

Podnikatelský plan

JKHcompany, s.r.o.

2025

Contents

1	Základné údaje a ciele podniku	2
1.1	Údaje o našej firme	2
1.2	História a základné činnosti spoločnosti	2
1.3	Súčasný stav a ciele	3
2	Analýza trhu a manažment spoločnosti	4
2.1	Trh, konkurencia a konečný spotrebiteľ	4
2.2	Manažment a štruktúra	5
3	SWOT analýza a finančný plan	6
3.1	SWOT analýza	6
3.1.1	Silné stránky	6
3.1.2	Slabé stránky	6
3.1.3	Príležitosti	6
3.1.4	Hrozby	7
3.2	Jednoduchý finančný plan	7

Chapter 1

Základné údaje a ciele podniku

1.1 Údaje o našej firme

- Názov firmy: JKHcompany, s.r.o.
- Sídlo: Nemcovej 32; Košice 04001
- Predmet podnikania: Obchodná činnosť
- IČO: 20250941
- DIČ: 2025000941
- ZI: 10000 EUR
- Majiteľ firmy: Demianov Illia
- Kontaktné údaje: illia.demianov@student.tuke.sk

1.2 História a základné činnosti spoločnosti

Spoločnosť oficiálne vznikla 11.10.2025, keď sa jej zakladateľ a majiteľ Demianov Illia rozhodol podať žiadosť o zápis do obchodného registra.

Hlavná činnosť spoločnosti spočíva v odvetví kancelárskeho nábytku, presnejšie povedané, spoločnosť sa zameriava na *nákup, predaj a dodávku* kancelárskeho nábytku. Vo svojej podstate bude spoločnosť pôsobiť ako sprostredkovateľ medzi veľkými výrobnými spoločnosťami a spoločnosťami, ktoré potrebujú

kancelársky nábytok. Spoločnosť je otvorená aj predaju tovaru pre jednotlivcov s cieľom zachytiť aj túto časť trhu.

1.3 Súčasný stav a ciele

Hlavným zdrojom distribúcie výrobkov bude v tejto fáze, v záujme racionalizácie využívania finančných prostriedkov, internetový obchod. Bude slúžiť na kontakt, predaj a vystavovanie širokého sortimentu tovarov. Týmto spôsobom budeme môcť minimalizovať náklady novozaloženej spoločnosti. Spoločnosť zároveň rokuje o možnosti prenájmu priestorov na prízemí nákupného centra Aupark, ktorý sa nachádza v centre mesta.

Krátkodobé ciele: vytvorenie používateľsky prívetivého internetového obchodu, prilákanie zákazníkov prostredníctvom rôznych zdrojov informácií, optimalizácia procesov doručovania a kontaktu so zákazníkmi.

Dlhodobé ciele: v prípade úspešného splnenia krátkodobých cieľov sa plánuje: pokus o otvorenie kamennej predajne, rozšírenie sortimentu a pôsobnosti spoločnosti, zabezpečenie dodávok na veľké vzdialenosti

Chapter 2

Analýza trhu a manažment spoločnosti

2.1 Trh, konkurencia a konečný spotrebiteľ

Štatistika ukazuje, že trh s nábytkom je pomerne veľký a postupne rastie, pričom hlavnými trendmi sú ergonómia a šetrnosť k životnému prostrediu. Pokiaľ ide o konkurenciu, naša spoločnosť nevidí žiadnu možnosť alebo túžbu konkurovať známym značkám drahého nábytku, ale má veľký záujem zaujať pozíciu predajcu praktického, lacného a kvalitného nábytku.

Konkurenciu možno čiastočne charakterizovať cez SWOT v našom prípade cez SW:

- Silné stránky konkurencie: Veľké firmy už majú silnú distribučnú sieť, reputáciu a vysoké investície do R&D, majú skusenosti a data.
- Slabé stránky: Vyššie ceny a menej flexibilné dodávky pre menších zákazníkov často aj chýba personalizácia.

V rámci slovenského trhu hrozia spoločnosti na úrovni IKEA, ale keďže sme slovenská spoločnosť a spolupracujeme so slovenskými výrobcami a zároveň ponúkame individuálne riešenia B2B a B2C, môžeme dlhodobo dosahovať cenovo dostupnejšie a kvalitnejšie riešenia. V krátkodobom horizonte vidí spoločnosť svoj odberateľský trh ako malé a stredné podniky a individuálnych zákazníkov. Tovar bude kvalitný, lacný, moderný a hlavne praktický nábytok pre všetkých kancelárskych pracovníkov. Naše služby môžeme ponúknuť pobočkám zahraničných bánk, ktorých je na Slovensku viac ako domácich. Naším klientom

sú podnikatelia alebo mladí ľudia, pre ktorých je krása v praktickom využití, ktoré získajú z objednaného tovaru úžitok, ktorý práve očakávajú.

2.2 Manažment a štruktúra

Spoločníci:

- Demianov Illia, 19 rokov, obdor Financie, bankovníctvo a investovanie

1. Syn podnikateľa v oblasti nábytkárstva.
2. V tejto oblasti už má skúsenosti a teoretické základy tohto povolania.

Jediným zamestnancom spoločnosti je jej zakladateľ a majiteľ, ktorý už z vlastnej iniciatívy splatil kapitál spoločnosti vo výške 10 000 eur. V súčasnosti je zodpovedný za účtovníctvo, predaj a správu internetových zdrojov spoločnosti. Ak bude spoločnosť úspešná, v dlhodobom horizonte budú prijatí ďalší zamestnanci, ktorí budú poverení rôznymi úlohami.

Chapter 3

SWOT analýza a finančný plan

3.1 SWOT analýza

3.1.1 Silné stránky

- Lokálna výroba
- Rýchle dodávky
- Cenová výhoda

3.1.2 Slabé stránky

- Malý rozsah
- Veľmi obmedzený marketing
- Absencia značky

3.1.3 Príležitosti

- Stále rastuci trh
- Trendy
- Potenciál na škálovanie

3.1.4 Hrozby

- Ekonomické faktory
- Lacný import z krajín Ázie
- Demografické zmeny

Hovoriť o presných hodnoteniach a číslach by bolo príliš subjektívne, ale napriek tomu vzhľadom na silné stránky a príležitosti môžeme predpokladať, že stojí za to vybrať ofenzívnu stratégiu.

3.2 Jednoduchý finančný plan

Nedávno sme do našej spoločnosti prilakali investíciu vo výške 100 000 eur a plánujeme rozdeliť predaj medzi B2B a B2C v pomere 60/40 z dôvodu vyššej ziskovosti B2B (priemerné objednávky od 3000 do 5000 eur).

Prvú investíciu by sme mohli rozdeliť tak, že približne 40000-50000 eur by sme použili na nákup tovaru, prenájom skladu a ďalšie náklady z tejto oblasti. Na mzdy potenciálnych 2-3 zamestnancov by mohlo ísť takmer 20 000 eur (na 6 mesiacov).

Prenájom priestorov v centre mesta by mohol stáť 10 000 eur ročne. Investícia do webovej stránky, softvéru, nákupu reklám by bola vo výške 25 000 eur. Zvyšná časť, približne 5000, zostane vo forme hotovosti. Očakávaný obrát 300 000 eur a priemerná marža 30-35%, čo je približne 100 000 eur bez nákladov a daní. Ak vezmeme do úvahy vypočítané náklady na začiatku, môžeme predpokladať čistý zisk 5000-10000 za prvý rok.