TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
Fakulta elektrotechniky a informatiky

PODNIKATEĽSKÝ ZÁMER

Vypni-Zapni, s.r.o.

internetový predaj výpočtovej techniky a súvisiace služby

Predmet: Ekonomické informačné systémy pre HI
Vypracoval: Michal Jusko
Študijný program: Hospodárska informatika
Akademický rok: 2026/2027

2026

Obsah

Zoznam tabuliek 3

Zoznam obrázkov 4

1. Zhrnutie 5

2. Popis podniku 6

3. Analýza výrobkov a služieb 7

4. Analýza trhu 8

5. Analýza spotrebiteľa 9

6. Analýza konkurencie 10

7. Organizačná štruktúra a manažment 11

8. Časový harmonogram 12

9. Rizikové faktory - SWOT analýza 13

10. Finančný plán 15

Zoznam použitej literatúry 17

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Sortiment (predpoklady autora)..... 7
Tabuľka 2 Cieľové skupiny..... 9
Tabuľka 3 Porovnanie s konkurenciou (vlastné posúdenie)..... 10
Tabuľka 4 Časový harmonogram..... 12
Tabuľka 5 Plán zisku (€)..... 15
Tabuľka 6 Plán peňažných tokov (€)..... 16

Zoznam obrázkov

Obr. 1 Organizačná štruktúra 11
Obr. 2 SWOT vyhodnotenie 13
Obr. 3 SWOT matica 14

1. Zhrnutie

Spoločnosť Vypni-Zapni, s.r.o. so sídlom v Banskej Bystrici bude cez e-shop predávať notebooky, PC zostavy, komponenty a periférie. K tovaru ponúka montáž PC na mieru, inštaláciu systému a konfiguráciu. Nemá vlastný sklad: tovar zasiela zákazníkovi priamo veľkoobchodný distribútor. Firmu vedie jediný spoločník a konateľ Michal Jusko bez zamestnancov.

Cenou s veľkými predajcami spoločnosť súťažiť nebude. Jej konkurenčnou výhodou je odborné poradenstvo a zostava na mieru. Zákazníkov bude získavať online reklamou a porovnávačmi cien. Činnosť začína v novembri 2026. Prvé dva mesiace sú rozbehové obdobie so stratou 2 825 €, ktorú spôsobujú počiatočné výdavky. Od roku 2027 je podnik ziskový: tržby majú rásť z 267 055 € v roku 2027 na 734 400 € v roku 2030 a zisk po zdanení z 8 990 € na 19 243 €. Činnosť je financovaná z vlastných zdrojov bez úveru.

2. Popis podniku

Spoločnosť Vypni-Zapni, s.r.o. bola založená v októbri 2026 zakladateľskou listinou jediného zakladateľa. Podnikateľskú činnosť začína v novembri 2026, preto zatiaľ nemá históriu predaja ani žiadne záväzky. V rámci modelového podnikateľského zámeru má k dispozícii 200 000 € na dvoch účtoch vo virtuálnej banke, z toho 5 000 € tvorí základné imanie.

Legislatíva**.** Spoločnosť podniká ako právnická osoba vo forme spoločnosti s ručením obmedzeným. Spoločník ručí za jej záväzky do výšky svojho nesplateného vkladu. Predmety podnikania sú voľné živnosti, na ktoré stačí splniť všeobecné podmienky: vek 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony a bezúhonnosť. Zakladateľ ich spĺňa.

Skutočnosti zapísané v obchodnom registri

Obchodné meno: Vypni-Zapni, s.r.o.

Sídlo: Rastislavova 67, 974 01 Banská Bystrica

IČO: 20260063

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Základné imanie: 5 000 € (splatené)

Spoločník a konateľ: Michal Jusko

Predmet podnikania: kúpa tovaru na účely predaja (maloobchod, veľkoobchod); sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu; služby súvisiace s počítačovým spracovaním údajov

Ciele. Krátkodobým cieľom je spustiť e-shop v novembri 2026 a do jesene 2027 dosiahnuť 150 objednávok mesačne. Dlhodobým cieľom je do roku 2030 zvýšiť počet objednávok na 300 mesačne.

3. Analýza výrobkov a služieb

Sortiment spoločnosti tvoria notebooky, počítačové zostavy, komponenty a periférne zariadenia. Jednotlivé kategórie sa líšia priemernou hodnotou objednávky aj dosahovanou hrubou maržou.

Kategória	Podiel objednávok	Priemerná hodnota bez DPH	Hrubá marža	Marža na objednávku kategórie
Notebooky	15 %	650 €	8 %	52,00 €
PC zostavy	5 %	900 €	12 %	108,00 €
Komponenty	35 %	110 €	12 %	13,20 €
Periférie	45 %	40 €	20 %	8,00 €
Vážený priemer na objednávku	**100 %**	**199 €**	**10,8 %**	**21,42 €**

Tabuľka 1 Sortiment (predpoklady autora)

Notebooky majú vysokú predajnú cenu, ale nižšiu maržu v dôsledku intenzívnej cenovej konkurencie. Periférne zariadenia dosahujú najvyššiu maržu a zároveň dopĺňajú nákupy notebookov a počítačových zostáv.

Pri plánovanom zložení sortimentu je priemerná hodnota objednávky 199 € bez DPH. Vážený priemer hrubej marže je 21,42 € na objednávku, čo zodpovedá približne 10,8 % tržieb z predaja tovaru. Ide o modelové predpoklady finančného plánu, ktoré sa budú v praxi overovať podľa skutočnej štruktúry predaja a nákupných cien.

Spoločnosť bude predávať výlučne nový tovar od autorizovaného distribútora. Tovar nadobúda do vlastníctva kúpou od distribútora a bezprostredne ho predáva zákazníkovi. Vlastné patenty ani licencie nemá. Reklamácie bude riešiť v súlade s platnými právnymi predpismi a pri technickom posúdení a opravách bude spolupracovať s distribútorom a autorizovanými servisnými strediskami. Podnik neplánuje prevádzkovať kamennú predajňu ani vlastný sklad, tovar zákazníkom dodáva priamo distribútor.

Do budúcnosti plánuje spoločnosť rozšíriť ponuku služieb o upgrade a čistenie starších počítačov a o dodanie počítačov „na kľúč“ pre malé firmy.

4. Analýza trhu

Slovenský e-commerce mal v roku 2025 obrat približne 1,8 mld. € a medziročne mierne klesol o 0,7 %. Najväčšou kategóriou bola elektronika s podielom 30,1 % [1]. Online predaj elektroniky tak dosahuje odhadom 542 mil. €. Pri plánovaných tržbách by podiel spoločnosti bol 0,05 % v roku 2027 a 0,14 % v roku 2030. Ide o orientačný výpočet, keďže sortiment spoločnosti nepokrýva celú kategóriu elektroniky. Podiel je však hlboko pod hranicou 5 %, ktorú študijný materiál pri malom podniku považuje za nereálnu [4].

Spoločnosť predáva na celom Slovensku. Zákazníci podľa analýzy Heureky nakupujú uvážlivejšie, porovnávajú ponuky a čoraz viac sa rozhodujú podľa dôvery, servisu a reklamácií. Zariadenia si zároveň ponechávajú dlhšie [1], čo zvyšuje dopyt po komponentoch na vylepšenie počítača.

Tovar sa predáva len cez e-shop s platbou vopred. Distribútor ho zasiela priamo zákazníkovi kuriérskou službou. Obchod s výpočtovou technikou má nízke marže, pretože ceny rovnakých výrobkov sa dajú ľahko porovnať. Zisk spoločnosti preto závisí najmä od nízkych fixných nákladov, služieb a predaja príslušenstva s vyššou maržou.

5. Analýza spotrebiteľa

Internet používa približne 94 % obyvateľov Slovenska vo veku 16 - 74 rokov a 71,2 % z nich nakúpilo online za posledné tri mesiace, teda približne 2,73 milióna ľudí [2]. Priemerná mesačná mzda v SR dosiahla v roku 2025 sumu 1 864 €, vo väčšine okresov však bola nižšia [2]. Preto predpokladám, že veľká časť zákazníkov bude citlivá na cenu. Tento predpoklad treba overiť podľa skutočných nákupov, a spoločnosť preto ponúka tovar vo viacerých cenových kategóriách.

Skupina	Vek, pohlavie a profesia	Príjem	Typický nákup	Úžitok
Študenti	18 - 26 rokov, muži aj ženy, študenti SŠ a VŠ	nízky	notebook, periférie	rada pri výbere v rámci obmedzeného rozpočtu
Hráči a nadšenci	16 - 35 rokov, prevažne muži (predpoklad), študenti aj zamestnaní	stredný	PC zostava, grafická karta, komponenty	výkonná, kompatibilná a otestovaná zostava
Domácnosti	30 -55 rokov, muži aj ženy, zamestnanci a rodiny	okolo priemeru	notebook, monitor, príslušenstvo	pripravené zariadenie a technická podpora
Malé firmy a živnostníci	podnikatelia a malé firmy, najmä z regiónu	firemný rozpočet	pracovné počítače, monitory, periférie	dodanie „na kľúč“, faktúra s DPH

Tabuľka 2 Cieľové skupiny

Študenti a domácnosti sa rozhodujú najmä podľa ceny a odporúčania. Hráči kladú dôraz na výkon a kompatibilitu komponentov. Malé firmy si cenia spoľahlivosť a ušetrený čas a nakupujú opakovane, preto sú pre spoločnosť stabilným zdrojom tržieb.

6. Analýza konkurencie

Trh má výrazného lídra. Alza.sk mala v roku 2024 tržby 539 mil. €, viac než dvojnásobok oproti predchádzajúcemu roku [3]. Nay po prevzatí 20 predajní Datart v roku 2024 je najväčším predajcom elektroniky s kamennými predajňami [3]. Online trhoviská, napríklad Allegro Slovakia (43 mil. €), od roku 2021 strácajú [3]. Ďalej pôsobia desiatky menších e-shopov špecializovaných na počítače a komponenty. Konkurentov delím podľa obchodného modelu na veľký univerzálny e-shop, predajcu s kamennými predajňami, online trhoviská a špecializované IT e-shopy.

Konkurent	**Odhad podielu***	**Silné stránky**	**Slabé stránky z pohľadu cieľového zákazníka**
Alza.sk	40 – 50 %	cena, široký sortiment, logistika, známa značka	obmedzené osobné poradenstvo a zostavy na mieru
Nay	8 – 12 %	kamenné predajne, značka, osobný kontakt	zameranie na spotrebnú elektroniku a spotrebiče, nie na PC na mieru
Online trhoviská	5 – 8 %	široká ponuka, nízke ceny	kvalita služieb závisí od konkrétneho predajcu
Menšie IT e-shopy	30 – 45 %	odbornosť, špecializovaný sortiment	menšie zdroje na marketing a logistiku
Vypni-Zapni, s.r.o.	nová firma	poradenstvo, montáž na mieru, osobný prístup	nová značka bez histórie a recenzií

Tabuľka 3 Porovnanie s konkurenciou (vlastné posúdenie)

**Podiely na online trhu elektroniky sú orientačný odhad autora. Presné údaje nie sú verejne dostupné*

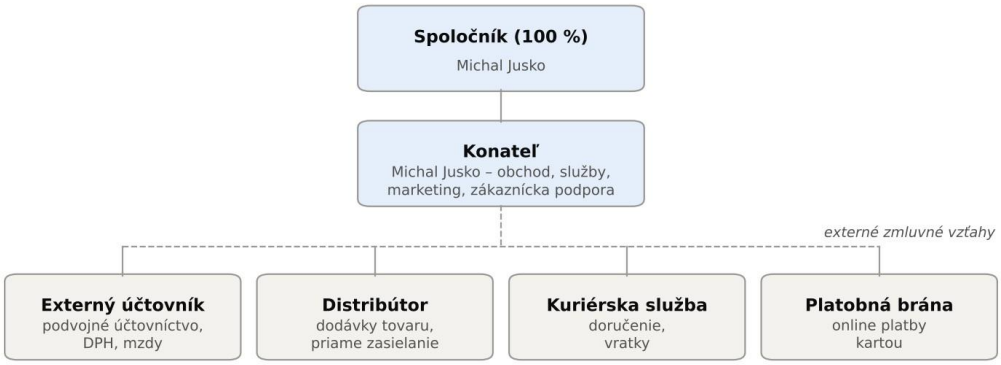
Vypni-Zapni bude mať ceny porovnateľné s trhom, nie najnižšie. Konkurovať bude odborným poradenstvom, montážou a konfiguráciou počítačov na mieru a osobným prístupom. Keďže ide o novú značku, bude dôležité postupne budovať dôveryhodnosť kvalitným zákazníckym servisom, spoľahlivým doručovaním a rýchlym vybavovaním reklamácií.

7. Organizačná štruktúra a manažment

Jediným vlastníkom spoločnosti s obchodným podielom 100 % a zároveň jej konateľom je Michal Jusko. Konateľ koná v mene spoločnosti samostatne a zodpovedá za všetky jej činnosti: výber sortimentu, cenotvorbu, správu e-shopu, marketing, montáž a testovanie počítačov, zákaznícku podporu a vybavovanie reklamácií.

Konateľ študuje Hospodársku informatiku na Technickej univerzite v Košiciach. Pre podnik je prínosom spojenie technických znalostí výpočtovej techniky, potrebných pri poradenstve a montáži, s ekonomickými základmi zo štúdia. Praktické skúsenosti s vedením podniku zatiaľ nemá, preto účtovníctvo a ďalšie odborné činnosti zverí externým partnerom.

Spoločnosť nemá zamestnancov. Účtovníctvo zabezpečuje externý účtovník, dodávky a zasielanie tovaru distribútor, doručovanie kuriérska služba a online platby platobná brána.



Obr. 1 Organizačná štruktúra

8. Časový harmonogram

Obdobie	Krok / cieľ
október 2026	založenie spoločnosti a návrh na zápis do obchodného registra (splnené); registrácia pre DPH, zmluvy s distribútorom, kuriérom, platobnou bránou a účtovníkom, príprava e-shopu
november 2026	spustenie predaja a úvodná kampaň, 30 objednávok
december 2026	koniec prvého (skráteného) účtovného obdobia
október 2027	150 objednávok mesačne
2028	rozšírenie služieb, 200 objednávok mesačne
2029	250 objednávok mesačne, posúdenie malého skladu najpredávanejších komponentov
2030	300 objednávok mesačne, vyhodnotenie plánu a nový plán na ďalšie obdobie

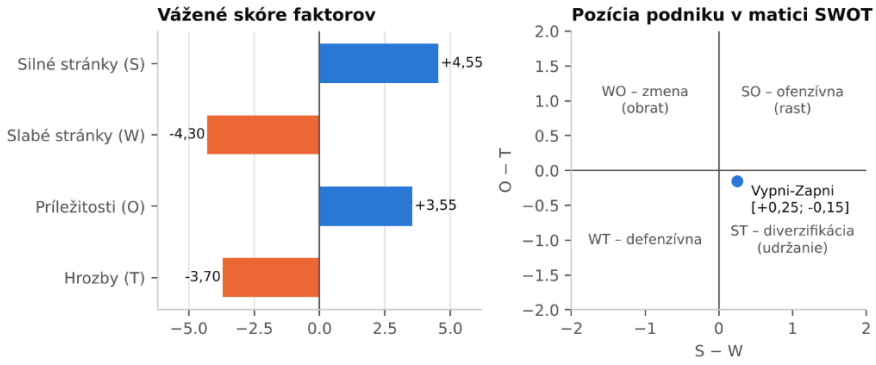
Tabuľka 4 Časový harmonogram

9. Rizikové faktory - SWOT analýza

Spoločnosť je nová, preto zatiaľ nemá za sebou žiadne problémy z minulosti. Medzi hlavné riziká patrí pomalší rast objednávok, cenový tlak veľkých predajcov, výpadok hlavného distribútora a dočasné zadržanie platieb platobnou bránou. Spoločnosť ich obmedzuje nízkymi fixnými nákladmi, úpravou marketingových aktivít, dohodou s alternatívnym distribútorom a prevádzkovou rezervou 25 000 €.

V konzervatívnom scenári s o 25 % nižším počtom objednávok by bola strata v roku 2026 3 023 € a zisk po zdanení by dosiahol 6 297 € v roku 2027 a 8 638 € v roku 2030, takže od roku 2027 by spoločnosť zostala v zisku. Scenár sleduje len citlivosť na počet objednávok a nepočíta so súčasným výskytom všetkých rizík. Prevádzková rezerva má pokryť krátkodobé problémy s likviditou, napríklad oneskorené vyplácanie platieb alebo vyšší počet vratiek.

SWOT analýza je spracovaná bodovým hodnotením. Každému faktoru je priradená váha a hodnotenie od 1 do 5. Skóre je súčin váhy a hodnotenia (obrázok 2). Váhy aj hodnotenia sú vlastným posúdením autora.



Obr. 2 SWOT vyhodnotenie



Obr. 3 SWOT matica

Vyhodnotenie. Rozdiel silných a slabých stránok je S − W = 4,55 − 4,30 = +0,25. Rozdiel príležitostí a hrozieb je O − T = 3,55 − 3,70 = −0,15. Spoločnosť sa preto nachádza v kvadrante ST: vnútorné silné stránky mierne prevažujú nad slabými, no vonkajšie hrozby sú o niečo silnejšie ako príležitosti.

10. Finančný plán

Predpoklady. Počet objednávok rastie z 30 v januári na 150 v decembri 2027, v ďalších rokoch je 200, 250 a 300 mesačne. Marketing tvorí 4,5 % tržieb v roku 2027 a 3,5 % v ďalších rokoch. Fixné prevádzkové náklady sú 308 € mesačne: e-shop platforma 60 €, účtovníctvo 120 €, internet a telefón 30 €, hosting 25 €, poistenie 25 €, bankové poplatky 15 € a drobné výdavky 33 €. Ide o predpoklad, pretože pravidlá pre ďalšie roky môžu byť iné.

Financovanie. Spoločnosť má vlastné zdroje 200 000 € a úver nepotrebuje. Tvorí ich základné imanie 5 000 € a 195 000 €. Tie sú v modeli vedené ako ostatné kapitálové fondy. Na začatie činnosti stačí 3 000 € (notebook, nastavenie e-shopu, úvodná kampaň). Ďalších 25 000 € je vyčlenených ako prevádzková rezerva. Rezerva nie je náklad ani výdavok, kým sa skutočne nepoužije.

Položka (€)	2026*	2027	2028	2029
Tržby spolu (tovar a služby)	14 465	267 055	489 600	612 000
Náklady na predaný tovar a materiál	13 827	233 123	427 392	534 240
Služby (marketing, distribútor, platforma, účtovníctvo)	3 094	17 201	23 956	29 140
Osobné náklady (odmena konateľa a odvody)	0	0	12 974	16 218
Ostatné a finančné náklady	369	5 821	10 272	12 720
Výsledok hospodárenia pred zdanením	**−2 825**	**10 910**	**15 006**	**19 682**
Daň z príjmov	0	1 920	3 151	4 133
Výsledok hospodárenia po zdanení	**−2 825**	**8 990**	**11 855**	**15 549**

Tabuľka 5 Plán zisku (€)

**Rok 2026 zahŕňa len november a december (prvé, skrátené účtovné obdobie).*

Položka (€)	2026*	2027	2028	2029
Príjmy od zákazníkov (s DPH)	17 793	328 477	602 208	752 760
Výdavky (tovar, služby, odmena, DPH, daň)	−20 537	−317 185	−588 853	−736 030
Čistý peňažný tok	**−2 744**	**11 292**	**13 355**	**16 730**
Stav peňazí na konci roka	**197 256**	**208 548**	**221 903**	**238 633**

Tabuľka 6 Plán peňažných tokov (€)

Zhodnotenie. Podnik dosahuje kladný výsledok hospodárenia od prvého roka. Ročný peňažný tok je kladný počas celého obdobia. Výnosnosť tržieb je nízka (1,9 % až 2,6 %), čo zodpovedá obchodu s elektronikou. Ziskovosť preto závisí najmä od nákupných cien a marží. Zisk zostáva v podniku na jeho ďalší rozvoj.

Zoznam použitej literatúry

[1]. TASR. Spotrebitelia pri online nakupovaní (analýza Heureka). Dostupné na: https://www.teraz.sk/najnovsie/spotrebitelia-pri-online-nakupovaniup/953942-clanok.html

[2]. TASR. Štatistický úrad SR: používanie internetu (25. 1. 2026) a mzdy v okresoch v roku 2025 (31.7. 2026) [online]. Dostupné na: https://www.tasr.sk/tasr-clanok/TASR:2026012500000269, https://www.teraz.sk/ekonomika/mzdy-v-okresoch-sa-v-roku-2025-vyrazne/ 981801-clanok.html

[3]. Rebríček TOP slovenských e-shopov za rok 2024 (1. 10. 2025); Známy obchod s elektronikou zmi-zol zo Slovenska (3. 10. 2024). Startitup.sk [online].

[4]. Obsah podnikateľského plánu. Študijný materiál predmetu EIS. Košice: TUKE,

V Košiciach, 25. októbra 2026

Michal Jusko

konateľ, Vypni-Zapni, s.r.o.

