

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

Evidenčné číslo: 104003/I/2019/36114651039431684

**PODNIKATEĽSKÝ PLÁN VYBRANÉHO PODNIKU**  
**Diplomová práca**

**2019**

**Bc. Gabriel Drotár**

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

**PODNIKATEĽSKÝ PLÁN VYBRANÉHO PODNIKU**  
**Diplomová práca**

**Študijný program:** Všeobecný manažment

**Študijný odbor:** Ekonomika a manažment podniku

**Školiace pracovisko:** Katedra manažmentu

**Vedúci záverečnej práce:** Ing. Andrea Čambalíková, PhD.

**Bratislava 2019**

**Bc. Gabriel Drotár**

### **Čestné vyhlásenie**

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

**Dátum:** 23.04.2019

## **Pod'akovanie**

Chcem sa poďakovať Ing. Andrei Čambalíkovej, PhD. za korektnú spoluprácu, usmernenia a pripomienky, ktorými som dosiahol vypracovanie diplomovej práce. Taktiež chcem poďakovať Patrikovi Konrádymu a Janovi Širkému, za možnosť vypracovať diplomovú prácu v ich spoločnosti.

## **ABSTRAKT**

DROTÁR, Gabriel: *Podnikateľský plán vybraného podniku*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; Katedra manažmentu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Andrea Čambalíková, PhD. – Bratislava: FPM EU, 2019, 94 strán.

Cieľom záverečnej diplomovej práce je vytvorenie výstupu podnikateľského plánu spoločnosti, ktorá tento dokument využije ako základný interný dokument pri svojom podnikaní. Práca je rozdelená do štyroch kapitol. Obsahuje 2 grafy, 4 obrázky, 22 tabuliek a 6 príloh. Prvá kapitola je venovaná súčasnému stavu problematiky tvorby podnikateľských plánov doma a v zahraničí. V druhej časti je opísaný cieľ záverečnej diplomovej práce. V tretej kapitole je vysvetlená metodika práce a metódy skúmania, ktoré boli v záverečnej diplomovej práci využité. V záverečnej kapitole sú vypracované výsledky práce v praktickej časti, ktorou je vypracovaný samotný podnikateľský plán spoločnosti. V samotnom závere práce sú objasnené výsledky riešenia danej problematiky.

**Kľúčové slová:** Podnikateľský plán. Marketingový plán. Finančná analýza. Finančný plán.

## **ABSTRACT**

DROTÁR, Gabriel: *Business plan of a selected enterprise*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Business Management; Department of Management. – Supervisor of diploma thesis: Ing. Andrea Čambalíková, PhD. – Bratislava: FPM EU, 2019, 94 pages.

The aim of the diploma thesis is to create the output of the business plan of the enterprise, which will use this document as a basic internal document for its business. The work is divided into four chapters. It contains 2 graphs, 4 pictures, 22 tables and 6 attachments. The first chapter is devoted to the current state of business plan creation at home and abroad. The second part describes the goal of the diploma thesis. In the third chapter is explained the methodology of work and methods of investigation, which were used in the diploma thesis. In the final chapter are elaborated the results of work in the practical part, which is the actual business plan of the enterprise. The results of the solution of the given issue are explained in the conclusion of the thesis.

**Keywords:** Business plan. Marketing plan. Financial analysis. Financial plan.

# Obsah

ÚVOD .....	10
<b>1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ .....</b>	<b>11</b>
1.1 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN A JEHO DEFINÍCIA .....	11
1.2 HLAVNÝ VÝZNAM A VYUŽITIE PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU .....	13
1.3 ZÁSADNÉ PRINCÍPY SPRACOVANIA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU .....	15
1.4 FORMY A TYPY PODNIKATEĽSKÝCH PLÁNOV .....	16
1.5 PREHĽAD ŠTRUKTÚR PODNIKATEĽSKÝCH PLÁNOV .....	16
1.6 ŠTRUKTÚRA VYBRANÉHO PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU .....	18
1.6.1 Titulná strana .....	18
1.6.2 Manažérske zhrnutie .....	19
1.6.3 Opis podniku .....	19
1.6.4 Produkty a služby .....	20
1.6.5 Analýza trhu .....	24
1.6.6 Marketingový plán .....	31
1.6.7 Finančná analýza a finančný plán .....	33
1.6.8 Hodnotenie úspešnosti a rizík .....	34
1.6.9 Prílohy .....	35
<b>2 CIEĽ PRÁCE .....</b>	<b>36</b>
<b>3 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA .....</b>	<b>38</b>
<b>4 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA .....</b>	<b>40</b>
4.1 TITULNÁ STRANA .....	40
4.2 MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE .....	41
4.3 OPIS SPOLOČNOSTI .....	42
4.3.1 Manažment a zamestnanci .....	45
4.3.2 Odborní poradcovia a garanti .....	47
4.3.3 Partneri .....	48
4.3.4 Úspechy a ocenenia .....	48
4.3.5 Články a reportáže .....	50
4.4 OPIS PRODUKTOV A SLUŽIEB .....	51
4.4.1 Hlavné produkty .....	51
4.4.2 Vedľajšie produkty .....	54
4.4.3 Výskum a vývoj .....	56
4.4.4 Životný cyklus produktov .....	56
4.4.5 Proces poskytnutia produktov .....	57
4.4.6 Zabezpečenie kontroly a kvality .....	58
4.4.7 Duševné vlastníctvo .....	58
4.5 ANALÝZA TRHU .....	58
4.5.1 Analýza zákazníka .....	58
4.5.2 Porterov model 5 síl .....	60
4.5.3 SWOT analýza .....	62
4.6 MARKETINGOVÝ PLÁN .....	65
4.6.1 Produkt .....	65
4.6.2 Cena .....	65
4.6.3 Propagácia (marketingová stratégia) .....	67
4.6.4 Distribúcia .....	68
4.7 FINANČNÁ ANALÝZA A FINANČNÝ PLÁN .....	68
4.7.1 Finančné ciele 2019-2021 .....	68
4.7.2 Sumarizácia doterajších príjmov a nákladov 2018 .....	69

4.7.3	<i>Ročný plán predaja, plán príjmov a plán nákladov 2019 .....</i>	70
4.7.4	<i>Plán príjmov a nákladov 2020 a 2021 .....</i>	73
4.7.4	<i>Bod zvratu.....</i>	75
4.7.5	<i>Finančné výkazy .....</i>	76
4.8	HODNOTENIE ÚSPEŠNOSTI A RIZÍK .....	79
4.9	PRÍLOHY.....	79
4.10	DISKUSIA .....	80
	<b>ZÁVER.....</b>	<b>82</b>
	<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....</b>	<b>84</b>
	<b>PRÍLOHY .....</b>	<b>88</b>



# ZOZNAM GRAFOV, OBRÁZKOV A ZOZNAM TABULIEK

## ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 Syntéza SWOT analýzy .....	64
Graf 2 Bod zvratu .....	76

## ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Životný cyklus produktov .....	22
Obrázok 2 Porterov model .....	25
Obrázok 3 SWOT analýza .....	29
Obrázok 4 Plánovaná organizačná štruktúra .....	47

## ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 SWOT analýza- interná analýza .....	63
Tabuľka 2 SWOT analýza- externá analýza .....	64
Tabuľka 3 Porovnanie cien s konkurenciou .....	66
Tabuľka 4 Porovnanie cien s konkurenciou .....	67
Tabuľka 5 Finančné ciele spoločnosti .....	68
Tabuľka 6 Príjmy v roku 2018 .....	69
Tabuľka 7 Náklady v roku 2018 .....	70
Tabuľka 8 Zisk spoločnosti v roku 2018 .....	70
Tabuľka 9 Plán predaja v roku 2019 .....	71
Tabuľka 10 Plán príjmov v roku 2019 .....	72
Tabuľka 11 Plán nákladov v roku 2019 .....	72
Tabuľka 12 Ročný rozpočet mzdových nákladov v roku 2019 .....	73
Tabuľka 13 Celkový prehľad mzdových nákladov v roku 2019 .....	73
Tabuľka 14 Plánovaný zisk spoločnosti v roku 2019 .....	73
Tabuľka 15 Plán príjmov v rokoch 2020 a 2021 .....	74
Tabuľka 16 Plán nákladov v rokoch 2020 a 2021 .....	74
Tabuľka 17 Celkový prehľad plánovaných mzdových nákladov v rokoch 2020 a 2021 .....	75
Tabuľka 18 Zisk spoločnosti v rokoch 2020 a 2021 .....	75
Tabuľka 19 Aktíva spoločnosti v rokoch 2018-2021 .....	76
Tabuľka 20 Pasíva spoločnosti v rokoch 2018-2021 .....	77
Tabuľka 21 Výkaz ziskov a strát 2018-2021 .....	78
Tabuľka 22 Výpočet cash flow 2018-2021 .....	78

# ÚVOD

Téma podnikateľských plánov je vo svete veľmi rozšírená a u mnohých ľudí vzbudzuje záujem poznania, čo sa za dobrým podnikateľským plánom skrýva. V rámci záverečnej diplomovej práce sa budeme venovať tvorbe podnikateľského plánu vybranej spoločnosti pôsobiacej na Slovensku. Tvorba tohto podnikateľského plánu bude prebiehať v kooperácii so spoločnosťou BodyFix Technologies s. r. o..

Na začiatok sa v teoretickej časti práce zameriame na objasnenie problematiky podnikateľského plánu doma a vo svete. Poukázanie na viaceré definície domácich či zahraničných autorov nám pomôžu vytvoriť si vlastný názor na danú tému, čo nás privedie k hlavnému významu tvorby podnikateľského plánu. Na to, aby sme vedeli upriamiť podnikateľský plán na správny typ jeho využitia, si musíme v prvom rade zadefinovať cieľ, na čo bude podnikateľský plán prioritne vytvorený. V našej práci si zadefinujeme základné zásady a princípy spracovanie tohto dokumentu a vymedzíme aj formy a typy podnikateľských plánov. Hlavnou časťou teoretickej časti je vytvorenie a definovanie optimálnej štruktúry podnikateľského plánu, ktorej sa následne v praktickej časti budeme držať.

Cieľom záverečnej diplomovej práce je prenesenie získaných teoretických znalostí do praktického výstupu, čo v našom prípade znamená vytvorenie podnikateľského plánu. Podnikateľský plán bude vytvorený na určitý, konkrétny zámer. Hlavným cieľom je vytvorenie podnikateľského plánu pre interné potreby spoločnosti. Tento podnikateľský plán bude slúžiť ako plánovací nástroj, ale aj ako nástroj pre celkové hodnotenie spoločnosti, ktoré bude poukazovať na jeho silné stránky a nedostatky, resp. riziká a príležitosti, ktoré bude potrebné či už využiť, eliminovať alebo zlepšovať.

V záverečnej časti našej práce, ktorej celkovým výstupom bude podnikateľský plán, opíšeme a zhodnotíme základné stratégie a analýzy spoločnosti, vytvoríme finančný plán s hodnotením a vyhodnotíme potenciálne riziká spoločnosti súčasne aj s opatreniami na elimináciu týchto rizík.

# 1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Problematika tvorby podnikateľského plánu je dôležitá v zahraničných krajinách rovnako, ako aj u nás doma. Na to, aby sme sa mohli problematikou podnikateľského plánu hlbšie zaoberať, si potrebujeme zadefinovať, čo vo všeobecnosti podnikateľský plán je. Následne si ukážeme jeho možné využitie, aké sú jeho základné princípy, a formu, v akej by mal byť dobrý podnikateľský zámer štruktúrovaný a čo všetko by mal obsahovať.

## 1.1 Podnikateľský plán a jeho definícia

Podnikateľský plán, inak aj podnikateľský zámer alebo business plán (anglicky „business plan“), sú názvy s ktorými sa môžeme stretnúť pri riešení tejto problematiky.

Môžeme povedať, že každý podnik má určitý podnikateľský plán, v niektorých prípadoch sa však stretávame, že tento plán nie je podložený dokumentom.

Je možné nájsť veľa definícií podnikateľského plánu, avšak všetky definície majú rovnakú podstatu.

*„Podnikateľský plán je písomný dokument, ktorý popisuje všetky podstatné vonkajšie aj vnútorné okolnosti súvisiace s podnikateľským zámerom. Je to formálne zhrnutie podnikateľských cieľov, dôvodov ich reálnosti a dosiahnuteľnosti a zhrnutie jednotlivých krokov vedúcich k dosiahnutiu týchto cieľov.“* je definícia podľa Srpovej.<sup>1</sup>

Mike McKeever, uznávaný expert v oblasti ekonomických analýz a tvorby podnikateľských plánov, ktorý vyštudoval Ekonomiku na Londýnskej univerzite a vytvoril už stovky podnikateľských plánov, definuje podnikateľský plán nasledovne:

*„Podnikateľský plán je písomný dokument, ktorý popisuje a analyzuje podnikanie a detailne vyobrazuje jeho budúcnosť. Podnikateľský plán taktiež pokrýva finančný aspekt od začiatku podnikania, cez expandovanie a odpovedá na hlavnú otázku, koľko financií spoločnosť vynaloží a na druhej strane koľko zarobí.“*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikateľský plán a stratégie*. Grada Publishing a. s. 2011. s. 14. ISBN 80-247-4103-2

<sup>2</sup> MCKEEVER, Mike. *How to write a business plan*. 10 vyd. U.S.A. : DELTA PRINTING SOLUTIONS, INC. 2010. s. 6. ISBN-10: 1-4133-1280-2

Vysoko uznávaná Harvardská univerzita v jednej zo svojich publikácií ohľadom tvorby podnikateľských plánov popisuje podnikateľský plán takto:

*„Podnikateľský plán nie je stručne a rýchlo napísaný dokument podľa štandardnej šablóny. Podnikateľský plán je intenzívne zameraná činnosť, ktorá uvažuje o koncepcii spoločnosti, jeho obchodnej stratégii a konkurenčnom prostredí. Je kľúčom k úspechu, pomocou ktorého zistíte možné príležitosti a hrozby a tak dokážete analyzovať smer spoločnosti.“*<sup>3</sup>

Úspešná podnikateľka Rhonda Abrahams, ktorá sa svojimi knihami o podnikateľských plánoch stala najpredávanejšou spisovateľkou v Spojených štátoch, definuje podnikateľský plán nasledovne:

*„Podnikateľský plán je nevyhnutný nástroj pre chod spoločnosti. Tento plán vyžaduje detailné informácie o takmer každom aspekte, ktorému sa spoločnosť venuje- vývoj a výroba, marketing, všetky operácie v spoločnosti, personálna stránka a všetky ostatné dôležité procesy.“*<sup>4</sup>

Jednoducho povedané, podnikateľský plán je písomne spracovaný dokument, ktorý popisuje podstatné vonkajšie a vnútorné faktory súvisiace s podnikateľskou činnosťou podniku v rôznych životných fázach.

Podnikateľský plán by si v prvom rade mal vytvoriť každý podnikateľ, aby vedel zhodnotiť potenciál trhu, poskytovanej služby alebo produktu a celkovo tak zhodnotiť finančný model podnikania, ktorý by mal byť v každom prípade smerovaný za účelom dosiahnutia zisku.<sup>5</sup>

Pri tvorení podnikateľského plánu sú potrebné kvalitné vstupné údaje, aby bol vytvorený podnikateľský plán objektívny a boli v ňom využité hodnoverné a kvalitné údaje. Najdôležitejšou časťou, kde je potrebné uplatniť tieto kvalitné vstupy, je finančný plán podniku, ktorého podstatou je odzrkadlenie podnikateľského zámeru v konkrétnych a hodnoverných číslach. Podľa tohto plánu sa následne odvíjajú aj rôzne iné rozhodnutia či

---

<sup>3</sup> LINDA, A. Cyr. *Creating a Business plan*. Boston : Harvard Business Press, 2007. s. 4. ISBN-13: 978-1-4221-6687-1

<sup>4</sup> ABRAHAM, Rhonda. *Successful Business Plan : Secrets & Strategies*. 6 vyd. Palo Alto: PlanningShop, 2014. s. 18. ISBN: 978-1-933895-46-8

<sup>5</sup> KOSTERCOVÁ, Vlasta – KRESÁNKOVÁ, Zuzana. *Aké chyby robíme najčastejšie pri tvorbe podnikateľských zámerov?* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-09-05]. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/ake-chyby-robime-najcastejsie-pri-tvorbe-podnikatelskych-zamerov#.W2hnPC10B0s>

už v internom alebo externom prostredí podniku. Uvádzanie nereálnych údajov vedie k znehodnoteniu celkového podnikateľského plánu a rovnako aj k poškodeniu dobrého mena podniku.<sup>6</sup>

## 1.2 Hlavný význam a využitie podnikateľského plánu

Ako už bolo spomenuté, podnikateľský plán sa vypracováva pri zakladaní podniku, ale aj pri podniku, ktorý chce dodatočne získať nový kapitál, resp. plánuje podnik predať. Cieľom každého podniku v dlhodobom horizonte je v prvom rade generovanie a maximalizácia zisku. Táto prvoradá úloha by v ňom mala byť podložená, na základe efektívneho fungovania podniku s cieľom dosahovania tohto zisku. Práve k tejto efektívnosti slúži podnikateľský plán, v ktorom je vyobrazená najideálnejšia cesta, akou by sa daný podnik mal uberať. Bez ohľadu na typ daného podniku, by v podnikateľskom pláne mali byť obsiahnuté štyri oblasti, a to trh, v ktorom sa podnik nachádza, ďalej výrobok alebo služba daného podniku a v neposlednom rade zobrazenie personálu a financií, resp. finančného plánu.<sup>7</sup>

Podnikateľský plán sa môže spracovávať pre interné, ale aj externé účely. V nasledujúcom rozdelení poukážeme na využitie podnikateľského plánu v oboch týchto prípadoch:

### 1. Interné účely

#### a) Majitelia podniku

Podnikateľský plán chápaný ako interný dokument podniku, slúži hlavne pri rozhodovaní o činnosti podniku v budúcom období, ale rovnako slúži aj ako nástroj plánovania. Majiteľ podniku v ňom má popísané ciele podniku, ktoré chce v budúcom období dosiahnuť. Súčasťou týchto cieľov sú finančné ukazovatele, resp. finančné ciele. Účelom podnikateľského plánu, resp. s cieľom jeho využitia súvisia aj jeho funkcie, ako napríklad využitie podnikateľského plánu ako kontrolného a plánovacieho nástroja so sledovaním dlhodobého, ale aj krátkodobého horizontu.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> KOSTERCOVÁ, Vlasta – KRESÁNKOVÁ, Zuzana. *Aké chyby robíme najčastejšie pri tvorbe podnikateľských zámerov?* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-09-05]. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/ake-chyby-robime-najcastejsie-pri-tvorbe-podnikatelskych-zamerov#.W2hnPC10B0s>

<sup>7</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 9-13. ISBN 978-80-251-1605

<sup>8</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 21. ISBN 978-80-251-1605

## b) Manažment podniku

Podnikateľský plán je pre manažment podniku dôležitý manažérsky nástroj k riadeniu podniku, ktorým sa manažment podniku riadi, aby mohol ciele majiteľov podniku strategicky plniť a aby tieto ciele boli jasne definované.

## 2. Externé účely

### a) Investície

Podnikateľský plán môže slúžiť aj ako podklad pre získanie cudzích finančných zdrojov. Najčastejšie sa tieto finančné zdroje získavajú z podnikateľských úverov z banky alebo z iných pôžičiek. Rovnako je podnikateľský plán nesmierne dôležitý pri hľadaní potenciálneho investora, ktorý by mal financovať ďalší rozvoj podniku a ktorého by tento podnikateľský plán mal presvedčiť k investovaniu prostriedkov práve do tohto podniku. V skratke je možné podnikateľský plán smerovať na:

- a. získanie investora
- b. získanie bankového úveru
- c. získanie pôžičky

### b) Predaj podniku

Ak sa majitelia podniku rozhodnú podnik predat', je veľmi dôležité mať vypracovaný aktuálny podnikateľský plán, ktorý bude zobrazovať reálny stav podniku na trhu so všetkým, čo podnikateľský plán má obsahovať. Takto vypracovaný podnikateľský plán zabezpečí rýchlejší predaj podniku a celkovo takto vypracovaný podnikateľský plán poukazuje na serióznosť podniku ako takého.

### c) Získanie nenávratných finančných príspevkov formou grantu alebo dotácie

Ak sa spoločnosť chce uchádzať o nenávratnú finančnú podporu formou grantu alebo dotácie, je nevyhnutné predložiť podnikateľský zámer spoločnosti so všetkými náležitosťami, ktoré si inštitúcia poskytujúca takýto grant alebo dotáciu vyžiada v ich forme. Vo väčšine prípadov však tieto dokumenty majú podobnú, až rovnakú formu.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> FINCH, Brian. *How to Write a Business Plan*. 2 vyd. Londýn a Philadelphia : MPG Books Ltd. 2006. s. 2-3. ISBN-13: 978-0-7494-4553-9

### 1.3 Zásadné princípy spracovania podnikateľského plánu

Pri písaní podnikateľského plánu je potrebné začleniť všetky faktory, ktoré prešli procesom logického myslenia a je možné predpokladať, že v budúcom čase môžu nastať a rovnako je potrebné predpokladať, aké problémy by sa pri určitom type podnikania mohli vyskytnúť. Proces formovania podnikateľského plánu pomáha formálne preskúmať základné záležitosti, ktoré si vyžadujú objasnenie, ako napríklad <sup>10</sup>:

- nápady a pocity,
- všetky predpoklady, ktoré neboli overené,
- výpočty uskutočnené bez úplnej znalosti základných zásad,
- rôzne právne predpisy, ktoré by mohli podnik ovplyvniť,
- vonkajšiu dynamiku, ako napríklad politické zmeny alebo nové technológie, ktoré by mohli mať dôsledky na podnikanie.

Takouto kontrolou v rámci širšieho podnikateľského plánu môžeme identifikovať slabé miesta v dostatočnom predstihu a tak zabezpečiť pozitívne zmeny alebo prispôbiť plán na adaptáciu podniku. <sup>10</sup>

Hlavnými zásadami pri písaní podnikateľského plánu sú formálne či neformálne úpravy a môžem ich zhrnúť do týchto bodov <sup>11</sup>:

- realizovateľnosť– plán by nemal byť ani príliš optimistický, ani pesimistický
- hodnovernosť– údaje v podnikateľskom pláne by mali byť hodnoverné, mali by byť použité verejne prístupné údaje, ktoré sú ľahko overiteľné a údaje o konkurencii poskytnúť dôkladne a úprimne, čím sa zvyšuje dôveryhodnosť podnikateľského plánu
- formálnosť– podnikateľský plán by mal byť prehľadný, stručný a nemal by presahovať 40 normostrán
- jednoduchosť– plán by mal byť písaný jednoducho, aby ho pochopili aj osoby, ktoré nie sú v danej oblasti podnikania špecialistami
- horizont budúcnosti– v pláne by mali byť začlenené prognózy analýz budúceho vývoja a spôsob dosiahnutia cieľov

---

<sup>10</sup> MALTA ENTERPRISE. *Introduction to business panning* [elektronický zdroj]. Malta, 2011, s. 6. [cit. 2018-09-10]. Dostupné na: [https://businessfirst.com.mt/en/planning/documents/business\\_planning\\_guidelines.pdf](https://businessfirst.com.mt/en/planning/documents/business_planning_guidelines.pdf)

<sup>11</sup> FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. s. 128 ISBN 80-716-9812-1

V dnešnej dobe je síce vecnosť a formálnosť prioritou, no nesmieme už zabúdať ani na vizualizáciu, resp. grafickú úpravu tohto dokumentu. Na to, aby investora zaujal podnikateľský plán, je potrebné investovať do takýchto vizuálnych úprav, aby sa nedala šanca potencionálnemu investorovi myslieť si, že podnik funguje na báze bez pridanej hodnoty.<sup>12</sup>

## 1.4 Formy a typy podnikateľských plánov

Forma a typ podnikateľského plánu podniku závisí od fázy vývoja, v ktorom sa podnik nachádza. Rozlišujeme podnikateľský plán<sup>13</sup>:

1. **pre začínajúce podniky- startupy** - podnikateľský plán pre začínajúci podnik, resp. startup sa využíva v prípade, ak podnik ešte nezačal so svoju činnosťou alebo je len na začiatku svojho pôsobenia,
2. **pre rozvíjajúce sa podniky** - tento typ podnikateľského plánu je určený najmä pre podniky, ktoré plánujú rast, rozvoj a udržanie podniku na trhu,
3. **pre podniky očakávajúce krízu, resp. v kríze** – tzv. „turnaround“ podnikateľský plán, ktorým sa podniky snažia krízu eliminovať alebo zmierniť jej následky,
4. **pre podniky vo fáze ukončenia fungovania podniku** – tzv. „shut down“ plán, ktorým sa podniky snažia efektívne ukončiť fungovanie podniku.

## 1.5 Prehľad štruktúr podnikateľských plánov

Existuje mnoho štruktúr podnikateľských plánov, ktoré sa však v skutočnosti odlišujú minimálne a mnohé body týchto plánov sú len synonymicky odlišené. Mnohé plány sa odlišujú aj vizuálne či graficky, čo je správne, pretože v dnešnej dobe je potrebné mať aj správnu vizualizáciu dokumentu, s cieľom odlišenia sa od konkurencie. Tak ako na Slovensku a v okolitých krajinách, či vo svete, sú vytvárané podnikateľské plány, resp. business plány alebo podnikateľské zámery, no v konečnom dôsledku základ týchto dokumentov je stále postavený na rovnakej štruktúre, s minimálnymi odlišnosťami individuálneho rukopisu firiem. Štruktúra podnikateľského plánu musí byť logicky usporiadaná. Mnohé domáce ale aj zahraničné zdroje poukazujú na odlišné štruktúry a štruktúra nie je striktno definovaná.

---

<sup>12</sup> FINCH, Brian. *How to Write a Business Plan*. 2. vyd. Londýn a Philadelphia : MPG Books Ltd. 2006. s. 4-5. ISBN-13: 978-0-7494-4553-9

<sup>13</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 25. ISBN 978-80-251-1605



Naša štruktúra podnikateľského plánu bude kompletne definovaná v nasledujúcej podkapitole, avšak jej hlavné zložky budú mať nasledovnú štruktúru:

- 1) Titulná strana
  - i. úvodná strana so základnými informáciami
- 2) Manažérske zhrnutie
  - i. stručné zhrnutie podnikateľského plánu, tzv. manažérske zhrnutie
- 3) Opis podniku
  - i. opis kľúčových faktorov spoločnosti (história, životná fáza, skúsenosti, referencie, partneri, dôvod vytvorenia podnikateľského plánu a pod.)
  - ii. krátke uvedenie činností podniku
  - iii. manažment a zamestnanci
  - iv. opis podnikateľskej príležitosti, poslania, vízie a cieľov spoločnosti (krátkodobých a dlhodobých)
- 4) Produkty a služby
  - i. definovanie produktov a služieb a popis histórie od vývoja až po súčasnosť
  - ii. atribúty produktov a služieb
  - iii. výskum a vývoj produktov a služieb
  - iv. proces výroba-dodanie, resp. predaj tovarov alebo poskytnutie služieb
  - v. zabezpečenie kontroly a kvality
  - vi. zabezpečenie dodávok
  - vii. duševné vlastníctvo
  - viii. iné špecifické náležitosti produktov a služieb
- 5) Analýza trhu
  - i. Porterov model 5 síl
  - ii. SWOT analýza
  - iii. analýza zákazníka
- 6) Marketingový plán
  - i. marketingový mix- 4P
  - ii. marketingová stratégia
- 7) Finančná analýza a finančný plán
  - i. sumarizácia doterajších príjmov a nákladov a ich budúci trend
  - ii. zobrazenie aktuálneho a budúceho cash-flow podniku

- iii. zobrazenie aktuálnej bilancie súvahy, výkazu ziskov a strát a kvalifikovaného odhadu ich budúceho stavu
- 8) Hodnotenie úspešnosti a rizík
- i. identifikácia rizikových faktorov
  - ii. kvantifikácia rizík
  - iii. plánovanie krízových scenárov
  - iv. kontrola a monitorovanie
- 9) Prílohy
- i. zmluvy
  - ii. dokumenty
  - iii. iné

## 1.6 Štruktúra vybraného podnikateľského plánu

V tejto časti sa budeme venovať štruktúre podnikateľského plánu, ktorú sme si vybrali a zadefinovali podľa našich predstáv. Obsahuje všetky potrebné náležitosti a obsahové časti podnikateľského plánu. Skladá sa celkovo z deviatich nižšie opísaných častí.

### 1.6.1 Titulná strana

Titulná strana zvyčajne obsahuje tieto náležitosti <sup>14</sup>:

- názov podniku,
- logo podniku,
- sídlo podniku,
- mená zakladateľov,
- kontaktné údaje,
- dátum založenia podniku,
- účel zamerania podnikateľského plánu,
- prehlásenie o dôveryhodnosti a dôverných informáciách.

Tieto vyššie spomenuté náležitosti by mala titulná strana podnikateľského plánu s určitosťou obsahovať. Podľa vlastného uváženia, by sa na titulnej strane plánu mal

---

<sup>14</sup> HISRICH, Robert D. - PETERS, Michael P. *Založení nového podniku*. 1. vyd. Praha : Victoria Publishing. 1996. s. 12. ISBN 80-85865-07-6

nachádzať aj rok vypracovania podnikateľského plánu, aby sme vedeli určiť aktuálnosť údajov v dokumente. Na titulnú stranu taktiež možno uviesť segment, v ktorom daný podnik podniká.

### 1.6.2 Manažérske zhrnutie

Manažérske zhrnutie možno definovať ako zhrnutie najpodstatnejších aspektov podnikateľského plánu. Toto zhrnutie by malo v priebehu niekoľkých sekúnd zaujať čitateľa. Vypracováva sa až vtedy, keď je podnikateľský plán hotový.<sup>15 16</sup>

Manažérske zhrnutie, resp. exekutívny súhrn podnikateľského plánu je vhodné vypracovať na jednu až dve strany a mal by obsahovať tieto časti<sup>17</sup>:

- oblasť podnikania, ktorému sa podnik venuje,
- časové obdobie, v ktorom podnik pôsobí na trhu,
- skúsenosti, ktoré podnik za toto obdobie získal,
- jednoduchý prehľad trhu, marketingová stratégia a popis klientely,
- kľúčové fakty o kompetenciách podniku,
- jednoduché finančné vyčíslenie investícií a ich návratnosti,
- zodpovedajúce osoby za tvorbu podnikateľského plánu a finančnej analýzy.

### 1.6.3 Opis podniku

Opis podniku, v zahraničných článkoch v preklade „Business description“, obsahuje opis podniku ako takého. Keďže na titulnej strane podnikateľského plánu už máme spomenutý názov podniku, jeho adresu a kontakt, nemusíme, avšak môžeme spomenúť tieto údaje v časti opisu podniku znovu. Samozrejmosťou je, že pri opise podniku je potrebné spomenúť právnu formu, pod ktorou podnik vystupuje. Neodbytnou súčasťou opisu, sú majitelia podniku, spolu s ich údajmi, kontaktami, uvedenými percentuálnymi podielmi na podniku, ich skúsenosťami a v neposlednom rade opisom ich časti podniku, ktorú majú na starosti. Ďalšou nevyhnutnou súčasťou je vytýčenie oblasti, v ktorej podnik podniká.

---

<sup>15</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 36. ISBN 978-80-251-1605

<sup>16</sup> FINCH, Brian. *How to Write a Business Plan*. 2. vyd. Londýn a Philadelphia : MPG Books Ltd. 2006. s. 20-25 ISBN-13: 978-0-7494-4553-9

<sup>17</sup> ILLINOIS SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTRE. *The plan: A step-by-step Business plan workbook* [elektronický zdroj]. Illinois : NewGround Publications. s. 6-7. [cit. 2018-08-21]. Dostupné na: [https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC\\_NewGround\\_BusinessPlan\\_Sept2013.pdf](https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC_NewGround_BusinessPlan_Sept2013.pdf)

Z oblasti, v ktorej podnik podniká, je potrebné vyčleniť aj produkty a služby, ktoré podnik či už vyrába alebo poskytuje a stručne popísať aj doplnkové práce, ktoré uskutočňuje. Bližšie však popis produktov, resp. služieb bude rozobratý v samostatnom bode podnikateľského plánu. Ak má podnik vlastnú budovu, technické zariadenia, resp. iné dôležité zariadenie, ktoré je či už nevyhnutné na výrobu, resp. poskytovanie služby, treba uviesť aj tieto informácie.<sup>18</sup>

Podnik sa môže nachádzať v rôznych životných fázach, tie sme už uviedli v tejto práci, konkrétne v časti formy a typy podnikateľského plánu. Je potrebné vybrať si z nich, v ktorej fáze sa podnik aktuálne nachádza. Ak je to podnik, ktorý má nejakú históriu, je potrebné túto históriu podnikania opísať. Do opisu podniku je podstatné zahrnúť aj dôvody, prečo bol podnikateľský plán vytvorený, konkrétne či sa chce podnik rozvíjať, expandovať, rozbehnúť svoj biznis a pod..<sup>18</sup>

Nevyhnutnou súčasťou je aj opis stanovených krátkodobých a dlhodobých cieľov podniku rovnako aj so zdôvodnením stanovenia týchto cieľov. Vhodnou súčasťou je opis iných vplyvov v odvetví, v ktorom podnikáme, nových ekonomických trendov, výhľadov, prognóz a pod.. Rovnako je vhodné v krátkosti opísať marketingovú stratégiu podniku.

Do časti opisu podniku je potrebné zakomponovať organizáciu podniku. Organizačnú štruktúru je vhodné znázorniť graficky a príslušne popísať pozície a im prislúchajúce kompetencie a zodpovednosti. Je vhodné vyzdvihnúť v určitých prípadoch aj ich prax, znalosti, resp. referencie.<sup>18</sup>

V závere opisu je potrebné spomenúť či už partnerov podniku, ale aj externé spolupráce s podnikmi, ktoré majú v našom podniku na starosti určité oblasti (napr. účtovníctvo, finančné poradenstvo, banku, poisťovaciú spoločnosť, externého kontrolóra a pod.). Na všetkých týchto dôležitých partnerov je v niektorých prípadoch vhodné spomenúť ich údaje a kontakty.<sup>18</sup>

#### 1.6.4 *Produkty a služby*

### **Definovanie produktov a služieb s históriou od vývoja až po súčasnosť**

---

<sup>18</sup> ILLINOIS SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTRE. *The plan: A step-by-step Business plan workbook* [elektronický zdroj]. Illinois : NewGround Publications. s. 8-9. [cit. 2018-08-21]. Dostupné na: [https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC\\_NewGround\\_BusinessPlan\\_Sept2013.pdf](https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC_NewGround_BusinessPlan_Sept2013.pdf)

V tejto časti sa špecifikujú produkty a služby detailne, ale využívajú sa termíny, ktoré sú ľahko pochopiteľné a nie sú určené pre špecialistov na danú problematiku. Objasňuje sa či už ako produkt vyzerá, čo dokáže, ako pracuje, jeho variácie, možnosti a pod.. Rovnako by mala byť upriamená pozornosť na využitie produktu alebo služby. Produkty a služby by mala byť znázornené vrátane fotografií, grafov, náčrtov, špecifikácie, ale aj napr. predajnej brožúry. Ak je potrebné, treba zájsť do úplných detailov, aby pre čitateľa bol daný produkt alebo služba jasne zrozumiteľná.<sup>19</sup>

Veľmi vhodné je, ak sa definuje k danej službe a produktu aj časť, ktorá má na starosti po-predajnú starostlivosť o produkty a služby, ktorú sme zákazníkom zabezpečili. Táto starostlivosť môže byť pri službách a tovaroch úplne rozličná a závisí individuálne od každého produktu a služby.<sup>19</sup>

Veľmi relevantnou informáciou v popise produktu a služby je krátka história produktu, ktorá poukazuje na evolúciu produktu. Mali by v nej byť zodpovedané otázky, ako napríklad: Kedy sa produkt prvýkrát dostal na trh? Sú jeho nové doplnky totožné so starým dizajnom? Aké zmeny na produkte a službe prebehli od jeho uvedenia na trh až doteraz? Iné otázky, ktoré popisujú históriu produktu.<sup>19</sup>

### **Atribúty produktov a služieb**

V tejto sekcii by sme sa mali zameriavať na funkcie produktu alebo servis poskytovaný službou so zameraním na zákazníka. Veľmi efektívnou cestou je prezentácia tohto produktu alebo služby zobrazovaná pomocou analýzy. Funkcia je špecifický atribút produktu alebo služby. Benefit je výhoda zákazníka alebo užívateľa, ktorú získajú využívaním produktu alebo služby. Možným riešením je taktiež zobrazovať tieto výhody a benefity na praktických príkladoch.<sup>19</sup>

### **Výskum a vývoj**

V časti výskumu a vývoja sa popisujú aktivity, ktoré boli vykonávané pred uvedením alebo spustením produktu alebo služby na trh. Je potrebné popísať súčasnosť výskumu a vývoja produktu, námahu, náklady a čas ktorý bol potrebný k dosiahnutiu súčasného stavu produktu alebo služby. Je potrebné, aby tieto údaje boli realistické a relevantné. Práve tieto

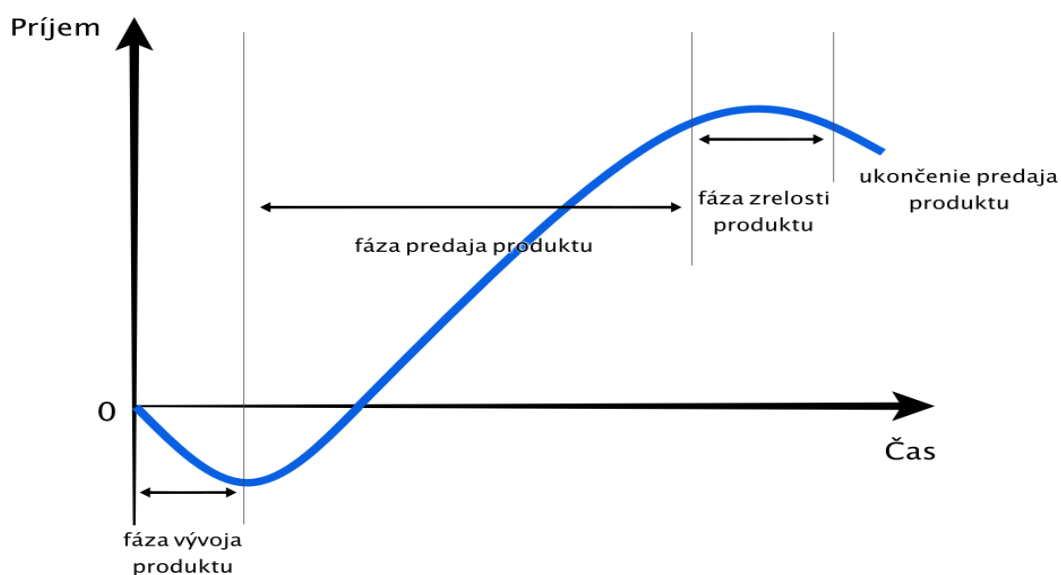
---

<sup>19</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, s. 42-43. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf)

udalosti, či údaje sú často podceňované a vedú k finančným problémom ešte predtým, ako je výrobok alebo služba pripravená na používanie, resp. spustenie. Práve potencionálni investori skúmajú tieto atribúty, hlavne z dôvodu, či sa nezanedbali dôležité faktory, ktoré by mohli zvýšiť náklady na výrobu alebo vývoj.<sup>20</sup>

## Životný cyklus produktov a služieb

Každý produkt alebo služba sa nachádza v určitej fáze životného cyklu produktu alebo služby. Prvá fáza životného cyklu je vývoj. Počas tejto fázy podnik investuje do vývoja konceptu, dizajnu, testovania prototypov, nastavenia výrobného cyklu a pod.. Následne sa produkt alebo služba dostáva do fázy predaja. Skôr či neskôr sa produkt stane zrelým, následne zastaraným až nezaujímavým, resp. nepotrebným. Tieto fázy môžete vidieť na nasledujúcom grafe<sup>20</sup>:



**Obrázok 1** Životný cyklus produktov

Zdroj: *Vlastné spracovanie podľa*<sup>20</sup>

Nahradenie starého produktu alebo služby sa vykonáva vo väčšine prípadov tesne pred dosiahnutím zrelosti prvého produktu alebo služby hlavne z toho dôvodu, aby bol nový produkt uvedený na trh v sto-percentom stave. Každý podnik má odlišný optimálny čas pre nahradenie starého produktu novým.

<sup>20</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, s. 46-47. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf)

## **Procesy výroba-predaj tovarov a vývoj-poskytovanie služieb**

Väčšina investorov sa snaží investovať do biznisu, ktorému rozumie. Presne tento dôvod je veľmi dôležitý a mal by viesť k takému podnikateľskému plánu, ktorý popisuje jednotlivé časti podnikania priamo, jednoducho a zrozumiteľne. Je potrebné popísať celkový proces od výroby/nákupu, cez sprostredkovanie/predaj a zároveň aj proces, ktorým sa daný produkt alebo služba dostáva do predaja, resp. k zákazníkovi. Časť tohto procesu by mala byť venovaná „make-or-buy strategy“ pre odlišenie prvkov svojho produktu a služby. „A make-or-buy strategy“ hovorí o tom, ktoré všetky prvky produktu a služby sa vytvárajú v podniku, ktoré sa nakupujú od dodávateľov, resp. ktoré sa nakupujú a prerábajú do finálnej podoby, ktorú podnik potrebuje. Táto časť je využiteľná pri podnikoch poskytovaných určitý typ servisu alebo produkcie. Ak však má podnik biznis typu developerstva alebo predaja napr. softvéru, je potrebné popísať proces administratívny, účtovný, logistický a podobne.<sup>21</sup>

### **Zabezpečenie kvality a kontroly**

Podnik so svojim biznisom môže každý deň zbankrotovať aj z dôvodu, že nie je schopný zabezpečiť zákazníkovi kvalitu produktu alebo služby svojim klientom. Investori sledujú aj to, ako je na tom kvalita produktu a služby, ktorá sa ponúka. V závislosti od typu, v ktorom podnik podniká, kvalita môže byť zabezpečená jednou alebo viacerými vlastnosťami, ktoré treba spomenúť. Sú to napríklad<sup>22</sup>:

- vysokokvalitné materiály, suroviny alebo komponenty,
- najmodernejší dizajn,
- vhodný výrobný proces,
- doladenie produktu do finálnej podoby,
- dôkladná kontrola a testovanie finálneho produktu/služby,
- vhodné balenie.

---

<sup>21</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, s. 55. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf)

<sup>22</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, s. 57. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteia5_en.pdf)

Ak je produkt alebo služba, resp. jej výrobný proces certifikovaná alebo bola ohodnotená nezávislou organizáciou, je nevyhnutné spomenúť to.

### **Zabezpečenie dodávok**

Potencionálny investor alebo banka chce mať istotu, že nedôjde k prerušeniu základnej dodávky materiálov, ktoré sú potrebné pri výrobe alebo poskytovaní služby. V tejto časti je potrebné popísať dodávateľské zmluvy, na všetky časti základných materiálov. Taktiež je veľmi dôležité, popísať záložné zdroje, resp. kritické plány, ktorými dokážeme tieto problémy vyriešiť.<sup>23</sup>

### **Duševné vlastníctvo**

Vysvetlenie a popísanie patentov a copyright práv v podniku, ktoré podnik vlastní. Je nevyhnutné rovnako opísať komparatívne výhody, ktoré podniku tieto práva poskytujú a ako ovplyvňujú pozíciu na trhu. V tejto časti je možné opísať aj rôzne importné zmluvy/dohody/práva, ktoré podnik môže využívať ako konkurenčnú výhodu. Samozrejmosťou je kritický plán, čo sa bude robiť a ako bude podnik fungovať, ak sa zmení legislatíva, výhradné dovozné licencie sa zrušia a pod..<sup>23</sup>

#### *1.6.5 Analýza trhu*

Na to, aby sme zistili možnosti úspechu produktu alebo služby na trhu, je potrebná základná analýza– analýza odvetvia. Kovář definuje odvetvie ako skupinu podnikov, ktorých produkty a služby majú toľko spoločných charakteristík, že medzi sebou súťažia o rovnakého zákazníka.<sup>24</sup>

Analýzu prostredia podniku delíme na externú a internú, resp. vonkajšiu a vnútornú analýzu. Z tohto rozdelenia je už jasné, že externá analýza vytvára prehľad o tom, čo sa deje mimo prostredia podniku. Interná analýza naopak hovorí o vnútorných slabých a silných stránkach podniku. Tieto informácie podnik následne využíva pri rozhodovaní a voľbe stratégií, aby na trhu dokázal uspieť a dlhodobo sa udržať.

---

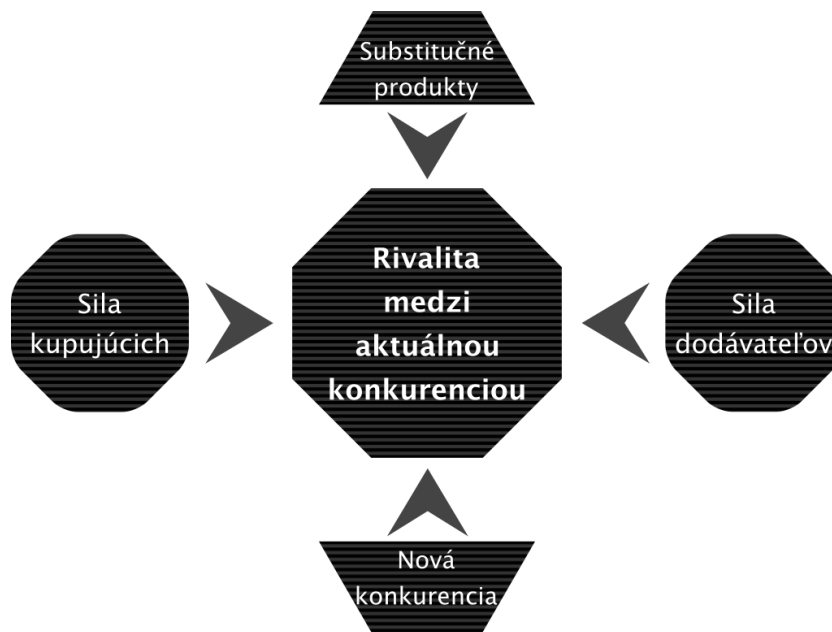
<sup>23</sup> UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, s. 58-59. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteiia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteiia5_en.pdf)

<sup>24</sup> KOVÁŘ, František - ŠTRACH, Pavel. *Strategický management*. Praha : Oeconomica, 2003, s. 37 ISBN 80-245-0504-5



## Porterov model piatich konkurenčných síl

Porterov model piatich síl sa snaží poukázať najmä na to, že ak chce podnik podnikáť v určitom odvetví, nestačí mu poznať iba potencionálnych konkurentov. Aby bol schopný reagovať na zmeny z okolia, je potrebné, aby mal komplexný prehľad o situácii v odvetví. Takýto model zobrazil M. Porter, ktorý definoval, že v skúmanom odvetví sa nachádza takzvaných päť konkurenčných síl. Pre prehľadnosť, sme ich zobrazili v nasledujúcom obrázku <sup>25</sup>:



**Obrázok 2** Porterov model

*Zdroj: Vlastné spracovanie podľa* <sup>25</sup>

## Substitúty

Substitučné produkty dokážu významne ohroziť výnosy v odvetví, či konečný zisk podniku. Sú charakterizované ako potencionálna náhrada nášho vyrábaného produktu, kde zvyčajne je jeho úroveň ceny nižšia, ako cena výrobku nášho podniku. Porter vo svojej publikácii taktiež spomína, že tieto substitúty nemusia byť striktne identifikované v našom odvetví, môže sa stať, že produkt s rovnakou funkciou nájdeme v úplne inom odvetví. <sup>26</sup>

<sup>25</sup> PORTER, Michael. *Competitive Strategy : Techniques for analyzing industries and competitors*. New York : McMillan, 1980. s. 4. ISBN 0-684-84148-7

<sup>26</sup> PORTER, Michael. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria Publishing, 1994. s. 23-25. ISBN 80-85605-11-2

## **Aktuálna konkurencia**

Aktuálnu konkurenciu môžeme definovať ako konkurenciu, ktorá sa momentálne v danom okamihu nachádza na trhu v danom odvetví, kde ponúka svoje produkty alebo služby a predstavuje pre náš podnik aktuálnu konkurenciu. Náš podnik spolu s konkurenciou tvoria určité jadro, ktoré je ako celok je ovplyvňované rôznymi prvkami z okolia, čo stimuluje napätie. <sup>27</sup>

## **Nová konkurencia**

Novou konkurenciou na trhu v odvetví sa rozumie konkurent, ktorý môže získať určitý podiel na trhu a tým ovplyvniť správanie zákazníkov, na opačnej strane však do odvetvia prináša nové zdroje a kapacity. Následkom príchodu tejto konkurencie môže nastať pokles cien daného výrobku alebo služby alebo nárast nákladov na ich výrobu. <sup>28</sup>

## **Sila dodávateľov**

Účelom každého podniku je výroba vlastného produktu, resp. ponúknuť vlastnej služby, z nadobudnutých určitých cudzích produktov alebo služieb. Na trhu je obrovské množstvo dodávateľov, kde podnik si má možnosť vybrať svojho dodávateľa, či už na základe kvality, vzťahov alebo ceny. V určitých prípadoch nastáva opačná situácia. Niekedy sa na trhu objavia len 2-3 dodávatelia, a tak si podnik musí vybrať z určitých scenárov. Možným scenárom je aj príklad, že dodávateľ sa rozhodne, že nebude podnik zásobovať alebo napríklad podnik samostatný nemá dostatok zdrojov na to, aby mohol určitý tovar nakupovať a pod.. Dodávatelia majú určitý vplyv, keď môžu vyjednaním dospieť k zvýšeniu ceny, zníženiu kvality a pod.. Ak je odvetvie neschopné kompenzovať rast, silní dodávatelia vedia tlačiť ceny nahor a tým maximalizovať svoj zisk. <sup>29</sup>

## **Sila kupujúcich**

---

<sup>27</sup> GRASSEOVÁ, Monika – DUBEC, Radek – ŘEHÁK, David. *Analýza podniku v rukou manažera : 33 najpoužívanějších metod strategického řízení*. 2. vyd. Brno : Computer Press, 2012. s. 54-56. ISBN 9788026500322

<sup>28</sup> PORTER, Michael. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria Publishing, 1994. s. 7-14. ISBN 80-85605-11-2

<sup>29</sup> PORTER, Michael. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria Publishing, 1994. s. 27-29.. ISBN 80-85605-11-2

Kupujúci majú najväčšiu silu a vplyv v tom, aby proti sebe postavili konkurenciu a tak sa snažili získať čo najvyššiu kvalitu za čo najnižšiu cenu. Táto miera vplyvu však závislá aj na tržnej situácii či dôležitosti nákupov v odvetví, v porovnaní s jeho celkovým obratom predaja.<sup>30</sup>

Vplyv kupujúcich však závisí aj od typu produktu. Ak je produkt špeciálny a je v konkurenčnej výhode, kupujúci nemá veľký vplyv na výšku ceny a tak si podnik môže dovoliť určiť vyššiu cenu. Ak je trh vysoko transparentný, tak kupujúci dobre vie, za akú cenu tento produkt resp. službu môže vyžadovať. V tomto prípade môžeme hovoriť o tom, keď je podnik v situácii, kde nemá silu na cenu.

### **SWOT analýza**

„Cieľom SWOT analýzy je identifikovať to, do akej miery sú súčasné stratégie podniku a jej špecifické silné a slabé miesta relevantné a schopné sa vyrovnáť so zmenami, ktoré nastávajú v prostredí.“<sup>31</sup>

Zistenie silných a slabých stránok podniku je možné pomerne ľahko znázorniť v analýze SWOT. Na podnik pôsobí vnútorné prostredie (silné a slabé stránky spoločnosti) a vonkajšie prostredie (príležitosti a hrozby spoločnosti), ktoré sa navzájom ovplyvňujú. SWOT analýza je veľmi obľúbená hlavne pre svoju jednoduchosť, názornosť, prehľadnosť a zrozumiteľnosť.

Interne silné stránky podniku môžu byť rôzne, potenciálne však môžeme zobrazit' stručný prehľad okruhov silných stránok podnikov, ktorý môžu byť smerodajné pre viaceré druhy podnikov v rôznych oblastiach<sup>32</sup>:

- moderné technológie a zariadenia,
- inovačná schopnosť podniku,
- vysoká úroveň výrobného procesu,
- technologická úroveň zručností podniku,
- šírka portfólia produktov,

---

<sup>30</sup> PORTER, Michael. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria Publishing, 1994. s. 25-27.. ISBN 80-85605-11-2

<sup>31</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1 vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 103. ISBN 978-80-247-2690-8

<sup>32</sup> HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. s. 51. ISBN 978-80-225-4171-8

- rôzne predajné zručnosti v podobe zliav a množstevných rabatov,
- zmluvný zákazníci a odberatelia,
- nízka konkurenčná cenová úroveň,
- rýchla dodacia doba,
- expandovanie.

Medzi potencionálne slabé interné oblasti podniku môžeme zaradiť<sup>33</sup>:

- obmedzenosť výroby rôznymi podmienkami,
- nízka flexibilita podniku,
- obmedzenie získavania finančných zdrojov,
- nízka úroveň strategického spracovania podnikateľského zámeru,
- slabé využívanie marketingu,
- podpriemerná ziskovosť až stratovosť podniku,
- zastaranosť výrobných technológií,
- nízka úroveň manažérskych zručností a skúseností,
- nízka úroveň imidžu podniku.

V okolí podniku sa môžu vyskytovať aj príležitosti a hrozby, ktoré majú vplyv na podnikateľské aktivity podniku. Veľkou výhodou je, ak podnik dokáže tieto príležitosti využiť a hrozby zasa eliminovať. Externé príležitosti, ktoré potencionálne vie podnik využiť vo svoj prospech sú napríklad<sup>34</sup>:

- prienik do nových trhov a segmentov,
- diverzifikácia výrobkov,
- využitie nových príležitostí v rámci EÚ,
- certifikácia rôznymi spoločnosťami,
- získavanie nových odberateľov na trhu,
- rozširovanie a inovovanie výrobných technológií,
- efektívne využívanie cudzích zdrojov,
- využívanie inovácií zo zahraničia.

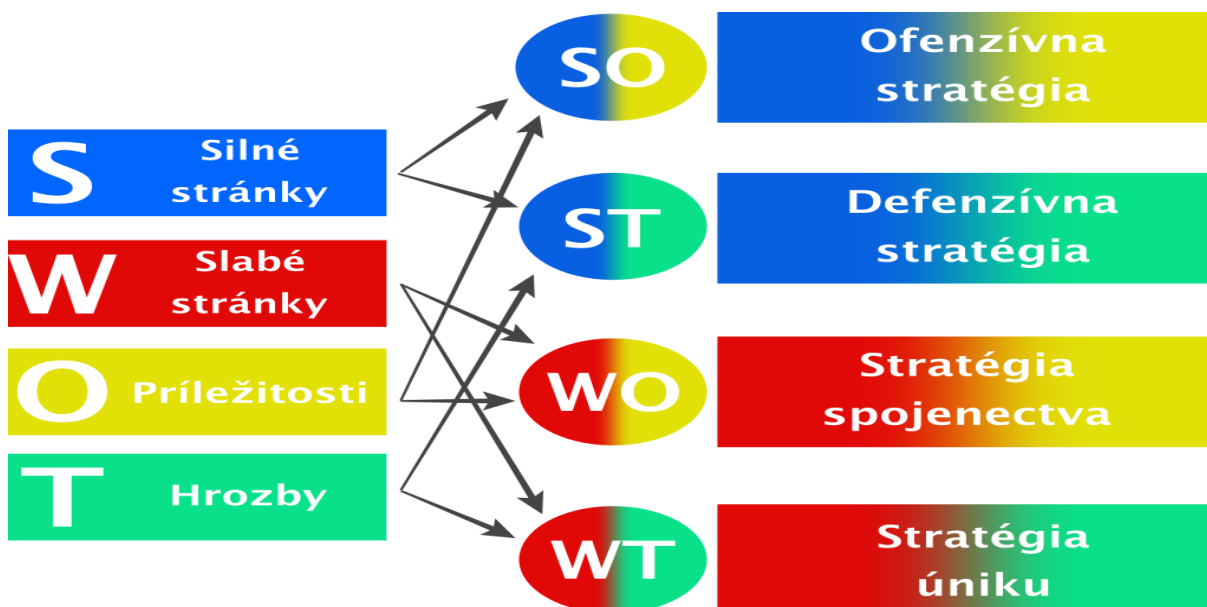
---

<sup>33</sup> HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. s. 51. ISBN 978-80-225-4171-8

<sup>34</sup> HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. s. 52. ISBN 978-80-225-4171-8

V súčasnom období po vyjadreniach viacerých manažérov je na trhu viac externých hrozieb ako príležitostí. Potencionálne hrozby, ktoré môžu byť spoločné pre viaceré typy podnikov sú <sup>35</sup>:

- nový nízko nákladový a inovatívnejší konkurenti,
- nárast substitučných výrobkov,
- vyššie štátne zásahy,
- nepriaznivý demografický vývoj,
- rast nákladov na získavanie odberateľov,
- hospodárska recesia,
- zmena rokovacej pozície odberateľov,
- rast nárokov pri výrobe z opatrení EÚ.



**Obrázok 3** SWOT analýza

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa článku SWOT analýza <sup>36</sup>

Postup spracovania SWOT analýzy <sup>36</sup>:

1. analýza interného prostredia- analýza silných a slabých stránok, ich definovanie a zapísanie do matice,

<sup>35</sup> HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. s. 52. ISBN 978-80-225-4171-8

<sup>36</sup> EUROEKONÓM.SK. *SWOT analýza* [elektronický zdroj]. 2015, [cit. 2018-08-22]. Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>

2. analýza externého prostredia- analýza príležitostí a hrozieb, ich definovanie a zapísanie do matice,
3. hodnotenie jednotlivých parametrov v rámci kvadrantov- pri silných stránkach a príležitostiach je použitá kladná bodová stupnica (napr. +1 až +5) a pri slabých stránkach a hrozbách je použitá záporná bodová stupnica (napr. -1 až -5),
4. možnosť využitia parametra váh- súčet váh v jednotlivých kvadrantoch sa musí rovnať číslu 1. Váhy sú priradované v rozmedzí od 0,00 do 1,00. Čím je dôležitejší parameter, tým vyšší je koeficient,
5. vynásobenie hodnotenie váh s hodnotením,
6. v kvadrantoch sa sčítajú vynásobené hodnoty,
7. sčítanie internej časti SWOT,
8. sčítanie externej časti SWOT,
9. vypočítanie konečnej bilancie a určenie stratégie.

Z výsledku SWOT analýzy a konečnej bilancie je možné z grafu určiť jednu zo štyroch stratégií <sup>37</sup>:

- ofenzívna stratégia = silné stránky a príležitosti
- defenzívna stratégia = silné stránky a hrozby
- stratégia spojenectva = slabé stránky a príležitosti
- stratégia úniku alebo likvidácie = slabé stránky a hrozby

### **Analýza zákazníka**

Upriamenie produktu a služby na toho správneho zákazníka je základom úspechu. Je potrebné definovať správneho zákazníka pomocou určitých kritérií, ktoré dokážu segmentovať potencionálnych zákazníkov na danom trhu. Je potrebné sa zamerať na segment trhu a definovať si kritéria:

- Geografické kritérium

Toto rozdelenie poukazuje na rozdelenie podľa miest, okresov, štátov alebo väčších oblastí, na ktoré by sa podnik chcel alebo mal zamerať alebo mať dosah. Vo všeobecnosti je to však najbližší segment, čo pri špecializovaných podnikoch ale aj iných podnikoch nemusí

---

<sup>37</sup> HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. s. 54-55. ISBN 978-80-225-4171-8

byť pravidlom.<sup>38</sup>

- Demografické kritérium

Demografické kritérium je zamerané na pohlavie, vek, zloženie rodiny, náboženstvo a pod..<sup>39</sup>

- Psychologické kritérium

Životný štýl alebo charakter osobnosti potencionálneho zákazníka je možné určiť psychologickým kritériom, ktoré nám následne poukáže na právne náš objekt zákazníka. Spotrebitelia sú základom pri tvorbe segmentácie a je podstatné poznať hodnoty zákazníka.<sup>39</sup>

- Sociálno-ekonomické kritérium

Sociálno-ekonomické kritéria nám hovoria o postavení zákazníka, ktorý je potencionálny pre náš produkt alebo službu a poukazujú na jeho mzdu, spoločenskú vrstvu, ale aj vzdelanie a pod..<sup>40</sup>

### 1.6.6 Marketingový plán

Podnikateľský plán, finančný plán ale aj marketingový plán, je strategickým plánom podniku. Marketingový plán sa zameriava na presadenie spoločnosti na trhu, na ktorom sa rovnako nachádza aj konkurencia.<sup>41</sup>

K tomu, aby mal marketingový plán všetky potrebné náležitosti, využívajú sa nástroje marketingového mixu. Jedná sa o tzv. 4P parametre, ktoré musia byť v marketingovom mixe obsiahnuté. Produkt, cena, propagácia a distribúcia. Potencionálni investori považujú tieto parametre za jednu z najdôležitejších častí zaistenia úspechu spoločnosti.<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> KOTLER, Philip. – ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2004. s. 334. ISBN 80-247-0513-3

<sup>39</sup> BARTÁKOVÁ, Gabriela a kol. *Základy marketingu*. 2. vyd. Bratislava : 228 s. r. o., 2007. 279 s. ISBN 978-80-969834-4-5

<sup>40</sup> KOTLER, Philip a kol. *Moderný marketing*. 4. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. s. 472. ISBN 978-80-247-1545-2

<sup>41</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 82. ISBN 978-80-251-1605

<sup>42</sup> LINDA, A. Cyr. *Creating a Business plan*. Boston : Harvard Business Press. 2007. s. 59. ISBN-13: 978-1-4221-6687-1

Prvý nástroj marketingového mixu, produkt, už v podnikateľskom pláne opísaný máme. Tento opis je zahrnutý v opise produktov a služieb, ktorý zahŕňa ich celkový opis, a taktiež aj životný cyklus a ich aktuálne fázy.

Ďalším nástrojom marketingového mixu je cena, ktorá vyjadruje hodnotu produktu. Cena produktu je súčasťou stratégie marketingu a má prispieť k stanoveným marketingovým cieľom. Stanovenie ceny za daný produkt alebo službu, je kľúčovým rozhodnutím, keďže cena je práve tou časťou spoločnosti, ktorá tvorí príjmy a od nej závisí aj zisk spoločnosti. Základným nastavením ceny produktu, je stanovenie výšky ceny tak, aby bola prijateľná pre zákazníka, resp. aby bol zákazník ochotný stanovenú cenu akceptovať. Cena môže byť ovplyvnená tak externými, ako aj internými faktormi.<sup>43</sup>

Tretím, veľmi dôležitým nástrojom dnešného sveta je propagácia. Podpora predaja, reklama a komunikácia so zákazníkom sú dôležitými časťami tretieho nástroja marketingového mixu. Pomocou reklamy môžeme zákazníka osloviť rôznymi formami, či už slovom, písmom, obrazom alebo inými prvkami komunikácie. Reklama je forma prezentácie, ktorou sa spoločnosť snaží propagovať svoj produkt alebo službu. Pod pojmom reklama, môžeme pozorovať aj pojem „public relations“, ktorý v sebe zahŕňa marketingovú komunikáciu pre vytváranie dobrých vzťahov s externým prostredím spoločnosti. Dobrý imidž spoločnosti nie je možné vybudovať si len dobrou reklamou, dobrými vzťahmi s verejnosťou alebo jedným prvkom marketingu. Dobrý imidž spoločnosti sa vytvára správnou kombináciou všetkých marketingových prvkov a je potrebné tento imidž vytrvalo budovať. Tento nástroj marketingového mixu sa taktiež zameriava na formy predaja a jeho podporu.<sup>43</sup>

Distribúcia, resp. distribučné cesty sa zameriavajú na aktivity distribúcie od výrobcu ku zákazníkovi. Na prvý pohľad jednoduchá aktivita, ktorá však závisí na viacerých elementoch, ako správne množstvo, kvalita, cena, čas ale aj neočakávané situácie. Distribúcia má vplyv aj na ostatné prvky marketingového mixu, keďže stratégiou distribúcie môže byť napr. masový predaj alebo v prípade luxusného produktu predaj pomocou špecializovaných obchodov, čo potvrdzuje vo svojej teórii aj Kotler a Keller (2007). Distribúcia môže byť priama alebo nepriama. Priamou je myslený priamy predaj produktu spoločnosťou, nepriamou zasa predaj pomocou sprostredkovateľa, ktorý môže využívať viaceré formy predajných kanálov.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> LINDA, A. Cyr. *Creating a Business plan*. Boston : Harvard Business Press. 2007. s. 60-61. ISBN-13: 978-1-4221-6687-1

<sup>44</sup> KOTLER, Philip – KELLER, Kevin L. *Marketing management*. 12. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. s. 477. ISBN 978-80-247-1359-4



### 1.6.7 Finančná analýza a finančný plán

Podstatná a veľmi dôležitá časť podnikateľského plánu je finančné zhodnotenie a finančný plán spoločnosti. Charakteristika finančného plánu poukazuje na objem investícií, ktoré podnik už potreboval a koľko ešte bude potrebovať. Výsledkom finančného plánu by mal byť ekonomický reálny dôkaz toho, či je v skutočnosti podnikateľský plán reálny. Finančnou analýzou zhodnotíme aktuálny finančný stav spoločnosti.<sup>45</sup>

Finančná analýza a finančný plán, ako konkrétna časť podnikateľského plánu sa vo všeobecnosti zaoberá tromi najpodstatnejšími oblasťami. Môžeme to rozčleniť na tri časti:

#### **1) Sumarizácia doterajších príjmov a nákladov a ich budúci trend**

V sumarizácii aktuálnych príjmov a nákladov spoločnosti je potrebné preukázať všetky náklady vynaložené na prevádzku, vývoj a vytvorenie zisku. Rovnako je potrebné zobrazit' plynúce všetky plynúce príjmy a tržby z podnikania.

Budúci stúpajúci trend nákladov a príjmov je taktiež potrebné zobrazit' kvalifikovaným odhadom minimálne na ďalšie 3 roky.

#### **2) Zobrazenie aktuálneho cash flow podniku a kvalifikovaného odhadu jeho budúceho stavu**

Finančná bilancia spoločnosti preukazuje reálny pohyb peňažných prostriedkov v spoločnosti v sledovanom období. Plánovanie cash flow-u je veľmi dôležité, z hľadiska prevencie spoločnosti pred finančnými problémami. Rovnako, ako je vytvorený cash flow spoločnosti v minulom, resp. aktuálnom období, plánuje sa aj do budúceho obdobia, pomocou kvalifikovaného odhadu budúceho stavu bilancie súvahy.

#### **3) Zobrazenie aktuálnej bilancie súvahy a kvalifikovaného odhadu budúceho stavu**

Zobrazením aktuálnej bilancie súvahy spoločnosti a sledovaním vplyvov či už vývoja a rastu spoločnosti, zmien v konkurencii, resp. interných a externých vplyvov môžeme kvalifikovane odhadnúť budúci stav súvahy. Táto súvaha nám zobrazuje budúci predpokladaný stav podniku a jeho finančnej štruktúry.

---

<sup>45</sup> HISRICH, Robert D. - PETERS, Michael P. Založení nového podniku. 1. vyd. Praha : Victoria Publishing. 1996. s. 118. ISBN 80-85865-07-6

### 1.6.8 Hodnotenie úspešnosti a rizík

Riziká a nástrahy existujú v každom druhu podnikania, ktoré môžu spoločnosť výrazne ovplyvniť. Riziká môžu pochádzať tak ako z interných zdrojov, tak aj z externých. Dôležitým faktorom je, že aj keď riziko nie je vnímané pozitívne, ale negatívne, v konečnom dôsledku prináša pozitívne zistenia. Pri prekonaní rizík sa spoločnosť stáva silnejšou a získava neoceniteľné skúsenosti.

Existujú rôzne postupy, ako vykonávať analýzu rizika. My si však túto analýzu rozčleníme do štyroch krokov:

#### **I. Identifikácia rizikových faktorov**

Prvým krokom je dôsledná identifikácia faktorov, ktoré môžu spôsobiť narušenie plánu a postupu, ako by chcel podnik postupovať a vyvíjať sa. Takýchto faktorov je mnoho, z toho dôvodu je potrebné identifikovať správne tieto rizikové faktory a rovnako aj identifikovať ich závažnosť a následky.<sup>46</sup> (3)

#### **II. Kvantifikácia rizík**

Kvantifikácia rizika znamená číselné vyjadrenie rizika. Pod týmto pojmom si napríklad môžeme predstaviť pravdepodobnosť výskytu nežiadúceho faktora a z neho vyplývajúce možné dôsledky.<sup>46</sup> (3)

#### **III. Plánovanie krízových scenárov**

V treťom kroku analýzy rizika sa plánuje vývoj a príprava stratégie, ktorá má za cieľ eliminovať negatívny vývoj rizikového faktora. Súčasťou tohto kroku môže byť aj jednoduchá finančná analýza finančného dopadu rôznych variantov na spoločnosť.<sup>47</sup> (3)

#### **IV. Kontrola a monitorovanie**

Posledným krokom analýzy rizík je priebežná a zároveň aj trvalá kontrola rizík a faktorov s ním spojených.<sup>47</sup> (3)

---

<sup>46</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 89-93. a 106. ISBN 978-80-251-1605

<sup>47</sup> KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikateľský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. s. 89-93. a 106. ISBN 978-80-251-1605

### 1.6.9 *Prílohy*

Prílohami k podnikateľskému plánu sú zvyčajne všetky potrebné informačné dokumenty, ktoré sú začlenené v podnikateľskom pláne.

Príkladom pre dokumenty, ktoré môžu byť v prílohe sú napr. :

- rôzne typy zmlúv- odberateľských a dodávateľských
- účtovné výkazy
- súdnoznalecké posudky
- cenníky

## 2 Cieľ práce

Teoretické znalosti, ktoré sme predstavili v predchádzajúcej kapitole zameranej na východiská v oblasti tvorby podnikateľských plánov, sa prenesú do praktického výstupu. Podnikateľský plán musí mať určený konkrétny zámer jeho vypracovania, aby bol prispôsobený na účel jeho využitia. Je potrebné spomenúť, že podnikateľský plán bude vypracovaný nestranne a s použitím relevantných a reálnych údajov.

Hlavným cieľom tejto diplomovej práce je navrhnutie podnikateľského plánu spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o. pre interné potreby spoločnosti, ktorý bude slúžiť ako plánovací nástroj, nástroj pre sledovanie plnenia cieľov a rovnako bude nápomocný pri rozhodovaní a vykonávaní zmien v spoločnosti.

Primárnym cieľom tejto práce, ako už bolo spomenuté, je vypracovanie podnikateľského plánu vybranej spoločnosti. Sekundárnym cieľom tvorby podnikateľského plánu bude celkové zhodnotenie spoločnosti, kde sa poukáže na nedostatky, resp. riziká, ktoré je nevyhnutné eliminovať.

Hlavný cieľ bude dosiahnutý pomocou plnenia čiastkových cieľov, a to:

- vytvorenie prehľadu problematiky tvorby podnikateľských plánov z odbornej literatúry v teoretickej časti práce,
- využitím získaných odborných teoretických poznatkov navrhnuť štruktúru podnikateľského plánu vo vybranom podniku so zameraním na účel vytvorenia podnikateľského plánu
- získanie poznatkov o podniku, v ktorom bude podnikateľský plán navrhnutý,
- vytvorenie opisu podniku, jeho základných informácií, histórie, stratégií a pod.,
- vytvorenie opisu produktov a služieb podniku, so všetkými potrebnými obsahovými náležitosťami pre potreby podnikateľského plánu,
- analyzovanie trhu- zákazníka, konkurencie, dodávateľov, odberateľov a v neposlednom rade vytvorenie internej a externej analýzy podniku,
- vypracovanie marketingového plánu spoločnosti podľa získaných teoretických znalostí,
- analyzovanie finančnej stránky podniku s využitím interných údajov spoločnosti,

- vytvorenie finančného plánu podniku v kooperácii s manažmentom spoločnosti,
- analyzovanie hodnotenia úspešnosti a rizík podniku a definovanie opatrení na elimináciu rizík.

### **3 Metodika práce a metódy skúmania**

Metodika práce je veľmi dôležitou súčasťou tvorby práce. Objektom skúmania je spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o..

#### **Pracovný postup**

Prvým krokom je vytýčenie si hlavného cieľa záverečnej diplomovej práce, od ktorého budú odvodené čiastkové ciele. Cieľom záverečnej diplomovej práce je na základe zhodnotenia teoretických poznatkov a analýzy riešeného problému navrhnutie podnikateľského plánu vo vybranom podniku. Následným dôležitým krokom je získanie informácií, či už z domácej alebo zahraničnej literatúry, resp. internetových zdrojov. Po získaní informácií nasleduje spracovanie zhromaždených informácií do teoretickej podoby, kde prehĺbime teoretické znalosti v danej problematike tvorby podnikateľského plánu. Následne vedeckými metódami vypracujeme podnikateľský plán vybraného podniku a zhodnotíme úspešnosť a riziká spoločnosti.

Všetky použité informácie o spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o. boli získané od manažmentu spoločnosti a z ich interných dokumentov. Informácie, ktoré nám boli poskytnuté, boli rovnako aj overené či už prítomnosťou pri uskutočňovaní procesov v spoločnosti, komunikáciou so zamestnancami a partnermi tejto spoločnosti. Teoretické poznatky boli čerpané z domácich ale aj zahraničných odborných knižných zdrojov. Použité boli aj internetové články z oblasti tvorby podnikateľských plánov.

#### **Využitie vedecké metódy**

Analógiou sme hľadali spoločné znaky u rôznych teoretických definícií, ktoré sme následne zosúladiť čo najzrozumiteľnejšie a najobjektívnejšie. Použili sme odbornú literatúru od známych autorov, ako sú napríklad Srpová, Kotler, Hiránek, ale aj zahraničných autorov – Porter, Abrahams a pod., ktorý sa venujú tvorbe podnikateľských plánov a ich častí. Metóda analýzy bola v našej práci využívaná skoro najčastejšie, analyzovali sme zákazníkov, konkurenciu, dodávateľov a pod.. Pomocou analýzy sme získali aj finančný obraz o doterajšom stave spoločnosti. Dedukciou a komunikáciou s manažmentom spoločnosti sme získali potrebné informácie pre vytvorenie finančného plánu spoločnosti. Pomocou metódy deskripcie sme vytvorili marketingový mix a popísali jednotlivé časti

marketingového plánu spoločnosti. Indukciou sme v závere práce vyhodnotili poznatky získané ostatnými metódami, pomocou ktorých sme vyvodili závery v praktickej časti práce. Metódou grafického zobrazenia sme v spoločnosti zobrazili plánovanú organizačnú štruktúru v roku 2019, pre lepšiu prehľadnosť a pochopenie kompetencií v spoločnosti. Metódou komparácie sme teoretické znalosti preniesli do praktickej skutočnosti. V praktickej časti sme rovnakou metódou vytvorili strategický prehľad činnosti konkurencie spolu s cenovým prehľadom potencionálnych konkurenčných produktov. Metóda predikcie bola veľmi dôležitou metódou pri zostavovaní finančného plánu spoločnosti, ktorý bol zostavený na základe matematických výpočtov a subjektívnej predikcie vývoja objemu predaja spoločnosti. Pomocou syntézy sme vyhodnotili SWOT analýzu, ktorá nám poukázala na celkové výsledky internej a externej analýzy a zadefinovala stratégiu spoločnosti.

V nasledujúcej časti záverečnej práce sme využitím vhodných metód zapracovali získané informácie a vytvorili tak dôveryhodný podnikateľský plán spoločnosti, ktorý je abstrakciou upriamený na zámer jeho využitia.

Všetky metódy a ich kombinácie sme využili pri dosiahnutí hlavného cieľa záverečnej práce, ktorý bol dosiahnutý pomocou čiastkových cieľov.

## 4 Výsledky práce a diskusia

V nasledujúcej časti práce je vypracovaný podnikateľský plán spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o., ktorý jej bude slúžiť ako interný dokument. V závere praktickej časti práce uvedieme diskusiu o výsledkoch práce. Všetky informácie zobrazené v podnikateľskom pláne sú čerpané výlučne z interných zdrojov spoločnosti, zobrazujú jej reálny stav a vývoj a boli vytvárané s úzkou spoluprácou manažmentu spoločnosti. Podnikateľský plán bol vytvorený objektívne, bez subjektívnych zásahov spoločnosti.

### 4.1 Titulná strana



**BodyFix.io**



**BodyFix Technologies s. r. o.**

**IČO:** 51 678 438

**DIČ:** 21 20 746 870

**Konateľ:** Ján Široký

**Adresa:** Blažice 133 044 16 Blažice, Košice – okolie, Košický kraj

**Dátum zápisu do OR:** 26. 4. 2018

**Email:** info@bodyfix.io

**Telefónny kontakt:** 0948 399 462

**Web:** <https://bodyfix.io/>

**Predmet činnosti:** vid'. Príloha č.1- Výpis z obchodného registra spoločnosti

**Oblasť podnikania:** Poskytovanie prenájmu a prevádzkovanie inovatívneho informačného systému, poskytovanie aplikácie na cvičenie BodyFix, organizovanie workshopov a vytváranie individuálnych systémov na zákazku

**SK NACE:** Výskum a experimentálny vývoj v oblasti prírodných a technických vied

**Účel zamerania podnikateľského plánu:**

Podnikateľský plán je vytvorený interné potreby spoločnosti, ktorý bude slúžiť ako plánovací nástroj, nástroj pre sledovanie plnenia cieľov a rovnako bude nápomocný pri rozhodovaní a vykonávaní zmien v spoločnosti.



## 4.2 Manažérske zhrnutie

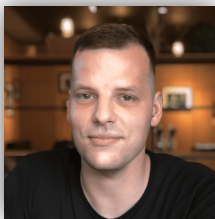
Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. pôsobí na trhu od roku 2018 a jej hlavnou oblasťou podnikania je vytváranie inovácií v IT prostriedkoch so zameraním sa na oblasť zdravotníctva. Spoločnosť získala mnoho ocenení od expertov v oblasti zdravotníctva. Hlavný problém, ktorý spoločnosť chcela a naďalej aj chce riešiť je, že až 80 % populácie sa stretlo s bolesťou chrbta, avšak ľudia sa obrátia na doktora až vtedy, keď ich bolesť obmedzuje v pohybe. Vyvinula aplikáciu, ktorá im umožní predchádzať týmto problémom. Unikátne riešenie je vo využití najmodernejšej technológie pozorovania správneho držania tela klientov, ktoré spoločnosť vytvorila v spolupráci so spoločnosťou Google.

BodyFix Technologies s. r. o. taktiež vytvorila aj informačný systém priority pre zdravotnícke zariadenia, ktoré prepájajú klienta s expertom, aby mohol expert plnohodnotne vykonávať svoju činnosť a klient/pacient mal všetky informácie dostupné online.

### Inovatívnosť a originalita

Unikátne riešenie je v jednoduchosti, kde pomocou fotografie a využitím umelej inteligencie dokáže systém zistiť zdravotný stav klienta. Zároveň je vytvorený jedinečný informačný systém obsahujúci rezervačný systém, vedenie dokumentácie s archiváciou, prepojenie špecialistov a možnosť online chatu medzi klientom a expertom. Expert dokáže klientovi online nastaviť individuálne cvičenia.

### Manažment



**CEO - Patrik Konrády**

- diplomovaný fyzioterapeut
- viac ako 5 ročná prax
- manažér spoločnosti Monopol Space



**CTO - Ján Široký**

- skúsený IT programátor
- študentská osobnosť roku 2018
- CEO Financie.online SK s. r. o

## **Poslanie a vízia spoločnosti**

„Cvičte s nami už dnes, pre zdravšie zajtrajšky.“ znie motto spoločnosti. Spoločnosť chce pomáhať hlavne ľuďom, ktorý majú akýkoľvek zdravotný problém a chce im dokázať, že aj s krátkym, ale pravidelným cvičením môže pomôcť týmto ľuďom.

Víziou spoločnosti je stať sa najlepšou spoločnosťou v zdravotníckej oblasti s poskytovaním informačného systému pre online dokumentáciu a komunikáciu.

## **4.3 Opis spoločnosti**

### **História a vznik spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

Spoločnosť vznikla spojením dvoch osôb, a to programátorom a podnikateľom Jánom Širokým a fyzioterapeutom Patrikom Konrádom, keď druhý menovaný prišiel s myšlienkou vybudovať spoločnosť, ktorá bude pomáhať ľuďom a zároveň bude v dobe IT prostriedkov inovatívne vyrastať na tejto platforme a prinášať moderné spôsoby diagnostiky v zdravotníctve. Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. vznikla zápisom do obchodného registra 26.4.2018, avšak nápad a jeho rozvoj bol v priebehu roka 2017.

Prvotným cieľom spoločnosti bolo na jej začiatku venovanie sa primárne vytvoreniu diagnostickému systému, pomocou ktorého sa diagnostikujú disproporcie v stavbe tela človeka. Spoločnosť následne postupom času, nazbieranými skúsenosťami a vidiny chýbajúceho modulu prepojenia zdravotníctva s touto ich technológiou prišla s myšlienkou vytvoriť informačný systém, ktorý bude podporovať prepojenie ich systému a aplikácie aj s ostatnými aplikáciami a systémami zdravotníckych zariadení, či štátu. Medzitým sa začala venovať aj podpore a propagácii zdravého životného štýlu ľudí, keď sa zúčastňuje ale aj vytvára obdobné akcie.

### **Uvedenie činnosti spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. podniká v oblasti experimentálneho výskumu a vývoja v oblasti technických vied s aplikáciou v informačných technológiách. Spoločnosť sa zameriava na vývoj webovej a softvérovej aplikácie a informačného systému, ktorý prostredníctvom fotografických výstupov fyziologických črt človeka, rozozná disproporcie v stavbe tela človeka. Jedná sa o vývoj aplikácie v systéme, ktorá je určená pre fyzioterapeutov, rehabilitačných pracovníkov a ostatných špecialistov, aj všeobecných lekárov, ktorí sa starajú o pohybový aparát. Informačný systém na trhu rieši problém inovatívneho vedenia zdravotných zariadení, ktoré nie sú dostatočne a plnohodnotne

vybavené informačným systémom, ktorý dokáže prenášať informácie o pacientoch online, či už medzi špecialistami priamo alebo ktorý by dokázal komunikovať kanálom špecialista-klient. V súčasnom trende aktívneho životného štýlu pre ľudí vzniká potreba sledovať svoj fyziologický stav tela a túto potrebu im chce spoločnosť svojou aplikáciou a informačným systémom pomôcť uspokojiť sa v rámci využívania budúcimi klientmi, či už z radou fyzioterapeutov, rehabilitačných pracovníkov, bežných ľudí ale aj firiem a zdravotníckych zariadení.

Spoločnosť si nezakladá len na jednosmernom upriamení sa na základný produkt, t.j. aplikácia a informačný systém, avšak snaží sa rozšíriť základný produkt mnohými vhodnými sekundárnymi službami, ktoré dokážu rovnako pomáhať ľuďom s ich problémami. Tieto vedľajšie činnosti sú rôzne eventy, cvičenia, e-booky, blogy a pod..

### **Životná fáza spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

Spoločnosť môžeme považovať ešte za startup, aj keď už funguje viac ako rok a momentálne sa presúva do fázy, kedy začína generovať zisk a jej produkty sú uvedené na trh. Životný cyklus produktov je uvedený v časti 4.4.4 Životný cyklus produktov.

### **Poslanie spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

„Cvičte s nami už dnes, pre zdravšie zajtrajšky.“ znie motto spoločnosti. Chce pomáhať hlavne ľuďom, ktorí majú akýkoľvek zdravotný problém a chce im dokázať, že aj s krátkym, ale pravidelným cvičením môže pomôcť týmto ľuďom.

Základným cieľom spoločnosti je neustále prinášať inovácie v IT technológiách a prispieť tak k lepšiemu zdravotníctvu vo svete, čo sa odzrkadlí hlavne v skrátenej dobe liečby, čo je v dnešnej dobe najžiadanejšie. Prioritou spoločnosti je prinášať pridanú hodnotu tak pre lekárov-špecialistov, ako aj zároveň pre ľudí-pacientov.

### **Vízia spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

Víziou spoločnosti je stať sa najlepšou spoločnosťou v zdravotníckej oblasti s poskytovaním informačného systému pre online dokumentáciu a komunikáciu. Spoločnosť si na obdobie ďalších rokov stanovila ambiciózne obchodné ciele. Na trhu vedie jednania s najväčšími poskytovateľmi zdravotných služieb, či už na Slovensku, ale aj v Česku. Vysoké ambície sú postavené na budovaní silnej značky, ktorá bude v zdravotníctve spájaná pojmom „IT inovátori“. Rovnako, ako bude značka známa pre spoločnosť, chce ju rovnako spopularizovať aj u bežných ľudí, ktorí ju budú poznať pod

aplikáciou, ktorá im pomôže udržať zdravý chrbát. Spoločnosť chce, aby si ľudia pravidelne našli čas sami pre svoje telo, ktoré sa im za to odvdáči.

### **Ciele spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o.**

Hlavným cieľom spoločnosti je na základe podnikateľského plánu, marketingovej stratégie a ostatných nástrojov dokončiť a zlepšovať vývoj aplikácie a systému s ich jednotlivými funkcionalitami. Vytvoril sa projektový tím a detailným marketingovým prieskumom sa nastavila správna marketingová stratégia spoločnosti, ktorá bude svoju konkurenciu nechávať v úzadí. Odborné konzultácie s expertmi pomôžu v ďalšom rozvoji spoločnosti a zlepšenia funkcie ponúkanej aplikácie a systému pre potenciálnych klientov, čo priláka aj nových potenciálnych investorov.

Ciele spoločnosti rozdeľujeme z krátkodobého a dlhodobého hľadiska. Krátkodobé ciele môžeme brať aj ako čiastkové, keďže pomocou nich sa snažíme dosahovať dlhodobé ciele.

- Krátkodobé ciele na rok 2019:
  - dosiahnutie obratu 60 000 €
  - podpis partnerských zmlúv so spoločnosťami:
    - Svet zdravia Ostrava
    - Pro Care, a. s. v oblasti „Dni zdravia“
    - Multisport- BENEFIT SYSTEMS SLOVAKIA, s. r. o. v oblasti „Dni zdravia“
    - AGEL SK, s. r. o. v oblasti informačných systémov
  - vytvorenie partnerskej zmluvy s Matejom Tóthom
  - dokončenie individuálneho projektového informačného systému pre VÚSCH, a. s. v oblasti diabetológie a psychológie
  - dosiahnuť predaj Aplikácie BodyFix minimálne 350 ľuďom v roku 2019
  - dosiahnuť do konca roka minimálne 55 mesačných prenajímateľov Informačného systému BodyFix Tester
  - dosiahnuť do konca roka minimálne 55 mesačných prenajímateľov Informačného systému BodyFix Expert
  - dosiahnuť do konca roka minimálne 20 mesačných prenajímateľov Informačného systému BodyFix Spoločnosť
  - každý mesiac uskutočniť workshop

- Dlhodobé ciele spoločnosti:
  - stať sa stabilnou spoločnosťou s dobre vybudovanou značkou
  - prinášať do zdravotníctva stále nové inovácie a tým pomáhať ľuďom
  - v roku 2020 testovať nový prvok predajnej stratégie so spojením predaja v kombinácii so rôznymi zariadeniami (mobilné zariadenia, inteligentné hodinky, USB zariadenia a pod.)
  - do konca roku 2021 implementovať do aplikácie BodyFix možnosť samo vyšetrenia pomocou markerov
  - pripravenie vízie projektu pre Maďarský futbalový zväz a začatie rokovaní v roku 2020
  - v roku 2020 expandovať na Český trh
  - v roku 2020 dosiahnuť obrat viac ako 130 000 €
  - v roku 2021 expandovať do okolitých krajín v Európe
  - v roku 2021 dosiahnuť obrat viac ako 240 000 €

#### 4.3.1 Manažment a zamestnanci

V spoločnosti je manažment rozdelený na 3 úseky, resp. oblasti, za ktoré daný manažér zodpovedá.

#### **Patrik Konrády**



- **Pozícia v BodyFix Technologies s. r. o.**
  - CEO spoločnosti
  - Vykonáva dohľad ako zdravotný expert v BodyFixe
- **Ostatné skúsenosti:**
  - Fyzioterapeut futbalového klubu FC Košice, kde je implementovaný aj program BodyFix aplikácie v praxi na hráčoch klubu
  - Marketingový špecialista a člen manažmentu spoločnosti Monopol Space

- Študent Zdravotníckej školy v Košiciach- diplom F
- Vyhľadavanie a vytváranie výziev pre spoločnosti na zapájanie sa do grantov a dotácií

### **Ján Široký**



- **Pozícia v BodyFix Technologies s. r. o.**
  - Konateľ a CTO spoločnosti
- **Ostatné skúsenosti:**
  - Konateľ a CEO spoločnosti Financie.online SK s. r. o.
  - IT programátor
  - Študent Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach
  - Študentská osobnosť roka 2018 v oblasti Ekonomie

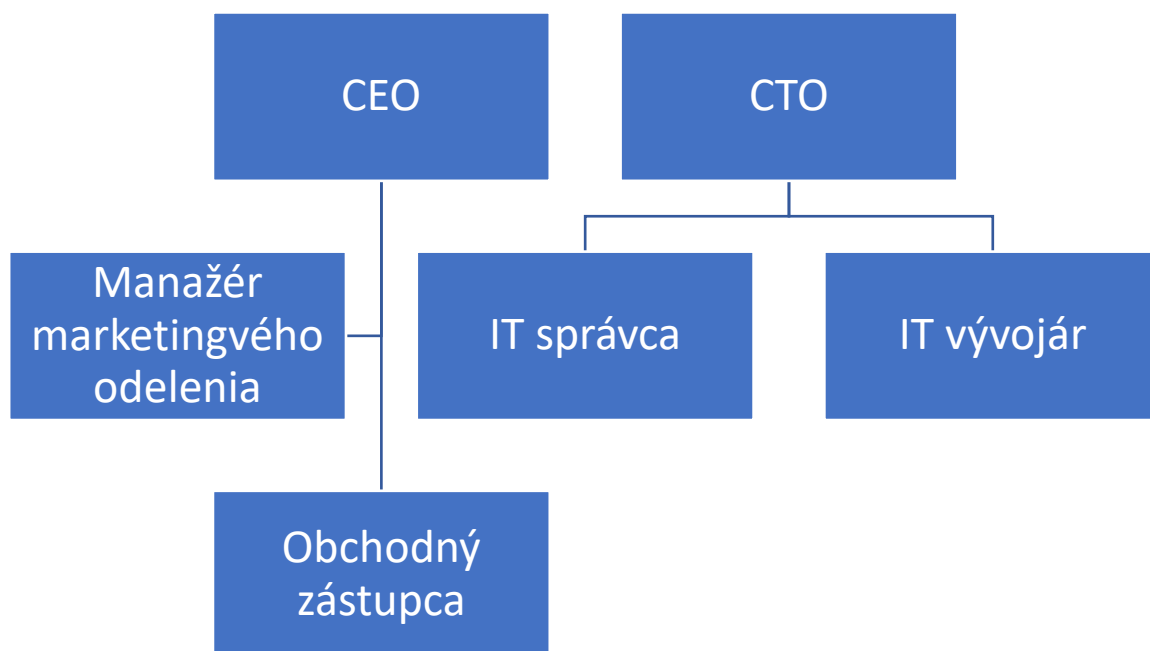
### **Bc. Nora Béliová**



- **Pozícia v BodyFix Technologies s. r. o.**
  - Marketingová špecialistka, právny a zákaznícky servis
- **Ostatné skúsenosti:**
  - Marketingová freelancerka
  - Študentka Právnickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach

## Plánovaná organizačná štruktúra do konca roka 2019

Spoločnosť má k marcu 2019 aktuálne okrem manažmentu jedného obchodného zástupcu. Momentálne prebiehajú výberové konania na pozíciu Správcu IT a taktiež na pozíciu IT vývojára.



**Obrázok 4** Plánovaná organizačná štruktúra

Zdroj: *Vlastné spracovanie*

### 4.3.2 Odborní poradcovia a garanti

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. potrebuje neustálu kontrolu expertmi, keďže sa primárne venujeme oblasti zdravotníctva a pomoci ľuďom. Spoločnosť sa snaží o to, aby ľudia mali voči spoločnosti dôveru a preto sa snaží o dôkladné vykonávanie kontroly spoločnosti. Dohľad nad spoločnosťou zastrešujú:

- Patrik Konrády- vyštudovaný a certifikovaný fyzioterapeut s praxou a skúsenosťami, vykonávanie expertného dohľadu
- MUDr. Jozef P., PhD., MBA- neurológ siete nemocníc Svet Zdravia je bol garantom spoločnosti až do finalizácie produktov, dlhoročné skúsenosti v oblasti zdravotníctva
- MUDr. Jana Š., primárka oddelenia rehabilitácií, nemocnice vo Vitkoviciach, siete nemocníc AGEL a. s..

### 4.3.3 *Partneri*

#### **Košický samosprávny kraj**

Prebieha spolupráca na základe dohody. Spolupráca je založená na báze konzultácií možností implementácie systému na rôzne podujatia a projekty. Prvým zmluvným projektom by sa mohol stať Medzinárodný maratón mieru 2019, kde by sa mal systém implementovať do prihlasovania bežcov a pomocou aplikácie by si bežci jednotlivo mohli sledovať svoje zaznamenané údaje.

#### **Futbalový klub FC Košice**

Hráči futbalového klubu FC Košice, ako prvý na Slovensku využívajú Aplikáciu BodyFix aj v praxi, kde sú im do tréningového procesu implementované cvičenia z tejto aplikácie. Taktiež sa v klube využíva Informačný systém BodyFix, kde sa sledujú a dokumentujú zdravotné údaje hráčov pod dohľadom klubových lekárov a fyzioterapeutov.

#### **Monopol Space**

Partnerská dohoda je založená na vzájomnej spolupráci v oblasti propagácie a zároveň využívania vzájomných služieb, či už krátkodobého prenájmu priestorov alebo spolupráca pri organizovaní workshopov.

### 4.3.4 *Úspechy a ocenenia*

- **1 miesto Slovak University Startup Cup 2018**

Na renomovanom portály pcrevue.sk boli publikované výsledky súťaže celoslovenského projektu „Slovak University Startup Cup 2018“, ktorej vyhodnotenie sa uskutočnilo 25.6.2018 v Bratislave. V kategórii informačných technológií, mobilných



technológií a webu spoločnosť získala 1. miesto, kde bola spoločnosť prezentovať jedna z členov tímu Nora Béliová.<sup>48 49 50</sup>

- **Vít'az na medzinárodnom Sympóziu nemocničnej spoločnosti Agel 2017**

Patrik Konrády zaujal so svojou myšlienkou a realizáciou aplikácie aj svetových odborníkov, keď na vedeckom kongrese AGEL Sympóziu, ktoré sa konalo v dňoch 5. - 6. 10. 2017 v Olomouci získal odborníkov na svoju stranu a vedecká rada ho odmenila aj finančnou odmenou.<sup>51 52 53</sup>

- **Ocenenie ProEduco awards 2017 v Košiciach**

Medzinárodný veľtrh vzdelávania ocenil Patrika Konrádyho, zakladateľa spoločnosti, za návrh aplikácie pre meranie zakrivenie tela. Toto ocenenie bolo prezentované vo večerných televíznych správach RTVS 1.<sup>54</sup>

- **Ďalšie ocenenia:**

- 3.miesto v akcelerátore Playpark Bratislava 2017
- Vít'az JCI 2018 Web- mobilné aplikácie
- Finalista Innotech Day 2018 v Bratislave
- Špeciálne ocenenie pre najväčší prínos pre spoločnosť 2018

---

<sup>48</sup> TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH. *Poznáme víťazov súťaže Slovak University Startup Cup 2018* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.pcrevue.sk/en/community/article/detail/url/Pozname-vitazov-sutaze-Slovak-University-Startup-Cup-2018>

<sup>49</sup> TA3. *Študenti predstavili svoje startupy, najlepší mieria do Kodane* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: [https://www.ta3.com/clanok/1130700/studenti-predstavili-svoje-startupy-najlepsimieria-do-kodane.html?fbclid=IwAR0\\_p0Ofdqv8auwCgO-9AXitDjRe8PMvOaSvVjoBBRKpe-m47VdnD5c3IB8](https://www.ta3.com/clanok/1130700/studenti-predstavili-svoje-startupy-najlepsimieria-do-kodane.html?fbclid=IwAR0_p0Ofdqv8auwCgO-9AXitDjRe8PMvOaSvVjoBBRKpe-m47VdnD5c3IB8)

<sup>50</sup> 29. REDAKCIA, Slovakia Online s. r. o.. *Monitoring médií : V kategórii Informatívne technológie, mobilné technológie, web zvíťazil projekt BodyFix Technologies* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.upjs.sk/public/media/17296/110718.pdf>

<sup>51</sup> NEMOCNICA KOŠICE-ŠACA. *Inovatívny nápad praktikanta Kliniky liečebnej rehabilitácie v Šaci vyhral na medzinárodnom sympóziu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.nemocnicasaca.sk/o-nemocnici/novinky/171011-inovativny-napad.html>

<sup>52</sup> TASR. *Košický študent ovládol medzinárodnú súťaž : Problémy s chrbticou už odhalíte len vďaka "selfie" fotke* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.dobrenoviny.sk/c/113473/kosicky-student-ovladol-medzinarodnu-sutaz-problemy-s-chrbticou-uz-odhalite-len-vdaka-selfie-fotke>

<sup>53</sup> ANDELOVÁ, Jana. *Aktuálne : Vstrebateľná skrutka, nové lieky, či opravený zlý gén. Aj také boli novinky v liečbe v roku 2017* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://mediweb.hnonline.sk/spravy/aktualne/vstrebatelna-skrutka-nove-lieky-ci-opraveny-zly-gen-aj-take-boli-novinky-v-liecbе-v>

<sup>54</sup> FEDOROVÁ, IVANA. *Medzinárodný veľtrh vzdelávania Pro Educo* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.rtvsk.sk/televizia/archiv/13982/142442#2388>

- Finalista Social Impact awards 2017 <sup>55</sup>
- Inkubačný program TUKE 2017 <sup>56</sup>

#### 4.3.5 Články a reportáže

Denník Nový čas a košicednes.sk vyzdvihli nápad spoločnosti, ktorý bol prezentovaný na vedeckom kongrese odborníkov Čechách a Patrik Konrády predviedol návrh mobilnej aplikácie na diagnostiku pohybového aparátu, ktorá uľahčí život pacientom s problémami chrbtice. <sup>57 58</sup>

Ďalší článok, ktorý prezentoval spoločnosť, je pod štátnou záštitou Veda na dosah, ktorý je financovaný pomocou dotácie MŠVVaŠ SR a ktorý vyhlásil rektor Technickej univerzity v Košiciach. Spoločnosť sa prezentovala pod názvom svojho projektu „Vystri sa!“. <sup>59</sup>

Reportáž regionálnej televízie TV Košice priniesol pohľad a informovanie o aplikácii BodyFix, ktorá pomáha ľuďom. Táto reportáž bola odvysielaná 17.10.2017. Rovnako regionálna televízia pripravila aj článok na svojom portály kosiceonline.sk. <sup>60 61</sup>

Portál Noviny.sk napísali taktiež o tejto aplikácii článok, ktorý prezentuje a ukazuje možnosti pomoci a využitia tejto aplikácie. <sup>62</sup>

Dňa 17.10.2017 v miestnej tlači Košíc, konkrétne denníku KOŠICE:DNES, vyšiel článok o študentovi z Košíc, ktorý pomocou aplikácie mení budúcnosť fyzioterapie. V článku sa opisuje aplikácie a jej budúcnosť a vízia spoločnosti. <sup>63</sup>

<sup>55</sup> SOCIAL IMPACT AWARD. *SIA Slovakia 2017 Finalist : Bodyfix.io* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://slovakia.socialimpactaward.net/project/bodyfix-io/>

<sup>56</sup> 36. STARTUP CENTRUM TUKE. *BodyFix (Vystri sa!)* [elektronický zdroj]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.startupcentrum.tuke.sk/inkubator-tuke/bodyfix/>

<sup>57</sup> KZ NOVÝ ČAS. *Patrik vymyslel jedinečnú aplikáciu: Nápad praktikanta zaujal aj odborníkov* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.cas.sk/clanok/607756/patrik-vymyslel-jedinecnu-aplikaciju-napad-praktikanta-zaujal-aj-odbornikov/>

<sup>58</sup> STRUK, Patrik. *Študent z Košíc mení budúcnosť fyzioterapie* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://kosicednes.sk/zaujímavosti/student-vymyslel-aplikaciju-ktora-odhali-problemy-s-chrbticou/>

<sup>59</sup> HABRMANOVÁ, Slávka. *Projekt Vystri sa! pomáha diagnostikovať problém pohybového aparátu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na:

<http://vedanadosah.cvtisr.sk/projekt-vystri-sa-pomaha-diagnostikovat-problem-pohyboveho-aparatu>

<sup>60</sup> TELEVÍZIA KOŠICE. *Video : Problém s chrbticou ľahko odhalíte pomocou mobilu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.tvkosice.sk/video/59e595714526ca39d4d50fff>

<sup>61</sup> RÁDIO KOŠICE. *Mladý Košičan vymyslel aplikáciu, ktorá má pomôcť odhaliť problémy s chrbticou* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.kosiceonline.sk/mlady-kosican-vymyslel-aplikaciju-ktora-ma-pomoc-odhaliť-problemy-s-chrbticou>

<sup>62</sup> MIGAL, Samuel. *Sú talentovaní, plní vedomostí a rozhodnutí pomáhať. Pozrite sa na inovatívne projekty mladých Slovákov* [elektronický zdroj]. Bratislava : 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.noviny.sk/slovensko/348074-su-talentovani-plni-vedomosti-a-rozhodnuti-pomahat-pozrite-sa-na-inovativne-projekty-mladych-slovakov>

<sup>63</sup> KOŠICE DNES. *Študent z Košíc mení budúcnosť fyzioterapie* [elektronický zdroj]. Košice: 2017. s. 7. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://en.calameo.com/read/00474882923973e73c104>

Online portál Startitup.sk si rovnako nemohol nevšimnúť výnimočnosť aplikácie, ktorú Patrik Konrády vymyslel a jeho nápad propagovala aj na svojom webovom portály, ktorý sa venuje najmä novým spoločnostiam na trhu a ich revolučných nápadoch.<sup>64</sup>

#### 4.4 Opis produktov a služieb

Spoločnosť rozdeľuje svoje produkty a služby na hlavné a vedľajšie.

Hlavné produkty spoločnosti sa delia na 3 kategórie a to podľa toho, pre koho je daný produkt určený. Prvá kategória sú bežní ľudia, pre ktorých je vytvorený webová platforma a aplikácie pre cvičenie, tento produkt sa nazýva Aplikácia BodyFix. Druhou kategóriou sú špecialisti, ktorí fungujú samostatne. Pre nich je určený základný informačný systém. Tento produkt nesie názov BodyFix Tester a BodyFix Expert, rozdiel je jedine v šírke sprístupnenia informačného systému, ako je už z názvu poznateľné, BodyFix Tester je iba testovacia verzia, ktorá slúži na vyskúšanie a v prípade kladnej odozvy špecialistu-jednotlivca, je pre neho primárne navrhnutý prechod na verziu Expert. Posledná kategória je určená pre spoločnosti, ktoré potrebujú informačný systém s viacerými prístupmi a špecifickými individuálnymi aspektami. Tento produkt nazývame BodyFix Spoločnosť. Všetky tieto hlavné produkty sú poskytované formou mesačného alebo ročného predplatného, resp. prenájmu.

Vedľajšie produkty a služby sú už iba doplnkovou formou spoločnosti. Nemôžeme však povedať, že sú menej dôležitými, ako hlavné, v niektorých prípadoch je možné dosiahnuť vyšší zisk spoločnosti vedľajšími produktami a službami ako hlavnými, najmä v prípade individuálnych zákaziek na tvorbu informačných systémov. Ďalšími vedľajšími produktami spoločnosti sú Workshopy, Dni zdravia a e-booky.

##### 4.4.1 Hlavné produkty

###### 1) **Aplikácia BodyFix - 3,99 €/rok**

Aplikácia so systémom cvičení, ktorý v sebe zahŕňa profil klienta, kde je možnosť vyskladania si svojho tréningového plánu ráno, na obed aj večer pomocou plánovača osobného cvičenia. Môžeme ho nazvať aj online tréner s tréningovým plánom.

---

<sup>64</sup> CEBROVÁ, Linda. *21-ročný Patrik predstavil revolučnú aplikáciu, ktorá pomôže aj tebe* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/local-21-rocny-patrik-predstavil-revolucnu-aplikaciju--ktora-pomoze-aj-tebe/?download-ical=257212>

Cvičenia obsahujú viac ako 80 cvikov, ktoré si klient môže vybrať a meniť podľa svojej potreby. Cviky sú zo širokého spektra rôznych metód, ako sú napríklad SM systém, Pliates medical, Yoga a Yoga pre deti, Roller, Core tréning, Terabandy, strečing, cvičenia pre seniorov a mnohé iné cviky. Všetky cviky sú označené stupnicou náročnosti na škále od 1-10. Čím vyššie číslo náročnosti, tým vyššia náročnosť prevedenia cvičenia. Každý cvik popisuje partie a svaly, ktoré sú pri jeho vykonávaní zapájané a taktiež je aj opísaný presný postup vykonávania cviku a jeho správnej techniky. Pomocou obrazovej grafiky je cvik a jeho jednotlivé fázy znázornený vo všetkých variáciách daného cviku.

Samozrejmosťou je online podpora pomocou chatu, keď klient potrebuje pomoc alebo radu od skúseného experta.

V predplatenej aplikácii sa taktiež nachádzajú rôzne zľavové kupóny od našich partnerov, ktoré môže klient využiť. Aplikácia je neustále aktualizovaná s pridávaním nových cvikov a pod..

### **1) Informačný systém BodyFix Tester- 5,00 €/mesiac**

Tento informačný systém je vytvorený pre špecialistu-jednotlivca, ktorý si chce vyskúšať náš informačný systém a jeho funkcionality. Prvých 28 dní je úplne zdarma. Informačný systém BodyFix Tester obsahuje:

- 1x profil špecialistu,
- maximálne 10 klientov/zdravotných kariet,
- kalendár,
- zdieľaná dokumentácia zdravotných kariet,
- systém na online meranie zakrivenia tela,
- komunikácia s klientmi,
- odporúčané a navrhované cviky pre klientov,
- reklama a propagácia,
- online prepojenie PC-mobil.

Informačný systém je rovnaký ako Informačný systém BodyFix Expert, avšak nemá prístupné všetky funkcionality. Opis tohto informačného systému je spomenutý nižšie avšak je minimalizovaný len na oblasti vyššie spomenuté, tzv. tester mód.

### **2) Informačný systém BodyFix Expert - 19,00 €/mesiac**

Informačný systém je určený pre špecialistu – jednotlivca, ktorý ordinuje sám. Informačný systém obsahuje nasledovné funkčné možnosti:

- 1x profil špecialistu,
- maximálne 50 klientov/zdravotných kariet,
- online rezervácia,
- kalendár,
- zdieľaná dokumentácia zdravotných kariet,
- systém na online meranie zakrivenia tela,
- komunikácia s klientmi,
- odporúčané a navrhované cviky pre klientov,
- reklama a propagácia,
- online prepojenie PC-mobil,
- 12 hod. servis/rok (školenia/individuálne úpravy).

Systém prináša jedinečné a prevratné riešenie na trhu a je jedinečný v jednoduchej dostupnosti analýzy fyziologického stavu tela. Predstavuje jedinečný nástroj diagnostiky pre fyzioterapeutov, fyziatrov a rehabilitačných pracovníkov. Jednoduchou implementáciou systému je možné analyzovať stav telesnej štruktúry a fyziologickej stavby tela odborným pracovníkom. Systém prináša unikátne riešenie a automaticky vyhodnocuje a interpretuje odchýlky chrbtice na základe fotografického snímku. Pri svojej diagnostike využíva prvky umelej inteligencie a ďalšie technológie.

Tento informačný systém je určený pre jednotlivca, ktorý má vytvorený 1 profil=1 prístup. V ňom sa nachádza jeho kalendár s plánovačom, do ktorého si zapisuje stretnutia s pacientmi/klientmi. Každý pacient/klient má vlastnú zložku, kde si špecialista vedie zdravotnú dokumentáciu a má ju stále prístupnú online. Pacient/klient má taktiež možnosť online komunikovať so špecialistom a rovnako vidí termíny ich spoločných stretnutí v kalendári. Taktiež špecialista vie online sprostredkovať cviky pre pacienta/klienta, ktoré má vykonávať v či už rámci prevencie alebo aj pre získanie optimálneho zdravotného stavu. Špecialista sa do informačného systému vie prihlásiť pomocou počítača alebo smartfónu.

V rámci mesačného predplatného od nás špecialista získava reklamu a propagáciu či už na našom webe, ale aj na sociálnych sieťach.

### **3) Informačný systém BodyFix Spoločnosť- 75,00 €/mesiac**

Tento informačný systém je podobný informačnému systému pre jednotlivca, avšak zahŕňa viac prístupov a profilov špecialistov, konkrétne je prístupný pre 5 expertov. Informačný systém sa zameriava na spoločnosti, zdravotnícke zariadenia a inštitúcie, ktoré potrebujú zabezpečiť inovatívny a jednoduchý informačný systém. Informačný systém je možné využiť aj na vedenie nových projektov spoločností, zdravotníckych zariadení a inštitúcií, ktoré už informačný systém majú, avšak pre túto potrebu ho nevedia prispôbiť, resp. bolo by to veľmi nákladné.

Tento informačný systém obsahuje tieto funkčné možnosti:

- 5 profilov špecialistov,
- maximálne 400 klientov/zdravotných kariet,
- kalendár,
- online rezervácia,
- zdieľaná dokumentácia zdravotných kariet,
- systém na online meranie zakrivenia tela,
- komunikácia s klientmi,
- komunikácia s kolegami špecialistami,
- odporúčané a navrhované cviky pre klientov,
- reklama a propagácia,
- online prepojenie PC-mobil,
- 16 hod. servis/rok (školenia/individuálne úpravy).

Informačný systém pre spoločnosti, zdravotnícke zariadenia a inštitúcie je prispôbovaný podľa individuálnych potrieb a požiadaviek. Systém je rovnaký ako Informačný systém BodyFix Expert, avšak prináša viac profilov a prístupov pre špecialistov, umožňuje taktiež nie len komunikáciu s pacientom/klientom, ale aj medzi kolegami-špecialistami.

#### *4.4.2 Vedľajšie produkty*

- **E-booky**

Pomocou e-bookov chce spoločnosť doceliť povedomie aj pre ľudí vyhľadávajúcich nie len aplikácie, ale aj iné online formy pre získanie informácií o zlepšení svojho zdravotného stavu. E-booky sa budú venovať najmä možnosti a prezentácii ako si zlepšiť

a udržiavať svoj zdravý životný štýl a hlavne svoje telo v kondícii. Webový odkaz na prvý e-book: <https://lnk.sk/ILZ4>.

Naša spoločnosť momentálne nemá v pláne e-booky spoplatňovať, chce ponúkať takýto benefit či už pre svojich zákazníkov ale rovnako aj pre ľudí, ktorí zákazníkmi nie sú.

- **Dni zdravia**

Týmto projektom sa BodyFix zameriava na spoločnosti a ich zamestnancov. Tým, že sa spoločnosť bude starať takýmto spôsobom o svojich zamestnancov, prispeje nie len k ich lepšej či už fyzickej ale aj psychickej kondícii a pre spoločnosť to bude mať aj benefit, že zamestnanci budú zdravší a tak budú menej PN.

Dni zdravia budú organizované v spoločnostiach buď priamo, ale aj mimo prostredia spoločnosti. Hlavným princípom je poskytovanie informácií o udržiavaní svojho dobrého zdravotného stavu. Zamestnanci absolvujú rôzne školenia, vyšetrenia, masáže, ale dostanú aj hodiny cvičenia, podľa ich vlastného výberu, samozrejme pod dohľadom odborníkov. Následne sa tieto informácie vyhodnotia a pomocou Aplikácie BodyFix budú nastavené preferencie či už na udržanie alebo na zlepšenie zdravotného stavu. Všetky tieto dni zdravia budú tvorené so spoluprácou aj s inými partnermi, z rôznych oblastí. Zameranie bude komplexné- Ako sa zdravo stravovať. Ako sa zdravo pohybovať. Ako zdravo rozmýšľať. Stanovenie ceny za organizáciu dňa zdravia je veľmi individuálne podľa šírky záberu oblastí, veľkosti spoločnosti ale aj iných skutočností.

- **Workshopy**

Raz mesačne organizuje spoločnosť workshop s určitým zameraním. Workshopy sa týkajú oblasti zdravotníctva a športu, ale plánujú sa aj workshopy so zameraním na marketing a obchod v zdravotníctve, v športe alebo biznise. Workshopy sú vedené odborníkmi so skúsenosťami v obore. Podujatia sa pravidelne konajú v priestoroch partnera Monopol Space - Alžbetina 55, 040 01 Košice. Prihlasovanie sa na workshopy je možné buď online prostredníctvom registračného formulára, ale aj telefonicky. Priestor je limitovaný na 30 osôb. Cena za prenájom priestoru je 30 €/hodina. Workshop trvá približne 3 hodiny čistého času + 1 hodina prenájmu na prípravu a ukončenie. Monopol Space poskytuje v tejto cene základné nápoje pre 30 osôb. Vstupné na workshop je nastavené na 30 €/osoba.

- **Individuálne zákazky tvorby informačného systému**

Spoločnosť sa rovnako venuje aj tvorbe informačných systémov na zákazku. Princíp informačného systému je postavený na rovnakej platforme a princípe, ako sú prenajímané informačné systémy. Sú v nich však vykonávané náročné úpravy, ktorých výsledkom je prispôbenie funkcionalít na daný typ, podľa toho, v akom segmente klient pôsobí. Ako príklad môžeme uviesť vytvorenie informačného systému pre sieť fitness centier, iných cvičebných záujmových skupín, wellness centier a iných, ktoré potrebujú dokumentovať svojich klientov a viesť si dokumentáciu, časový harmonogram a ostatné záležitosti online. Individuálne zákazky sú podľa dohody fakturované buď jedno-rázovou platbou alebo formou mesačného prenájmu individuálneho informačného systému s viazanosťou minimálne na 2-ročné obdobie.

#### *4.4.3 Výskum a vývoj*

Vývoj je potrebný dokončiť vo finálnom prepojení s aplikáciou E-zdravie a napojiť tieto technológie na našu aplikáciu využitím knižnice Real-time Human Pose Estimation in the Browser with TensorFlow.js. Vývoj aplikácií prebieha na platforme Flutter, ktorý je vytvorený spoločnosťou Google.

#### *4.4.4 Životný cyklus produktov*

Hlavný produkt- Aplikácia BodyFix - je dokončená a spustil sa jej predaj. Druhý hlavný produkt- Informačný systém BodyFix – bol testovaný v praxi do marca 2019, testovacia fáza je ukončená a produkt je schopný plnohodnotne a bezproblémovo fungovať na trhu, v apríli 2019 bol oficiálne uvedený na trh.

Vedľajšie produkty sú v rozličných fázach životných cyklov. E-book bol pustený na trh v Decembri 2019, avšak tento produkt je momentálne zadarmo. Dni zdravia sú plánované, avšak momentálne sa vedie výskum a diskusia s partnermi, ako tieto dni zdravia čo najefektívnejšie a inovatívne realizovať. Prvý workshop je pripravený pod názvom „Moderná prístrojová liečba vo fyzioterapii“ a bude sa konať 9. Apríla 2019. Mesačne budú organizované obdobné workshopy. Individuálne zákazky spoločností sa prijímajú od začiatku, kedy spoločnosť bola oficiálne vytvorená.



#### *4.4.5 Proces poskytnutia produktov*

Proces poskytovania produktov spoločnosťou závisí od rozlíšenia svojich potencionálnych klientov nasledovne:

##### **1) Aplikácia BodyFix- Bežní ľudia**

Na bežných ľuďí sa spoločnosť zameriava prostredníctvom webu a aplikácii na platforme Android a IOS. Klient si na webovej platforme alebo v aplikácii môže predplatiť ročný prístup k PREMIUM účtu. Pomocou jedného účtu sa klient vie prihlásiť na hociktoorej platforme alebo aplikácii na 1 zariadení. Po uhradení platby je mu následne sprístupnený účet a faktúra je zaslaná na e-mailovú adresu klienta. Celý tento proces prebieha online.

##### **2) Informačný systém BodyFix Tester - Individuálni špecialisti**

Testovacia verzia je určená na skúšku pre špecialistov-jednotlivcov, ktorý si chcú vyskúšať základné funkcionality systému. Implementuje sa jednoducho online, platba sa vykoná prostredníctvom úhrady vystavenej faktúry.

##### **3) Informačný systém BodyFix Expert - Individuálni špecialisti**

Pre individuálneho špecialistu, ktorý chce využívať informačný systém BodyFix Expert, je možné ho objednať a implementovať online, bez potreby konzultácie. Špecialista po vyplnení potrebných údajov uhradí platbu a následne mu bude sprístupnený informačný systém BodyFix Expert.

##### **4) Informačný systém BodyFix Spoločnosť - Spoločnosti/zdravotnícke zariadenia**

Poskytnutie a implementácia informačného systému BodyFix Spoločnosť pre spoločnosti je potrebné viackrát konzultovať z dôvodu individuálneho nastavenia a prispôsobenia pre danú spoločnosť. Pomocou webu alebo telefonicky si spoločnosť dohodne osobnú konzultáciu podľa dohody, na ktorej sa bude riešiť priamo prispôsobenie informačného systému pre danú inštitúciu. Súčasne sa dohodne termín školení.

#### *4.4.6 Zabezpečenie kontroly a kvality*

Spoločnosť si zakladá na kvalite a kvalitnom poskytovaní služieb. Orientuje sa priamo na klientov a robí všetko preto, aby bol klient maximálne spokojný a produkt, resp. služba mu bola čo najviac individuálne prispôbená, čo vedie k maximalizácii spokojnosti klienta.

Čo sa týka serverov, tie sú postavené na koreňovej certifikačnej autorite COMODO ECC Certification Authority. Vývoj a testovanie produktov bolo pod dohľadom garanta MUDr. Jozef P., PhD., MBA špecialistu v neurologickej oblasti. Po uvedení produktov na trh sa novým garantom stala primárka MUDr. Jana Š., špecialistka v rehabilitačnej starostlivosti a zároveň kontrolu a kvalitu služieb našej spoločnosti je pod dohľadom certifikovaného fyzioterapeuta s praxou Patrika Konrádyho, ktorý vykonáva expertný dohľad v našej spoločnosti.

Aplikácia a informačné systémy získali množstvo medzinárodných ocenení, ktoré boli udeľované expertami z viacerých oblastí, ale najmä zdravotníctva a IT technológií. Všetky tieto úspechy a ocenenia sú spomenuté v časti 4.3.4 Úspechy a ocenenia.

#### *4.4.7 Duševné vlastníctvo*

V najbližšom období sa pripravujú podklady na plánovanú registráciu ochrannej známky na logo a názov spoločnosti, taktiež názvy domén a názov aplikácie. Uvažuje sa aj o vytvorení ochrannej známky na grafický dizajn spoločnosti.

### **4.5 Analýza trhu**

#### *4.5.1 Analýza zákazníka*

Analýzou potencionálnych zákazníkov sa vieme upriamiť priamejšie na využitie propagácie a reklamy. Keďže má spoločnosť rôzne typy produktov, rozdeľuje tak zákazníkov na dve skupiny. Prvou skupinou sú bežní ľudia, pre ktorých je určená Aplikácia BodyFix. Druhou skupinou sú špecialisti-jednotlivci a zároveň spoločnosti, zdravotnícke zariadenia a inštitúcie. Z toho dôvodu vytvárame analýzu zákazníka samostatne pre jednotlivé skupiny:

#### **1) Pre produkt - Aplikácia BodyFix**

Aplikácia je určená pre bežných ľudí, z čoho sa odvíja aj nasledujúca analýza.

Z geografického hľadiska sú naši potencionálni zákazníci zo všetkých miest a dedín na Slovensku, ale aj mimo neho, kde je dostupné internetové pripojenie, pokiaľ aplikácia ešte nie je stiahnutá, ak už je, tak hocikde pomocou offline pripojenia. Aplikácia je dostupná momentálne len v Slovenskom jazyku a je ju možné stiahnuť aj mimo Slovenska.

Podľa demografického kritéria je pre spoločnosť potencionálny klient rovnako muž, ako aj žena, bez ohľadu na rodinný stav, náboženstvo a podobne. Vek potencionálneho klienta začína približne od veku 15 rokov, keď potencionálny zákazník vlastní smartfón. Horná veková hranica nie je obmedzená, keďže aplikácia má zameranie aj pre seniorov. Podľa interného prieskumu však najatraktívnejšou skupinou potencionálnych zákazníkov je pre spoločnosť človek vo veku od 25-35 rokov.

Zo psychologického hľadiska je pre nás zaujímavý človek, ktorý sa snaží udržiavať si zdravý životný štýl pomocou cvičenia, avšak nemá dostatok času navštevovať fitness centrá, resp. iné priestory, ktoré poskytujú možnosti cvičenia, a tak vyhľadáva možnosti realizovať cvičenie doma. Taktiež potencionálnym klientom je človek so zdravotnými problémami, ktoré je možné liečiť cvičením.

Ak sa pozrieme na sociálno-ekonomické kritérium, potencionálny zákazník je väčšinou zo strednej a vyššej vrstvy, z dôvodu potreby smartfónu. Cena aplikácie je nastavená pomerne nízko, takže si ju môže dovoliť aj človek z nižšej vrstvy, avšak tí väčšinou nevytvárajú záujem v oblasti dobrého zdravotného štýlu. Interným prieskumom bolo zistené, že najatraktívnejší potencionálni zákazníci majú vyštudovanú vysokú školu a vykonávajú „sedavú“ prácu, väčšinou v oblasti administratívy.

## **2) Pre produkty - Informačný systém BodyFix Tester, Expert a Spoločnosť**

Informačný systém je určený pre špecialistov-jednotlivcov a spoločnosti, zdravotnícke zariadenia a inštitúcie.

Podľa geografického kritéria sa potencionálni zákazníci nachádzajú v oblasti celého Slovenska, vo veľkých či menších mestách a väčších dedinách, kde sa nachádzajú zdravotnícke zariadenia. Momentálne pre spoločnosť nie sú aktuálni zákazníci mimo Slovenskej republiky.

Demografické kritérium je pre spoločnosť smerodajné nasledovne. Prioritne sú to právnické osoby, ktoré podnikajú v oblasti zdravotníctva a produkt má u nich plnohodnotné využitie. Sekundárne sú to rovnako právnické osoby, z väčšej časti jedno-osobové

spoločnosti s r. o. a fyzické osoby, tzv. SZČO, ktoré taktiež podnikajú v oblasti zdravotníctva.

Z psychologického hľadiska vyplýva, že potenciálni zákazníci potrebujú implementovať inovácie do svojej spoločnosti, ordinácie alebo inštitúcie, pomocou ktorých výsledkom bude plnohodnotný a funkčný, technologicky vyspelý, informačný systém zabezpečujúci chod týchto spoločností, ordinácií a inštitúcií.

Pohľad na zákazníka pomocou sociálno-ekonomického kritéria nám hovorí, že potenciálni zákazník chce zabezpečiť inovácie vo svojej spoločnosti, resp. inštitúcii a má dostatočné finančné prostriedky na tieto inovácie. Všetky zdravotnícke zariadenia, ordinácie špecialistov-jednotlivcov, resp. spoločnosti, ktoré chcú zabezpečiť technologickú vyspelosť pre svojich pacientov/klientov, sú pre spoločnosť potenciálni zákazníci.

Analýza zákazníkov pri vedľajších produktoch sú nasledovné. Pre individuálne zákazky tvorby informačných systémov a pre Dni zdravia platí rovnaká analýza ako pre produkty typu Informačný systém BodyFix Tester, Expert a Spoločnosť. E-booky sú orientované na bežných ľudí, rovnako ako je stanovená analýza pre Aplikáciu BodyFix. Workshopy sú vytvárané jedinečne, každý workshop je orientovaný na inú skupinu ľudí, resp. spoločností.

#### *4.5.2 Porterov model 5 síl*

##### **Substitúty**

V odvetví, na ktoré sa spoločnosť zameriava existuje veľké množstvo substitútov. Keď sa zameriame na bežných ľudí, aplikácia BodyFix prináša cvičenia, ktoré je možné nahradiť či už rôznymi skupinovými cvičeniami, posilňovňou, rehabilitáciami a mnohé ďalšie aktivity, ktoré prináša mnoho konkurentov. Ak sa pozrieme na substitúty produktu informačného systému BodyFix, priamy substitút nenájdeme. Nájdeme len čiastočné možnosti informačného systému, ktoré však nemusia mať možnosť prepojenia s ostatnými systémami, či už klienskej spoločnosti alebo so systémami štátneho sektora. E-booky sú dnes dostupné vo veľkom množstve online a zadarmo. Workshopy sú dnes rozvíjajúce sa v každej oblasti, avšak sú postavené na individuálnom základe každého workshopu, takže nie je možné vytvoriť rovnaký workshop. Substitúmi tvorby informačných systémov môžeme považovať spoločnosti, ktoré majú schopnosti tvorby obdobných informačných systémov.

## **Aktuálna konkurencia**

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. poskytuje jedinečný produkt. Priama konkurencia spoločnosti je spoločnosť PERUN SK s. r. o., ktorá má taktiež pomocou umelej inteligencie vyvinutý systém na diagnostiku pohybového aparátu (<https://body-analyzer.com/>). Táto spoločnosť sa zameriava iba na diagnostiku pohybového aparátu a neposkytuje žiadne dodatočné informačné systémy, ktorými by nám mohla konkurovať.

Ostatná konkurencia je vnímaná len nepriamo, keďže poskytuje len čiastočné produkty, ako rezervačné systémy, dokumentačné systémy alebo komunikačné prepojenia. Napríklad spoločnosť WellSpace sa venuje poskytovaniu rezervačného systému v rôznych oblastiach (<https://wellspace.cz>). Znovu však môžeme konštatovať, že táto spoločnosť neposkytuje celú súčasť informačného systému, ktorá by mohla spoločnosti BodyFix konkurovať.

Celkovo môžeme konštatovať, že táto konkurencia neposkytuje rovnaký, resp. aspoň viac ako na 75 % podobný produkt. Z tohto hľadiska je spoločnosť BodyFix momentálne v konkurenčnej výhode.

Konkurencia pri aplikácii BodyFix, ktorá poskytuje cvičenia pre bežných ľudí, je iba v celosvetovom merítku. Existuje veľa aplikácií, ktoré poskytujú cvičenia, avšak veľká časť je v cudzom jazyku, nie v slovenčine alebo češtine.

V budúcnosti by sa spoločnosť chcela zamerať na trhy susedných krajín ako sú Česká republika, Rakúsko, Maďarsko a Poľsko.

Aplikácia je jedinečná na domácom trhu a priamo spoločnosť neohrozuje ďalšia konkurencia, v budúcnosti by chcela získať nových investorov. Aplikácia prináša jedinečné a prevratné riešenie na trhu a nevnímame podobnú aplikáciu v konkurenčnom prostredí.

## **Nová konkurencia**

Na Slovenskom trhu sa objavuje nová konkurencia, o ktorej však nevieme zistiť viac. Je veľmi chránená a poskytovanie informácií verejnosti nie je jej silnou stránkou. Jedná sa o spoločnosť Kódime pre zdravie. Už z jej názvu možno povedať, že sa bude pravdepodobne venovať informačným technológiám v oblasti zdravotníctva. Na ich webovej stránke <https://kodimeprezdravie.sk> sa dozvieme, že sa snažia o napredovanie a inovácie v zdravotníctve prostredníctvom IT technológií. Momentálne však viac o nich nevieme, avšak túto spoločnosť je potrebné monitorovať.

## **Sila dodávateľov**

Spoločnosť BodyFix využíva v svojom podnikaní množstvo IT prostriedkov a biznis je postavený na informačno-technologickej platforme. V tomto smere spoločnosť momentálne nepotrebuje dodávateľov, keďže IT prostriedky je možné nakúpiť bežne. Ak sa pozrieme na nákup domén, serverov a iných IT platforiem, existuje veľké množstvo dodávateľov, či už na Slovensku alebo vo svete, ktorý si konkurujú hlavne cenami.

Veľmi dôležitým pre spoločnosť je vývoj a programovanie aplikácií, informačného systému a webu. Na to, aby sme mohli napredovať potrebujeme šikovných programátorov. Veľkou výhodou je, že konateľ spoločnosti je veľmi zručný programátor, ktorý dokáže usmerniť a naučiť novým veciam menej skúsených programátorov. Na trhu je stále veľmi obtiažne nájsť kvalitného programátora.

## **Sila kupujúcich**

Keďže môžeme povedať, že spoločnosť poskytuje časť produktov s konkurenčnou výhodou, keďže konkurenti tieto produkty nemajú v celku, ako náš informačný systém, máme potencionálne lepšiu pozíciu pri predaji. Avšak musí sa držať ceny takej, ktorá bude pre danú spoločnosť zaujímavá, aj keď možno vyššia, ako keby si chceli kupujúci produkt zadovážiť od dvoch spoločností. S cenou však musíme zaobchádzať opatrne, keďže vysoká cena by mohla spôsobiť rapidný pokles predaja.

### *4.5.3 SWOT analýza*

Pomocou analýzy SWOT poukážeme na silné a slabé stránky podniku, rovnako aj na príležitosti a hrozby a určíme stratégiu, ktorá z tejto analýzy vyplýva a hovorí, ako ju podnik využíva.

**Tabuľka 1** SWOT analýza- interná analýza

Interná analýza	Hodnota 1-10	Váha	Vážená hodnota
<b>Silné stránky</b>			
Platformy-web, app Android a IOS, informačný systém	9	0,08	0,72
Mladý a perspektívny tím	7	0,06	0,42
Ocenenia	7	0,03	0,21
Značka	5	0,10	0,50
Inovatívne vyšetrenie aplikáciou	8	0,20	1,60
Kľúčoví veľkí partneri	5	0,35	1,75
Marketing	5	0,18	0,90
<b>Celkom</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>6,10</b>
<b>Slabé stránky</b>			
Malý záujem poradcov	8	0,10	0,80
Financovanie	5	0,35	1,75
Malé priestory na podnikanie	6	0,30	1,80
Nedostatok zamestnancov	4	0,15	0,60
Nedostatočná štátna podpora	8	0,10	0,80
<b>Celkom</b>	<b>31</b>	<b>1</b>	<b>5,75</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

V internej analýze podniku zameranej na silné a slabé stránky je definovaných sedem silných stránok podniku, ktoré majú priradené konkrétne váhy a hodnotenia. Ich celkové hodnotenie vzniklo súčinom bodov hodnotenia. Jednoznačne najsilnejšou stránkou podniku sú kľúčové partnerstvá, na ktorých si podnik zakladá.

Pri zameraní sa analýzy na slabé stránky podniku, sme ich definovali v počte päť. Výpočet prebiehal rovnako, ako pri silných stránkach. Najslabším článkom spoločnosti sú malé priestory na podnikanie.

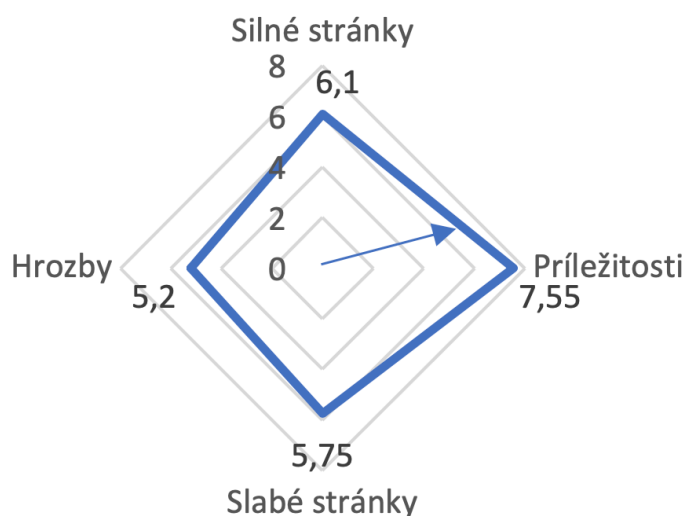
**Tabuľka 2** SWOT analýza- externá analýza

Externá analýza	Hodnota 1-10	Váha	Vážená hodnota
<b>Príležitosti</b>			
Spolupráca s univerzitami	7	0,15	1,05
Spolupráca s mestom	6	0,15	0,90
Pozvánky na akcie	9	0,25	2,25
Čerpanie podpory od SBA	8	0,4	3,20
Získanie dotácií	3	0,05	0,15
<b>Celkom</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>7,55</b>
<b>Hrozby</b>			
Kompatibilita s E-zdravie	7	0,35	2,45
Žaloby	3	0,05	0,15
Finančná kríza	5	0,20	1,00
Svetová konkurencia	5	0,20	1,00
Certifikácia	3	0,05	0,15
Zmeny legislatívy	3	0,05	0,15
Hackerské útoky	3	0,10	0,30
<b>Celkom</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>5,20</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

V externej analýze, v tabuľke vyššie, sú zobrazené príležitosti a hrozby spoločnosti. Najväčšou príležitosťou spoločnosti sa javí možnosť čerpania grantov od Slovak Business Agency.

V oblasti hrozieb, ktorej bola analýza vytváraná, je možné poukázať na zlú kompatibilitu so štátnym systémom E-zdravie.



**Graf 1** Syntéza SWOT analýzy

Zdroj: Vlastné spracovanie



Výsledky SWOT analýzy poukazujú na ofenzívnu stratégiu, keď spoločnosť vyniká v silných stránkach a príležitostiach sa venuje viac, ako hrozbám.

Naša spoločnosť má však aj vysoké hodnoty slabých stránok a hrozieb. Slabé stránky musí spoločnosť zlepšovať a snažiť sa eliminovať hrozby, na ktoré má spoločnosť dosah.

## **4.6 Marketingový plán**

Marketingový plán spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o. je postavený na základných pilieroch súčasného marketingu s využitím najefektívnejších nástrojov marketingového mixu.

### *4.6.1 Produkt*

Produkty, ktoré spoločnosť ponúka, sú definované v kapitole 4.4.

### *4.6.2 Cena*

Na pochopenie cenovej politiky spoločnosti, musíme spomenúť hlavný cieľ spoločnosti, ktorý je pomáhať ľuďom. Z tohto hľadiska sa spoločnosť snaží byť cenovo dostupná pre všetkých zákazníkov. Ceny sú individuálne podľa toho, aký produkt je ponúkaný.

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. pri stanovovaní cien svojich produktov využila kombináciu viacerých prístupov ku tvorbe cien. Základnou metódou stanovenia cien bola nákladová metóda, ktorou sa stanovila cena daného produktu výpočtom vynaložených nákladov na daný produkt. Následne spoločnosť k minimálnej nákladovej cene pripočítala hodnotovú prirážku, v rámci ktorej sledovala výšku cien produktov konkurencie.

Ak sa pozrieme na Aplikáciu BodyFix, ktorej cena je 3,99 €/rok, je to produkt určený pre bežného človeka a môžeme povedať, že takto stanovená cena je dostupná pre každého.

Cena produktu Informačného systému BodyFix Expert je stanovaná na 19,00 €/mesiac. Cena prenájmu tohto informačného systému vychádza ročne na 228,00 €, avšak vzhľadom na to, aké inovatívne možnosti a zjednodušenie práce tento produkt prináša, je cena nastavená výhodne pre obe strany.

Ak však Informačný systém BodyFix Expert dostatočne neosloví špecialistu, je mu ponúknutý Informačný systém BodyFix Tester s obmedzenými funkcionalitami avšak v cenovej relácii len za 5,00 €/mesiac. Cena ročného prenájmu tohto systému je 60,00 €, čo je vzhľadom na dostupné funkcionality bezkonkurenčná cena.

Posledný produkt, ktorý je označený ako Informačný systém BodyFix Spoločnosť, má cenovku 75,00 €/mesiac. Možnosti a kapacity tohto produktu sú vysoko nastavené pre inštitúcie, ktoré majú viac zamestnancov, resp. špecialistov. Ročný prenájom tohto produktu stojí 900 €, avšak prináša vyspelé technologické riešenie, ktoré zjednoduší chod a komunikáciu inštitúcie či už interne alebo externe.

V tabuľke nižšie môžeme vidieť porovnanie cien nášho informačného systému s iba rezervačným systémom spoločnosti Wellspace, ktorý ponúka iba cloudový rezervačný systém, virtuálnu nástenu, vytváranie udalostí, reklamu, potvrdenie rezervácie klientom a štatistiky. Verzia Štúdio je iba rozšírená pre väčší počet užívateľov. Pre porovnanie, náš informačný systém ponúka navyše online dokumentáciu zdravotných kariet, online chat, zdieľanie informácií a inovatívnu technológiu merania zakrivenia tela pomocou markerov a umelej inteligencie.

**Tabuľka 3** Porovnanie cien s konkurenciou

<b>BodyFix Technologies s. r. o.</b>		<b>Wellspace</b>	
Produkt	Cena	Produkt	Cena
IS BodyFix Expert	19,00 € / mesiac	Sólo profesionál	16,99 € / mesiac
IS BodyFix Spoločnosť	75,00 € / mesiac	Štúdio	24,99 € / mesiac

Zdroj: Spracované z údajov na <https://www.studio.wellspace.cz/ceny?lang=sk>

Ak by sme chceli porovnať ceny technológie merania zakrivenia tela pomocou markerov a umelej inteligencie, nevieme to uskutočniť z dôvodu, že spoločnosť PERUN SK s. r. o., ktorá ponúka toto meranie nemá zverejnení cenní, má ho nastavený individuálne s partnermi podľa dohody a doposiaľ sa nepodarilo zistiť ceny za poskytnutie tohto produktu.

Aplikácia BodyFix, určená pre bežných ľudí, má konkurenciu, avšak z veľkej časti sú to aplikácie vyvinuté spoločnosťami zo zahraničia, bez podpory slovenským alebo českým jazykom. Aplikácie, ktoré sú porovnateľne kvalitné, ako tá naša, stoja podstatne viac v porovnaní s našou. Napr. aplikácia Sworkit: Workouts and Plans, vytvorená spoločnosťou Nexercise, Inc. Stojí ročne 79,99 €, čo je podstatne vysoká cena. Aplikácia Workout Trainer: fitness coach ponúka síce cenu 10,99 € za balík, avšak len za cvičenia určené pre jednu partiu tela. Aplikácia Daily Workouts PRO taktiež ponúka cvičenia, avšak už z prvého pohľadu je to jednoducho spracovaná aplikácia, so základnou grafikou, bez podpory opisu cvičení.

**Tabuľka 4** Porovnanie cien s konkurenciou

Názov produktu	Spoločnosť	Cena
Aplikácia BodyFix	BodyFix Technologies s. r. o.	3,99 €/rok
Sworkit: Workouts and Plans	Nexercise, Inc.	79,99 €/rok
Workout Trainer: fitness coach	Skimble, Inc.	10,99 €/balík
Daily Workouts PRO	Daily Workout Apps, LLC	10,99 €/balík

*Zdroj: Spracovaný prehľad z App store*

#### 4.6.3 Propagácia (marketingová stratégia)

V dnešnej dobe smartfónov sa na propagáciu aplikácie BodyFix, ktorá je určená pre bežných ľudí, zameriava spoločnosť pomocou správnej marketingovej komunikácie primárne na sociálnych sieťach Facebooku a Instagrame. Pomocou príspevkov podporených reklamou prezentuje aplikáciu a jej cieľ, rovnako aj platformu na webe. Spoločnosť sa bude zameriavať na zákazníkov, pre ktorých je aplikácia užitočná.

Cielenie reklamy na Facebooku a Instagrame je nasledovné:

- Pohlavie: ženy
- Vek: 25-55 rokov
- Geografická oblasť: Celé Slovensko, rozdelená však na 3 časti a to východ, stred a západ, z dôvodu testovania návštevnosti a nákupu a následnej analýzy výsledkov
- Záujmové skupiny: zdravie, zdravý životný štýl a wellness

Spoločnosť je registrovaná aj firemným profilom Google firma, avšak zatiaľ nevyužíva reklamu Google Ads.

Nastavenie komunikácie pre informačný systém určený či len pre špecialistu-jednotlivca alebo inštitúciu, resp. spoločnosti celkovo, bude zabezpečovaná formou oslovovania pomocou partnerov, ale aj priamym oslovením zariadení a fyzioterapeutov, kampaňou na sociálnych sieťach a inými komunikačnými kanálmi.

Celková značka BodyFix sa bude marketingovo propagovať online marketingom cez sociálne siete, mediálnymi kampaňami a článkami v médiách. Aj newsletters, ktorý je jeden z vysoko efektívnych marketingových nástrojov bude spoločnosťou využívaný.

Spoločnosť sa má v pláne aj naďalej zúčastňovať rôznych súťaží, ktoré prinášajú či už inovácie vo svete alebo celkovo pomáhajú v zlepšovaní zdravotníctva na Slovensku a vo svete.

Pomocou workshopov chce spoločnosť dosiahnuť hlavne vzdelávanie ľudí, či už sú to naši klienti alebo nie a tak na nich propagovať našu Aplikáciu BodyFix a informačné systémy našej spoločnosti. BodyFix Technologies s. r. o. chce dať priestor prezentovať aj činnosť našim partnerom. Spolupráca s partnermi je pre spoločnosť veľmi dôležitá z hľadiska obchodu. Plánujú sa vytvoriť partnerstvá so stabilnými a hlavne veľkými spoločnosťami, ktoré zabezpečia možnosť oslovenia širokého spektra potenciálnych klientov, či už sa jedná o bežných ľudí, špecialistov alebo spoločnosti.

#### 4.6.4 Distribúcia

Aby bola spoločnosť úspešná, je veľmi potrebné vybudovať partnerské vzťahy, ktoré zabezpečia priame rokovania so špecialistami, resp. veľkými inštitúciami, ktoré by sa mohli potenciálne stať klientmi spoločnosti. Spoločnosť BodyFix bude poskytovať svoje produkty a služby prostredníctvom priamej distribučnej politiky. Momentálne má spoločnosť jedného obchodného zástupcu, avšak v roku 2020 plánuje prijať ďalšieho, aby dokázala dostatočne pokryť trh. Produkty spoločnosti sú dostupné aj na webovej stránke, kde sa jednoducho sprístupní produkt online, postup je spomenutý v kapitole 4.4.5 Proces poskytnutia produktov. Čo sa týka aplikácie, tá je dostupná v Obchode Google Play, ktorá poskytuje aplikácie postavené pre platformu Android a je rovnako dostupná na App Store, ktorý poskytuje aplikácie postavené pre platformu IOS, ktorá je výhradne využívaná v produktoch spoločnosti Apple.

### 4.7 Finančná analýza a finančný plán

Vo finančnej časti spoločnosti budú zobrazené či už súčasné, ale aj budúce analýzy príjmov a nákladov spoločnosti, finančné ciele, finančná súvaha a výkaz ziskov a strát.

#### 4.7.1 Finančné ciele 2019-2021

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. si stanovila nasledovné finančné ciele:

**Tabuľka 5** Finančné ciele spoločnosti

Cieľ / Rok	2019	2020	2021
Celkový ročný obrat vo výške aspoň	60 000,00 €	130 000,00 €	220 000,00 €
Tržby z prenájmu IS aspoň	15 000,00 €	60 000,00 €	160 000,00 €
Tržby za workshopy aspoň	5 000,00 €	8 000,00 €	10 000,00 €
Tržby za Aplikáciu BodyFix aspoň	1 000,00 €	3 500,00 €	6 000,00 €
Tržby za individuálne zákazky aspoň	40 000,00 €	45 000,00 €	50 000,00 €

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

#### 4.7.2 Sumarizácia doterajších príjmov a nákladov 2018

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. mala v roku 2018 celkové príjmy vo výške 4 400,00 €. Príjmy pozostávali z organizovania workshopu, individuálnej zákazky na vytvorenie informačného systému, z príjmu za sprostredkovanie zákazky/služby a taktiež z grantu. Konkrétne výšky príjmov sú uvedené v Tabuľke 6.

**Tabuľka 6** Príjmy v roku 2018

<b>Príjmy 2018</b>	
<b>Položka</b>	<b>Suma v €</b>
Aplikácia BodyFix (3,99 €)	0 €
IS Tester (5,00 €)	0 €
IS Expert (19,00 €)	0 €
IS Spoločnosť (75.00 €)	0 €
Workshopy	400,00 €
E-book	0 €
Individuálne zákazky IS	1 000,00 €
Sprostredkovanie zákazky/služby	1 800,00 €
Grant	1 200,00 €
<b>Spolu v €</b>	<b>4 400,00 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie z interných údajov spoločnosti*

Spoločnosť mala v roku 2018 náklady vyššie ako príjmy. Celková hodnota nákladov bola v sume 8 722,23 €. Náklady boli rozdelené do viacerých položiek, skladali sa či už z cestovných nákladov, právnych nákladov, nákladov za licencie, prenájmy a iné. Rozčlenenie nákladov sa nachádza v Tabuľke 7.

**Tabuľka 7** Náklady v roku 2018

<b>Náklady 2018</b>		
<b>Položka</b>	<b>Popis položky</b>	<b>Suma v €</b>
Cestovné náklady	TPC a ZPC	811,42 €
GDPR	Úprava GDPR	50,00 €
Licencie	Affinity Designer /rok	43,99 €
Licencie	Pixelmator Pro /rok	119,99 €
Licencie	Webstorm /rok	129,00 €
Občerstvenie	Občerstvenie na stretnutia	1 005,32 €
Prenájom priestoru	Workshop 30e /hodina (1 akcia=4 hodiny)	120,00 €
Prenájom priestoru	Prenájom kancelárie	2 250,00 €
Programátorské práce	Programátorská spoločnosť	1 200,00 €
Reklama	Facebook	186,63 €
Účtovníctvo	Vedenie účtovníctva	270,00 €
Web	Dómena- .io /rok	59,90 €
Web	Hosting	134,10 €
Založenie s. r. o.	Na kľúč	220,00 €
Zariadenie	Apple Magic mouse 2	85,00 €
Zariadenie	Apple Magic Keyboard	138,99 €
Zariadenie	Macbook	1 499,00 €
Zariadenie	Stoly 2x	199,98 €
Zariadenie	Stolička 2x	119,98 €
Zariadenie	Stojan, lampa, podložka...	78,93 €
<b>Spolu v €</b>		<b>8 722,23 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie z interných údajov spoločnosti

Spoločnosť v roku 2018 dosiahla stratu vo výške - 4 322,23 €.

**Tabuľka 8** Zisk spoločnosti v roku 2018

<b>Zisk</b>	<b>2018</b>
Príjmy	4 400,00 €
Náklady	8 722,23 €
Hrubý zisk / strata	- 4 322,23 €
Daň (21 %)	
<b>Čistý zisk / strata</b>	<b>- 4 322,23 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie z interných údajov spoločnosti

#### 4.7.3 Ročný plán predaja, plán príjmov a plán nákladov 2019

Spoločnosť plánuje spustenie predaja svojich produktov nasledovne. V júni 2019 oficiálne spustí predaj Aplikácie BodyFix, kde predpokladá mesačne konštantný predaj 50 ks. Keďže aplikácia je predplácaná na 1 rok, mesačne sa teda bude jednať o počet jedinečných zákazníkov.

Informačné systémy sa začali prenajímať od februára 2019. Čo sa týka počtu mesačných prenájom za Informačný systém Tester, uvažuje sa o získaní 5 jedinečných zákazníkov mesačne. Čo sa týka Informačného systému Expert, ktorý je rozšírenou formou

Informačného systému Tester, taktiež na počte 5 za jedinečných predajov každý mesiac. Informačný systém Spoločnosť má za predpoklad 2 jedinečné mesačné prenájmy zákazníkmi. Všetky tieto jedinečné mesačné predaje majú predpoklad pravidelného mesačného prenájmu. V Tabuľke 9 je zobrazený ročný plán predaja v roku 2019.

**Tabuľka 9** Plán predaja v roku 2019

	<b>Aplikácia BodyFix (3,99 €) v ks</b>	<b>IS Tester (5,00 €) v ks</b>	<b>IS Expert (19,00 €) v ks</b>	<b>IS Spoločnosť (75.00 €) v ks</b>
<i>Január</i>	-	-	-	-
<i>Február</i>	-	5	5	-
<i>Marec</i>	-	10	10	2
<i>Apríl</i>	-	15	15	4
<i>Máj</i>	-	20	20	6
<i>Jún</i>	50	25	25	8
<i>Júl</i>	50	30	30	10
<i>August</i>	50	35	35	12
<i>September</i>	50	40	40	14
<i>Október</i>	50	45	45	16
<i>November</i>	50	50	50	18
<i>December</i>	50	55	55	20
<b>Počet spolu</b>	<b>350 ks</b>	<b>330 ks</b>	<b>330 ks</b>	<b>110 ks</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

Z plánu predaja spoločnosti sa plánuje aj plán príjmov v roku 2019. Ten zahŕňa príjmy za Aplikáciu BodyFix, Informačné systémy Tester, Expert a Spoločnosť, ktoré sú vypočítané na základe plánu predaja. Spoločnosť však bude dosahovať príjmy aj z organizácie workshopov, ktorých plánuje v roku 2019 organizovať až 12, pričom odhadovaný príjem za jeden workshop je vo výške 500,00 €. Spoločnosť v roku 2019 neplánuje spoplatniť svoje vydané e-booky. Posledným predpokladaným príjmom v roku 2019 budú individuálne zákazky na vytváranie informačných systémov. Spoločnosť momentálne pracuje na viacerých zákazkách v celkovej sume a do konca roka 2019 ešte predpokladá prijatie ďalších zákaziek, čo v celkovom predpoklade robí sumu mesačne vo výške 3 500,00 €. Celkové príjmy spoločnosti v roku 2019 sa predpokladajú vo výške 65 566,50 €. Plán príjmov je zobrazený v Tabuľke 10.

**Tabuľka 10** Plán príjmov v roku 2019

<b>Plán príjmov 2019</b>	
<b>Položka</b>	<b>Suma v €</b>
Aplikácia BodyFix (3,99 €)	1 396,50 €
IS Tester (5,00 €)	1 650,00 €
IS Expert (19,00 €)	6 270,00 €
IS Spoločnosť (75.00 €)	8 250,00 €
Workshopy	6 000,00 €
E-book	0 €
Individuálne zákazky IS	42 000,00 €
<b>Spolu v €</b>	<b>65 566,50 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

Náklady spoločnosti v roku 2019 majú potenciál mnohonásobne narásť oproti roku 2018. Tento nárast nákladov spôsobí hlavne prijatie nových zamestnancov a s nimi spojené dodatočné náklady na zariadenie. Celkové náklady spoločnosti sú plánované vo výške 58 205,82 € a ich prehľad môžete vidieť v Tabuľke 11.

**Tabuľka 11** Plán nákladov v roku 2019

<b>Plán nákladov 2019</b>		
<b>Položka</b>	<b>Popis položky</b>	<b>Suma v €</b>
Cestovné náklady	TPC a ZPC	4 300,00 €
Licencie	Affinity Designer /rok	43,99 €
Licencie	Pixelmator Pro /rok	119,99 €
Licencie	Webstorm /rok	129,00 €
Mobilný paušál	Mobilný paušál	519,74 €
Mzdové náklady	Mzdy	42 494,40 €
Občerstvenie	Občerstvenie na stretnutia	1 200,00 €
Prenájom priestoru	Prenájom kancelárie	3 000,00 €
Prenájom priestoru	Workshop 30e /hodina (1akcia=4hodiny)	1 440,00 €
Reklama	Facebook	1 200,00 €
Reklama	Instagram	600,00 €
Účtovníctvo	Vedenie účtovníctva	1 020,00 €
Web	Dómena- .io /rok	59,90 €
Web	Hosting	178,80 €
Zariadenie	Zariadenie kancelárie	400,00 €
Zariadenie	Notebooky	1 500,00 €
<b>Spolu v €</b>		<b>58 205,82 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

Z dôvodu príjmu nových zamestnancov je nevyhnutné zobrazit' ročný plán mzdového rozpočtu spoločnosti. Spoločnosť plánuje prijať v roku 2019 troch nových zamestnancov. Hrubá mesačná mzda na zamestnanca je stanovená vo výške 1 200,00 €, čo predstavuje celkový mzdový náklad na jedného zamestnanca pre spoločnosť vo výške 1 634,40 €. V Tabuľke 12 môžeme vidieť prehľad mzdových nákladov.



**Tabuľka 12** Ročný rozpočet mzdových nákladov v roku 2019

Mesiac / Pozícia	Obchodný zástupca	IT správca	IT vývojár	Spolu /mesiac
Január	- €	- €	- €	- €
Február	1 634,40 €	- €	- €	1 634,40 €
Marec	1 634,40 €	- €	- €	1 634,40 €
Apríl	1 634,40 €	- €	- €	1 634,40 €
Máj	1 634,40 €	1 634,40 €	- €	3 268,80 €
Jún	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
Júl	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
August	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
September	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
Október	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
November	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
December	1 634,40 €	1 634,40 €	1 634,40 €	4 903,20 €
<b>Spolu</b>	<b>17 978,40 €</b>	<b>13 075,20 €</b>	<b>11 440,80 €</b>	<b>42 494,40 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

V Tabuľke 13 je zobrazený celkový prehľad mzdových nákladov v roku 2019.

**Tabuľka 13** Celkový prehľad mzdových nákladov v roku 2019

<b>Prehľad mzdových nákladov 2019</b>	
<b>Položka / Rok</b>	<b>2019</b>
Priemerná mzda	31 200,00 €
Náklady na Sociálne poistenie (25,2 %)	7 862,40 €
Náklady na Zdravotné poistenie (10 %)	3 120,00 €
Sociálne náklady (1 %)	312,00 €
<b>Celkové mzdové náklady</b>	<b>42 494,40 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

V Tabuľke 14 je zobrazený zisk spoločnosti v roku 2019. Plán čistého zisku spoločnosti je vo výške 5 814,94 €.

**Tabuľka 14** Plánovaný zisk spoločnosti v roku 2019

<b>Zisk</b>	<b>2019</b>
Príjmy	65 566,50 €
Náklady	58 205,82 €
Hrubý zisk / strata	7 360,68 €
Daň (21 %)	1 545,74 €
<b>Čistý zisk / strata</b>	<b>5 814,94 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

#### 4.7.4 Plán príjmov a nákladov 2020 a 2021

V rokoch 2020 a 2021 plánuje spoločnosť zvyšovať svoje predaje a z nich plynúce príjmy. V Tabuľke 15 môžeme vidieť výpočet príjmov plynúcich z predaja produktov

a služieb za roky 2020 a 2021. V roku 2020 spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. plánuje dosiahnuť príjmy vo výške 131 140,50 €. V roku 2021 chce spoločnosť tieto príjmy ešte zvýšiť a konkrétne plánuje dosiahnuť príjem 241 924,50 €. Spoločnosť bude v roku 2020 expandovať na Český trh a v roku 2021 už bude pôsobiť aj v ostatných okolitých krajinách Európy.

**Tabuľka 15** Plán príjmov v rokoch 2020 a 2021

Plán príjmov Položka	2020			2021		
	Plán predaja v ks/udalosť	Suma za ks/udalosť	Suma spolu v €	Plán predaja v ks/udalosť	Suma za ks/udalosť	Suma spolu v €
Aplikácia BodyFix	950	3,99 €	3 790,50 €	1550	3,99 €	6 184,50 €
IS Tester	1325	5,00 €	6 625,00 €	3210	5,00 €	16 050,00 €
IS Expert	1325	19,00 €	25 175,00 €	3210	19,00 €	60 990,00 €
IS Spoločnosť	506	75,00 €	37 950,00 €	1236	75,00 €	92 700,00 €
Workshopy	12	800,00 €	9 600,00 €	12	1 000,00 €	12 000,00 €
E-book	2	- €	- €	4	- €	- €
Individuálne zákazky IS	12	4 000,00 €	48 000,00 €	12	4 500,00 €	54 000,00 €
<b>Spolu v €</b>			<b>131 140,50 €</b>			<b>241 924,50 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie v spolupráci s CEO spoločnosti*

Na dosiahnutie plánovaných príjmov v rokoch 2020 a 2021 spoločnosť plánuje vynaložiť náklady nasledovne. V Tabuľke 16 je celkový prehľad plánovaných nákladov. V roku 2020 plánuje spoločnosť náklady vo výške 129 905,82 € a v roku 2021 vo výške 199 711,26 €.

**Tabuľka 16** Plán nákladov v rokoch 2020 a 2021

Položka	Plán nákladov Popis položky	2020	2021
		Suma v €	Suma v €
Cestovné náklady	TPC a ZPC	6 000,00 €	8 400,00 €
Licencie	Affinity Designer /rok	43,99 €	43,99 €
Licencie	Pixelmator Pro /rok	119,99 €	119,99 €
Licencie	Webstorm /rok	129,00 €	129,00 €
Mobilný paušál	Mobilné paušály	1 159,42 €	1 679,16 €
Mzdové náklady	Mzdy	104 274,72 €	166 120,42 €
Občerstvenie	Občerstvenie na stretnutia	1 800,00 €	2 400,00 €
Prenájom priestoru	Prenájom kancelárie	4 800,00 €	4 800,00 €
Prenájom priestoru	Workshop 30e/hodina (1akcia=4hodiny)	1 440,00 €	1 440,00 €
Reklama	Facebook	2 400,00 €	3 600,00 €
Reklama	Instagram	1 200,00 €	2 400,00 €
Reklama	Google Ads	1 200,00 €	2 400,00 €
Účtovníctvo	Vedenie účtovníctva	3 000,00 €	4 440,00 €
Web	Dómena- .io /rok	59,90 €	59,90 €
Web	Hosting	178,80 €	178,80 €
Zariadenie	Zariadenie kancelárie	600,00 €	500,00 €
Zariadenie	Noteboky	1 500,00 €	1 000,00 €
<b>Spolu</b>		<b>129 905,82 €</b>	<b>199 711,26 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie v spolupráci s CEO spoločnosti*

V roku 2020 chce spoločnosť prijať troch nových zamestnancov. Dvoch z nich plánuje prijať od Januára 2020 a jedného od Marca 2020. Výška hrubej mzdy zamestnanca bude o 10 % vyššia ako v roku 2019, konkrétne 1320,00 €, čo predstavuje celkový mzdový náklad spoločnosti na zamestnanca vo výške 1 797,84 €.

V roku 2021 chce spoločnosť prijať ďalších dvoch zamestnancov s nástupom od Januára 2021. Nárast hrubej mzdy zamestnanca je znovu plánovaný o 10 %. Hrubá mzda zamestnanca tak bude predstavovať 1 452,00 €, čo celkovo pre spoločnosť vytvára mzdový náklad vo výške 1 977,62 €. V Tabuľke 17 je zobrazený prehľad celkových mzdových nákladov v rokoch 2020 a 2021.

**Tabuľka 17** Celkový prehľad plánovaných mzdových nákladov v rokoch 2020 a 2021

<b>Prehľad mzdových nákladov 2020 a 2021</b>		
<b>Položka / Rok</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Priemerná mzda	76 560,00 €	121 968,00 €
Náklady na Sociálne poistenie (25,2 %)	19 293,12 €	30 735,94 €
Náklady na Zdravotné poistenie (10 %)	7 656,00 €	12 196,80 €
Sociálne náklady (1 %)	765,60 €	1 219,68 €
<b>Celkové mzdové náklady</b>	<b>104 274,72 €</b>	<b>166 120,42 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie v spolupráci s CEO spoločnosti*

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. v roku 2020 plánuje dosiahnuť čistý zisk vo výške 975,40 € a v roku 2021 čistý zisk vo výške 33 348,46 €.

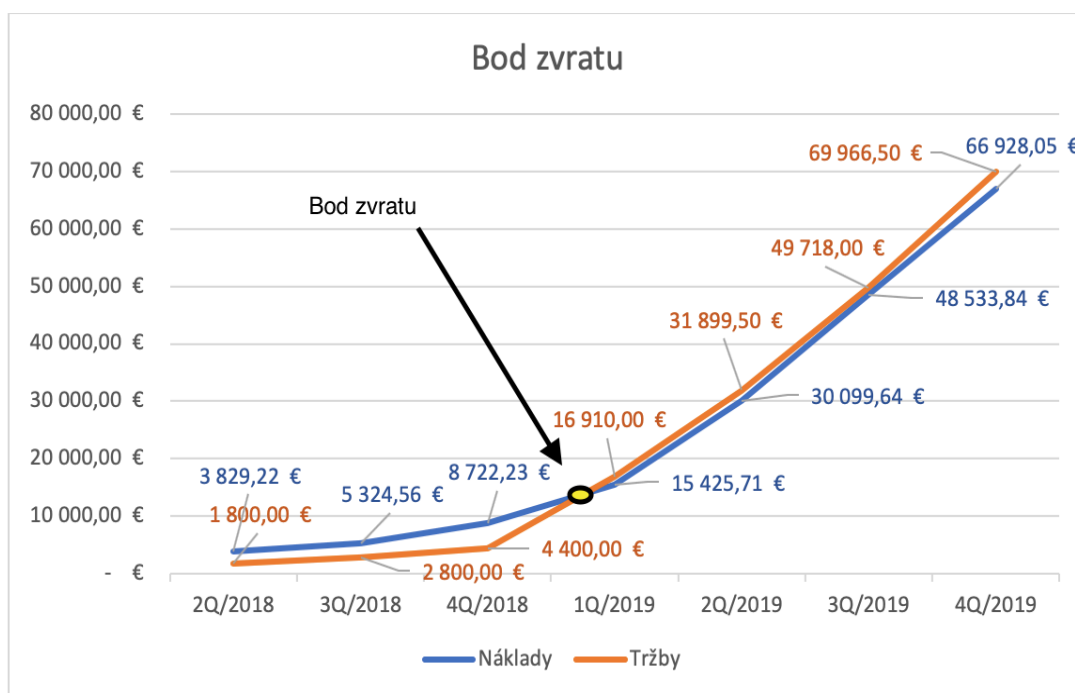
**Tabuľka 18** Zisk spoločnosti v rokoch 2020 a 2021

<b>Zisk</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Príjmy	131 140,50 €	241 924,50 €
Náklady	129 905,82 €	199 711,26 €
Hrubý zisk / strata	1 234,68 €	42 213,24 €
Daň (21 %)	259,28 €	8 864,78 €
<b>Čistý zisk / strata</b>	<b>975,40 €</b>	<b>33 348,46 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

#### 4.7.4 Bod zvratu

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. využitím fixných a variabilných nákladov sa snaží dosiahnuť príjmy, ktoré budú tieto celkové náklady prevyšovať a postupne zvyšovať pozitívny rast príjmov pri daných nákladoch a tak konštantne zvyšovať svoj zisk. V grafe č. 2 je zobrazený bod zvratu, kedy spoločnosť začne dosahovať tržby vyššie ako sú jej celkové náklady. Tento bod zvratu nastane v prvom kvartály roku 2019.



**Graf 2** Bod zvratu

Zdroj: Vlastné spracovanie

#### 4.7.5 Finančné výkazy

#### Súvaha 2018 a plánovaná súvaha rokov 2019-2021

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. plánuje finančnú bilanciu v rokoch 2019-2021 nasledovne. Obežný majetok na bankových účtoch bude každoročne narastať, momentálne však neplánuje obstaranie neobežného majetku v budúcnosti. Celkové aktíva budú teda vo výške, ktorá je zobrazená v Tabuľke 19.

**Tabuľka 19** Aktíva spoločnosti v rokoch 2018-2021

Strana aktív	2018	2019	2020	2021
Bankový účet	677,77 €	6 492,71 €	7 468,10 €	40 816,57 €
<b>Aktíva spolu</b>	<b>677,77 €</b>	<b>6 492,71 €</b>	<b>7 468,10 €</b>	<b>40 816,57 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. v roku 2019 dosiahla stratu vo výške - 4 322,23 €. V roku 2019 plánuje spoločnosť uhradiť stratu minulých období a v ďalších rokoch kumulovať nerozdelený zisk spoločnosti. V Tabuľke 20 môžeme vidieť plánovaný prehľad pasív spoločnosti.

**Tabuľka 20** Pasíva spoločnosti v rokoch 2018-2021

<b>Strana pasív</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Vlastné imanie	677,77 €	6 492,71 €	7 468,10 €	40 816,57 €
Základné imanie	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €
Daň z príjmu		1 545,74 €	259,28 €	8 864,78 €
VH za účtovné obdobie po zdanení	- 4 322,23 €	5 814,94 €	975,40 €	33 348,46 €
Nerozdelený zisk alebo neuhradená strata minulých období		- 4 322,23 €	1 492,71 €	2 468,10 €
<b>Pasíva spolu</b>	<b>677,77 €</b>	<b>6 492,71 €</b>	<b>7 468,10 €</b>	<b>40 816,57 €</b>

*Zdroj: Vlastné spracovanie*

**Výkaz ziskov a strát 2018 a plánovaný výkaz ziskov a strát rokov 2019-2021**

Výkaz ziskov a strát nám hovorí, že výnosy z hospodárskej činnosti spoločnosti budú každoročne narastať, podľa plánu predaja. V roku 2019 chce spoločnosť presiahnuť hranicu príjmov nad 60 000 €, v roku 2020 prostredníctvom expandovanie na Český trh sa chce priblížiť ku hranici 130 000 € a v roku 2021 chce dosahovať výnosy vo výške viac ako 240 000 €.

Náklady na hospodársku činnosť budú konštantne narastať, najväčší podiel na nákladoch budú mať od roku 2019 mzdové náklady. V Tabuľke 21 je zobrazený celkový výkaz ziskov a strát v rokoch 2018-2021. Spoločnosť od roku 2019 plánuje byť v zisku a v roku 2021 chce dosiahnuť zisk viac ako 33 000 €.

**Tabuľka 21** Výkaz ziskov a strát 2018-2021

Výnosy	2018	2019	2020	2021
<b>Výnosy z hospodárskej činnosti spolu</b>	<b>4 400,00 €</b>	<b>65 566,50 €</b>	<b>131 140,50 €</b>	<b>241 924,50 €</b>
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	3 200,00 €	65 566,50 €	131 140,50 €	241 924,50 €
Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	1 200,00 €	0	0	0
<b>Náklady na hospodársku činnosť spolu</b>	<b>8 722,23 €</b>	<b>58 205,82 €</b>	<b>129 905,82 €</b>	<b>199 711,26 €</b>
Spotreba materiálu, energie a ostatných neskladovateľných dodávok	2 121,88 €	1 900,00 €	2 100,00 €	1 500,00 €
Náklady na služby	4 783,61 €	8 311,42 €	15 731,10 €	21 290,84 €
Mzdové náklady	- €	42 494,40 €	104 274,72 €	166 120,42 €
Dane a poplatky	- €	- €	- €	- €
Ostatné náklady na hospodársku činnosť	1 816,74 €	5 500,00 €	7 800,00 €	10 800,00 €
<b>VH za účtovné obdobie pred zdanením</b>	<b>- 4 322,23 €</b>	<b>7 360,68 €</b>	<b>1 234,68 €</b>	<b>42 213,24 €</b>
Daň z príjmov		1 545,74 €	259,28 €	8 864,78 €
<b>Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení</b>	<b>- 4 322,23 €</b>	<b>5 814,94 €</b>	<b>975,40 €</b>	<b>33 348,46 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

### Cash flow

V Tabuľke 22 sa nachádza výpočet cash flow pre roky 2018-2021. Hodnoty v tabuľke sú buď reálne hodnoty daného roku, resp. už vypočítané hodnoty zmeny stavu oproti predchádzajúcemu roku.

**Tabuľka 22** Výpočet cash flow 2018-2021

Cash flow	2018	2019	2020	2021
VH po zdanení	- 4 322,23 €	5 814,94 €	975,40 €	33 348,46 €
CF z hospodárskej činnosti	- 4 322,23 €	5 814,94 €	975,40 €	33 348,46 €
CF z investičnej činnosti	- €	- €	- €	- €
ZS Vlastného imania	677,77 €	5 814,94 €	975,40 €	33 348,46 €
VH po zdanení	- 4 322,23 €	5 814,94 €	975,40 €	33 348,46 €
CF z finančnej činnosti	5 000,00 €	- €	- €	- €
<b>Suma netto cash flow</b>	<b>677,77 €</b>	<b>5 814,94 €</b>	<b>975,40 €</b>	<b>33 348,46 €</b>
<b>Zmena stavu BU</b>	<b>677,77 €</b>	<b>5 814,94 €</b>	<b>975,40 €</b>	<b>33 348,46 €</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Suma netto cash flow sa musí rovnať zmene stavu bankových účtov. Zmena stavu bankových účtov je v Tabuľke 21 zobrazená a vyznačená zelenou farbou.

## 4.8 Hodnotenie úspešnosti a rizík

Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. je veľmi silná v IT oblasti, na ktorej má postavené jej podnikanie. Vytváranie kľúčových partnerstiev vedie k novým obchodným príležitostiam a môžeme pozitívne zhodnotiť napredovanie v ich vytváraníach. Kvalitný marketing spoločnosti ju posúva vpred a spoločnosť musí neustále zvyšovať svoju kvalitu a budovať silnú značku. Spoločnosť je postavená na mladom a hlavne perspektívnom tíme. Preto je do budúcnosti potrebné zabezpečiť spoluprácu s univerzitami, kde je možné získať perspektívnych študentov do svojho tímu. Veľmi úspešnú cestu si drží pri pozvaniach na rôzne akcie a súťaže inováčných spoločností, kde si popri budovaní silného mena dokáže vybudovať aj nové partnerské vzťahy.

Z výsledkov SWOT analýzy konštatujeme, že v spoločnosti prevažujú silné stránky nad slabými a príležitosti nad hrozbami. Najsilnejšou stránkou spoločnosti sú jej produkty, konkrétne informačný systém a aplikácia, ktoré sú predávané pomocou kľúčových partnerov, ktorý hrajú významnú rolu v predajnej stratégii spoločnosti. Medzi slabé stránky sa zaraduje najmä financovanie spoločnosti, ktorá napreduje pomalším tempom, z dôvodu nízkeho počítačového rozpočtu spoločnosti. Ak by spoločnosť mala silného investora, dokázala by trh pokryť omnoho rýchlejšie a vo veľkej časti. Výsledky externej analýzy hovoria, že v spoločnosti sa javia mnohé príležitosti, na ktoré by sa mala zamerať. Najväčšou príležitosťou je získanie grantu od Slovak Business Agency, čím by tento grant pomohol urýchliť rozvoj spoločnosti. Na druhej strane spoločnosť ohrozujú viaceré nástrahy. Tou najväčšou hrozbou je prepojenie systémov so štátnym systémom E-zdravie. Túto hrozbu je ťažké eliminovať vopred, jediným spôsobom ako znížiť riziká tejto hrozby, je neustále monitorovanie systému E-zdravie a vykonávanie úprav prepojení so systémom spoločnosti BodyFix. Veľkou hrozbou sú aj konkurenti, ktorí by mohli kopírovať informačné systémy spoločnosti BodyFix a mohlo by tak dôjsť k riziku straty výnimočnosti na trhu, preto je potrebné konkurenciu neustále monitorovať a vyhodnocovať možné riziká. Klasické riziká na trhu ako finančná kríza alebo zmena legislatívy je pre spoločnosť zaťažujúca, avšak tieto riziká dokáže úspešne eliminovať.

## 4.9 Prílohy

Prílohy podnikateľského plánu sa nachádzajú v rovnakom poradí a označení v prílohách záverečnej diplomovej práce v tomto poradí:

Príloha č.1:	Výpis z obchodného registra- BodyFix Technologies s. r. o.
Príloha č.2:	Tržby a dotácie 2018
Príloha č.3:	Náklady 2018
Príloha č.4:	Plán predaja v roku 2019
Príloha č.5:	Plán príjmov v roku 2019
Príloha č.6:	Plán nákladov v roku 2019

#### 4.10 Diskusia

Tento podnikateľský plán je vytvorený ako základný písomný dokument spoločnosti s predikciou jeho budúceho smerovania. Navrhnutý podnikateľský plán bude interne slúžiť spoločnosti a bol navrhnutý ako interný zakladajúci dokument spoločnosti. V teoretickej časti záverečnej diplomovej práce sme vychádzali z overenej odbornej literatúry, na ktorej základoch bol podnikateľský plán vypracovaný. Spoločnosť BodyFix Technologies s. r. o. momentálne pôsobí na Slovenskom trhu, postupne preniká na Český trh a v nasledujúcich rokoch chce preniknúť aj do ostatných susedných a blízkych krajín Slovenska. Spoločnosť je výnimočná svojím inovatívnym produktovým portfóliom, ktoré je vytvorené na prepracovanej IT platforme. Spoločnosť má vypracované krátkodobé aj dlhodobé ciele, ktoré sú dané tak v kvantitatívnej forme, ako aj v kvalitatívnej. Spoločnosť dosahuje výbornú kladnú odozvu od špecialistov v zdravotníckej oblasti, na ktorú sa zameriava.

V časti 4.8 Hodnotenie úspešností je opísané čiastkové hodnotenie spoločnosti v oblasti SWOT analýzy a jej rizík spolu s návrhmi využitia príležitostí a eliminácie rizík.

Spoločnosť využíva moderné marketingové stratégie, pomocou ktorých propaguje svoje produkty a značku. Ako odporúčanie pre spoločnosť v marketingovej oblasti, by sme navrhovali konzultácie s externými marketingovými spoločnosťami v oblasti správneho nastavenie marketingovej stratégie a do budúcnosti by sme jej jednoznačne odporúčali uvažovať o vytvorení vlastného marketingového tímu.

Spoločnosť v sledovaní finančnej stránky, má perspektívne plány, ktoré čo chce prioritne využiť samofinancovaním. Spoločnosť sa snaží rásť zo samofinancovania, avšak naším odporúčaním je, aby spoločnosť uvažovala viac o získaní silného investora, čím by svoje finančné plány mohla mnohonásobne prevýšiť. Spoločnosť od svojho založenia, t.j. apríla 2018, dosiahne bod zvratu v prvom kvartály roku 2019, keď jej celové príjmy od začiatku podnikania prevýšia jej celkové náklady. Dosiahne tzv. nulový bod a od tohto obdobia začne generovať zisk s portfóliom produktov, ktoré má momentálne dostupné.



Ďalším odporúčaním je, že by sa z dlhodobého hľadiska mala zamerať aj na investičné príležitosti, napr. v oblasti financovania vlastných kancelárskych priestorov, ktoré bude musieť pravidelne meniť, z dôvodu každoročného nárastu zamestnancov. Z hľadiska nákladovosti spoločnosti, je veľmi dôležité sledovať jej jednotlivé strediská a pomocou kontroly monitorovať potrebu jednotlivých zložiek nákladov. Ďalším odporúčaním pre spoločnosť je vypracovanie dokumentu odmeňovania zamestnancov z dôvodu nastavenia správnej motivácie zamestnancov, ktorý momentálne spoločnosť vypracovaný nemá. Posledným odporúčaním pre spoločnosť z nášho pohľadu, je vytvorenie tzv. „QR kariet“ s aplikáciou, ktoré by sa mohli predávať v rôznych obchodoch, pretože ľudia nie sú zvyknutí kupovať online aplikácie a podpora touto formou predaja by mohla zvýšiť predajnosť ich aplikácie.

## Záver

Aby podnik úspešne zotrval na trhu, musí dostatočne dokonale poznať svoje pozitívne stránky rovnako ako aj negatívne. Práca manažmentu a celkovo výkon spoločnosti musia byť ovplyvňované tak, aby boli stanovené ciele dosahované. Východiská odbornej literatúry nám poukazujú na mnohé ukazovatele problematiky podnikateľského plánu, čo v konečnom dôsledku prináša aktivitu riešení, o ktoré by sa podnikatelia mali opierať.

Cieľom záverečnej diplomovej práce bolo vypracovanie podnikateľského plánu vybraného podniku systémovým prístupom jeho vypracovania, pomocou nadobudnutia celkového prehľadu o spoločnosti a jej okolí. Úlohou teoretickej časti diplomovej práce bolo zostavenie vecného, jednoduchého a hlavne atraktívneho prehľadu problematiky podnikateľského plánu, ktorý sa následne previazal do praktickej časti. Pri spracovaní praktickej časti bolo využitých mnoho metód, praktík a techník, ktoré systémovým spracovaním overovali nadobudnuté teoretické poznatky v praktickej časti. Tak, ako je upriamená teoretická časť na tému podnikateľského plánu, môžeme konštatovať, že praktická časť bola vytvorená hlbším štúdiom danej spoločnosti a prechádza od skúmania systémových prístupov ku konkrétnym požiadavkám, pomocou ktorých bol vytvorený výstup - podnikateľský plán spoločnosti BodyFix Technologies s. r. o..

Po získaní teoretických znalostí dôkladným naštudovaním odbornej literatúry sme pristúpili k zberu dát a analyzovali sme získané informácie, pomocou ktorých sme identifikovali model podnikania s postavenie spoločnosti na trhu. Všetky získané dáta a informácie pochádzali z tlačových a internetových správ, finančných výkazov, ktoré nám boli poskytnuté ešte pred podaním prvého daňového priznania spoločnosti a v neposlednom rade to bolo otvorenou komunikáciou s manažmentom spoločnosti a overením si informácií u ich partnerov. Krátke pôsobenie spoločnosti na trhu nám komplikovalo hlavne vytvorenie finančnej časti podnikateľského plánu a jeho následnú aplikáciu do budúcnosti, čo pri etablovanom podniku vyžaduje menej úsilia. Všetky kvantitatívne údaje boli konzultované s odborníkmi v tej danej oblasti s cieľom na vytvorenie hodnovernej nie len finančnej časti podnikateľského plánu.

Za prínos záverečnej diplomovej práce môžeme považovať jednoduchú aplikačnú formu teoretickej časti demonštrujúc na výstup v praktickej časti práce. Poukázateľnou skutočnosťou je schopnosť spoločnosti ovplyvniť svoju budúcnosť. V praktickej časti sme

zostavili podnikateľský plán inovatívneho podniku, čo si vyžadovalo mnoho úsilia a kreativity, čo považujem pre mňa, ako autora práce, za neoceniteľnú skúsenosť do budúceho výkonu povolania. Odborná zdatnosť zostavenia podnikateľského plánu bola tým pravým motívom výberu tejto témy záverečnej diplomovej práce.

## Zoznam použitej literatúry

### Knižné zdroje:

- [1] ABRAHAMAS, Rhonda. *Successful Business Plan : Secrets & Strategies*. 6 vyd. Palo Alto: PlanningShop, 2014. 430 s. ISBN 978-1-933895-46-8
- [2] BARTÁKOVÁ, Gabriela a kol. *Základy marketingu*. 2. vyd. Bratislava : 228 s. r. o., 2007. 279 s. ISBN 978-80-969834-4-5
- [3] FINCH, Brian. *How to Write a Business Plan*. 2 vyd. Londýn a Philadelphia : MPG Books Ltd. 2006. 151 s. ISBN-13: 978-0-7494-4553-9
- [4] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-716-9812-1
- [5] GRASSEOVÁ, Monika – DUBEC, Radek – ŘEHÁK, David. *Analýza podniku v rukou manažera : 33 najpoužívanějších metod strategického řízení*. 2. vyd. Brno : Computer Press, 2012. 325 s. ISBN 9788026500322
- [6] HISRIC, Robert D. - PETERS, Michael P. *Založení nového podniku*. 1. vyd. Praha : Victoria Publishing. 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6
- [7] HYRÁNEK, Eduard – NAGY, Ladislav. *Finančné plánovanie*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. 201 s. ISBN 978-80-225-4171-8
- [8] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1 vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8
- [9] KORÁB, Vojtech – PETERKA, Jiří – REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 216 s. ISBN 978-80-251-1605
- [10] KOTLER, Philip – KELLER, Kevin L. *Marketing management*. 12. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-4
- [11] KOTLER, Philip a kol. *Moderný marketing*. 4. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- [12] KOTLER, Philip. – ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3
- [13] KOVÁŘ, František - ŠTRACH, Pavel. *Strategický management*. Praha : Oeconomica, 2003, 96 s. ISBN 80-245-0504-5

- [14] LINDA, A. Cyr. *Creating a Business plan*. Boston : Harvard Business Press, 2007. 120 s. ISBN-13: 978-1-4221-6687-1
- [15] MCKEEVER, Mike. *How to write a business plan*. 10 vyd. U.S.A. : DELTA PRINTING SOLUTIONS, INC. 2010. 273 s. ISBN-10: 1-4133-1280-2
- [16] PORTER, Michael. *Competitive Strategy : Techniques for analyzing industries and competitors*. New York : McMillan, 1980. 396 s. ISBN 0-684-84148-7
- [17] PORTER, Michael. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2
- [18] PRINCE'S TRUST. *The Prince's trust business plan pack: The guide*. In: *Prince's trust: Enterprise programme*. Londýn: The Prince's Trust, 2015, 21 s. DSN2669/2
- [19] SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing. 2011. 194 s. ISBN 80-247-4103-2

### **Elektronické zdroje:**

- [1] ANDELOVÁ, Jana. *Aktuálne : Vstrebateľná skrutka, nové lieky, či opravený zlý gén. Aj také boli novinky v liečbe v roku 2017* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://mediweb.hnonline.sk/spravy/aktualne/vstrebatelna-skrutka-nove-lieky-ci-opraveny-zly-gen-aj-take-boli-novinky-v-liecbе-v>
- [2] CEBROVÁ, Linda. *21-ročný Patrik predstavil revolučnú aplikáciu, ktorá pomôže aj tebe* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/local-21-rocny-patrik-predstavil-revolucnu-aplikaciu--ktora-pomoze-aj-tebe/?download-ical=257212>
- [3] EUROEKONÓM.SK. *SWOT analýza* [elektronický zdroj]. 2015, [cit. 2018-08-22]. Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>
- [4] FEDOROVÁ, IVANA. *Medzinárodný veľtrh vzdelávania Pro Educo* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.rtv.s.sk/televizia/archiv/13982/142442#2388>
- [5] HABRMANOVÁ, Slávka. *Projekt Vystri sa! pomáha diagnostikovať problém pohybového aparátu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <http://vedanadosah.cvtisr.sk/projekt-vystri-sa-pomaha-diagnostikovat-problem-pohyboveho-aparatu>

- [6] ILLINOIS SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTRE. *The plan: A step-by-step Business plan workbook* [elektronický zdroj]. Illinois : NewGround Publications. 32 s. [cit. 2018-08-21]. Dostupné na: [https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC\\_NewGround\\_BusinessPlan\\_Sept2013.pdf](https://www2.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/ILSBDC_NewGround_BusinessPlan_Sept2013.pdf)
- [7] KOSTERCOVÁ, Vlasta – KRESÁNKOVÁ, Zuzana. *Aké chyby robíme najčastejšie pri tvorbe podnikateľských zámerov?* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-09-05]. Dostupné na: <http://www.sbagency.sk/ake-chyby-robime-najcastejsie-pri-tvorbe-podnikatelskych-zamerov#.W2hnPC10B0s>
- [8] KOŠICE DNES. *Študent z Košíc mení budúcnosť fyzioterapie* [elektronický zdroj]. Košice: 2017. 16 s. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://en.calameo.com/read/00474882923973e73c104>
- [9] KZ NOVÝ ČAS. *Patrik vymyslel jedinečnú aplikáciu: Nápad praktikanta zaujal aj odborníkov* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.cas.sk/clanok/607756/patrik-vymyslel-jedinecnu-aplikaciju-napad-praktikanta-zaujal-aj-odbornikov/>
- [10] MALTA ENTERPRISE. *Introduction to business panning* [elektronický zdroj]. Malta, 2011, 24 s. [cit. 2018-09-10]. Dostupné na: [https://businessfirst.com.mt/en/planning/documents/business\\_planning\\_guidelines.pdf](https://businessfirst.com.mt/en/planning/documents/business_planning_guidelines.pdf)
- [11] MIGAL, Samuel. *Sú talentovaní, plní vedomostí a rozhodnutí pomáhať. Pozrite sa na inovatívne projekty mladých Slovákov* [elektronický zdroj]. Bratislava : 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.noviny.sk/slovensko/348074-su-talentovani-plni-vedomosti-a-rozhodnuti-pomahat-pozrite-sa-na-inovativne-projekty-mladych-slovakov>
- [12] NEMOCNICA KOŠICE-ŠACA. *Inovatívny nápad praktikanta Kliniky liečebnej rehabilitácie v Šaci vyhral na medzinárodnom sympóziu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.nemocnicasaca.sk/o-nemocnici/novinky/171011-inovativny-napad.html>
- [13] RÁDIO KOŠICE. *Mladý Košičan vymyslel aplikáciu, ktorá má pomôcť odhaliť problémy s chrbticou* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.kosiceonline.sk/mlady-kosican-vymyslel-aplikaciju-ktora-ma-pomoc-t-odhalit-problemy-s-chrbticou>
- [14] REDAKCIA, Slovakia Online s. r. o.. *Monitoring médií : V kategórii Informačné technológie, mobilné technológie, web zvíťazil projekt BodyFix Technologies* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.upjs.sk/public/media/17296/110718.pdf>

- [15] RODINA A PRÁCA V HARMÓNII O.Z.. *Podnikateľský plán : Čo obsahuje podnikateľský plán?* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2015 [cit. 2018-08-12]. Dostupné na: <http://www.podnikatelskyplan.sk/strukturapodnikatelskehoplanu.html>
- [16] SOCIAL IMPACT AWARD. *SIA Slovakia 2017 Finalist : Bodyfix.io* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://slovakia.socialimpactaward.net/project/bodyfix-io/>
- [17] STARTUP CENTRUM TUKE. *BodyFix (Vystri sa!)* [elektronický zdroj]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.startupcentrum.tuke.sk/inkubator-tuke/bodyfix/>
- [18] STRUK, Patrik. *Študent z Košíc mení budúcnosť fyzioterapie* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://kosicednes.sk/zaujímavosti/student-vymyslel-aplikaciu-ktora-odhali-problemy-s-chrbticou/>
- [19] TA3. *Študenti predstavili svoje startupy, najlepší mieria do Kodane* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: [https://www.ta3.com/clanok/1130700/studenti-predstavili-svoje-startupy-najlepsimieria-do-kodane.html?fbclid=IwAR0\\_p0Ofdqv8auwCgO-9AXitDjRe8PMvOaSvVjjoBBRKpe-m47VdnD5c3IB8](https://www.ta3.com/clanok/1130700/studenti-predstavili-svoje-startupy-najlepsimieria-do-kodane.html?fbclid=IwAR0_p0Ofdqv8auwCgO-9AXitDjRe8PMvOaSvVjjoBBRKpe-m47VdnD5c3IB8)
- [20] TASR. *Košický študent ovládol medzinárodnú súťaž : Problémy s chrbticou už odhalíte len vďaka "selfie" fotke* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.dobrenoviny.sk/c/113473/kosicky-student-ovladol-medzinarodnu-sutaz-problemy-s-chrbticou-uz-odhalite-len-vdaka-selfie-fotke->
- [21] TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH. *Poznáme víťazov súťaže Slovak University Startup Cup 2018* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.pcrevue.sk/en/community/article/detail/url/Pozname-vitazov-sutaze-Slovak-University-Startup-Cup-2018>
- [22] TELEVÍZIA KOŠICE. *Video : Problém s chrbticou ľahko odhalíte pomocou mobilu* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2019-02-02]. Dostupné na: <https://www.tvkosice.sk/video/59e595714526ca39d4d50fff>
- [23] UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *How to Prepare Your Business Plan* [elektronický zdroj]. New York a Ženeva, 2002, 199 s. [cit. 2018-09-14]. Dostupné na: [http://unctad.org/en/docs/iteiia5\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/iteiia5_en.pdf)