0	0	0	7,2			
	Zimná zmes do ostrekovačov 5l	2,2	0	0	0	0	0	4,4	4,4	8,8	8,8	4,4	0			
	Stierače	4	20	40	60	60	60	60	60	60	72	72	80			
	AntiFreeze G12+	3,1	6,2	6,2	6,2	12,4	12,4	15,5	18,6	21,7	24,8	24,8	24,8			
	AntiFreeze G48	2,8	8,4	8,4	8,4	11,2	11,2	14	16,8	16,8	16,8	19,6	22,4			
	Batéria Exide 72AH	55	55	55	55	55	110	110	110	110	110	110	110			
	Náklady na produkty spolu (v €)		5627,3	5775,3	6168,3	6636,3	7357,7	7964,4	8502,8	8990,3	9876,9	10575,3	11286,9	12135,9		
Výnosy z predaja	Položka	Cena za ks (v €)										Výnosy v €				
	Motorové oleje															
	Castrol Edge LL 5W-30 4l	43	129	129	129	172	172	172	172	215	258	258	258			
	Castrol Edge LL 5W-30 1l	9,3	18,6	18,6	27,9	27,9	27,9	37,2	46,5	55,8	55,8	55,8	55,8			
	Pennasol Super Light 10W-40 5l	29,2	87,6	116,8	116,8	116,8	116,8	116,8	146	146	146	175,2	175,2			
	Carlina Gear90 1l	6,2	6,2	6,2	18,6	18,6	18,6	24,8	31	31	31	37,2	43,4			
	Castrol Magnatec 10W-40 A3/B4 4l	37	111	148	185	185	185	185	185	222	222	222	259			
	Ostatné motorové oleje	38	5700	5700	6080	6460	7220	7600	8360	8740	9500	10260	11020			
	Ostatné prevodové oleje	26	2340	2470	2600	2860	3120	3640	3640	3900	4420	4680	4940			
	Filtre															
	MANN W719/30	3,9	7,8	7,8	7,8	11,7	11,7	11,7	15,6	15,6	15,6	23,4	23,4			
	Comline EOF036	3,4	6,8	6,8	6,8	13,6	13,6	13,6	13,6	17	17	17	20,4			
	Comline EFF151	5,8	17,4	17,4	17,4	23,2	23,2	23,2	23,2	23,2	29	29	29			
	Ostatné															
	Letná zmes do ostrekovačov 5l	2,1	8,4	8,4	8,4	8,4	4,2	0	0	0	0	0	8,4			
	Zimná zmes do ostrekovačov 5l	2,6	0	0	0	0	0	5,2	5,2	10,4	10,4	5,2	0			
	Stierače	4,8	24	48	72	72	72	72	72	72	86,4	86,4	96			
	AntiFreeze G12+	4,2	8,4	8,4	8,4	16,8	16,8	21	25,2	29,4	33,6	33,6	33,6			
	AntiFreeze G48	3,7	11,1	11,1	11,1	14,8	14,8	18,5	22,2	22,2	22,2	25,9	29,6			
	Batéria Exide 72AH	64,6	64,6	64,6	64,6	64,6	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2	129,2			
Výnosy z predaja spolu (v €)		8540,9	8761,1	9353,8	10065,4	11145,8	12070,2	12886,7	13628,8	14976,2	16037,9	17117,6	18408,8			

Obrázok 15 – Náklady na nákup tovaru a výnosy z predaji pri zlých predajoch, *vlastná tvorba*

Samozrejme musíme počítať aj s verziou, že predaj nebude tak rýchlo stúpať a že sa nám nepodarí eliminovať všetky analyzované riziká.

4.13.7 Celkové mesačné prevádzkové, celkové náklady a zisk pri zlých predajoch

Mesačné fixné náklady	Nájom predajne	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
	Energie	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
	Internet	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Mobilné paušály	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pohonné hmoty	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
	Dialničné známky	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Cestná daň	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
	Povinné zmluvné poistenie vozidla	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Mzdové náklady	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770	3770
	Náklady fixné	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426	4426
Náklady celkové		10053,3	10201	10594	11062	11784	12390	12929	13416	14303	15001	15713	16562
Konečný zisk v €		-1512,4	-1440,2	-1240,5	-996,9	-637,9	-320,2	-42,1	212,5	673,3	1036,6	1404,7	1846,9

Obrázok 16 – Zisk z predaja pri dobrých podmienkach, *vlastná tvorba*

Pri zlých podmienkach predaja, kedy nebudú predaja také vysoké ako chceme, nastáva zisk až na začiatku roku 2017, pričom v máji roku 2017 bude zisk iba 1846 €. V tomto prípade očakávame návratnosť straty približne v septembri roku 2017, čo je o poznanie dlhšie ako v prípade ideálnych ziskov.

4.14 Trojimperatív – magický trojuholník

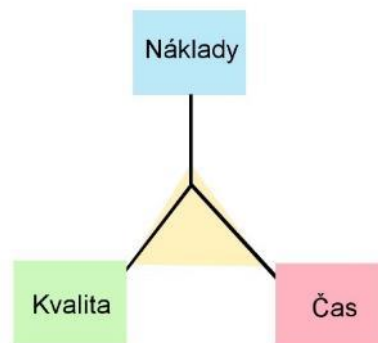
Magický trojuholník pre nás predstavuje rovnováhu medzi kvalitou tovaru, dobou dodania a nákladmi. Nie však vždy všetko ide zariadiť tak, aby bola medzi týmito tromi prvkami rovnováha.

Môj podnik si bude zakladať na hlavnom bode – na kvalite tovaru a výrobkov, čo je možno iné ako u konkurenčných podnikov, ktoré chcú predať svoj produkt alebo tovar „nech to stojí, čo to stojí“. V konečnom dôsledku potom prichádza na to, že ich výrobky nie sú originálne, ale jedná sa o kópie, prípadne ich predávajúci nedodá v dohodnutom termíne a za tú istú vopred dohodnutú cenu.

Môžu teda nastať odlišné situácie:

Zmena nákladov, úprava kvality a dodržanie termínov

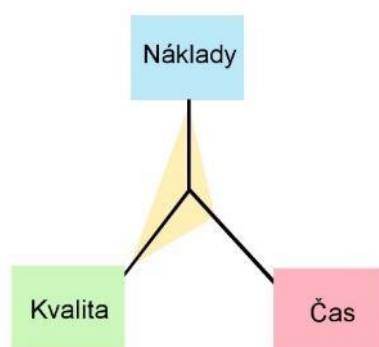
Môže sa stať, že budeme nútení dať spraviť marketingové veci inej firme, ktorá má iný ceník a pracuje s inou kvalitou tovaru. Tiež sa môže stať, že ak má byť firma založenú včas, musíme dať založenie s.r.o. na starosti firme, ktoré si za založenie ale vypýta viac, samozrejme to bude aj kvalitnejšie. Naopak, horšiu kvalita samozrejme spôsobí aj zníženie nákladov.



Obrázok 17 – Trojimperatív, zvýšené náklady,
vlastná tvorba

Zachovanie nákladov, ale bez ohľadu na čas a kvalitu

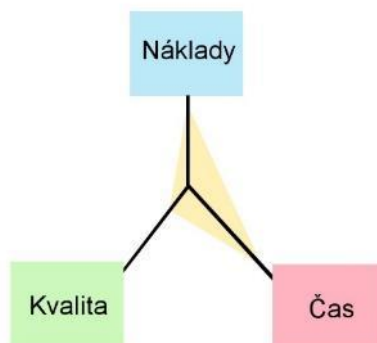
V prípade že sa plánujeme priblížiť plánovanému rozpočtu, je možné že budeme musieť napríklad prehodnotiť dodávateľa regálov do predajne, ak nám ten pôvodný nebude schopný dodať regály včas. V tomto prípade môžu nastať dve situácie. Prvá, kde bude výroba trvať dlhšie, ale samozrejme jej kvalita bude lepšia. A druhá situácia, kde bude výroba okamžitá, ale regály sa môžu rozpadnúť. To isté platí, ak napríklad budeme nútení počkať na dodávku tovarov dlhšie, ak nebudeme chcieť meniť dodávateľa za drahšieho.



Obrázok 18 – Trojimperatív, zachované náklady, kvalita, zlý čas, *vlastná tvorba*

Zachovanie kvality, bez ohľadu na čas a náklady

Pri ohľade na kvalitu spracovania podnikateľského plánu a tým pádom dodržanie kvality plánovania, môže sa stať že nám všetko bude trvať dlhšie a môže to stáť viac peňazí. Ak teda dáme spraviť podnikateľský plán na zakázku, môže jeho výroba trvať dlho, avšak určite za nižšiu cenu, ako príprava do ďalšieho dňa, za čo bude určite príplatok.



Obrázok 19 – Trojimperatív, strata kvality za účelom zachovania času a nákladov, *vlastná tvorba*

Je nesmierne dôležité zachovať ako aj kvalitu, tak aj náklady a zároveň aj čas. Ak však nemáme na výber, je pre nás vždy najvhodnejšie obetovať čas pred kvalitou a nákladmi. Strata kvality môže mať vplyv na negatívny vplyv na dobré meno podniku. Zvýšenie nákladov sa zase môže odzrkadliť na našom výsledku hospodárenia a dosiahnutých ziskoch. Ak je zákazník ochotný si za tú istú cenu na daný tovar počkať, v tom prípade čas nie je až taký veľký problém.

5 SOFTWARE A IT ZÁZEMIE SPOLOČNOSTI

Keďže kancelária a predajňa budú oddelené a budú to samostatné miestnosti, musíme nejakým spôsobom zabezpečiť synchronizáciu a zdieľanie účtovníctva a pokladne, ako aj možnosť tlačiť faktúry z rôznych počítačov naraz. Toto všetko dosiahneme vytvorením akéhosi jednoduchého servera a na neho sieťou napojeným počítačom z predajne.

Server bude vlastne zánovný kancelársky počítač s dnes už zastaraným Windowsom XP, na ktorom bude normálne pracovať a vykonávať svoju náplň práce Tamara Wojčíková. Na tomto počítači bude prístupný sieťový disk, z ktorého by mal nami využívaný účtovný software vedieť poskytovať a zdieľať údaje s inými počítačmi v sieti. Okrem toho je jeho serverové využitie nulové. V konečnom dôsledku je preto jedna z podmienok výberu vhodného software pre našu firmu jeho schopnosť načítať údaje zo siete. Na tomto počítači bude aj klasický software kancelárskeho balíku a iné obyčajné programy. Okrem toho bude mať tento počítač pripojenú sieťovú tlačiareň.

Cloudové úložisko v našom prípade nie je možné zrealizovať a používať, nakoľko rýchlosti internetu v tejto oblasti nie sú na toto prispôsobené. Najrýchlejšie dostupné internetové pripojenie je 10 Mbps download a 1 Mbps upload a jedná sa o zastaranú DSL linku, pričom výška uploadu je absolútne zastaraná a nedostatočná. V mojej práci sa ale poverujem aj tejto možnosti v prípade budúceho prípadu, kedy bude možné objednať rýchlejší internet.

V predajni sa bude nachádzať fiškálna pokladňa značky Elcom a klasický stolový počítač s tlačiarňou. Tlačiareň z dôvodu toho, že predaj firmám bude možný na dodací list a následne raz mesačne budú všetky dodacie listy fakturované. Preto zamestnanec dodací list vytlačí, dá podpísať zákazníkovi a kópiu odovzdá účtovníčke. Klasický stolový počítač bude mať základné kancelárske programy a bude sa pripájať na zdieľaný disk na serveri, aby z neho mohol sťahovať údaje na účtovníctvo.

Ja budem pracovať na svojom notebooku, ktorý znovu bude pripojený na sieťový disk.

5.1 Účtovný, skladový a mzdový software

Podmienky na účtovný software sme si stanovili nasledujúce:

- musí mať možnosť zdieľať údaje a v reálnom čase vedieť spolupracovať s viacerými počítačmi,
- reálne teda musí mať prístup pre štyroch užívateľov súčasne,
- súčasťou účtovného programu musí byť aj mzdové účtovníctvo a skladové hospodárstvo,
- software by mal mať príjemné prostredie,
- interaktívny chod,
- podvojný účtovníctvo,
- možnosť dokupovať rôzne moduly,
- vhodná cena,
- zálohovanie dát.

Na základe týchto kritérií budeme vyberať vhodný software pre našu firmu, pričom jediné, čo by sme boli ochotný podstúpiť je práve príjemné prostredie a interaktívny chod. Na ten sa dá totiž zvyknúť pomerne jednoducho.

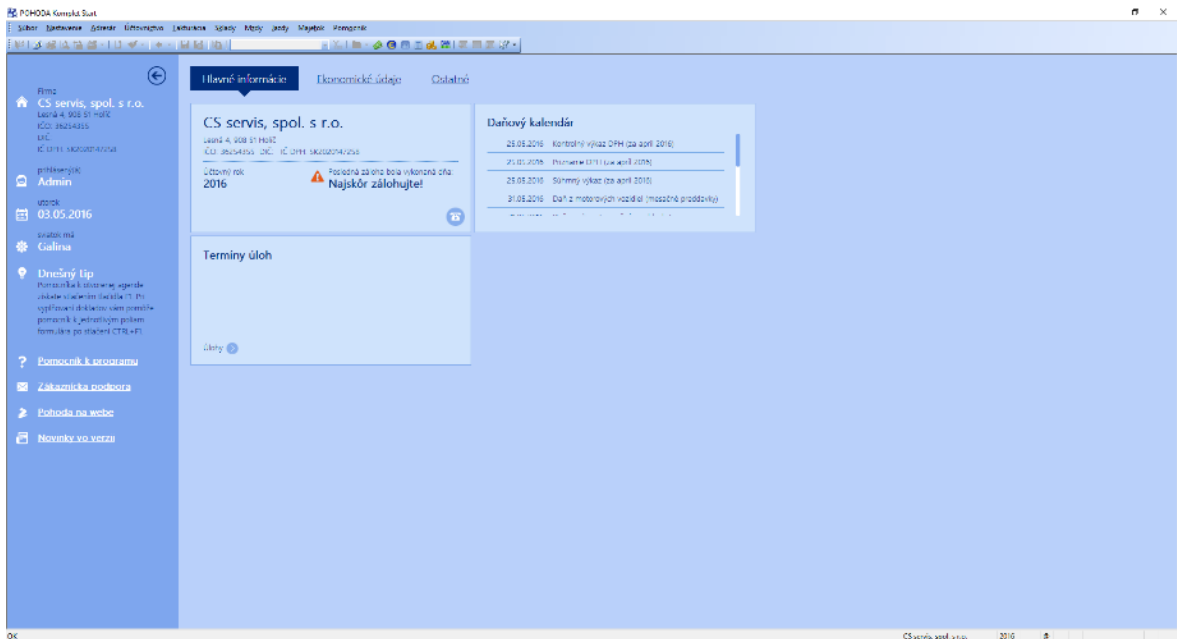
Možnosť dokupovať rôzne moduly je dôležité, pretože firma sa neustále bude vyvíjať, pričom bude viac a viac položiek na sklade. Keď je dostupný nový, aktualizovaný modul, program by si ho mal sám od seba stiahnuť a zaktualizovať. Zároveň je tu aj možnosť exportovať vďaka modulom faktúry napríklad do MS Excell a pod.

5.1.1 POHODA

Ekonomický a informačný systém POHODA je software, pre malé, stredné a väčšie firmy, fyzické aj právnické osoby. Jedná sa o komplexný účtovný a ekonomický program. Umožňuje viesť ako jednoduché, tak aj podvojný účtovníctvo, ako aj platcom, tak aj neplatičom DPH. Zároveň je možné jeho využitie aj u živnostníkov, podnikateľov a spoločnosti, ktoré ponúkajú služby. Tento software predstavuje niekoľko možných variant programu, jedná sa napríklad o verzie Lite, Jazz, Standart, Profi, Premium, Komplet... Každá verzia je niečím odlišná. a každá ide zakúpiť vo verzii „SQL“. Teda s možnosťou sieťového zdieľania, výrobcom je nazývame ako „klient-server“. Nás však zaujímajú až verzie Profi, Premium a Komplet. Tie sú totiž dostupné pre podvojný účtovníctvo. Verzie Lite, Jazz a Standart sú iba pre jednoduché účtovníctvo. Keďže naša firma bude mať aj sklad, musíme vyberať iba

z verzí Premium a Komplet. Rozdiel medzi Premium a Komplet verzou je iba v tom, že Komplet obsahuje okrem podvojného účtovníctve navyše aj jednoduché, to ale my nevyužijeme. Ak by sme teda zvolili verziu Premium SQL, jej cena by bola 670 € s DPH. Ak však chceme verziu, ktorá bude schopná pracovať na 4 počítačoch súčasne musíme zaplatiť verziu Premium SQL NET5. Táto verzia stojí 1340 € s DPH. [19]

Po spustení skúšobnej ŠTART verzie programu, ktorá je prístupná na 3 mesiace, nás uvíta pekne graficky spracovaná úvodná obrazovka, s nepotrebnými údajmi ako sú meniny a tipy. Uživateľské prostredie vyzerá zastaralo, a vzdialene pripomína staré verzie MS Office 2003.



Obrázok 20 – POHODA, vlastná tvorba

Medzi základné doplnkové služby je možné kúpiť aj školenie, ktorých cena sa pohybuje na úrovni 55 €/hod. Zaujímavosťou spoločnosti je synchronizácia s aplikáciou mAgent, ktorá je síce dostupná iba pro operačný systém Windows Phone, avšak je výrobcu je prisľúbená aj podpora pre iOS od Apple. Vďaka tejto aplikácii môžeme vidieť objednávky, faktúry, či dodacie listy.

5.1.2 Money S3

Tento software je od spoločnosti Cigler Software, a.s. Je navrhnutý pre malé a stredné podniky, účtovníkom a živnostníkom. Je určený na vedenie jednoduché a podvojného účtovníctva a DPH, skladového hospodárstva s prepojením na registračnú pokladnicu, spracovanie

miezd a personalistiky a zároveň aj mzdové účtovníctvo. Špecialitou je tvorba výkazov a daňových priznaní. Jedná sa o najoceňovanejší účtovný software v SR a ČR. Tak isto ako Pohoda, aj Money S3 je možné zakúpiť v rôznych balíkoch, ktoré sa líšia použitím a prístupnými modulmi. Verzia ŠTART je dostupná zadarmo na stiahnutie z webu spoločnosti, je limitovaná počtom dokladov a pri prekročení označí doklady za neplatné. Všetky limity sú platné na jeden rok. Všetky verzie okrem verzie ŠTART majú v cene aj technickú podporu. Verzia lite, ktorá stojí 115 € ponúka podporu pre jednoduché aj podvojnú účtovníctvo, evidenciu majetku (odpisy, karty), sklady aj objednávky (vrátane podpory čiarových kódov) a aj mzdy (evidenciu zamestnancov, zúčtovanie daní). Verzia MINI stojí 90 €, ktorá podporuje už viacero firiem a ponúka iba jednoduché účtovníctvo a evidenciu majetkov. Toto je vhodné pre malé podniky. Samostatnú verziu SKLAD za 295 € ponúka Cigler iba zvlášť. Táto obsahuje iba sklady a objednávky. Verzia BUSINESS stojí 390 € a umožňuje spravovať viacero firiem, podporuje jednoduché účtovníctvo, majetky, sklady a aj mzdy a personalistiku. Posledná a najdrahšia verzia PROFESSIONAL stojí 480 € a podporuje vlastne všetky dostupné moduly a súčasti ktoré sú k dispozícii.

Aby sme boli schopní fungovať na báze klient a server, je nutné dokúpiť aj niektoré moduly. Konkrétne sa jedná o moduly Účtovný klient (50 €) a Účtovná centrála (250 €), ale modulu Účtovný klient musíme kúpiť toľko krát, koľko máme počítačov – čiže 3. Modul pre pokladnicu stojí ďalších 245 €, prípadne 99 € bez podpory SQL. [20]

Číslo účtu	Popis	Var. symbol	Dát. vystavenia	Dát. platnosti	Dát. uzavretia	Číslo v DPH	Zostáva úhradiť	Číslo účtu
200100001	Základná faktúra - preprava z obrábacieho	120100001	01.01.2016	12.01.2016	28.01.2016	4875120	0,12,12	0,00 TOP s.r.o.
110100001	Príspevok na výdavky	110100001	09.01.2016	12.01.2016	19.01.2016	7015526	229,07	0,00 TOP s.r.o.
110100002	Príspevok na výdavky - spracovanie faktúr	110100002	01.01.2016	12.01.2016	12.01.2016	2161,2016	94,82	0,00 BAKSIA s.r.o.
110100003	Príspevok na výdavky - prírodné suroviny	110100003	09.01.2016	12.01.2016	12.01.2016	37193322	16,00	16,00 MABIANI s.r.o.
110100004	Príspevok na výdavky - prírodné suroviny	110100004	01.01.2016	18.01.2016			-44,82	14,00 MABIANI s.r.o.
110100005	Príspevok na výdavky	110100005	09.01.2016	12.01.2016		70217026	96,72	96,72 ČIHOVA s.r.o.
110100006	Príspevok na výdavky	110100006	01.01.2016	12.01.2016		4019484	40,00	40,00 EST s.r.o.
110100007	Príspevok na výdavky - prírodné suroviny	110100007	09.01.2016	12.01.2016		2281919	79,00	79,00 SOROMAR s.r.o.
110100008	Príspevok na výdavky - prírodné suroviny	110100008	07.01.2016	14.01.2016			60,00	0,00 SIA s.r.o.
110100009	Príspevok na výdavky - prírodné suroviny	110100009	29.01.2016	03.02.2016	29.01.2016	1875126	0,12,12	0,00 TOP s.r.o.
200100002	Základná faktúra	110100002	01.02.2016	12.02.2016	11.03.2016	4019484	440,70	0,00 DS.TA s.p. s.r.o.
11010010	Dobrá úprava pláňa	11010010	26.02.2016			4019484	440,20	0,00 DS.TA s.p. s.r.o.
11010011	Faktúra za služby údržby kompostár	11010011	04.03.2016	11.03.2016	11.03.2016	4619484	396,80	0,00 DS.TA s.p. s.r.o.
11010012	Faktúra za služby údržby kompostár	11010012	04.03.2016	11.03.2016	11.03.2016	3224709	396,80	0,00 EXPERT s.r.o.
11010013	Faktúra za služby údržby kompostár	11010013	04.03.2016	11.03.2016	11.03.2016	3601709	396,80	0,00 EXPERT s.r.o.

Obrázok 21 – Money S3, vlastná tvorba

Užívateľské prostredie Money S3 je o poznanie lepšie a prehľadnejšie ako v programe Pohoda. Ovládanie je intuitívne, jednoduché, graficky pekne spracované, nechýbajú detaily. Perfektne funguje aj interaktivita medzi faktúrami, dodacími listami a skladmi, kedy postupnými krokmi sa dostaneme od vystavenej faktúry až po výdajku zo skladu. Celkové ovládanie ponúk pripomína a je určite inšpirované balíkom MS Office 2010, 2013 alebo 2015.

5.1.3 Omega – KROS

Spoločnosť KROS rozdeľuje svoje programy podľa kategórií. Na jednoduché účtovníctvo je program ALPHA, na podvojnú účtovníctvo program Omega, na mzdy a personalistika to je Olymp, pre online faktúry iKros. Okrem toho ponúka aj Podnikový informačný systém ONIX, rozpočty a cenové ponuky SMART Plus, znalecký denník MEMO a ohodnocovanie nehnuteľností HYPO. Keďže my potrebujeme práve podvojnú účtovníctvo, zvolíme si program Omega, ktorá nám umožňuje účtovať podvojnú účtovníctvo, DPH, skladové hospodárstvo, maloobchod a predaj cez registračné pokladnice, evidenciu dlhodobého a krátkodobého majetku, cestovné príkazy a jazdy. Okrem tohto dokáže Omega aj tvoriť daňové priznania a poznámky, ako aj valutové a tuzemské pokladnice. Nový modul nazvaný „maloobchod“ umožňuje rýchly a pohodlný predaj v hotovosti. Obrovskou výhodou je prepojenie so slovenskými pokladnicami od spoločnosti ELCOM s.r.o., čítačkami čiarových kódov a fiškálnymi modulmi od tej istej spoločnosti. Sklady a skladové karty sú samozrejmosťou. Sieťová verzia programu Omega umožňuje viacerým používateľom súčasne pracovať so spoločnými údajmi tej istej firmy (databázy). Výhodou je aj využitie v prepojení Centrála – pobočky. Toto funguje buď prostredníctvom exportu a importu alebo prostredníctvom vzdialeného prístupu cez Terminál Server. Omega pracuje s SQL databázou vo formáte Microsoft Access, ak však databáza má veľkosť nad 90 MB, musíme vykonať prevod z formátu Access na SQL. Kros ponúka aj zaujímavé odporúčané zostavy programu Omega. Okrem iného sa jedná napríklad o balík „Podvojnú účtovníctvo pre platiteľa DPH“ za cenu 399,60 €⁹, prípadne iba maloobchodný predaj (skladové hospodárstvo, fakturácia a možnosť prepojenia s registračnou pokladnicou alebo fiškálnym modulom) za 470,40 €. Pre nás jedinou verziou je „Podvojnú účtovníctvo so skladom pre viac používateľov“, ktorý však aj tak neobsahuje maloobchodný modul za 903,36 €.

⁹ Všetky ceny sú s DPH.

Ak však si chceme poskladať našu Omegu podľa našich predstáv, musíme nakúpiť nasledujúce komponenty: podvojnú účtovníctvo za 198 € (v cene aj 5 stredísk pre sieťové použitie a 1 tuzemská pokladňa), modul DPH za 118,80 €, modul faktúry, objednávky a dodacie listy za 78 €, maloobchod a registračné pokladnice za 142,80 €, 1000 skladových kariet za 130,80 € a 4 používateľov programov za 42 €. Modul dlhodobého majetku máme v cene. Výsledná cena za Omegu je teda 710,4 €. [21]



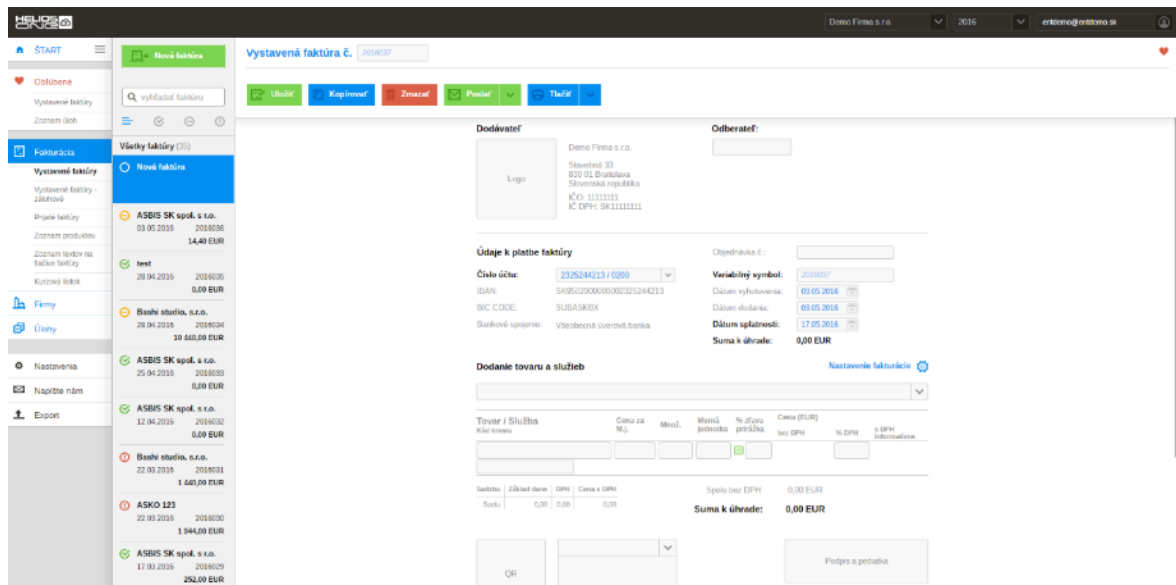
Obrázok 22 – Omega, vlastná tvorba

Po inštalácii a spustení programu nás prekvapí príjemné pozadie pripomínajúce plochu Windowsu. Celá interakcia v programe je veľmi intuitívna, všetko funguje rýchlo, bez problémov a jednoducho. V niekoľkých krokoch sme schopný pridať vystavenú faktúru, vyskladať tovar, vystaviť dodací list a výdajku. Všetko je možné zakončiť tlačou s vopred upravenou tlačovou zostavou v MS Excell. V skladových kartách je možné nastavovať EAN kódy, cenníky pre každý produkt zvlášť a aj minimálne a maximálne ceny. Maloobchodný predaj funguje výborne, kedy sa znovu spraví výdajka, pokladnica vytlačí doklad a na konci dňa je možné spraviť dennú uzávierku.

5.1.4 Online účtovníctvo HELIOS ONE

Jedná sa o ucelený účtovno-informačný systém, ktorý ponúka prehľadné menu a responzívny dizajn. Jedná sa o najdokonalejší účtovný systém spomedzi online software. Zaujímavosťou a jedinečnosťou celého programu je chod priamo v prehliadači, pričom podporované

sú všetky dostupné webové prehliadače. Výbornou vecou je synchronizácia faktúr v počítači, tablete a aj telefóne zároveň. [22]



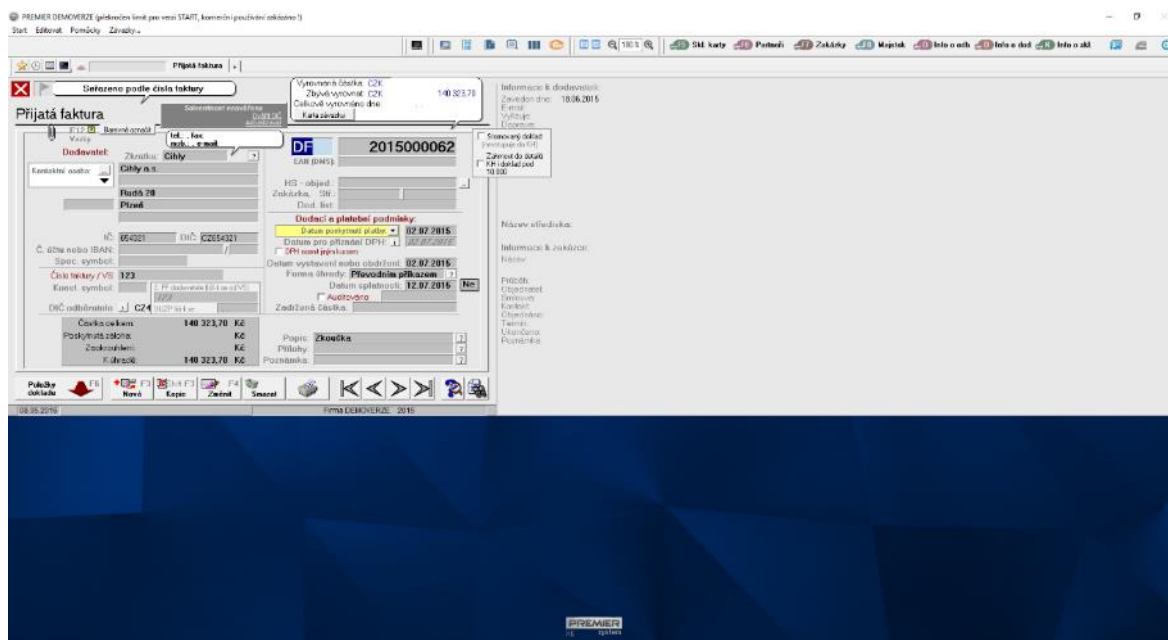
Obrázok 23 – Helios ONE, *vlastná tvorba*

Ovládanie programu je nádherne graficky spracované, rýchle a prehľadné. Výhodou pre podnikateľov je prístupnosť údajov a účtovníctva aj pre účtovníka firmy. Osobne som pri používaní tohto programu bol zmätený a určite preferujem klasické programy. Cena začína na 11,49 €/užívateľ za mesiac.

5.1.5 Premier X6

Premier systém je komplexný informačný a ekonomický software (ERP systém) pre riadenie menších, stredných a stredne veľkých podnikov. Modularita systému Premier ponúka klientom vybrať si svoju variantu, ktorá najlepšie odpovedá požiadavkám na systém. Jedná sa napríklad o daňovú evidenciu, pokladne, cudzie meny, strediská, zákazky, sklady, čítačky a terminály, CRM, mzdy, leasing, evidencie majetkov a ďalšie. Základná verzia programu Premier začína na 169 € za daňovú kanceláriu. Pre nás sú ale dôležité verzie pre podvojnú účtovníctvo. Do tejto podmienky spadajú iba dve verzie, a to verzia Total Pack, ktorá stojí 1418 € a obsahuje vlastne celý systém Premier. Zahŕňa podvojnú účtovníctvo, mzdy do 25 zamestnancov, knihy jász, výkazy, evidenciu majetku, fakturáciu, platby do zahraničia, ale aj zbytočné veci ako napríklad valutové pokladne. Ak chceme sieťovú verziu, musíme priplatiť 60 % nákupnej ceny danej verzie, čiže v tomto prípade ďalších 850 €. Lepším variantom je potom verzia Podvojnú účtovníctvo Professional, ktoré začína na 899 € + 540 €

sieťová verzia. Obsahuje podvojnú účtovníctvo, mzdy do 25 zamestnancov, pokladne, skladové hospodárstvo atď.



Obrázok 24 – Premier X6, *vlastná tvorba*

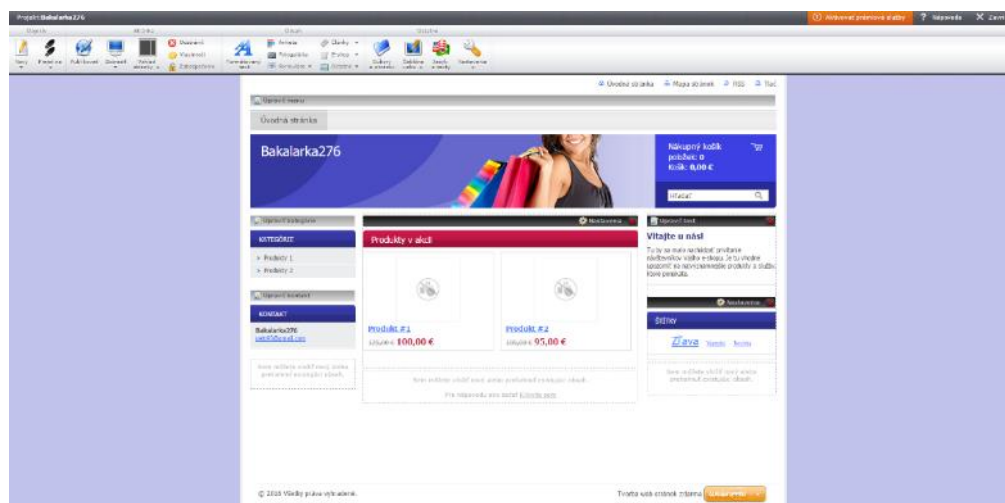
Obrovským negatívom voči iným programom je skutočne nevzhľadná grafická nadstavba, ktorá zo začiatku na mňa pôsobí chaoticky a pripomína staré verzie operačného systému Windows 98. Po chvíli používania je pre mňa problém si na nadstavbu zvyknúť, avšak samotná práca s programom je jednoduchá a rýchla.

5.2 Software na správu internetového obchodu

Keďže súčasťou podniku má byť aj jednoduchý internetový obchod pre najpredávanejšie produkty, pokúsím sa vybrať ten najvhodnejší a najjednoduchší software pre nás. Výhodou jednoduchých internetových obchodov je hlavne ich jednoduchá administrácia priamo vo webovom prehliadači a ovládanie zvládne aj úplný začiatočník. Z hľadiska dizajnu sa jedná v základných verziách o základ, avšak skúsený grafik alebo dizajnér dokáže internetový obchod pomocou CSS štýlov upraviť do svojho obrazu.

5.2.1 Webnode

Webnode je medzinárodná stránka dostupná po celom svete so sídlom vo Švajčiarsku. Na trhu existuje od roku 2008 pričom odvtedy si cez túto službu vytvorilo vlastný web viac ako 22 miliónov užívateľov. Výhodou je prevádzka na vlastnej zaplatenej doméne (nie je nutný hosting). Verzia zadarmo nepodporuje takmer žiadne grafické úpravy, v päte stránky je reklama, mesačný prenos dát je limitovaný na 1 GB a maximálny počet produktov je 10. Priesktor na disku je v tomto prípade iba 10 MB. Verzia Mini je spoplatnená cenou 6,95 €/mesiac. Za túto cenu dostanete 300 MB voľného priestoru, 3 GB prenos dát mesačne, 1 e-mail, 100 produktov, podporu a zálohovanie údajov a dát. Verzia Štandard stojí 16,95 € mesačne a obsahuje 1000 MB voľného priestoru, 20 GB prenosu dát mesačne, 20 e-mailov, 1000 produktov. V cene je aj mobilná verzia stránok, úprava pätičky, import a export produktov, štatistiky, rôzne varianty produktov a export na porovnávače cien (heuréka). Verzia Profi je najdrahšia a stojí 34,95 €/mesiac, pričom prenos dát je neobmedzený, voľný priestor je limitovaný 4 000 MB, a navyše od verzie Štandard ponúka offline verziu a prístup pod heslom.[23]



Obrázok 25 – Webnode, vlastná tvorba

Administrácia je komplikovaná, keďže skorej pripomína amatérsky CMS systém¹⁰. Aby som sa naučil s administráciou pracovať, zabralo mi to veľa času a výsledný, dizajnový, efekt stránky je na nízkej úrovni. Žiadny „wau efekt“ sa jednoducho nekoná.

5.2.2 Eshop-rychlo.sk

Jedná sa o pravdepodobne najdokonalejší online CMS systém pre správu a tvorbu internetového obchodu. Obsahuje všetko potrebné pre tvorbu internetového obchodu. Obrovská výhoda spočíva aj v funkciách a nových vylepšeniach, ktoré sú dopĺňané bezplatne do systému. Samozrejmosťou a dnes nadštandardom je natívna podpora kreditných kariet VISA a MasterCard, platobnej služby PayPal, vyhľadávacieho portálu Heuréka, najnákup.sk, pri-cemania.sk a tovar.sk, tak isto aj spolupráca s programami Pohoda a Money S3, Ekonom a PRO-Fit. Bezplatná verzia je dostupná na 15 dní, avšak aj na tých 15 dní spĺňa už funkcie plnej verzie. Po 15 dňoch sa musí stránka uhradiť, inak dojde k jej nenávratnému zmazaniu. Cena za internetový obchod je 11,6 € bez DPH/mesiac, prípadne 32 € bez DPH/štvrt'rok, 58 € bez DPH/polrok a 116 € bez DPH/ročne. V cene je zahrnutých 5 GB voľného priestoru, vlastná doména, neobmedzený prenos dát, 5 a viac e-mailových adries, štatistiky, seo funkcie, export a importy produktov, napojenie na účtovníctvo a vyhľadávače cien. Verzia Premium sa priobjednáva k verzii štandard, navyše stojí 47,52 € bez DPH/ročne a k verzii Štandard pridáva vlastné FTP, rozosielanie newsletterov¹¹, neobmedzený priestor a e-mailly. [24]

¹⁰ Systém pre správu webovej stránky.

¹¹ Akcie a novinky rozosielené e-mailom.

Úpravy	Dátum	Číslo	Objednávateľ	Cena s DPH	Faktúra
	18.2.2015 11:12:13	111238	Mária Metlová	14,40 €	
	29.10.2014 21:39:46	213935	Miroslav Duračka	102,36 €	
	12.7.2014 12:46:11	124611	Viera Sládková	12,74 €	
	18.5.2014 17:28:33	172833	Paulína Závadská	14,06 €	
	2.5.2014 14:32:52	143252	Martin Kuzár	43,00 €	
	2.3.2014 22:48:31	224831	Dalibor Nemec	20,50 €	
	7.11.2013 08:31:45	193339	Bohumil Vozňák	10,20 €	
	5.11.2013 08:28:15	047829	Jozef Mvnský	32,80 €	
	5.10.2013 19:18:07	191808	František Pelica	11,20 €	
	2.10.2013 16:19:22	161922	Ervin Bellan	32,60 €	

Obrázok 26 – Eshop-rychlo.sk, vlastná tvorba

Ak porovnáam užívateľské prostredie tohto systému a systému Webnode, tak pravdepodobne porovnávam neporovnateľné. Jedná sa o kvalitný systém, ktorý je primárne založený na tvorbu a spravovanie internetového obchodu. Môžeme nastavovať rôzne kategórie produktov, ich hmotnosti, varianty, ceny, zľavy a akcie. Systém automaticky generuje objednávky, dokáže rozosielať e-maily a tiež dokáže aj tvoriť faktúry a spolupracovať s účtovnými systémami. Samostatná kategória sú potom nastavenia dopravy a platieb (Geis, Slovenská pošta, na dobierku, prevodom, kreditnou kartou). Každá stránka môže byť individuálna, aj vzhľadovo, môže obsahovať anketu alebo rotátor obrázkov. Okrem samotných produktov môže byť súčasťou stránky aj samostatné webové stránky, ktorých administrácia pripomína MS Word. Celú administráciu je možné riešiť aj „live“, teda priamo za chodu webovej stránky bez nutnosti vstupovať do administrácie. Pre registrovaných užívateľov je možné nastavovať zľavy a zvlášť ceny. Súčasťou systému je aj SEO marketing.

5.3 Výber najvhodnejšieho software

Funkcia	Software				
	POHODA	Money S3	Omega	Helios ONE	Premier X6
Interakcia a grafické prostredie	nevhodná	Vhodná s výhradami	Vhodná	nevhodná	nevhodná
Podpora SQL	V cene verzie SQL do 4 počítačov	300 €	V cene základnej verzie.	Nepodporuje, pracuje online	540 €
Fakturácia	X	X	X	X	X
Pokladňa	X	245 €	142,80 €	X	X
Mzdy	X	X	X	X	X
Sklady	X	X	130,80 €	X	X
Objednávky	X	X	78 €	X	X
Cena vhodnej verzie pre nás spolu s DPH	670 €	1025 €	710,4 €	11,49 €/mesiac	1 439 €

Tabuľka 10 – Porovnanie účtovných software, *vlastná tvorba*

Ak vyberám najvhodnejší účtovný software pre môj podnik, určite by som volil práve Omegu od spoločnosti Kros. Ako jediný splnil aj všetky podmienky, ktoré som si určil. Program je jednoduchý, prehľadný a zároveň aj dokonale funkčný. Má výbornú funkcionality pri sieťovom prepojení počítača v predajni so serverom v kancelárii, pričom nepotrebuje žiadne dodatočné nastavenia, iba zadať do klientského počítača ako zdroj dát práve zdieľaný

disk na serverovom počítači. Okrem iného je za najlepšiu cenu a spolupracuje aj so slovenskými registračnými pokladnicami značiek ELCOM, ktoré sa dajú kúpiť za rozumná ceny. Ročná podpora v cene sľubuje aj bezplatnú aktualizáciu programu na najnovšiu verziu. Zároveň spomedzi porovnávaných software je najlacnejší, až na program POHODA. Za zmienku ešte stojí aj software Money S3, ktorý síce ponúkol príjemné prostredie podobné tomu z kancelárskeho balíka MS Office 2010 – 2015, avšak nákupná cena je ďaleko vyššia práve s porovnaním oproti Omega. Cena je daná práve nutnosťou dokúpiť SQL a pokladničný modul.

5.4 Výber systému pre tvorbu internetového obchodu

	Výhody	Nevýhody	Cena
Webnode	<ul style="list-style-type: none"> • tvorba aj samostatných webových stránok, • prevádzka na vlastnej doméne, • verzia zadarmo, • jednoduchosť používania. 	<ul style="list-style-type: none"> • nedokonalá administrácia, • nepríjemný vzhľad základných šablón, • pripomína skorej webové stránky, než internetový obchod • kvalita nezodpovedá cene. 	16,49 €/mesiac - 34,95 €/mesiac
Eshop-rychlo.sk	<ul style="list-style-type: none"> • príjemná grafika, • obrovské množstvo šablón, • za príplatok vlastný design, • dokonalá administrácia obsahu, • prepojenie s porovnávačmi cien, • spolupráca s účtovnými SW, • cena za základnú verziu. 	<ul style="list-style-type: none"> • cena za verziu PREMIUM, • chýba podpora pre Omegu od KROS-u. 	11,6 €/mesiac - 47,52 €/mesiac

Tabuľka 11 – Porovnanie vybraných systémov pre internetový obchod, *vlastná tvorba*

Výber vhodného internetového obchodu je teda jasný. Zvolil by som si portál eshop-rychlo.sk. Postup tvorby obchodu je jednoduchý, stačí sa zaregistrovať, zvoliť šablónu a začať pracovať na dopĺňaní obsahu. Po vytvorení kategórií (napr. motorové oleje, autokozmetika...) pristupujeme k samotnému procesu pridávania produktov do administrácie. Volíme

tu výrobcu, objem, váhu, cenu bez DPH a s DPH, cenu dopravy, fotografiu, náhľad. Každý jeden parameter každého produktu je možné voliť manuálne. Môžeme si teda nastaviť že chceme nastaviť váhu, ale u iných produktov napríklad objem. Na záver je vhodné aj zvoliť možnosti platby a dopravy a tak isto aj ceny dopravy. Výšku dopravy je možné voliť na základe ceny, kde volíme jednotlivé rozmedzie cien a na základe toho aj ceny. Ďalšia možnosť je na základe hmotnosti objednávky.

Po prijatí objednávky od zákazníka je doručený e-mail ako notifikácia na náš e-mail a kópia na e-mail zákazníka, pričom v administrácii môžeme objednávku upravovať, zobrazit' ako prijatú, vybavenú, odoslanú atď. Každá zmena stavu objednávky môže, ale nemusí, byť odoslaná zákazníkovi e-mailom, prípade SMS správou.

5.5 Návrhy na zefektívnenie práce

Grafické prostredie

Ak by som mal navrhnúť nejaké zefektívnenie práce, určite by to bolo v interaktivite. Tu ale platí porekadlo „100 ľudí, 100 chutí“. Každému jednému sedí úplne odlišný štýl programov, či už sa jedná o prácu v účtovníckom programe alebo o systéme na tvorbu a administráciu internetového obchodu. V tomto ohľade mi prekážajú zastarané vzhľady jednotlivých programov, keďže v dnešnej dobe sú výkonné počítače a grafické prostredie všetkých aplikácií je na špičkovej úrovni. Tak isto aj obyčajné aplikácie pre mobilný operačný systém Android majú peknú grafickú nadstavbu, sú prehľadné a príjemné, doplnené efektami a prechodmi. V takomto duchu si predstavujem Niektoré programy ako napríklad Pohoda a Premier X6 sú však graficky veľmi, ale veľmi zastarané. Preto pre spríjemnenie práce by som určite zlepšil a skrášil grafické prostredie niektorých programov.

Možnosť prispôsobenia pre užívateľa

Pod pojmom možnosť prispôsobenia pre užívateľa si predstavujem zlepšenie prístupnosti najpoužívanejších súčastí týchto programov. Dobré na to ide a približuje sa mojím predstavám všetok software od spoločnosti Kros, bez rozdielu či ide o Alfu, Omegu alebo Olymp. Po spustení programu by sa mala zobrazit' plocha, prípadne nejaká voľba v menu alebo v ponuke, ktorá zhromaždí mnou navolené, prípadne najpoužívanejšie súčasti programu. Napríklad na základnej obrazovke bude mať ľahko prístupné pohyby na sklade, mzdy, maloobchodný predaj cez pokladnicu, dodacie listy, prijaté a odoslané faktúry, cenové ponuky. Nič

iné behom dňa za normálnych okolností nevyžívam. Existujú síce jednoduché klávesové skratky, avšak naučiť sa všetky kombinácie nie je jednoduché.

Predvyplnenie formulárov

V jednotlivých formulároch a dokumentoch, prípadne ponukách, ako sú napríklad objednávky alebo faktúry by som uvítal určite automatické dopĺňanie. Teda napríklad ak zadám do faktúry iba ŠPZ, automaticky mi ponúkne aj výber obce alebo mesta. Malo by to fungovať obdobne ako na stránkach pošty, prípadne na stránkach Google Maps ako automatické dopĺňanie. Urýchlilo by to dosť času a celý proces formalít by to výrazne urýchlilo a zjednodušilo.

Možnosť zdieľania na cloud aj na pomalom internetovom pripojení

V súčasnosti sme v našej oblasti limitovaný iba pomalým a zastaraným DSL pripojením, ktoré nám vďaka rýchlosti uploadu 512 Kbps nedovoľuje pracovať s moderným cloudovým pripojením. Ak by sme teda chceli využívať nejaké cloudové úložisko, ktoré bude prístupný z ktorejkoľvek časti sveta, museli by sme mať oveľa rýchlejší internet.

Prepojenie účtovného software a smartfónu

Jednou z funkcií modernej doby by mohla byť aj synchronizácia a spolupráca aplikácie na systéme iOS alebo Android a samostatného programu na operačnom systéme Windows. Funkčnosť by som si predstavoval aj možno iba na sklade, keďže by bolo možné chodiť s tabletom po sklade alebo predajni a robiť fyzickú inventúru v reálnom čase.

ZÁVER

V teoretickej práci rozviedla, čo by mal podnikateľský plán obsahovať. Podnikateľský plán slúži začínajúcim podnikateľom, aby zaujal potencionálnych investorov alebo spoločníkom, prípadne ako podklad k žiadosti o úver. Mal by byť hlavne prehľadný a konkrétny. Pre ucelenie podnikateľského plánu sa využívajú rôzne nástroje projektového riadenia, ako je SWOT analýza, metóda SMART, marketingový mix 4P, logický rámec, WBS štruktúra, Ganttov diagram a magický trojuholník – trojimperatív. V teoretickej časti práce popísala aj problematikou projektového riadenia. Táto kapitola obsahuje ako projekt popísať a tým určiť, či je realizovateľný alebo ako ho správne naplánovať.

V praktickej časti sa práca venovala kompletnej tvorbe podnikateľského plánu. Zhrnula celý projekt, určila produkty a služby ktorým sa bude podnik alebo teda firma venovať. Ďalšiu kapitolu práca venuje analýze trhu a konkurencie a snaží sa načrtnúť konkurenčnú výhodu voči ostatným firmám a predajníam. Popísal som tiež detailne aj priestory, v ktorých budeme predávať tovar a určil druhy propagácie a marketingu. Finančný plán a politika sú veľmi dôležitou súčasťou podnikateľského plánu, preto sú v práci vytvorené aj tabuľky a výpočty predbežných výnosov, nákladov a celkových ziskov za obdobie 12 kalendárnych mesiacov. Všetky popísané nástroje projektového riadenia boli využité aj v praktickej časti tejto práce.

Na záver práce je porovnanie najpoužívanejších účtovných programov u nás, konkrétne Omega, Pohoda a Money S3, Premier X6 a tiež aj cloudovú novinku Helios One. Popisuje ich výhody a nevýhody a v čom mi práve vyhovuje daný software a naopak, v čom mi nevyhovuje. Tiež sú uvedené aj ich ceny a poplatky za moduly v konfigurácii vhodnej pre našu firmu. Na porovnanie systémov internetových obchodov práca popisuje dva najviac používané portály, kde jeden z nich určite budeme využívať aj v budúcnosti. Zaujal ma funkcionalitou, jednoduchosťou a prepracovaním.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] Riadenie projektov. *Managementmedia.com* [online]. Slovensko: Managementmedia.com, 2014 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/riadenie-projektov>
- [2] Henry Gantt. *ToolsHero* [online]. USA: ToolsHero, 2013 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://www.toolshero.com/toolsheroes/henry-gantt/>
- [3] *Podnikateľský plán* [online]. Slovensko: SZČO.sk, 2014 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Podnikatelsky-plan>
- [4] *Podnikateľský plán* [online]. Slovensko: SZČO.sk, 2014 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Podnikatelsky-plan>
- [5] *Podnikateľský plán* [online]. Slovensko: SZČO.sk, 2014 [cit. 2016-04-13]. Dostupné z: <http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Podnikatelsky-plan>
- [6] SWOT Analýza. *Management Mania* [online]. Slovensko: Management Mania, 2013 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/swot-analyza>
- [7] HISRIC, Robert a Michael PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. 1 vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [8] Sú vaše ciele smart? *TimeManagement.sk* [online]. Slovensko, 2013 [cit. 2016-04-26]. Dostupné z: <http://www.timemanagement.sk/su-vase-ciele-smarter-ako-smart/>
- [9] *Metodika logického rámce*. Praha: Evropský sociální fond ČR, 2008.
- [10] Životný cyklus projektu. *Životný cyklus projektu: Trojimperatív*. Bratislava: doc. Ing. Petr Všetěčka, CSc., 2007.
- [11] SODOMKA, Petr a Hana KLČOVÁ. *Informační systémy v podnikové praxi*. 1. ČR: Computer Press, Albatros Media a.s, 2016. ISBN 8025145433.
- [12] Definujte cíl. *SovaNET* [online]. ČR: Rejnuš, 2013 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <https://www.sovanet.cz/definuj-cil-pochop-zpusob-dosazeni/>
- [13] Rámcový plán. *Výukový informační systém* [online]. ČR [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://vis-projekt.web.cz/si2/vedouci.htm>
- [14] Ganttův graf. *Excel.net* [online]. ČR: ČR, 2014 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://excelplus.net/ganttuv-graf-diagram/>
- [15] Metodika logického rámce. *Evropský sociální fond v ČR* [online]. ČR: ČR, 2014 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: http://www.esfcr.cz/file/8233_1_1/

- [16] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 1. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 1999. ISBN 80-7169-812-1.
- [17] WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- [18] SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 8024741032.
- [19] Účtovný program POHODA. *POHODA* [online]. Slovensko: internet, 2016 [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.pohoda.sk/>
- [20] *Money S3* [online]. 2016 [cit. 2016-05-03].
Dostupné z: <http://www.money.sk/money-s3/cennik/>
- [21] *Omega - podvojně účtovníctvo* [online]. 2016 [cit. 2016-05-03].
Dostupné z: <http://www.kros.sk/cennikomega>
- [22] *Helios ONE* [online]. Slovensko, 2016 [cit. 2016-05-03].
Dostupné z: <http://www.heliosone.sk/p/sk-pre-podnikatelov>
- [23] *Webnode* [online]. Slovensko, 2016 [cit. 2016-05-03].
Dostupné z: <http://www.webnode.sk/o-nas/>
- [24] *Eshop-Rychlo.sk* [online]. Slovensko, 2016 [cit. 2016-05-03].
Dostupné z: <http://www.eshop-rychlo.sk/cenik.html>
- [25] *Inovácie v spoločnosti Amazon* [online]. Internet, 2011 [cit. 2016-05-08].
Dostupné z: <http://podnikanieainovacie.euin.org/amazon>
- [26] *Henry Ford: Muž, ktorý zlacnil autá* [online]. Internet, 2013 [cit. 2016-05-08].
Dostupné z: <http://auto.pravda.sk/magazin/clanok/288361-henry-ford-muz-ktory-zlacnil-auta/>
- [27] *Tomáš Baťa* [online]. 2011 [cit. 2016-05-08].
Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/inspiracia/c/369/category/domace-pri-behy/article/tomas-bata.xhtml>
- [28] *Michal Pleva - A3RIP* [online]. [cit. 2016-05-08].
Dostupné z: http://michalpleva.cz/vyuka/a3rip/zs2014/a3rip_9.sem_2014.pdf
- [29] *Premiere X6* [online]. 2016 [cit. 2016-05-08].
Dostupné z: <http://www.premier-system.sk/domain/premier-system/files/produkty/cennik/cennik-ps.pdf>

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 – Ganttov diagram (vzor) [14].....	14
Obrázok 2 – SMART metóda [12].....	15
Obrázok 3 – WBS štruktúra [13].....	16
Obrázok 4 – SWOT analýza, <i>vlastná tvorba</i>	17
Obrázok 5 – Postupnosť vyplňovania jednotlivých častí [15]	19
Obrázok 6 – Trojimperatív projektu, <i>vlastná tvorba</i>	20
Obrázok 7 – Logo spoločnosti, <i>vlastná tvorba</i>	27
Obrázok 8 – Mapa predajní a konkurencie, <i>vlastná tvorba</i>	30
Obrázok 9 – Rozloženie a dispozícia predajne, <i>vlastná tvorba</i>	34
Obrázok 10 – Letáčik, <i>vlastná tvorba</i>	35
Obrázok 11 – Banner u odbočky k predajni, <i>vlastná tvorba</i>	35
Obrázok 12 – Ganttov diagram, <i>vlastná tvorba</i>	38
Obrázok 13 - Náklady na nákup tovaru a výnosy pri ideálnych predajoch, <i>vlastná tvorba</i>	48
Obrázok 14 – Celkový konečný zisk, <i>vlastná tvorba</i>	49
Obrázok 15 – Náklady na nákup tovaru a výnosy z predaji pri zlých predajoch, <i>vlastná tvorba</i>	51
Obrázok 16 – Zisk z predaja pri dobrých podmienkach, <i>vlastná tvorba</i>	52
Obrázok 17 – Trojimperatív, zvýšené náklady, <i>vlastná tvorba</i>	53
Obrázok 18 – Trojimperatív, zachované náklady, kvalita, zlý čas, <i>vlastná tvorba</i>	54
Obrázok 19 – Trojimperatív, strata kvality za účelom zachovania času a nákladov, <i>vlastná tvorba</i>	54
Obrázok 20 – POHODA, <i>vlastná tvorba</i>	58
Obrázok 21 – Money S3, <i>vlastná tvorba</i>	59
Obrázok 22 – Omega, <i>vlastná tvorba</i>	61
Obrázok 23 – Helios ONE, <i>vlastná tvorba</i>	62
Obrázok 24 – Premier X6, <i>vlastná tvorba</i>	63
Obrázok 25 – Webnode, <i>vlastná tvorba</i>	64
Obrázok 26 – Eshop-rychlo.sk, <i>vlastná tvorba</i>	66

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 – Analýza rizík, <i>vlastná tvorba</i>	32
Tabuľka 2 – SMART metód, <i>vlastná tvorba</i>	37
Tabuľka 3 – WBS, <i>vlastná tvorba</i>	39
Tabuľka 4 – Mzdy zamestnancov, <i>vlastná tvorba</i>	41
Tabuľka 5 – Zodpovednosti a činnosti zamestnancov, <i>vlastná tvorba</i>	42
Tabuľka 6 – Logický rámec, <i>vlastná tvorba</i>	43
Tabuľka 7 – Cenová politika predajne, <i>vlastná tvorba</i>	44
Tabuľka 8 – Finančná rozvaha ku dňu 1.6. 2016, <i>vlastná tvorba</i>	45
Tabuľka 9 – Vstupné a celkové náklady, <i>vlastná tvorba</i>	47
Tabuľka 10 – Porovnanie účtovných software, <i>vlastná tvorba</i>	67
Tabuľka 11 – Porovnanie vybraných systémov pre internetový obchod, <i>vlastná tvorba</i>	68