**Stredná priemyselná škola elektrotechnická**

**Hálova 16, Bratislava**

**Podnikanie v IT priemysle**

Teoretická časť

**Tomáš Michálek**

**2021**

**OBSAH**

**Úvod...............................................................................................................................................3**

# 1. Podnik a podnikanie...................................................................................................................4

1.1 Podnik.......................................................................................................................................4

1.2 Okolie podniku..........................................................................................................................4

1.3 Funkcie podniku.......................................................................................................................5

1.4 Právne formy podnikania na Slovensku....................................................................................5

1.4.1 Fyzické osoby..................................................................................................................5

1.4.2 Právnické osoby.............................................................................................................6

# 2. Založenie a vznik podniku...........................................................................................................6

## 2.1 Založenie spol. s r.o. .................................................................................................................6

## 2.2 Vznik spol. s r.o. .......................................................................................................................6

## 2.3 Zánik spol. s r.o. ........................................................................................................................7

# 3. Podnikateľské prostredie...........................................................................................................8

## 3.1 Mikroprostredie.......................................................................................................................8

## 3.2 Makroprostredie......................................................................................................................8

# 4. Zdroje financovania podniku......................................................................................................9

## 4.1 Interné zdroje financovania....................................................................................................10

## 4.2 Externé zdroje financovania...................................................................................................10

# 5. Štruktúra podnikateľského plánu.............................................................................................10

## 5.1 Podnikateľský plán..................................................................................................................11

## 5.2 Tri základné otázky podnikateľského plánu............................................................................11

## 5.3 Štruktúra podnikateľského plánu...........................................................................................11

## 6. Obsah podnikateľského plánu..................................................................................................12

### 6.1 Zhrnutie..................................................................................................................................12

### 6.2 Opis služby..............................................................................................................................12

### 6.3 Marketing...............................................................................................................................12

### 6.4 Výroba....................................................................................................................................12

### 6.5 Organizačný plán....................................................................................................................13

### 6.6 Dopad na životné prostredie..................................................................................................13

### 6.7 Finančné projekcie.................................................................................................................13

### 6.8 Zoznam dokladov a príloh......................................................................................................14

**Záver.............................................................................................................................................15**

**Úvod**

Predmetom mojej záverečnej práce bolo vypracovanie podnikateľského plánu pre moju novozaloženú firmu pôsobiacu v oblasti informačných technológií. Zostavil som podrobný podnikateľský plán spoločnosti s ručením obmedzeným, ktorej predmetom podnikania bude návrh, realizácia a správa webstránky. Údaje boli vypracované v zmysle platných zákonov, vyhlášok a smerníc Slovenskej republiky.

Uvedenú tému som si vybral preto, že v súčasnej situácii je základom úspešného podnikania dobrá prezentácia firmy na trhu, ktorá chce byť úspešná a dostupná veľkému množstvu ľudí, ktorí uvedené služby môžu získať jednoducho z „pohodlia domova“. Zaujal ma existujúci stav poskytovaných služieb a podnietil ma rozmýšľať nad uvedeným podnikateľským zámerom: „ponúknuť a vytvoriť moderné webové stránky pre našich klientov“. Vzhľadom na konkurenčné prostredie budem musieť preraziť predovšetkým spoľahlivosťou, cenou poskytovaných služieb a reklamou. Pokúsim sa získať čo najviac zákazníkov našou flexibilitou, cieľavedomosťou, inovatívnosťou a ochotou prispôsobiť poskytované služby požiadavkám zákazníkov. Aby sme spoznali a eliminovali riziko v podnikaní, je potrebné získať potrebné informácie, na základe ktorých je možné pripraviť dobrý podnikateľský plán.

Výsledkom a účelom mojej práce je vypracovanie už spomínaného podnikateľského plánu využiteľného v praxi, s cieľom dosiahnuť vysokú ziskovosť a stálych zákazníkov do 10 rokov od založenia firmy a uplatnenie našej spoločnosti na zahraničnom trhu. Preto som sa podrobne venoval jednotlivým častiam plánu. V praktickej časti som dôkladnou analýzou trhu zákazníkov a konkurencie zostavil SWOT analýzu a spolu s analýzou mikroprostredia som načrtol silné a slabé stránky firmy, ako aj hrozby, ktorým môže firma čeliť. Zhodnotil som súčasnú a budúcu situáciu firmy na trhu v porovnaní s okolím, vyhodnotil som dlhodobé aj krátkodobé ciele firmy, navrhol som opatrenia a aktivity, ktoré povedú k splneniu cieľov a dosiahnutiu dlhodobého zisku.

**1. Podnik a podnikanie**

**1.1 Podnik**

Podnik je základnou jednotkou v národnom hospodárstve. Využíva výrobné faktory na výrobu statkov a poskytovanie služieb, ktoré sú určené na predaj a slúžia na uspokojovanie potrieb zákazníkov.

**Zložky podniku**

* + osobné - zamestnávatelia a zamestnanci podniku
  + hmotné - budovy, stroje, prístroje, materiál...
  + nehmotné - softvér, licencie, ochranná známka, dobré meno...
  + finančné - pokladnica, bankové účty, platobné karty, akcie, cenné papiere...

**Znaky podniku**

* + ekonomická samostatnosť - prejavuje sa slobodou v podnikaní a úplnou zodpovednosťou za výsledky podnikania, štát nezasahuje do činnosti podnikov, iba vytvára podmienky na ich fungovanie
  + právna subjektivita - podnik má právo samostatne a vo vlastnom mene vstupovať do zmluvných vzťahov s inými subjektmi, preberá na seba záväzky a nesie zodpovednosť za ich plnenie.

**1.2 Okolie podniku**

**Verejnosť**

**Dodávatelia**

**Odberatelia**

**Okolie podniku**

**Konkurencia**

**Štát a miestna**

**samospráva**

**Finančné**

**inštitúcie**

**1.3 Funkcie podniku**

* ekonomická *-* výroba statkov a poskytovanie služieb
* zásobovacia funkcia - obstaranie materiálu
* výrobná funkcia - premena materiálu na výrobky
* odbytová funkcia - predaj výrobkov a služieb
* personálna funkcia - rieši zamestnancov podniku
* finančná funkcia - obstaranie finančných prostriedkov

# 1.4 Právne formy podnikania na Slovensku

Právna forma podnikania je spôsob, ktorým legislatíva upravuje formálne postavenie podnikateľa. Výber právnej formy je dôležitý najmä pri pohľade do budúcnosti. Zárodky budúcich starostí môžu vzniknúť práve pri prijímaní tohto rozhodnutia. Môžu sa vyskytnúť situácie, ktorých riešenie ovplyvňuje práve právna forma podnikania - nezhody medzi spoločníkmi, neschopnosť splácať svoje záväzky, ručenie za záväzky spoločnosti a pod.

Právne formy podnikania možno rozdeliť na dve skupiny. Podnikateľ môže pôsobiť ako fyzická alebo právnická osoba. Toto je rozhodujúce kritérium pre výber právnej formy. Právna forma môže mať podobu podniku jednotlivca (fyzická osoba) alebo obchodnej spoločnosti (v.o.s., k.s., spol. s r.o., a.s.). Okrem týchto druhov existujú aj špecifické právne formy akými sú štátny podnik alebo družstvo.

# 1.4.1 Fyzické osoby

# Fyzické osoby môžu podnikať ako:

* fyzické osoby, ktoré podnikajú na základe živnostenského zákona,
* fyzické osoby, ktoré podnikajú na základe osobitného prepisu (právnici, lekári, tlmočníci),
* združenie fyzických osôb.

Fyzická osoba, ktorá podniká na základe živnostenského zákona je zapísaná v živnostenskom registri. Fyzická osoba sa môže dobrovoľne rozhodnúť pre zapísanie do obchodného registra. Fyzická osoba zapísaná do obchodného registra je podnikateľom, ktorý je právne samostatný, vlastnícky oddelený právny subjekt, pričom realizuje podnikateľskú činnosť pod vlastným menom a na vlastný účet.

**Výhody podniku jednotlivca oproti obchodným spoločnostiam:**

* finančne nenáročné, rýchle a administratívne jednoduché založenie
* pružné rozhodovanie
* zodpovednosť za výsledky podnikania iba sám sebe
* flexibilita

**Nevýhody podniku jednotlivca oproti obchodným spoločnostiam:**

* časté finančné problémy (začiatky podnikania)
* obmedzené kapacitné možnosti
* pri verejných zákazkách uprednostňujú obchodné spoločnosti

**1.4.2 Právnické osoby**

Medzi podnikateľské jednotky ako samostatné právnické subjekty zahŕňame:

* fyzické osoby zapísané do obchodného registra
* kapitálové spoločnosti
* spoločnosti s ručením obmedzeným

**2. Založenie a vznik podniku**

**2.1 Založenie spol. s r.o.**

Spoločnosť sa zakladá podpísaním spoločenskej zmluvy (ak je viacero zakladateľov), alebo podpísaním zakladateľskej listiny (ak je len jeden zakladateľ).

Spoločenská zmluva /resp. zakladateľská listina/ musí obsahovať tieto náležitosti:

1. obchodný názov a sídlo spoločnosti
2. určenie spoločníkov – názov a sídlo právnickej osoby, alebo mená a bydliská fyzických osôb
3. predmet podnikania
4. výšku základného imania a výšku vkladu každého spoločníka /vrátane lehoty a spôsobu splácania vkladu
5. mená a bydliská konateľov spoločnosti a spôsob, akým títo konajú menom spoločnosti
6. mená a bydliská členov dozornej rady, ak sa v spoločnosti zriaďuje

**2.2 Vznik spol. s r.o.**

Spoločnosť s ručením obmedzeným je právnickou osobou, a preto vzniká až zápisom do obchodného registra. Pred zápisom do obchodného registra sú zakladatelia povinní splatiť najmenej 30% svojich peňažných vkladov, pričom celková hodnota splatených peňažných vkladov spolu s hodnotou odovzdaných nepeňažných vkladov musí však byť aspoň 50% zo zákonom určenej minimálnej výšky základného imania.

Ak spoločnosť s ručením obmedzeným zakladá len jeden zakladateľ, je povinný pred zápisom do obchodného registra splatiť celý vklad. Návrh na zápis do obchodného registra podpisujú všetci konatelia a je potrebné k nemu priložiť spoločenskú zmluvu (alebo zakladateľskú listinu), doklad o splnení vkladovej povinnosti spoločníkov a stanovy spoločnosti.

**Kapitál spol. s r.o.**

Základné imanie spoločnosti tvorí súhrn kapitálových vkladov jednotlivých spoločníkov. Minimálna hodnota základného imania spoločnosti je aspoň 5 000 eur a minimálny vklad každého zo spoločníkov musí byť aspoň 750 eur.

Každý zo spoločníkov sa môže podieľať na spoločnosti iba jedným kapitálovým vkladom. Výška vkladu jednotlivých spoločníkov môže byť teda rozdielna, pričom môže ísť o peňažný aj nepeňažný vklad. Hodnota základného imania aj vklady jednotlivých spoločníkov sa zapisujú do obchodného registra.

**Práva a povinnosti spoločníkov spol. s r.o.**

Spoločník je povinný splatiť vklad za podmienok a v lehote ustanovenej obchodným zákonníkom, najneskôr však do piatich rokov od vzniku spoločnosti alebo od jeho vstupu do spoločnosti. Spoločníci vykonávajú svoje práva týkajúce sa riadenia spoločnosti a kontroly jej činnosti na valnom zhromaždení. Spoločníci majú najmä právo požadovať od konateľov informácie o záležitostiach spoločnosti a právo nahliadať do dokladov spoločnosti. Spoločníci majú nárok na podiel zo zisku v pomere zodpovedajúcom ich splateným vkladom.

**Ručenie spoločníkov a spoločnosti**

Spoločnosť zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom. Spoločník ručí za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v obchodnom registri.

**Orgány spol. s r.o.**

Medzi orgány spoločnosti patria:

* valné zhromaždenie – najvyšší orgánom spoločnosti
* dozorná rada – dozorný orgán spoločnosti
* konatelia – štatutárny orgán spoločnosti

**2.3 Zánik spol. s r.o.**

**Likvidácia spol. s r.o.**

Likvidácia je prirodzený a najčastejšie využívaný spôsob dobrovoľného zrušenia spoločnosti. Podmienkou tohto procesu je, že spoločnosť nemá daňové nedoplatky a nie je v predĺžení.

**Zlúčenie, splynutie, rozdelenie spol. s r.o.**

Zlúčenie je vhodné, ak máte viac vlastných spoločností, ktoré by ste mohli zlúčiť do jednej. Pri tomto spôsobe zrušenia spoločnosti sa likvidácia zanikajúcej spoločnosti nevyžaduje. Podmienkou je to, že zanikajúca spoločnosť bude mať právneho nástupcu, inú už jestvujúcu alebo novozaloženú spoločnosť, ktorá po zlúčení nebude mať viac záväzkov ako majetku.

**Ex offo výmaz z Obchodného registra**

Ex offo výmaz znamená zrušenie spoločnosti rozhodnutím súdu na základe návrhu osoby, ktorá osvedčí právny záujem, alebo aj z vlastného podnetu. Ak spoločnosť nemá majetok, súd vykoná výmaz z obchodného registra aj bez likvidácie.

**3. Podnikateľské prostredie**

**3.1 Mikroprostredie**

*Mikroprostredie*podniku predstavuje najbližšie zložky firmy, ktoré priamo ovplyvňujú jej činnosť. Môžeme ho deliť na internú časť (podnik a jeho organizačné útvary) a externú časť (odvetvie, v ktorom podnik pôsobí).

**Interné mikroprostredie** je tvorené manažmentom firmy a jednotlivými oddeleniami, ako napr. finančné oddelenie, personálne oddelenie, nákup, výroba a vývoj, marketing a iné.

**Externé mikroprostredie** môžeme bližšie rozčleniť na nasledujúce zložky:

* **dodávatelia**

Iné firmy alebo jednotlivci, ktorí zabezpečujú materiál, energie, informácie a služby nevyhnutné na činnosť firmy .

* **obchodní sprostredkovatelia**

Iné firmy, ktoré pomáhajú pri propagácii, distribúcii a predaji výrobkov a služieb cieľovým zákazníkom (dopravné podniky, agentúry marketingového výskumu, reklamné agentúry a pod.).

* **zákazníci**

Jednotlivci alebo domácnosti, ktoré nakupujú tovary a služby podniku na osobnú spotrebu, podnikateľské subjekty, ktoré nakupujú výrobné faktory, používajú ich na tvorbu svojich výrobkov a služieb a tie potom predávajú iným trhovým subjektom a napokon vládne inštitúcie a inštitúcie neziskového sektora, ktoré nakupujú výrobky alebo služby na poskytovanie verejných služieb.

* **konkurenti**

Podnikateľský subjekt sa na trhu stretáva s firmami, ktoré ponúkajú podobné výrobky alebo služby, tie sa nazývajú konkurenti. Podnikateľský subjekt musí nepretržite sledovať činnosť konkurentov s cieľom zlepšiť svoju pozíciu na trhu.

* **verejnosť**

Ľubovoľná skupina v okolí firmy, ktorá ma vplyv na jej činnosť alebo má záujem o výrobok alebo službu.

**3.2 Makroprostredie**

*Makroprostredie* sa skladá z väčších spoločenských síl, ktoré pôsobia na všetky podnikateľské subjekty. V rámci makroprostredia rozlišujeme medzi vnútroštátnym a medzinárodným okolím podniku.

**Makroprostredie podniku môžeme bližšie rozčleniť na nasledujúce zložky:**

* **ekonomické prostredie**

je vymedzené druhom hospodárskeho mechanizmu, vládnou hospodárskou politikou a medzinárodnými hospodárskymi vzťahmi. Stav ekonomického, resp. makroekonomického prostredia určuje prosperitu celého národného hospodárstva a ovplyvňuje schopnosť podnikov dosahovať primeranú mieru zisku,

* **demografické prostredie**

je charakterizované počtom, štruktúrou a pohybom obyvateľstva, zmenami v jeho vekovej, sociálnej a ekonomickej skladbe a jeho zoskupovaním v závislosti od jeho prirodzeného pohybu,

* **politické prostredie**

vytvárajú ho zákony a vládne orgány, ktoré spolu s presadzovaním záujmov politických skupín ovplyvňujú a limitujú činnosť podnikov,

* **vedecko-technické prostredie**

je tvorené inštitúciami, ktoré sa zaoberajú vedeckou výskumnou činnosťou, vývojom nových materiálov, výrobných metód, výrobkov, ale aj transferom týchto poznatkov do praxe. Nové poznatky spravidla vytvárajú nové možnosti podnikania,

* **sociálne prostredie**

predstavuje súbor spôsobov, modelov a vzorcov správania jednotlivcov a skupín, ktoré sú motivované ich postojmi, hodnotami, potrebami, záujmami a požiadavkami a vplyv sociálneho prostredia sa prejavuje v zmene potrieb, vkusu a preferencií spotrebiteľov,

* **prírodné prostredie**

je vymedzené životným prostredím, ktoré podnik svojou činnosťou obmedzuje a naopak.

**4. Zdroje financovania podniku**

Financovanie podniku – obstarávanie kapitálu z rôznych zdrojov.

**Rozlišujeme viacero druhov financovania:**

1. **podľa pravidelnosti** 
   * bežné financovanie – podnik získava peniaze na bežnú prevádzku – na nákup materiálu, výplatu miezd, platby za energie a podobne
   * mimoriadne financovanie – napríklad pri zakladaní, rozširovaní či likvidácii podniku
2. **podľa viazanosti peňažných prostriedkov**
   * dlhodobé financovanie – z dlhodobého úveru
   * krátkodobé financovanie – z krátkodobého úveru

**Každý podnik musí pri financovaní podniku riešiť dve základné otázky:**

1. Koľko kapitálu bude potrebovať na svoje podnikanie?

2. Odkiaľ zabezpečí finančné zdroje?

**Členenie finančných zdrojov** (podľa vlastníctva):

***Vlastné zdroje:***

* + - vklady vlastníkov
    - zdroje z podnikateľskej činnosti – zisk, odpisy, fondy tvorené zo zisku
    - zdroje získané napríklad predajom nepotrebného majetku
    - dotácie a iné

***Cudzie zdroje:***

* + úvery
  + pôžičky
  + rezervy
  + záväzky a iné

***Vlastný kapitál***

Je kapitál, ktorý do podniku vložili vlastníci alebo vznikol jeho činnosťou. Podnik ho má k dispozícii trvale a je ukazovateľom jeho finančnej stability. Podnik je tým nezávislejší, čím viac má vlastných zdrojov.

***Cudzí kapitál***

Predstavuje záväzok (dlh podniku), ktorý podnik musí v určenej dobe svojim veriteľom splatiť.

**Podľa doby splatnosti rozlišujeme:**

* + krátkodobý cudzí kapitál – na dobu do 1 roka,
  + dlhodobý cudzí kapitál – na dobu dlhšiu ako 1 rok

**Podľa spôsobu získavania kapitálu:**

* + interné zdroje
  + externé zdroje

**4.1 Interné finančné zdroje**

Interné finančné zdroje podnik získava vlastnou podnikateľskou činnosťou. Tvoria ich najmä zisk po zdanení a odpisy. Ak ich podnik používa na financovanie svojej činnosti, hovoríme o samofinancovaní.

**4.2 Externé finančné zdroje**

Externé finančné zdroje podnik získava z vonkajšieho prostredia. Sú to napríklad úvery a vklady vlastníkov.

**5. Štruktúra podnikateľského plánu**

Pre vytvorenie podnikateľského plánu je nevyhnutné stanovenie rozpočtu. Tento zakladateľský rozpočet nám určuje kapitál pre novovzniknutý projekt. Pozostáva z rozpočtu nákladov, výnosov a rozpočtu potrebného na financovanie investičného a obežného majetku.

**5.1 Podnikateľský plán**

Podľa viacerých autorov je zhrnutie základným kameňom v biznis pláne, pretože po jeho prečítaní sa väčšina investorov rozhoduje, či bude predložený podnikateľský plán študovať bližšie alebo nie. Z toho je zrejmé, že predstavuje jeden zo základných predpokladov úspechu celého biznis plánu.

Zhrnutie musí byť precízne formulované a správne štylizované. V žiadnom prípade ho nemožno zamieňať s úvodom alebo krátkym popisom podnikateľského zámeru na titulnej strane. Predstavuje zhustené, vecné a jasné predstavenie toho najdôležitejšieho, čo sa nachádza na nasledujúcich stranách dokumentu.

**5.2 Tri základné otázky podnikateľského plánu**

*„Kde sme?“* sa týka dôkladnej analýzy situácie a prostredia, v ktorom sa podnik nachádza. Ide o prostredie vonkajšie (externé) ako aj vnútorné (interné).

*„Kam chceme ísť?“* je odpoveďou na budúce smerovanie podniku spojené často nielen s rastom podniku, ale aj s obranou svojho postavenia voči konkurencii.

*„Ako sa tam dostaneme?“* hovorí o spôsoboch, ktorými sme sa rozhodli realizovať vytýčené ciele – hovorí o podnikovej stratégii.

**5.3 Štruktúra podnikateľského plánu**

Štruktúra nie je jednoznačne daná. Podnikateľ volí štruktúru podľa toho, na aký účel je podnikateľský plán určený. Podnikateľský plán môže mať napríklad takúto štruktúru:

• Zhrnutie

• 1. Opis firmy

1.1. Vlastnícka štruktúra

• 2. Opis služby

• 3. Marketing

3.1 Trh a konkurencia

3.2 Marketingový mix

3.3 SWOT analýza

• 4. Výrobný proces

• 5. Organizačný plán

• 6. Dopad na životné prostredie

• 7. Zakladateľský rozpočet

• 8. Finančný plán

8.1 Plánovaný prehľad peňažných tokov

• 9. Záver

**6. Obsah podnikateľského plánu**

**6.1 Zhrnutie**

* v krátkosti predstavte váš zámer
* napíšte, o aký typ investície ide a koľko peňazí potrebujete
* potom by malo nasledovať pár slov o vás a vašom tíme
* povedať o vašom produkte, t. j. tovare/službe, ktorú mienite ponúkať na trhu (je potrebné zmieniť sa o úžitku pre zákazníka)

**6.2 Opis služby**

Začína návrhom základného riešenia vo forme vlastného výrobku/služby.

V opise je potrebné zmieniť sa o dôležitých funkciách výrobku/vlastnostiach služby. V opise používame reálne údaje a dokazujte ich pomocou čísel. Uveďte, prečo je výrobok najlepší, v čom je porovnateľný alebo lepší ako konkurenčné výrobky/služby. Ak máte na zdôvodnenie svojich tvrdení k dispozícii, výsledky nezávislých testov, použite ich a v prílohe uveďte popis ich záverov.

Opis služby musí obsahovať nasledujúce informácie:

* stručný popis výrobku alebo myšlienky, jeho funkciu, prípadne jeho využitie
* inovatívnosť, jedinečnosť produktu, služby
* plánovanú produktovú štruktúru, kapacitné pokrytie výroby
* prednosti oproti konkurencii
* akékoľvek nezávislé ocenenia
* popis fázy rozvoja, v ktorom sa daný projekt, technológia, resp. riešenie nachádza a aké ďalšie etapy a harmonogram sú potrebné

**6.3 Marketing**

Rozvedieme taktiku, ktorou sa chceme dostať k zákazníkovi a presvedčiť ho, aby kupoval Váš výrobok alebo Vaše služby.

V tejto časti treba odpovedať na nasledujúce otázky:

* ako definujete svojich zákazníkov
* ako sa chcete dostať do ich povedomia
* aké formy distribúcie mienite uplatňovať
* akým spôsobom budete predávať
* ako motivovať zodpovedného pracovníka k čo najväčšiemu predaju
* ako uvediete svoj výrobok alebo služby na trh a pod.

**6.4 Výroba**

Popis spôsobu výroby produktu alebo poskytovanie služieb so zdôraznením jeho inovatívnosti, teda opis výrobného cyklu od vstupu surovín cez výrobu až po distribúciu výrobku zákazníkovi. Popis by mal obsahovať spôsob dodávok dôležitých materiálov pre výrobu. Uveďte dodávateľov, ich štruktúru, závislosť a ceny dôležitých vstupov. Potrebné je tiež uviesť stručný popis budov a objektov, ktoré sa budú používať na výrobu. Potrebná zmienka o strojnom a technologickom vybavení, know-how, patentoch, licenciách a očakávaných ďalších investíciách. Uveďte kapacitné možnosti výroby, etapy a časovanie realizácie projektu. Uveďte tiež počet pracovníkov pri začatí výroby a po prípadnom zvýšení predaja.

**6.5 Organizačný plán**

Popis organizačnej a riadiacej štruktúry firmy, vrátane riadenia a kontroly finančných záležitostí podniku. Zmienka o personálnej náročnosti, kritériách výberu a ďalších odborných požiadavkách. Táto časť by mala obsahovať systém odmeňovania a spôsob motivácie zamestnancov a manažmentu.

**6.6 Dopad na životné prostredie**

Opis vplyvu výrobného procesu alebo služieb na životné prostredie. Ekologické riziká a nakladanie s odpadom. Ak výrobný proces alebo dopady z neho budú pre životné prostredie škodlivé, je treba uviesť opatrenia na zníženie nepriaznivého dopadu.

**6.7 Finančné projekcie**

Finančný plán, ako súčasť podnikateľského plánu, sa skladá z 3 základných výkazov - projekcií alebo odhadov, či plánovaných údajov vo forme 3 základných účtovných výkazov:

**Výkaz ziskov a strát**

Plánované výnosy a náklady, ktorých rozdielom je buď zisk alebo strata. Dosiahnutý zisk je potom podkladom pre prípravu daňového priznania dane z príjmu. Výkaz vyjadruje kumulatívny objem vydaných faktúr (tržieb) a prijatých faktúr (nákladov), až na niektoré výnimky, napr. odpisy, rezervy, alebo inak vyjadrené nároky než faktúrou (úroky a iné) a ich rozdiel za určité obdobie.

**Súvaha**

Plánovaná bilancia majetku na jednej strane a zdrojov krytia majetku na strane druhej (vlastné zdroje alebo cudzie zdroje). Vyjadruje stav majetku, napr. stav bankového účtu, účtovný stav stroja, stav pohľadávok, alebo záväzkov, momentálne nesplatenú časť úveru, nezaplatené dodávateľské faktúry k určitému dňu.

**Cash flow** (Prehľad peňažných prostriedkov)

Plánované príjmy a výdaje za určité obdobie a ich rozdiel ako konečný zostatok hotovosti na konci tohto obdobia. Vyjadruje zmeny v stavoch finančných prostriedkov na účte alebo v pokladni, napr. splatenie pohľadávky bude znamenať na účte “plus” alebo nákup zásob bude na účte znamenať “mínus”.

**6.8 Zoznam dokladov a príloh**

### **Podnikateľský plán musí obsahovať nasledovné doklady:**

* súvahu a výkaz ziskov a strát za posledné dve zdaňovacie obdobia, potvrdené pečiatkou príslušného Daňového úradu,
* potvrdenie (nie staršie ako 1 mesiac) zo sociálnej, zdravotnej poisťovne, ako aj daňového úradu o tom, že podnikateľ nemá záväzky po lehote splatnosti,
* potvrdenie o registrácii, resp. podnikateľské oprávnenie (výpis z obchodného registra nie starší ako 3 mesiace, živnostenský list),
* výpis z registra trestov členov štatutárneho orgánu/spoločníkov nie starší ako 3 mesiace.

Podnikateľský plán môže tiež obsahovať doklady, ktoré podporia to, čo sme v texte uviedli. Ide hlavne o:

* presný súhrn prieskumov trhu (vlastných alebo spracovaných špecializovanými subjektmi),
* prípadné fotokópie článkov v novinách, ktoré popisujú potrebu výrobku alebo služby, ktoré plánujete vyrábať,
* kópie prospektov alebo ďalších podporných materiálov,
* výsledky akýchkoľvek testov výrobku, hlavne pokiaľ ich vykonala nezávislá organizácia,
* údaje o predbežných alebo uzatvorených obchodných zmluvách, ktoré sa týkajú dodávok a dodávateľov,
* odberateľské zmluvy na výrobky/služby, aj rámcové,
* nájomné zmluvy,
* cenové ponuky,
* projekty.

**Záver**

Teoretická časť mojej práce podáva náčrt teoretických východísk k založeniu nového podnikateľského subjektu v oblasti dizajnu webových stránok. V prvej až štvrtej kapitole sú vymedzené základné pojmy, čo je podnik, jeho funkcie, právne formy, založenie spoločnosti s ručením obmedzeným, kto môže podnikať, aké zdroje financovania je možné využiť pri podnikaní ako aj prostredie, v ktorom sa podnik nachádza. Piata a šiesta kapitola zahŕňa opis, štruktúru a obsah podnikateľského plánu spolu s finančnými plánom.

Praktická časť obsahuje vytvorenie samotného podnikateľského zámeru, analýzy a výpočty, ktoré sú nevyhnutné k úspešnému štartu podnikania. Najdôležitejšou a zároveň najzložitejšou časťou je vypracovanie finančného plánu, ktorý dáva pohľad na reálnosť môjho nápadu s prihliadnutím na všetky riziká.

**Stredná priemyselná škola elektrotechnická**

**Hálova 16, Bratislava**

**Podnikanie v IT priemysle**

Praktická časť

**2021**

**Podnikateľský plán podniku podnikajúceho v IT**

**WebGroup, s.r.o.**

811 06 Bratislava



**Podnikateľský plán**

Návrh a dizajn webových stránok

Január 2021

Vypracoval: Tomáš Michálek

Kontakt: +421951484994

**OBSAH**

**Zhrnutie........................................................................................................................................19**

**1. Opis spoločnosti.......................................................................................................................20**

1.1 Identifikačné údaje.................................................................................................................20

1.2 História spoločnosti................................................................................................................20

1.3 Vlastnícka štruktúra................................................................................................................20

1.4 Manažment firmy...................................................................................................................21

1.5 Lokalizácia firmy.....................................................................................................................22

**2. Opis produktu a služieb............................................................................................................23**

2.1 Návrh webstránky..................................................................................................................23

2.2 Realizácia webstránky............................................................................................................23

2.3 Redizajn webstránky...............................................................................................................23

2.4 Oprava webstránky.................................................................................................................23

2.5 Správa webstránky.................................................................................................................24

2.6 Rozdelenie služieb..................................................................................................................24

2.7 Plánovaný cenník....................................................................................................................25

**3. Marketing.................................................................................................................................26**

3.1 Trh a konkurencia...................................................................................................................26

**4. Marketingový mix.....................................................................................................................27**

4.1 Produkt...................................................................................................................................27

4.2 Cena........................................................................................................................................28

4.3 Distribúcia...............................................................................................................................28

4.4 Propagácia..............................................................................................................................28

**5. SWOT analýza...........................................................................................................................29**

**6. Firemný proces.........................................................................................................................29**

6.1 Počiatočná fáza.......................................................................................................................29

6.2 Príprava a samotná realizácia.................................................................................................30

6.3 Následné postupy...................................................................................................................30

6.4 Postupy pre udržanie zákazníka.............................................................................................30

**7. Organizačný plán......................................................................................................................31**

7.1 Profil zručností kľúčových osobností firmy.............................................................................31

7.2 Organizačná štruktúra podniku..............................................................................................32

7.3 Zamestnanci spoločnosti........................................................................................................33

7.4 Získavanie zamestnancov.......................................................................................................33

**8. Dopad na životné prostredie....................................................................................................33**

**9. Zakladateľský plán....................................................................................................................34**

**10. Finančný plán.........................................................................................................................35**

10.1 Finančný plán........................................................................................................................35

10.2 Výsledok hospodárenia........................................................................................................36

10.3 Tržby z predaja......................................................................................................................37

10.4 Výpočet mzdy.......................................................................................................................38

**Záver.............................................................................................................................................40**

**Zoznam použitej literatúry...........................................................................................................41**

**Prílohy..........................................................................................................................................42**

Príloha A.......................................................................................................................................43

Príloha B........................................................................................................................................44

Príloha C........................................................................................................................................46

**Zhrnutie**

Tento podnikateľský plán je plánom vyspelej modernej spoločnosti WebGroup, s.r.o., ktorá sa zameriava hlavne na návrh, dizajn a samotnú realizáciu webových stránok.

Zákazníci majú možnosť realizovať svoje myšlienky a plány o vlastnej stránke a spoločne s nami ich pretvoriť do elektronickej podoby za pomoci nášho tímu skúsených dizajnérov a programátorov. Precíznu prácu a prácu na mieru v primeranej cenovej kategórii ocenia naši klienti.

Prostredníctvom webovej stránky <https://tomasmichallek.wixsite.com/webgroup-mat-praca> si môžu naši zákazníci pozrieť aktuálnu ponuku produktov a cenník.

Priestory spoločnosti budú prenajímané v lokalite Staré Mesto-Bratislava na Námestí SNP. Budova je dostupná 24/7, kancelárie sú na 2. poschodí (označené ako 1NP), s výťahom. Budova má 24 hodinovú strážnu službu. Ide o kompletne rekonštruovanú budovu v centre mesta a priestor kancelárie má výmeru 24m2. Objekt disponuje kúrením a pitnou vodou a je plne vybavený pre sociálne potreby. Priestor kancelárie je zariadený a disponuje štruktúrovanou kabelážou. Kancelária je súčasťou 4 kancelárií, kde v každej sídlia iné firmy – konzultačné, kreatívne, marketingové, obchodné. Kancelária je samozrejme uzamykateľná a ponúka absolútne súkromie. Okrem rodinnej/priateľskej atmosféry je možnosť spoločných projektov a spolupráce.

Okrem samotnej kancelárie sú k dispozícii na využitie spoločné priestory – sedačka a kreslo vo vstupnej hale, malá miestnosť na stretnutie pre 3-4 ľudí (susediaca s prenajímanou kanceláriou), kuchynka, sociálne zariadenia, sprchy.

V cene prenájmu je obsiahnuté – energie, prenájom kancelárie, zariadenia, podiel na spoločných priestoroch, internetové pripojenie (pevné, DSL), upratovanie jedenkrát za týždeň, káva, čaj a hygienické potreby.

Ku kancelárii je možnosť prenajať parkovacie miesto v garáži v cene 110 EUR s DPH/mesiac.

**1. Opis spoločnosti**

WebGroup, s.r.o. je spoločnosť s ručeným obmedzeným založená v januári 2021, ktorá sa zaoberá návrhom, realizáciou a správou webstránky a opravou chybnej webovej stránky za

prijateľnejšie ceny, na rozdiel od konkurencie, v ktorých je cenová politika pomerne drahá najmä na slovenské pomery a kvalita konkurenčných webstránok nezodpovedá vybranému produktu za danú sumu. Našou víziou je byť najlepšou firmou v segmente tvorby webov a web dizajnu ako na slovenskom, tak aj zahraničnom trhu. S narastajúcimi ziskami firmy, by mohla spoločnosť expandovať a umožnilo by to celkový rozvoj a zavedenie ďalších služieb, doplnených o spolupráce na danom trhu.

**1.1 Identifikačné údaje**

Obchodné meno: WebGroup, s.r.o.

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: Nám. SNP 1, 811 06 Bratislava I - Staré Mesto

IČO: 46521231

DIČ: 2023963253

IČ DPH: SK2023963253

Dátum vzniku: 21.1.2021

Predmet činnosti: Návrh a realizácia webstránok

Spoločnosť je platiteľom dane z pridanej hodnoty (DPH).

**1.2 História spoločnosti**

Spoločnosť WebGroup, s.r.o. vznikla 21.1.2021 zápisom do Obchodného registra.

**1.3 Vlastnícka štruktúra**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Spoločník** | **Vklady spoločníka [€]** | **Majetkový podiel [%]** |
| Tomáš Michálek, Bajkalská 9, 831 04 Bratislava | 10 000 | 25 |
| Ing. Matej Glasnák, Železničná 67, 900 24 Veľký Biel | 10 000 | 25 |
| Bc. Marek Guspan  Športová 489, 924 01 Galanta | 10 000 | 25 |
| Martin Czanik, Ďatelinová 660, 900 42 Miloslavov | 10 000 | 25 |
| Spolu základné imanie | 40 000 | 100 |

**1.4 Manažment firmy**

**Tomáš Michálek**

Som absolvent strednej priemyselnej školy elektrotechnickej Hálova 16 v Bratislave. Študoval som odbor informačné a sieťové technológie. Mám 4 ročnú prax vo firme EASYTECH, s.r.o. a veľa skúseností najmä v oblasti informačných technológií, umožňujúce mi riadiť tímy pracovníkov v tejto oblasti, samostatne viesť aj veľké projekty a prevziať zodpovednosť za komplexné riešenia. Som schopný nachádzať a prezentovať vlastné riešenie problémov pri vývoji, projektovaní a celkovom konštruovaní webových stránok, pričom preukazujem efektívne rozhodovanie v súvislosti s výberom a použitím metód, techník a prostriedkov na riešenie problémov.

**Ing. Matej Glasnák**

Je absolvent Fakulty Informatiky a manažmentu, kde získal titul inžinier v odbore informačné systémy. Má dlhoročné skúsenosti s programovaním stránok, hlavne s backendom samotnej stránky. Pracoval niekoľko rokov ako zamestnanec firmy Wezeo, ktorá sa zaoberá práve návrhom webových stránok a aplikácií pre rôzne firmy a podniky na pozícií webového programátora a tvorcu multiplatformových aplikácií. Jeho prednosťami sú najmä spoľahlivosť, presnosť a individuálny postoj k práci, ale aj schopnosť pracovať v kolektíve. Preukazuje efektívne vlastnosti a schopnosti, dôležité pre inováciu našich služieb a produktov.

**Bc. Marek Guspan**

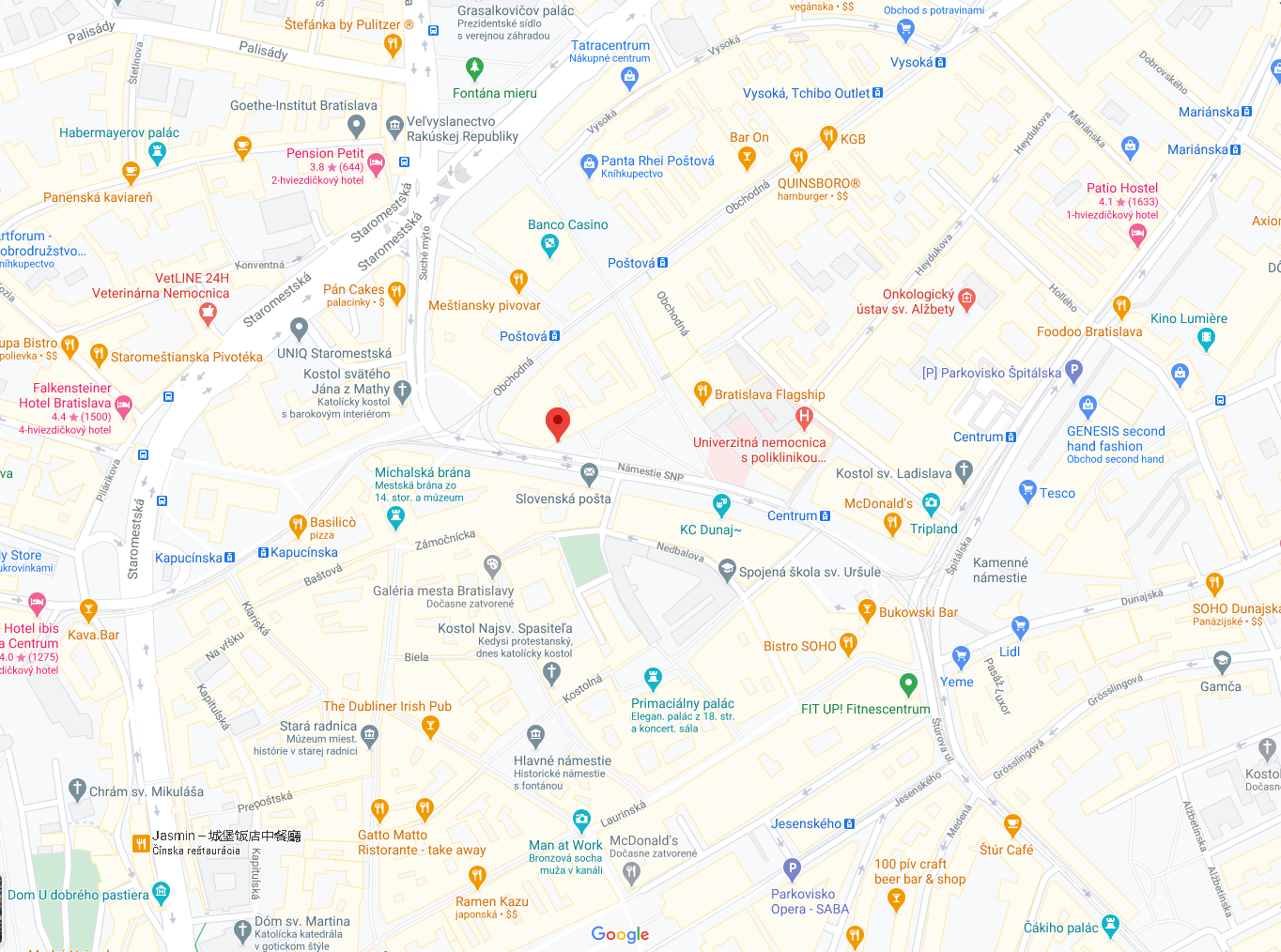
Je absolvent Fakulty informatiky a informačných technológií. Má 6 ročné skúsenosti s grafickým dizajnom a frontendom webových stránok. Okrem základného programovania pracuje aj so softvérom WordPress a ovláda rozsiahle databázu súborov. Či už za pomoci SQL, dokáže vytvárať originálne a prehľadné databázy firiem, produktov a rôzne ďalšie. Jeho veľkou výhodou je kreativita v oblasti grafického dizajnu a za pomoci grafického tabletu alebo inej plochy s ľahkosťou pretvorí akúkoľvek myšlienku do obrazovej podoby. Jeho silnými stránkami sú hlavne vytrvalosť a nechýba mu ani humor. Je to vždy veselý pracant s veľkým talentom a je schopný odolať výzvam hocijakých rozmerov.

**Martin Czanik**

Je absolvent strednej priemyselnej školy elektrotechnickej v Bratislave. Má 3 ročné skúsenosti s HTML, CSS a JavaScript, čiže so zdrojovým kódom a štylizovaním samotnej stránky. Disponuje logickým a analytickým myslením pri hľadaní riešení. V minulosti taktiež pracoval s reklamnými platformami a platformami na zber a analýzu dát. Je schopný pracovať sám a celú prácu si poctivo organizovať. Disponuje kritickým myslením a má pozitívny vzťah k práci v kolektíve.

**1.5 Lokalizácia firmy**

Firma sa nachádza v centre Bratislavy v časti Staré mesto priamo na Námestí SNP. Budova disponuje prenajímateľným parkovacím miestom v podzemnej garáži, ktoré možno využiť ako parkovacie miesto pre zákazníkov našej spoločnosti. V blízkosti budovy sa nachádzajú električkové zastávky a o niekoľko desiatok metrov ďalej jeden z hlavných ťahov Bratislavy - Hodžovo námestie prepletené zastávkami MHD. Vynikajúcim napojením siete MHD disponuje taktiež možnosť napojenia sa na regionálnych či medzištátnych autobusových dopravcov na dostupných zastávkach Zochova a Most SNP. V blízkosti je taktiež hlavný tranzit hlavného mesta Slovenska - železničná Hlavná stanica Bratislava alebo železničná stanica Petržalka. Veľkou výhodou lokality firmy je hlavne dostupnosť v centre mesta a jednoduché napojenie na hlavné dopravné uzly, vrátane obchvatu a diaľnic. Silnou výhodou firmy je v starom meste hlavne možnosť parkovacieho miesta pre osobné automobily a celková infraštruktúra dopravných uzlov.



**2. Opis produktov a služieb**

**2.1 Návrh webstránky**

Návrhom webstránok sa zaoberajú dizajnéri, ktorí majú pomerne veľké skúsenosti so samotným návrhom a dizajnom stránky za pomoci myšlienok zákazníka. Ide o predbežnú fázu projektu, kde hľadajú riešenia, ako by mohla finálna verzia stránky vyzerať, ak zákazník nemá v rukách presne určený vzhľad a funkčnosť stránky. Zákazník má širokú škálu výberu dizajnu a štýlov samotnej stránky. Mimo estetických vlastností stránky si môže vybrať funkcie, ktoré má daný produkt obsahovať. Všetky funkcie ako aj zložitosť samotnej stránky sa samozrejme odzrkadlia na výslednej cene. Zákazníka môžeme kontaktovať telefonicky (online), alebo pozvať na pohovor o danom produkte a jeho predstavách finálnej stránky. Po absolvovaní a zapísaním daných kritérií zákazníka sa náš tím pustí do predbežného návrhu, ktorý odovzdá naspäť zákazníkovi za cieľom upresnenia jeho predstáv, poprípade zmenách v kritériách na samotný dizajn či funkčnosť stránky. Neskôr, ak splníme všetky zákazníkove očakávania o vzhľade a funkciách stránky, nastáva fáza realizácie stránky.

**2.2 Realizácia webstránky**

Programátori pretvoria predurčený návrh do elektronickej podoby, pridajú predom zvolené funkcie stránky a následne zdokonalia optimalizáciu celého projektu. Samotná stránka, ako taká, zákazníkovi nepomôže, to znamená, že dodatkovým produktom po prekonzultovaní so zákazníkom je spracovanie domény stránky a vyriešenie webhostingu za pomoci spoluprác s ostatnými firmami. Webhosting je prevádzka webovej stránky na serveri, s neustálym pripojením na Internet a potrebný pre neustále fungovanie stránky. Táto služba bude spoplatnená po započítaní všetkých kritérií potrebných na finálnu realizáciu stránky.

**2.3 Redizajn webových stránok**

Zákazník môže prísť do našej firmy s cieľom redizajnu webstránky. Môže tomu byť z rôznych dôvodov, najčastejším je zastaraný vzhľad alebo neresponzívny web. Touto službou začne analýza danej stránky, jej pôvodné riešenie a následný brainstorming nad riešeniami nového dizajnu webstránky. Pri tvorbe postupujeme podľa dohodnutých kritérií, následne implementujeme staré dáta do novej stránky, otestujeme a pripravíme na spustenie. Po splnení všetkých kritérií klienta a jeho spätnej väzby na prerobený web, stránku spustíme.

**2.4 Oprava webstránky**

Zákazník môže prísť do našej firmy s cieľom opravy stránky. To znamená, ak má hocijaký zákazník problém so samotnou stránkou, napr. nefunkčnosť stránky, prípadne by chcel stránku obohatiť o ďalšie možnosti a funkcie alebo optimalizáciu, náš tím mu to umožní bez ohľadu na to, či daný človek príde s naším, skôr realizovaným výtvorom, s vlastnou stránkou alebo stránkou konkurenčných firiem. Pomocou brainstormingu vymyslíme prijateľné riešenie jeho problémov a implementujeme ich do samotného zdrojového kódu stránky, ktorá bude buď opravená alebo obohatená o rôzne funkcie na mieru zákazníkovi. Tento krok bude spoplatnený po konzultácii so samotným zákazníkom, podľa náročnosti daného problému.

**2.5 Správa webstránky**

Webová stránka musí byť priebežne aktualizovaná, inovovaná a udržiavaná, kvôli celkovej funkčnosti samotnej stránky. Zákazník má možnosť vybrať si z cenníku niekoľko druhov balíčkov, od jednorázovej údržby po pravidelný servis v niekoľko dostupných časových intervaloch.

**2.6 Rozdelenie služieb**

Percentuálne rozdelenie je skonštruované z približných odhadov dopytu daných služieb.

**2.7 Plánovaný cenník**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sortiment** | **Cena v EUR s DPH** |
|
|
| **Návrh webstránky** |  |
| Jednoduchý | 29,99 |
| Obsiahly | 49,99 |
| Komplexný | 69,99 |
| **Realizácia webstránky** |  |
| Statický web | 129,99 |
| Blog | 149,99 |
| Web na zdieľanie obsahu | 169,99 |
| Katalóg článkov | 189,99 |
| Diskusné fórum | 209,99 |
| E-shop | 229,99 |
| **Redizajn webstránky** |  |
| Standard | 109,99 |
| Premium | 159,99 |
| **Oprava webstránky** |  |
| Standard | 59,99 |
| Premium | 109,99 |
| **Správa webstránky (údržba)** | |
| 1-rázová | 59,99 |
| 3-mesačná | 109,99 |
| 6-mesačná | 159,99 |
| 12-mesačná | 209,99 |
| **Webhosting (spustenie na internete)** | |
| Basic | 5,99 |
| Standard | 10,99 |
| Premium | 16,99 |
|  |  |
| **Dĺžka trvania webhostingu - zľavy a bonusy** | |
| 6 mesiacov | 5% |
| 12 mesiacov | 10% |

**3. Marketing**

Marketingový plán spoločnosti WebGroup, s.r.o. je vytvorený na základe predpokladanej analýzy trhu a konkurencie. V ňom sú zohľadnené všetky skutočnosti týkajúce sa našej firmy aj konkurencie.

**3.1 Trh a konkurencia**

Potenciálnymi zákazníkmi spoločnosti WebGroup, s.r.o. sú nielen obyvatelia Slovenskej republiky, ale aj zahraniční kupujúci, ktorí potrebujú webovú stránku, napr. pre svoju začínajúcu firmu za prijateľnejšie ceny za daný produkt. Výhodou v dnešnej dobe, ako aj počas pandemickej situácie je to, že hovoríme o nehmotnom produkte a možnosti online spojenia a komunikácie s našimi klientami. Najväčšou hrozbou našej firmy je spoločnosť WebCreators, s.r.o., ktorá pôsobí na slovenskom trhu dlhšie obdobie a má svoju stálu klientelu.

Našimi zákazníkmi budú predovšetkým novovzniknuté firmy ale taktiež aj súkromní jednotlivci, ktorí potrebujú vlastnú stránku na propagáciu svojej činnosti online, najmenší záujem odhadujeme v kategórií starších jednotlivcov, ktorí nie sú ešte dostatočne orientovaní vo svete informačných technológií. Náš predpokladaný počet návštev odhadujeme okolo 450 ľudí mesačne, z čoho reálny záujem o naše služby predpokladáme približne 60 zákazníkov za mesiac.

Služby našej firmy sú cenovo dostupné pre akéhokoľvek zákazníka nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Našimi spotrebiteľmi budú predovšetkým ľudia, ktorí majú záujem o daný produkt vo výhodnejšej cenovej kategórii.

**4. Marketingový mix**

**4.1 Produkt**

Ponúkame rôzne druhy webstránok, od jednoduchých až po tie najzložitejšie a najlákavejšie. S tým je spojený aj samotný dizajn, správa webstránok alebo oprava zdrojového kódu. Cena záleží od náročnosti daných služieb a kritérií zákazníka. Naše webstránky budú priebežne aktualizované a bude dohliadané na samotnú funkčnosť stránky. S tým sú spájané rôzne balíčky pre správu webovej stránky

**Produkty ponúkané WebGroup, s.r.o.**

* **Návrh webstránky** (závisí od požiadavky klienta)
  + jednoduchý
  + obsiahly
  + komplexný
* **Realizácia webstránky** (závisí od požiadavky klienta)
  + Statický web (prezentačný, informačný, pristávací)
  + Blog (osobný, firemný, tematický, všeobecný, spoločenský, mikroblog)
  + Web na zdieľanie obsahu (súborov, fotografií, médií atď.)
  + Katalóg článkov
  + Diskusné fórum
  + E-shop
  + Vlastný
* **Redizajn webstránky** (závisí od požiadavky klienta)
  + Standard
  + Premium
* **Oprava webstránky** (závisí od požiadavky klienta)
  + Standard
  + Premium
* **Správa webstránky** **– údržba** (závisí od požiadavky klienta)
  + 1-rázová
  + 3-mesačná
  + 6-mesačná
  + 12-mesačná
* **Úroveň správy webstránky** (závisí od požiadavky klienta)
  + Standard
  + Premium
* **Webhosting** **– spustenie na internete** (závisí od rozsiahlosti stránky)
  + Basic
  + Standard
  + Premium
* **Dĺžka trvania webhostingu** (závisí od požiadavky klienta)
* 6 mesiace
* 12 mesiacov
* **Doména webstránky – adresa** (závisí od obsadenosti a ceny vyžiadanej domény)
  + Internetová doména

**4.2 Cena**

Cenovú politiku našej firmy ovplyvňuje najmä úroveň ceny u konkurencie, hlavne pomer medzi cenou a úrovňou výsledného produktu. Na Slovensku registrujeme väčší počet firiem so zameraním na tvorbu webstránok, ktorých cenová politika je na pomer zárobkov a celkového štandardu našej krajiny privysoká. Na výslednej cene sa podpíše samozrejme niekoľko náležitostí, od náročnosti stránky po vybrané kritériá samotného zákazníka na danú webstránku až po samotné ceny webhostingu a domén na trhu.

**4.3 Distribúcia**

Po uhradení finálnej sumy webstránky, bude dostupná na internete ihneď po vopred stanovenom termíne so zákazníkom.

**4.4 Propagácia**

Zákazníci sa môžu o našej spoločnosti dozvedieť prostredníctvom internetovej reklamy v podobe vlastnej webovej stránky alebo na  sociálnych sieťach. Ďalšou formou reklamy je bannerová reklama na platforme Google. Vďaka týmto krokom sa bude naša spoločnosť a jej reklama zobrazovať ľudom, ktorí majú o naše služby a produkty skutočný záujem. Digitálny marketing je jeden z najúčinnejších marketingových nástrojov.

**5. SWOT analýza**

|  |  |
| --- | --- |
| **Silné stránky** | **Slabé stránky** |
| * jednoduchosť a spoľahlivosť stránok * cenová politika v danom segmente * inovačná schopnosť * originálne riešenie produktu * jedinečná ponuka služieb do budúcnosti | * neznalosť firmy * neskúsenosť v oblasti podnikania * neznalosť oblasti webhosting * menšia prax v oblasti marketingu |
| **Príležitosti** | **Hrozby** |
| * cenová medzera medzi firmami špecializovanými na web dizajn * spolupráca s firmami * rozšírenie a rast trhu | * veľká konkurencia na trhu * nevyspytateľná pandemická situácia * vkus zákazníkov |

**6. Firemný proces**

WebGroup, s.r.o. je spoločnosť, ktorá sa zaoberá poskytovaním návrhu a realizácie nehmotných produktov. Samotné zhotovenie webovej stránky predstavuje len jednu časť z celkového firemného procesu.

Ten môžeme rozdeliť do niekoľkých etáp:

* počiatočná fáza
* príprava a samotná realizácia
* následné kroky
* kroky pre udržanie zákazníka

**6.1 Počiatočná fáza**

Počas počiatočnej fázy sa prvýkrát stretávame a dostávame do kontaktu s potenciálnym zákazníkom, ktorý nadviaže kontakt s firmou prostredníctvom našej webovej stránky alebo účtami firmy na sociálnych sieťach. Pôsobivá, kreatívna a výstižná reklama má zaujať návštevníka a pôsobiť informačným a profesionálnym dojmom o poskytovaní našich služieb. Pri záujme druhej strany je možná komunikácia elektronicky, telefonicky, prípadne konzultácia priamo v priestoroch kancelárie, kde je priestor na bližšie špecifikácie a kritéria záujemcu. Pri úspešnom nadviazaní kontaktu a záujmu potenciálneho zákazníka, zákazník podpíše zmluvu o vytvorení webovej stránky alebo licenčnú zmluvu.

**6.2 Príprava a samotná realizácia**

V tejto fáze sa naša firma zameriava hlavne na samotnú realizáciu predstavených kritérií záujemcu. Ak podľa jednotlivých bodov a kritérií požadovaných na samotnú stránku nemá klient vlastný návrh na samotný dizajn stránky, bude presmerovaný na oddelenie dizajnérov, ktorí po konzultácii a  na základe klientových nápadov, myšlienok, podporovaných dizajnérskymi radami, vytvorenia na grafickom tablete náčrt webstránky . Ak má klient vlastný návrh na samotný dizajn stránky alebo už bude po konzultácii s dizajnérmi, jeho predstavy budú presmerované tímu programátorov, ktorí sa budú snažiť čo najvernejšie a najprofesionálnejšie pretransformovať náčrt na reálnu stránku. Tu následne skončí konzultácia so zákazníkom, pričom je jasne stanovený termín odovzdania stránky a samotná cena, predurčená podľa aktuálneho cenníku uvedeného na stránkach.

Programátori a dizajnéri budú na svoju prácu využívať profesionálnu techniku a taktiež profesionálny softvér na skonštruovanie danej stránky. V oblasti profesionálnej techniky hovoríme o výkonných počítačoch, trackpadoch alebo grafických tabletoch. Za pomoci dizajnérskych schopností čo najvernejšie zhotovia danú stránku podľa predom konzultovaných určených bodov a náčrtov. Odovzdanie hotového produktu zákazníkovi bude vo vopred stanovenom termíne a ten následne uhradí vopred dohodnutú cenu za produkt, resp. doplatok k poskytnutej zálohe, na základe predloženej faktúry.

**6.3 Následné postupy**

Odovzdaním samotnej stránky nekončí proces poskytovania služieb. V prvom rade potrebujeme od zákazníka spätnú väzbu, či splnila webstránka jeho očakávanie. Následne po priebežnej komunikácii o prípadných zmenách alebo nových predstavách klienta, bude webstránka naďalej monitorovaná a dotváraná našimi zamestnancami. Zložitejšie zásahy do samotnej štruktúry budú spoplatnené dodatkovo. Samotná webová stránka si taktiež vyžaduje pravidelnú údržbu, čo znamená jej aktualizáciu, prípadne inováciu, kvôli jej celkovej funkčnosti. Zákazník má po odovzdaní hotového produktu v cene stránky len základnú 3-mesačnú údržbu webstránky a aj pomocou balíčkov na celkový servis je možnosť interagovať s klientom aj naďalej.

**6.4 Postupy pre udržanie zákazníka**

Vďaka skvelej interakcii so zákazníkom a rôznym zákazníckym benefitom, akými sú napríklad zľavy pre prípadný rozvoj webstránky alebo akcie na servis a údržbu webstránky ako aj samotná správa webovej stránky a výhody za odporúčanie a propagáciu našej firmy samotným zákazníkom okoliu, bude možné celkovo udržať zákazníkov alebo pritiahnuť novú klientelu.

**7. Organizačný plán**

**7.1 Profil zručností kľúčových osobností firmy**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **„Tvrdé zručnosti”** | **Tomáš Michálek** | **Ing. Matej Glasnák** |
| Technológia |  |  |
| Účtovníctvo |  |  |
| Manažment |  |  |
| Kontakty |  |  |
| Marketing |  |  |
| Tvorba webov |  |  |
| Znalosť anglického jazyka |  |  |
| Znalosť nemeckého jazyka |  |  |
| **„Mäkké zručnosti”** | **Tomáš Michálek** | **Ing. Matej Glasnák** |
| Zodpovednosť |  |  |
| Flexibilita |  |  |
| Vedenie ľudí |  |  |
| Obchodné zručnosti |  |  |
| Zvládanie problémov |  |  |
| Komunikačné zručnosti |  |  |
| Správny prístup |  |  |

* **silné stránky**
* **menej silné stránky**

**7.2 Organizačná štruktúra podniku**

Valné zhromaždenie

Konateľ

Úsek obchodu a marketingu

Ekonomický úsek

manažér/ekonóm

špecialista obchodu a informačných technológií



programátor/web dizajnér

IT technik

**Ekonomický úsek**

Zahŕňa predovšetkým monitorovanie finančných prostriedkov spoločnosti, motivovanie našich zamestnancov, ich výplaty, odmeny a prémie a celkové vedenie podvojného účtovníctva ako aj kalkuláciu poskytovaných služieb.

**Úsek obchodu a marketingu**

Zahŕňa činnosť spojenú s vylepšovaním obchodných stratégií a celkový prehľad na trhu. Taktiež zabezpečuje inováciu poskytovaných služieb podľa aktuálnych potrieb a situácie na trhu.

Zaisťuje všetky formy reklamy a propagácie našej spoločnosti prostredníctvom sociálnych sietí a vlastnej webovej stránky.

**7.3 Zamestnanci spoločnosti**

Naša spoločnosť vyžaduje minimálne štyroch zamestnancov. Jeden zamestnanec na pozícii ekonóma a zároveň manažéra firmy, ktorý zabezpečuje celkovú ekonomiku firmy (mzdy, účtovníctvo, financie). Zamestnanec na úseku obchodu a marketingu zabezpečuje informácie o aktuálnom stave firmy na trhu a celkové možnosti zvýšenia efektivity predaja našich produktov na vonkajšom trhu. Zároveň spravuje technické vybavenie súvisiace s prácou a chodom firmy. Ďalší dvaja zamestnanci pracujú spoločne v tíme a vykonávajú činnosť, spojenú so samotným dizajnom a realizáciou webstránok. Spoločne sa navzájom podporujú a kreatívne pracujú na danom projekte, čiže produkte firmy.

**7.4 Získavanie zamestnancov**

Potenciálni zamestnanci našej firmy budú vyhľadávaní formou inzerátov na portáloch poskytujúcich pracovné miesta ako napríklad Robota.sk. alebo Profesia.sk. Zväčšením počtu zamestnaneckého zázemia by mohla naša firma exponenciálne rásť.

**8. Dopad na životné prostredie**

Naša firma je zameraná na web dizajn a celkový výrobný proces bude realizovaný na elektronických zariadeniach v online prostredí, preto nezasahujeme primárne do životného prostredia, keďže nebude vytváraný takmer žiadny odpad spojený s predmetom podnikania. Práca prebieha vo virtuálnom svete na počítačoch, ktoré sú malé a ľahko prenosné, energeticky úsporné, a tým aj šetrné k životnému prostrediu. Pri našej práci nevyužívame takmer žiaden papier, pretože faktúry zasielame elektronicky a pre návrh stránky používame grafické tablety. Daný produkt, jeho skice a náčrty sa taktiež vytvárajú v elektronickej podobe. Vo firme používame energeticky nenáročné spotrebiče a úspornú elektroniku, taktiež je v celom objekte LED osvetlenie, sociálne zariadenia sú vybavené osvetlením so senzormi pohybu a umývadlá či pisoáre sa tiež spúšťajú na senzor, čo zabezpečuje šetrenie svetelnej energie a vody. V priestoroch budovy sú odpadkové koše na separovaný odpad. Toto všetko je zaistené v snahe znížiť záťaž pre našu planétu.

**9. Zakladateľský plán**

**Zakladateľský plán**

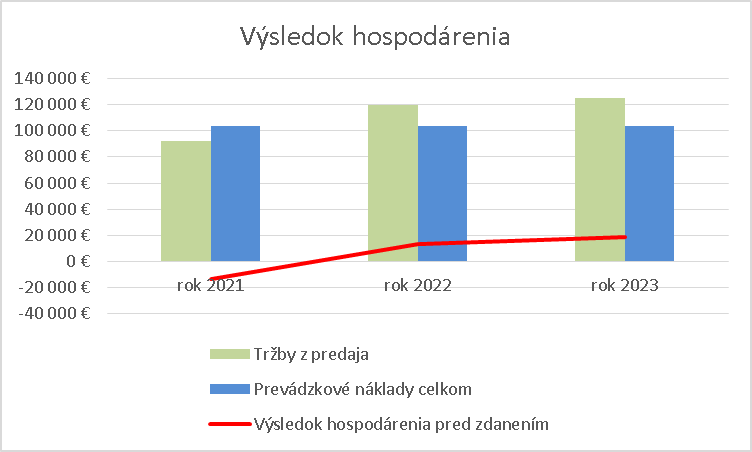
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Položka** | **Druh nákladu** | **Počet** | **Jednotková cena** | **Spolu** |
| **Počiatočné investície** | | | | |
| Notebook | jednorázový | 4 | 1 500 | 6 000 |
| Počítač | jednorázový | 2 | 1 200 | 2 400 |
| Multifunkčné zariadenie | jednorázový | 1 | 500 | 500 |
| Grafický tablet | jednorázový | 2 | 1 000 | 2 000 |
| Poháre | jednorázový | 10 | 5 | 50 |
| Kôš | jednorázový | 2 | 20 | 40 |
| **Počiatočné investície celkom** | | | | **10 990** |
| **Bežné prevádzkové náklady** | | | | |
| *Peňažná rezerva na rozbeh vyjadrená ako trojnásobok mesačných prevádzkových nákladov* | | | | |
| Mzdové náklady | pravidelný mesačný | 3 | 7 570 | 22 710 |
| Nájomné vrátane vybavenia a energií | pravidelný mesačný | 3 | 500 | 1 500 |
| Prenájom parkovacieho miesta | pravidelný mesačný | 3 | 110 | 330 |
| Poštovné, internet, telefón | pravidelný mesačný | 3 | 50 | 150 |
| Poistenie | pravidelný mesačný | 3 | 15 | 45 |
| Softvérové vybavenie | mesačne | 3 | 80 | 240 |
| Kancelárske potreby | mesačne | 3 | 50 | 150 |
| **Celková potreba kapitálu** | |  |  | **36 115** |

**10. Finančný plán**

**10.1 Finančný plán**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Finančný plán** | **Rok** | | |
| **Položka** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Tržby z predaja** | **92 342** | **120 000** | **125 000** |
| Náklady na obstaranie predaného tovaru | 2 400 | 2 500 | 2 500 |
| **Obchodná marža** | **89 942** | **117 500** | **122 500** |
| **Prevádzková réžia** | | | |
| Mzdové náklady | 90 840 | 90 840 | 90 840 |
| Nákup drobného majetku | 1 000 | 1 000 | 1 000 |
| Nájomné vrátane energií | 6 000 | 6 060 | 6 080 |
| Prenájom parkovacieho miesta | 1 320 | 1 320 | 1 320 |
| Poštovné, internet, telefón | 2 400 | 2 400 | 2 400 |
| Poistenie | 720 | 720 | 720 |
| Reklama | 1 500 | 1 500 | 1 500 |
| **Prevádzkové náklady celkom** | **103 780** | **103 840** | **103 860** |
| ***Výsledok hospodárenia pred zdanením*** | ***- 13 838*** | ***13 660*** | ***18 640*** |
| Daň z príjmov (19%) | - | 2 595 | 3 542 |
| Úspora dane využitím umorovania strát z minulých rokov | - | - | - |
| ***Výsledok hospodárenia po zdanení*** | ***- 13 838*** | ***11 065*** | ***15 098*** |

**10.2 Výsledok hospodárenia – graf**

****

**10.3 Tržby z predaja**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ponuka služieb** | **Cena v EUR s DPH** | **Počet predaných ks/mesiac** | **Tržba v EUR s DHP** |
|
|
| **Návrh webstránky** |  |  |  |
| Jednoduchý | 29,99 | 6,00 | 179,94 |
| Obsiahly | 49,99 | 6,00 | 299,94 |
| Komplexný | 69,99 | 3,00 | 209,97 |
| **Realizácia webstránky** |  |  |  |
| Statický web | 129,99 | 4,00 | 519,96 |
| Blog | 149,99 | 6,00 | 899,94 |
| Web na zdieľanie obsahu | 169,99 | 3,00 | 509,97 |
| Katalóg článkov | 189,99 | 3,00 | 569,97 |
| Diskusné fórum | 209,99 | 3,00 | 629,97 |
| E-shop | 229,99 | 2,00 | 459,98 |
| **Redizajn webstránky** |  |  |  |
| Standard | 109,99 | 4,00 | 439,96 |
| Premium | 159,99 | 2,00 | 319,98 |
| **Oprava webstránky** |  |  |  |
| Standard | 59,99 | 4,00 | 239,96 |
| Premium | 109,99 | 2,00 | 219,98 |
| **Správa webstránky (údržba)** |  |  |  |
| 1-rázová | 59,99 | 1,00 | 59,99 |
| 3-mesačná | 109,99 | 2,00 | 219,98 |
| 6-mesačná | 159,99 | 4,00 | 639,96 |
| 12-mesačná | 209,99 | 5,00 | 1 049,95 |
| **Webhosting (spustenie na internete)** |  |  |  |
| Basic | 5,99 | 7,00 | 41,93 |
| Standard | 10,99 | 9,00 | 98,91 |
| Premium | 16,99 | 5,00 | 84,95 |
| **Tržby spolu za mesiac** | | | **7 695,19** |

**10.4 Výpočet mzdy**

**Výpočet mzdy** (2 zamestnanci):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Sociálne poistenie** | **Zamestnanec** | **Zamestnávateľ** |
| 1,4% /1,4% | 16,80 | 16,80 |
| Nemocenské poistenie |
| 4,0% /14,0% | 48,00 | 168,00 |
| Starobné poistenie |
| 3,0% /3,0% | 36,00 | 36,00 |
| Invalidné poistenie |
| 1,0% /1,0% | 12,00 | 12,00 |
| Poistenie v nezamestnanosti |
| 0% /0,25% |  | 3,00 |
| Garančný fond |
| 0% /4,8% |  | 57,00 |
| Rezervný fond |
| 0% /0,8% |  | 9,60 |
| Úrazové poistenie |
| 9,4% /25,2% | **112,80** | **302,40** |
| Sociálna poisťovňa - spolu |
| 4,0% /10,0% | **48,00** | **120,00** |
| Zdravotné poistenie |
| 13,4% /35,2% | **160,80** | **422,40** |
| **Odvody spolu** |
| **Hrubá mzda** | **1 200** | **1 200** |
| (hrubá mzda - odvody - 367,85) | 671,36 |  |
| Základ dane |
| 19% | **€127,55** |  |
| **Daň z príjmu** |
| **Čistá mzda** | **911,65** |  |
| **Cena práce** |  | **1 622** |

**Výpočet mzdy** (2 zamestnanci):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Sociálne poistenie** | **Zamestnanec** | **Zamestnávateľ** |
| 1,4% /1,4% | 22,40 | 22,40 |
| Nemocenské poistenie |
| 4,0% /14,0% | 64,00 | 224 |
| Starobné poistenie |
| 3,0% /3,0% | 48,00 | 48,00 |
| Invalidné poistenie |
| 1,0% /1,0% | 16,00 | 16,00 |
| Poistenie v nezamestnanosti |
| 0% /0,25% |  | 4,00 |
| Garančný fond |
| 0% /4,8% |  | 76,00 |
| Rezervný fond |
| 0% /0,8% |  | 12,80 |
| Úrazové poistenie |
| 9,4% /25,2% | **150,40** | **403,20** |
| Sociálna poisťovňa - spolu |
| 4,0% /10,0% | **64,00** | **160,00** |
| Zdravotné poistenie |
| 13,4% /35,2% | **214,40** | **563,20** |
| **Odvody spolu** |
| **Hrubá mzda** | **1 600** | **1600** |
| (hrubá mzda - odvody - 367,85) | 1 017,76 |  |
| Základ dane |
| 19% | **193,37** |  |
| **Daň z príjmu** |
| **Čistá mzda** | **1 192,23** |  |
| **Cena práce** |  | **2 163** |

Pozn. **cena práce** sú celkové náklady, ktoré zaplatí zamestnávateľ za zamestnanca.

**Záver**

Hlavným cieľom mojej záverečnej práce bolo spracovanie podnikateľského zámeru vo vhodnom rozsahu a s primeraným obsahom. Tento podnikateľský plán web dizajnérskej firmy WebGroup, s.r.o. som spracovával na základe dôkladnej analýzy zistených informácií v danom odbore ako aj v rámci súčasných možností podnikania v danom odvetví.

Pri vypracovaní teoretickej časti som využil vedomosti, ktoré som získal počas 4-ročného štúdia na strednej škole v rámci predmetov z ekonomiky a taktiež som využil aj moje vedomosti z praxe. Pri získavaní podkladov k práci som sa stretol s množstvom zaujímavých informácií v oblasti IT.

Praktická časť opisuje vytvorenie vlastného podnikateľského plánu. Najzložitejšou časťou bolo vytvorenie finančného plánu, ktorý overuje použitie môjho podnikateľského plánu v praxi. Vyskúšal som si založiť vlastný podnik a postaviť sa do úlohy manažérov, čo mi pomohlo sa zorientovať v podnikateľskom prostredí a s tým súvisiacimi finančnými operáciami.

**Zoznam použitej literatúry**

BENKO, J. 2016. Ako založiť s. r. o. v roku 2017. [online]. 2017. [cit. 06-04-2017]. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/3021/category/sro/article/ako-zalozit-sro-2017.xhtml>

DZUROVÁ, M. – FRIDRICH, B. – KORČOKOVÁ, M. – ORGONÁŠ, J. 2014. Spotrebiteľská politika I. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014. 336 s. ISBN 978-80-225-3950-0.

CHOMOVÁ, K. 2012. Zodpovedné podnikanie v praxi. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2012. 288 s. ISBN 978-80-225-3570-0.

KORÁB, V. – PETERKA, J. – REŽŇÁKOVÁ, M. 2008. Podnikateľský plán. Dotiskprvníhovydání. Praha: Computer Press, 2008. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

SBA. 2012. Praktický sprievodca podnikateľským plánom. Bratislava: Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania, 2012.

SRPOVÁ, J. – ŘEHOŘ, V. 2010. Základy podnikaní. Teoretické poznatky, přiklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: GradaPublishing, 2010. 425 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

FAI(). SWOT analýza, [online]. 2017. [cit. 06-04-2017].Dostupné na:<http://wvvwfap.sk/Analyza-ostatne/SWOT-ANALYZA-FIRMY.htm>

KARKALÍKOVÁ, M. 2015. Management systems as a competitiveadvantage in marketing strategy. 1,3, In A New role of marketing and communicationtechnologies in business and society: local and globalaspects : collectivemonograph. St. Louis : Khusar Group, 2015, s. 34-64 [3 AH]. ISBN 978-0-615-67156-7.

KARLÍČEK, M. — KRÁL, P. 2011. Marketingová komunikace — Jak komunikovat na našem trhu. 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3541-2.

KITA, J. - ČIHOVSKÁ V. - LIPIANSKA, J. - DZUROVÁ, M. - KITA, P. - LOYDLOVÁ, M. - FRANCOVÁ, Z. - HASPROVÁ, M. 2017. Marketing. Bratislava: WoltersKluwer, 2017. 424 s. ISBN 978-80-8168-550-7.

ŠÚBERTOVÁ, E. 2014. Podnikatelské prostredie v Európskej únii. 1. vyd. Bratislava: KARTPRINT, 2014. 126 s. ISBN 978-80-89553-24-2.

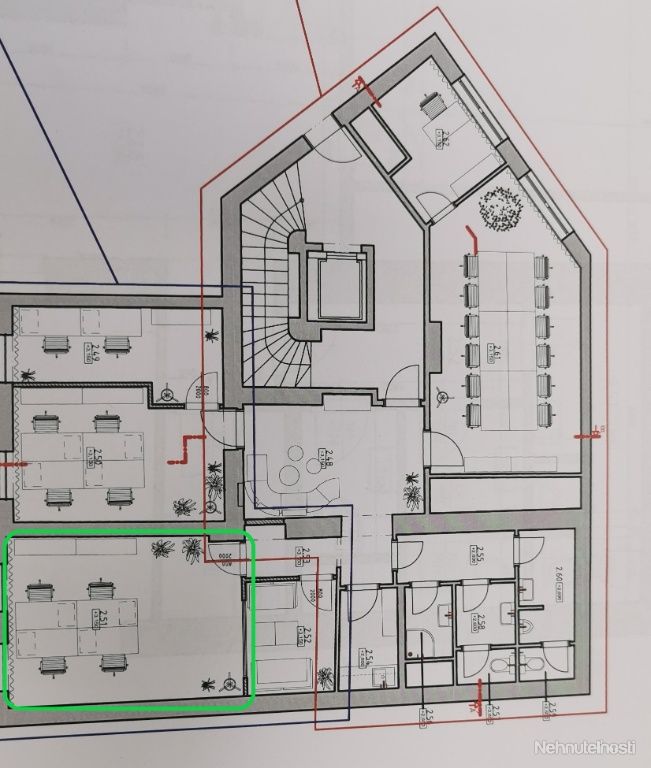
STRÁŽOVSKÁ, H. - STRÁŽOVSKÁ, Ľ. - KROŠLÁKOVÁ, M. - BAŽÓ, L. 2014. Náuka o obchodnom podnikaní. 1. vyd. Bratislava: Sprint 2, 2014. 334 s. [16,06 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-98-5.

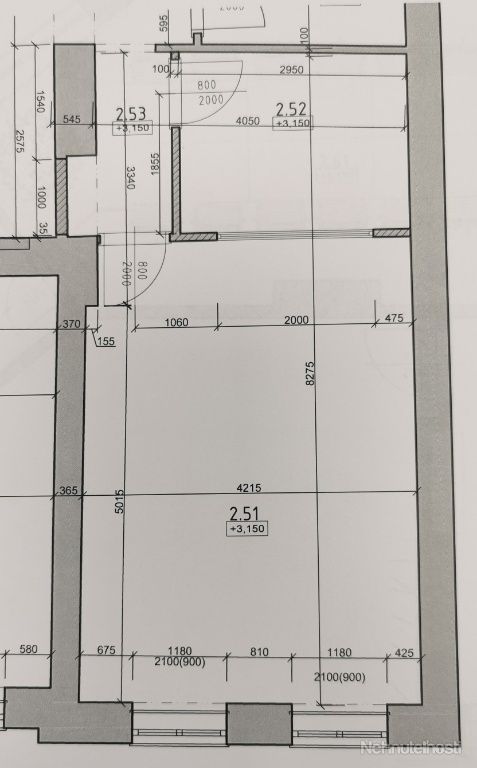
MARKOVIČOVÁ, M. 2015. Problémy zakladania malých a stredných podnikov a možnosti ich riešenia v SR, dizertačná práca. Bratislava: FPM, 2015. 152 s.

**Prílohy**

Zoznam príloh záverečnej práce:

* Príloha A – Pôdorys poschodia budovy a samotnej kancelárie
* Príloha B – Výpis z obchodného registra Okresného súdu Bratislava I
* Príloha C – Spoločenská zmluva

**Príloha A: Pôdorys poschodia budovy a samotnej kancelárie**

****

**Príloha B - Výpis z obchodného registra**

|  |
| --- |
| **Výpis z Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I** |
| **Tento výpis má len informatívny charakter a nie je použiteľný pre právne úkony !** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Oddiel:** **Sro** | **Vložka číslo:** **80454/B** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Obchodné meno:** | |  |  | | --- | --- | | **WebGroup, s. r. o.** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sídlo:** | |  |  | | --- | --- | | **Nám. SNP 1** **Bratislava 811 06** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **IČO:** | |  |  | | --- | --- | | **46 521 253** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Deň zápisu:** | |  |  | | --- | --- | | **21.01.2021** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Právna forma:** | |  |  | | --- | --- | | **Spoločnosť s ručením obmedzeným** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Predmet činnosti:** | |  |  | | --- | --- | | **Predaj nehmotného tovaru – realizácia a dizajnovanie webstránok** | **(od: 21.01.2021)** |  |  |  | | --- | --- | | **Poskytovanie služieb v oblasti tvorenia webov** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Spoločníci:** | |  |  | | --- | --- | | **Tomáš Michálek** **Bajkalská 9** **Bratislava 831 04** | **(od: 21.01.2021)** |  |  |  | | --- | --- | | **Ing. Matej Glasnák**  **Železničná 67** **Veľký Biel 900 24**  **Bc. Marek Guspan**  **Športová 489** **Galanta 924 01**  **Martin Czanik**  **Ďatelinová 660** **Miloslavov 900 42** | **(od: 21.01.2021)**  **(od: 21.01.2021)**  **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Výška vkladu každého spoločníka:** | |  |  | | --- | --- | | **Tomáš Michálek** **Vklad: 10 000 EUR Splatené: 10 000 EUR** | **(od: 21.01.2021)** |  |  |  | | --- | --- | | **Ing. Matej Glasnák**  **Vklad: 10 000 EUR Splatené: 10 000 EUR**  **Bc. Marek Guspan** **Vklad: 10 000 EUR Splatené: 10 000 EUR**  **Martin Czanik** **Vklad: 10 000 EUR Splatené: 10 000 EUR** | **(od: 21.01.2021)**  **(od: 21.01.2021)**  **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Štatutárny orgán:** | |  |  | | --- | --- | | **konatelia** | **(od: 21.01.2021)** |  |  |  | | --- | --- | | **Tomáš Michálek** **Bajkalská 9** **Bratislava 831 04** | **(od: 21.01.2021)** |  |  |  | | --- | --- | | **Ing. Matej Glasnák**    **Železničná 67** **Veľký Biel 900 24**  **Vznik funkcie: 21.01.2021** | **(od: 21.01.2021)** | |  |  | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Konanie menom spoločnosti:** | |  |  | | --- | --- | | **Za spoločnosť koná a podpisuje konateľ samostatne.** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Základné imanie:** | |  |  | | --- | --- | | **40 000 EUR Rozsah splatenia: 40 000 EUR** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ďalšie právne skutočnosti:** | |  |  | | --- | --- | | **Obchodná spoločnosť bola založená spoločenskou zmluvou zo dňa 03.01.2021 v zmysle ust. § 105 - 153 zák. č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník.** | **(od: 21.01.2021)** | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Dátum aktualizácie údajov:** | **19.03.2021** |
| **Dátum výpisu:** | **22.03.2021** |

**Príloha C – Spoločenská zmluva**

**Spoločenská zmluva o založení spoločnosti**

**WebGroup, s.r.o.**

so sídlom Nám. SNP 1, 811 06 Bratislava I - Staré Mesto

(ďalej len „spoločnosť“)

**Článok I**

**Obchodné meno a sídlo**

1. Obchodné meno spoločnosti je: WebGroup, s.r.o..
2. Sídlom spoločnosti je: Nám. SNP 1, 811 06 Bratislava I - Staré Mesto

**Článok II**

**Spoločníci**

1. Spoločníkmi spoločnosti sú:
2. Tomáš Michálek, narodený 02.04.2002, r.č.: 020402/0016, trvale bytom Bajkalská 9, 831 04 Bratislava;
3. Ing. Matej Glasnák, narodený 06.12.1989, r.č.: 891206/0014, trvale bytom Železničná 67, 900 24 Veľký Biel;
4. Bc. Marek Guspan, narodený 21.07.1994, r.č.: 940721/0010, trvale bytom Športová 489, 924 01 Galanta;
5. Martin Czanik, narodený 17.08.2000, r.č.: 000817/0019, trvale bytom Ďatelinová 660, 900 42 Miloslavov;
6. Práva a povinnosti spoločníkov sa riadia príslušnými ustanoveniami tejto spoločenskej zmluvy a zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej aj len „Obchodný zákonník“).

**Článok III**

**Predmet podnikania**

1. Predmetom podnikania spoločnosti je:
2. Predaj nehmotného tovaru – realizácia a dizajnovanie webstránok;
3. Poskytovanie služby v oblasti tvorenia webov;

**Článok IV**

**Základné imanie, vklady spoločníkov a správca vkladu**

1. Základné imanie spoločnosti je 40 000,- EUR (slovom štyridsaťtisíc eur).
2. Základné imanie spoločnosti je tvorené peňažnými vkladmi spoločníkov do základného imania Spoločnosti, pričom výška vkladu jednotlivých spoločníkov a rozsah ich splatenia je nasledovný:
3. Tomáš Michálek – peňažný vklad vo výške 10 000,- EUR je splatený v plnej výške 10 000,- EUR;
4. Ing. Matej Glasnák– peňažný vklad vo výške 10 000,- EUR je splatený v plnej výške 10 000,- EUR.
5. Bc. Marek Guspan – peňažný vklad vo výške 10 000,- EUR je splatený v plnej výške 10 000,- EUR.
6. Martin Czanik– peňažný vklad vo výške 10 000,- EUR je splatený v plnej výške 10 000,- EUR.
7. Spoločníci sa dohodli, že správou vkladov spoločníkov do základného imania spoločnosti do vzniku spoločnosti, t.j. do dňa zápisu spoločnosti do obchodného registra, bude poverený zakladajúci spoločník Tomáš Michálek, narodený 02.04.2002, r.č.: 020402/0016, trvale bytom Bajkalská 9, 831 04 Bratislava;

**Článok V**

**Obchodný podiel a podiel na zisku**

1. Obchodný podiel predstavuje práva a povinnosti spoločníka a im zodpovedajúcu účasť na spoločnosti. Výška obchodného podielu je stanovená v závislosti od pomeru vkladov jednotlivých spoločníkov k základnému imaniu.
2. Obchodný podiel sa dedí.
3. Podiel na zisku sa stanovuje na základe ročnej závierky.
4. O vyplatení podielov na zisku rozhoduje valné zhromaždenie.
5. Po dobu trvania spoločnosti nemôžu spoločníci žiadať od spoločnosti vrátenie ich vkladu do základného imania spoločnosti.
6. Pokiaľ spoločník zamýšľa previesť svoj obchodný podiel na iného, je povinný ho najskôr ponúknuť doterajším spoločníkom.
7. Prevod obchodného podielu na iného spoločníka alebo inú osobu je možný a podlieha predchádzajúcemu súhlasu valného zhromaždenia.

**Článok VI**

**Orgány spoločnosti**

1. Orgánmi spoločnosti sú:
   1. konatelia,
   2. valné zhromaždenie.

**Článok VII**

**Konatelia spoločnosti**

1. Prvými konateľmi spoločnosti sú:
2. Tomáš Michálek, narodený 02.04.2002, r.č.: 020402/0016, trvale bytom Bajkalská 9, 831 04 Bratislava;
3. Ing. Matej Glasnák, narodený 06.12.1989, r.č.: 891206/0014, trvale bytom Železničná 67, 900 24 Veľký Biel.
4. V mene spoločnosti koná a podpisuje každý konateľ samostatne.

**Článok VIII**

**Valné zhromaždenie**

1. Valné zhromaždenie je najvyšším orgánom spoločnosti.
2. Termín a program valného zhromaždenia spoločnosti treba oznámiť spoločníkom najmenej 7 dní vopred. Valné zhromaždenie zvoláva konateľ spoločnosti písomnou pozvánkou.
3. Každý zo spoločníkov má na každých 100,- EUR svojho vkladu jeden hlas.
4. Ak má spoločnosť jedného spoločníka, vykonáva tento pôsobnosť valného zhromaždenia svojimi písomnými rozhodnutiami.
5. Spoločníci môžu prijímať uznesenia aj mimo valného zhromaždenia. V takom prípade sa proces prijatia rozhodnutia začne tak, že konateľ na návrh ktoréhokoľvek spoločníka predloží všetkým spoločníkom návrh uznesení s požiadavkou písomného zaznamenania hlasovania spoločníka a jeho pripomienok v rámci určenej lehoty na vyjadrenie, ktorá nesmie prekročiť 10 dní. Spoločníci zasielajú svoje hlasovanie a vyjadrenia spoločnosti v tejto lehote. Návrh uznesení odoslaných konateľom a písomné záznamy o hlasovaní spoločníka sa odošlú faxom, e-mailom alebo kuriérom. Ak spoločník neodošle svoje hlasovanie alebo pripomienku Spoločnosti v uvedenej lehote, platí domnienka, že hlasoval proti prijatiu tohto uznesenia. Konatelia oznámia výsledok hlasovania o každom uznesení všetkým spoločníkom.

**Článok IX**

**Rezervný fond**

1. Spoločnosť je povinná vytvoriť rezervný fond z čistého zisku vykázaného v riadnej účtovnej závierke za rok, v ktorom sa zisk po prvý raz vytvorí, a to vo výške najmenej 5% z čistého zisku, najviac vo výške 10% základného imania. Rezervný fond sa ročne dopĺňa o 5% z čistého zisku spoločnosti vyčísleného v ročnej účtovnej závierke, a to až kým nedosiahne výšku 10% základného imania.
2. O použití rezervného fondu rozhoduje konateľ spoločnosti, pričom ho možno použiť v rozsahu, v ktorom sa vytvára povinne, len na krytie strát Spoločnosti.

**Článok X**

**Záverečné ustanovenia**

1. Spoločnosť sa zakladá na dobu neurčitú.
2. Spoločnosť nevydáva stanovy.
3. Osobám podieľajúcim sa na založení spoločnosti a na prípadných činnostiach smerujúcich k nadobudnutiu oprávnenia na jej činnosť neboli poskytnuté žiadne výhody.
4. Predpokladané náklady spoločnosti súvisiace so založením spoločnosti a jej vznikom predstavujú sumu vo výške 40 000,- EUR.
5. Táto spoločenská zmluva je vyhotovená v 5 rovnopisoch.
6. Na akúkoľvek zmenu tejto spoločenskej zmluvy je potrebný súhlas všetkých spoločníkov spoločnosti; zmena sa vykoná písomnými dodatkami k tejto zmluve.
7. Neplatnosť jednotlivých ustanovení tejto zmluvy nemá vplyv na platnosť ostatných jej ustanovení.
8. Vzťahy neupravené v tejto spoločenskej zmluve sa budú spravovať príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka.

V ................................................ dňa ..............................

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ......................................  Tomáš Michálek  zakladajúci spoločník | ......................................  Ing. Matej Glasnák  zakladajúci spoločník | ......................................  Bc. Marek Guspan  zakladajúci spoločník | ......................................  Martin Czanik  zakladajúci spoločník |  |  | ......................................  Ing. Jaroslav Navara  zakladajúci spoločník |