

TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
EKONOMICKÁ FAKULTA

NÁZOV PRÁCE
Podnikateľský zámer

2025

Viktória Šmajdová

Obsah

1. Úvod	4
1.1. Stručné zhrnutie.....	4
1.2. Fakty o firme	4
2. Popis podniku	5
2.1. História podniku.....	5
2.2. Súčasný stav podniku	5
2.3. Ciele a plány do budúcnosti	5
3. Analýza trhu.....	7
3.1. Potencionálny trh a jeho charakteristiky.....	7
3.2. Cieľový trh a profil zákazníkov.....	7
3.3. Podiel na trhu.....	7
3.4. Trendy a rastový potenciál	7
3.5. Predaj, distribúcia a zisky	8
4. Analýza výrobku a služieb	9
4.1. Popis ponúkaných výrobkov a služieb	9
4.2. Priestory a zariadenie.....	9
4.3. Spoľahlivosť výrobkov	9
4.4. Vlastnícke vzťahy.....	9
4.5. Plány budúceho rozvoja výrobkov a služieb	10
5. Analýza spotrebiteľa	11
5.1. Charakteristika cieľovej skupiny	11
5.2. Správanie spotrebiteľa	11
5.3. Úžitok pre spotrebiteľa	12
6. Analýza konkurencie	13
6.1. Profil konkurentov v Snine	13
6.1.1. Porovnanie ponuky Snina vs Nábytok Viktória, s.r.o.	13
6.1.2. Postavenie a odhad podielu na trhu v Snine	14
6.2. Profil online konkurentov.....	15
6.2.1. Porovnanie ponuky online e-shop vs Nábytok Viktória e-shop.....	15

6.2.2.Odhad podielu na trhu	16
7. Organizačná štruktúra a manažment.....	17
7.1. Vlastníctvo podniku.....	17
7.2. Organizačná štruktúra	17
7.2.1.Kompetencie a prínos jednotlivých členov	18
8. Časový harmonogram.....	20
9. Rizikové faktory – SWOT analýza	22
9.1. Rizikové faktory podnikania	22
9.2. SWOT analýza.....	22
9.2.1.Vyhodnotenie SWOT analýzy	23
10.Finančný plán	24

1. Úvod

1.1. Stručné zhrnutie

Spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. so sídlom v Snine je dynamicky sa rozvíjajúca firma, ktorá pôsobí v oblasti predaja kancelárskeho nábytku a interiérového vybavenia. Zameriava sa na poskytovanie kvalitných produktov, ktoré spĺňajú požiadavky moderných pracovných priestorov – od menších kancelárií až po väčšie administratívne budovy. Firma kladie dôraz na spoľahlivosť, profesionálny prístup a spokojnosť zákazníkov. Hlavným cieľom spoločnosti je pomáhať klientom vytvárať funkčné, ergonomické a esteticky príjemné pracovné prostredie, ktoré podporuje produktivitu a komfort pri práci. Nábytok Viktória, s. r. o. spolupracuje s overenými dodávateľmi, vďaka čomu dokáže ponúkať široký sortiment kancelárskeho nábytku – od pracovných stolov, stoličiek a úložných priestorov až po doplnky a vybavenie zasadacích miestností. Spoločnosť sa orientuje predovšetkým na firemných zákazníkov, úrady, školy a inštitúcie, ktoré hľadajú kvalitné a cenovo dostupné riešenia. Zákazníkom ponúka aj poradenstvo pri výbere vhodného nábytku, pomoc pri návrhu rozloženia kancelárie a zameranie na individuálne potreby každého klienta. Víziou firmy je stať sa uznávaným a stabilným predajcom kancelárskeho nábytku na východnom Slovensku, budovať dlhodobé vzťahy so zákazníkmi a neustále rozširovať ponuku produktov podľa aktuálnych trendov. Dlhodobým zámerom je posilniť postavenie na trhu, otvoriť vlastnú kamennú predajňu a rozšíriť pôsobenie aj do online prostredia prostredníctvom e-shopu.

1.2. Fakty o firme

Názov spoločnosti:	Nábytok Viktória, s.r.o.
IČO:	20250946
Právna forma:	Spoločnosť s ručením obmedzeným
Rok založenia:	2025
Sídlo:	Čs. armády 1593/4, Snina 06901
Majiteľ:	Viktória Šmajdová
Predmet podnikania:	Predaj kancelárskeho nábytku
Cieľový trh:	Firmy, úrady, školy
Kontaktné údaje:	Email: viktoria.smajdova@student.tuke.sk

2. Popis podniku

2.1. História podniku

Spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. bola založená v roku 2025 v meste Snina ako reakcia na rastúci dopyt po kvalitnom a funkčnom kancelárskom nábytku. Zakladateľka spoločnosti Viktória Šmajdová vníma potrebu priniesť na trh spoľahlivého dodávateľa, ktorý ponúkne nielen samotný produkt, ale aj profesionálne poradenstvo a individuálny prístup k zákazníkom. Impulzom k založeniu firmy bola osobná skúsenosť s nedostatkom komplexných služieb v oblasti zariadenia kancelárskych priestorov, čo vytvorilo priestor pre vznik značky, ktorá spája praktickosť, dizajn a priateľský prístup. Od svojho vzniku si firma buduje dobré meno na základe serióznosti, transparentnosti a dôrazu na spokojnosť zákazníka. Aj keď ide o relatívne mladú spoločnosť, jej základom je jasná vízia, zodpovedný prístup a snaha poskytovať služby na úrovni, ktorá zodpovedá moderným požiadavkám trhu.

2.2. Súčasný stav podniku

V súčasnosti spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. pôsobí ako predajca kancelárskeho nábytku a doplnkov pre rôzne typy zákazníkov – od malých firiem a úradov až po väčšie organizácie. Sídlo firmy sa nachádza v meste Snina, ktoré predstavuje strategické miesto pre obsluhu klientov. Spoločnosť zároveň realizuje kamennú predajňu, ktorá zákazníkom umožní osobne si prezrieť produkty, vyskúšať ich a získať priame poradenstvo pri výbere nábytku. Firma sa zároveň aktívne sústreďuje na online priestor – pripravuje vlastnú webovú stránku s e-shopom, aby sa mohla postupne presadiť a obsluhovať zákazníkov na celom Slovensku. Firma spolupracuje s renomovanými slovenskými a zahraničnými dodávateľmi, čo jej umožňuje ponúkať široký sortiment produktov – od kancelárskych stolov, stoličiek a skríň až po doplnkové vybavenie zasadacích miestností či recepcií. Pri výbere sortimentu sa spoločnosť riadi princípmi kvality, ergonomie a estetického dizajnu, aby každý zákazník našiel riešenie, ktoré zodpovedá jeho potrebám aj rozpočtu. Okrem samotného predaja poskytuje firma aj základné poradenstvo pri výbere nábytku, pomoc s návrhom dispozície kancelárie a odporúčania, ako optimalizovať pracovný priestor pre väčší komfort a efektivitu. Spoločnosť si zakladá na osobnom prístupe, rýchlej komunikácii a dôslednom dodržiavaní termínov. Podnik kladie dôraz na dlhodobú spokojnosť zákazníkov a budovanie stabilných vzťahov s obchodnými partnermi.

2.3. Ciele a plány do budúcnosti

Cieľom spoločnosti Nábytok Viktória, s. r. o. je posilniť svoju pozíciu na trhu s kancelárskym nábytkom a stať sa uznávaným regionálnym predajcom, ktorý je známy svojou spoľahlivosťou, kvalitou a férovým prístupom. Firma si uvedomuje, že konkurenčné prostredie v oblasti nábytku je silné, preto sa zameriava na vytváranie hodnoty prostredníctvom osobného prístupu, prispôsobenia ponuky a kvalitného zákazníckeho servisu.

Krátkodobé ciele (1 – 2 roky):

- vytvoriť spoľahlivý kolektív ľudí, ktorí budú spoločne pracovať na rozvoji firmy a zlepšovaní služieb
- otvoriť kamennú predajňu v Snine s ukážkovým sortimentom kancelárskeho nábytku
- spustiť vlastný e-shop na predaj produktov po celom Slovensku
- upevniť spoluprácu s dodávateľmi a zabezpečiť stabilné dodacie podmienky
- vybudovať silnejšie marketingové povedomie v rámci regiónu
- získať nových zákazníkov prostredníctvom online propagácie a odporúčaní
- dosiahnuť finančnú stabilitu a ziskovosť firmy

Dlhodobé ciele (3 – 5 rokov):

- rozšíriť sieť kamenných predajní po východnom Slovensku
 - rozšíriť sortiment kancelárskeho nábytku o nové produktové línie
 - zaviesť vernostný program pre stálych zákazníkov
 - stať sa uznávaným menom na slovenskom trhu s kancelárskym nábytkom a reprezentovať hodnoty spoľahlivosti, kvality a osobného prístupu
-

3. Analýza trhu

3.1. Potencionálny trh a jeho charakteristiky

Trh s kancelárskym nábytkom na Slovensku je súčasťou širšieho segmentu nábytkárskeho priemyslu, ktorý v posledných rokoch zaznamenáva stabilný rast. Dopyt po kancelárskom vybavení súvisí s rozvojom podnikateľskej činnosti, vznikom nových firiem a modernizáciou pracovných priestorov. Najvýraznejšími odberateľmi sú súkromné spoločnosti, verejné inštitúcie, školy a úrady, ktoré pravidelne obnovujú alebo dopĺňajú svoje vybavenie. Východné Slovensko, kde spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. pôsobí, predstavuje perspektívny región so zvyšujúcim sa počtom malých a stredných podnikov. Tieto firmy často hľadajú cenovo dostupné, ale zároveň kvalitné riešenia pre svoje kancelárie. Potenciálny trh zahŕňa nielen mesto Snina, ale aj širší región – okresy Humenné, Michalovce a Prešov.

3.2. Cieľový trh a profil zákazníkov

Cieľovým trhom spoločnosti sú predovšetkým firemní zákazníci, ktorí potrebujú vybaviť kancelárske priestory. Ide o segment malých a stredných podnikov, samospráv, škôl a inštitúcií, ktoré kladú dôraz na funkčnosť, kvalitu a estetiku nábytku. Sekundárnym cieľovým segmentom sú individuálni zákazníci, ktorí si zariaďujú domácu kanceláriu alebo pracovný kútik. Typický zákazník spoločnosti Nábytok Viktória, s. r. o. očakáva profesionálny prístup, možnosť poradenstva pri výbere a spoľahlivé dodacie lehoty. Kľúčovými rozhodovacími faktormi sú kvalita, dizajn, ergonómia, cena a komplexnosť služieb.

3.3. Podiel na trhu

Keďže ide o novo založenú spoločnosť, jej podiel na trhu je v súčasnosti zanedbateľný. Cieľom je však v priebehu prvých dvoch rokov získať približne 2 – 3 % regionálneho trhového podielu v segmente predaja kancelárskeho nábytku na východnom Slovensku. Tento cieľ je reálny vzhľadom na lokálne zameranie, úzku spoluprácu s dodávateľmi a dôraz na osobný kontakt so zákazníkmi. Postupným rozširovaním siete predajní, rozšírením sortimentu, budovaním značky a prevádzkovaním e-shopu sa očakáva zvýšenie podielu na trhu na 5 – 7 % v horizonte 5 rokov.

3.4. Trendy a rastový potenciál

Súčasný trendy v oblasti kancelárskeho nábytku smerujú k multifunkčnosti, udržateľnosti a ergonómii. Rastie záujem o produkty vyrobené z ekologických materiálov a o riešenia, ktoré podporujú zdravé držanie tela a efektívne využitie priestoru. Digitalizácia a rozmach práce z domu vytvárajú nový dopyt po menších, flexibilných pracovných zostavách. Trh s kancelárskym nábytkom má pozitívny rastový potenciál aj z dôvodu obnovy vybavenia starších kancelárií a modernizácie pracovísk. Pre spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. to znamená možnosť rozšíriť sortiment o dizajnové, modulárne a ekologicky šetrné produkty.

3.5. Predaj, distribúcia a zisky

Cieľom predajnej stratégie je postupné rozširovanie pôsobnosti spoločnosti cez kombináciu kamenných predajní a online predaja. V krátkodobom horizonte sa plánuje otvorenie predajne v Snine a spustenie e-shopu v horizonte 1 – 2 rokov, čo umožní osloviť širšie spektrum zákazníkov na východnom Slovensku. Dlhodobou je cieľom rozšíriť sieť kamenných predajní po východnom Slovensku a rozšíriť sortiment kancelárskeho nábytku o nové produktové línie. Zavedenie vernostného programu podporí udržanie stálych zákazníkov a posilní značku. Ziskovosť bude v prvých rokoch ovplyvnená investíciami do predajní, e-shopu, marketingu a budovania značky. Očakáva sa, že postupné napĺňanie cieľov povedie k rastu tržieb a k dosiahnutiu stabilného podielu na trhu 5 – 7 % v horizonte 5 rokov.

4. Analýza výrobku a služieb

4.1. Popis ponúkaných výrobkov a služieb

Spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. sa špecializuje na predaj kancelárskeho nábytku, ktorý spája funkčnosť, dizajn a komfort. V sortimente sa nachádzajú pracovné stoly, kancelárske stoličky, skrine, regály, recepcné pulty, zasadacie stoly a doplnkové vybavenie kancelárií, ako sú police, stojany, či organizéry. Firma spolupracuje s overenými slovenskými aj zahraničnými dodávateľmi, ktorí zabezpečujú vysokú kvalitu produktov a ich dlhú životnosť. Produkty sú navrhnuté tak, aby spĺňali ergonomické normy a zároveň prispievali k estetike pracovného prostredia.

Okrem samotného predaja spoločnosť poskytuje aj doplnkové služby:

- odborné poradenstvo pri výbere nábytku podľa potrieb zákazníka
- návrh dispozičného riešenia kancelárie
- zabezpečenie dopravy a montáže nábytku priamo u zákazníka
- následný servis a záručnú starostlivosť

4.2. Priestory a zariadenie

Prevádzka firmy sa nachádza v meste Snina, kde je plánované otvorenie kamennej predajne s ukážkovým sortimentom. Predajňa bude slúžiť nielen ako miesto predaja, ale aj ako showroom, v ktorom si zákazníci môžu jednotlivé produkty vyskúšať a získať odborné poradenstvo. Priestory budú moderne zariadené, s cieľom vytvoriť príjemné a profesionálne prostredie. Firma zároveň pripravuje vlastný e-shop, ktorý umožní jednoduché a rýchle online objednávanie produktov s možnosťou dopravy po celom Slovensku.

4.3. Spoľahlivosť výrobkov

Spoľahlivosť produktov je pre spoločnosť kľúčovým faktorom úspechu. Všetky ponúkané produkty spĺňajú európske bezpečnostné a kvalitatívne normy a pochádzajú od dodávateľov s dlhoročnými skúsenosťami v nábytkárskom priemysle. Firma kladie dôraz na kontrolu kvality, testovanie materiálov a ergonomické vlastnosti nábytku. Zákazníkom poskytuje záručnú dobu 24 mesiacov a možnosť reklamácie v prípade závady, čím buduje dôveru a dlhodobé vzťahy so svojimi klientmi.

4.4. Vlastnícke vzťahy

Majiteľkou a zakladateľkou spoločnosti je Viktória Šmajdová, ktorá je jedinou vlastníčkou podniku. Táto štruktúra umožňuje rýchle rozhodovanie, osobný prístup k riadeným procesom a flexibilitu pri prispôbovaní sa potrebám trhu.

4.5. Plány budúceho rozvoja výrobkov a služieb

Do budúcnosti plánuje spoločnosť rozšíriť svoj sortiment o nové produktové línie, napríklad o ekologický a modulárny kancelársky nábytok vyrobený z udržateľných materiálov. Cieľom je tiež ponúknuť komplexné služby interiérového dizajnu, ktoré budú zahŕňať návrh kancelárie na mieru vrátane 3D vizualizácie. Firma chce zároveň posilniť svoj online predaj, spustiť vernostný program a zamerať sa na dlhodobú spokojnosť zákazníkov.

5. Analýza spotrebiteľa

5.1. Charakteristika cieľovej skupiny

Spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. sa zameriava predovšetkým na firemných zákazníkov, ktorí potrebujú zariadiť svoje kancelárske priestory funkčným, estetickým a kvalitným nábytkom. Ide najmä o malé a stredné podniky, úradné inštitúcie, školy a vzdelávacie organizácie. Sekundárnym trhom sú individuálni zákazníci, ktorí si zriaďujú domácu kanceláriu alebo pracujú formou home office.

Ukazovateľ	Charakteristika cieľovej skupiny
Vek	25 – 55 rokov (pracovne aktívne osoby a manažéri, ktorí rozhodujú o nákupe vybavenia)
Pohlavie	Muži aj ženy, bez výraznej prevahy; rozhodovanie často prebieha kolektívne (vedenie firmy, administratíva, školy)
Príjem	Stredný až vyšší príjmový segment; firmy s pravidelným rozpočtom na modernizáciu kancelárskeho vybavenia
Povolanie	Administratívni pracovníci, manažéri, majitelia firiem, učitelia, úradníci, IT pracovníci, dizajnéri
Lokalita	Prešovský a Košický kraj – najmä Snina, Humenné, Michalovce, Prešov
Rozsah trhu	Regionálny trh s potenciálom rozšírenia na celoslovenský prostredníctvom e-shopu

5.2. Správanie spotrebiteľa

Spotrebitelia hľadajú predovšetkým praktické, estetické a cenovo dostupné riešenia pre svoje pracovné prostredie. Ich rozhodovanie ovplyvňujú faktory ako:

- kvalita a životnosť výrobku,
 - dizajn a ergonómia,
 - cena a dostupnosť,
 - možnosť poradenstva a dopravy,
 - recenzie a odporúčania od iných zákazníkov.
-

Firemní zákazníci často preferujú komplexné riešenia – teda nielen kúpu nábytku, ale aj služby ako návrh priestoru, dopravu a montáž. Individuálni zákazníci zas ocenia rýchle dodanie, online objednávanie a možnosť kúpiť menšie kancelárske zostavy priamo cez e-shop.

5.3. Úžitok pre spotrebiteľa

Produkty spoločnosti Nábytok Viktória, s. r. o. prinášajú zákazníkom viaceré výhody:

- zlepšenie pracovného komfortu a produktivity vďaka ergonomickému dizajnu
- estetický vzhľad pracovného priestoru, ktorý podporuje profesionálny imidž firmy
- úsporu času vďaka komplexným službám (poradenstvo, montáž, doprava)
- spoľahlivosť a kvalitu, ktoré znižujú potrebu častých opráv alebo výmen
- možnosť individuálneho prispôsobenia podľa potrieb a rozpočtu zákazník

Týmto spôsobom firma vytvára pre svojich klientov dlhodobú hodnotu, nie iba jednorazový nákup.

6. Analýza konkurencie

6.1. Profil konkurentov v Snine

Na trhu s nábytkom v meste Snina pôsobí niekoľko menších firiem, ktoré sa venujú predaju alebo výrobe nábytku. Väčšina z nich sa zameriava na bytový nábytok (obývačky, spálne, kuchyne), pričom špecializácia na kancelársky nábytok je v regióne obmedzená. To vytvára priestor pre novú spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o., ktorá sa orientuje výhradne na vybavenie kancelárií, škôl a úradov.

6.1.1. Porovnanie ponuky Snina vs Nábytok Viktória, s.r.o.

Kritérium	N á b y t o k Hrubovský	N á b y t o k Laguna Štýl	Ezzum – stolárske práce	Nábytok Viktória, s. r. o.
Zameranie	Bytový a doplnkový kancelársky nábytok	Bytový nábytok, kuchyne, doplnky	Zákazková výroba na mieru	Kancelársky nábytok a vybavenie pracovísk
C i e ľ o v á skupina	Domácnosti, individuálni zákazníci	Domácnosti, menšie firmy	Domácnosti, individuálne projekty	Firmy, školy, úrady, kancelárie
Sortiment	Stoly, skrine, obývacie steny, doplnky	Kuchynské linky, bytové zostavy	Nábytok na mieru podľa zadania	Pracovné stoly, kancelárske stoličky, úložné systémy, zasadacie stoly
C e n o v á úroveň	Stredná	Stredná	Vyššia (individuálne projekty)	Stredná – dôraz na kvalitu a ergonomiu
Služby	Predaj a doprava	Predaj, občasná montáž	Zákazková výroba, montáž	Poradenstvo, návrh rozloženia, montáž, servis
D i z a j n a ergonómia	Klasický štýl, menej moderný dizajn	Tradičný dizajn	Úplne individuálny dizajn podľa zákazníka	Moderný, ergonomický, funkčný dizajn
Marketing a propagácia	Lokálne povedomie, ústne odporúčania	Lokálne pôsobenie	Osobné kontakty a odporúčania	Online marketing, sociálne siete, plánovaný e-shop
Dostupnosť	Kamenná predajňa v Snine	Kamenná predajňa v Snine	Výrobná dielňa v Snine	Kamenná predajňa + plánovaný e-shop

6.1.2.Postavenie a odhad podielu na trhu v Snine

Subjekt	Odhadovaný podiel na trhu (celkový nábytkový trh v Snine)	Podiel v segmente kancelárskeho nábytku (odhad)
Nábytok Lagúna Štýl (2 prevádzky)	45 %	15 %
Nábytok Hrubovský	25 %	10 %
Ezzum – stolárske práce	15 %	10 %
Nábytok Viktória, s. r. o. (cieľ do 2 rokov)	10 – 15 %	30 – 40 %
Ostatní drobní predajcovia	5 %	–

V rámci celkového trhu s nábytkom dominujú Laguna Štýl a Hrubovský, no v kancelárskom segmente je ponuka slabšia. Firma Nábytok Viktória má reálnu šancu stať sa lídrom v kancelárskom vybavení vďaka svojej špecializácii, odbornému prístupu a plánovanému prepojeniu kamennej predajne s online predajom.

6.2. Profil online konkurentov

6.2.1. Porovnanie ponuky online e-shop vs Nábytok Viktória e-shop

<i>Kritérium</i>	<i>IKEA.sk</i>	<i>Kancelarskynabytok.sk</i>	<i>Kondela.sk</i>	<i>N á b y t o k Viktória, s. r. o. (e-shop)</i>
<i>Zameranie</i>	Všeobecný nábytok vrátane kancelárskeho	Špecializovaný kancelársky nábytok	Všeobecný nábytok, doplnkový kancelársky sortiment	Kancelársky nábytok, ergonómia, moderný dizajn
<i>Cieľová skupina</i>	Domácnosti, malé firmy	Firmy, úrady, školy	Domácnosti, menšie firmy	Firemní zákazníci, školy, úrady, individuálni klienti
<i>Cenová úroveň</i>	Stredná až vyššia	Stredná až vyššia	Nízka až stredná	Stredná – pomer kvality a služieb
<i>Služby</i>	Doprava, montáž, online podpora	Odborné poradenstvo, montáž, záručný servis	Doprava, základné služby	Poradenstvo, návrh rozloženia, montáž, servis
<i>Dizajn a ergonómia</i>	Moderný, funkčný	Funkčný, ergonomický, profesionálny	Základný, masový dizajn	Moderný, ergonomický, prispôsobiteľný
<i>Marketing</i>	Silná značka, sociálne siete, reklamy	Cielený B2B marketing	Masová reklama, akcie	Regionálne ciele, sociálne siete, osobný prístup
<i>Dodanie</i>	Centrálne sklady, dlhšie dodacie lehoty	Na objednávku, 5 – 10 dní	Rýchle dodanie zo skladu	Regionálne skladovanie, rýchla montáž v okolí

6.2.2.Odhad podielu na trhu

Subjekt	Odhadovaný podiel na trhu (%)
IKEA.sk	30 %
Kancelarskynabytok.sk	20 %
Kondela.sk	15 %
Nábytok Viktória, s. r. o. (cieľ do 3 rokov)	2 – 3 %
Ostatní menší e-shopy	32 %

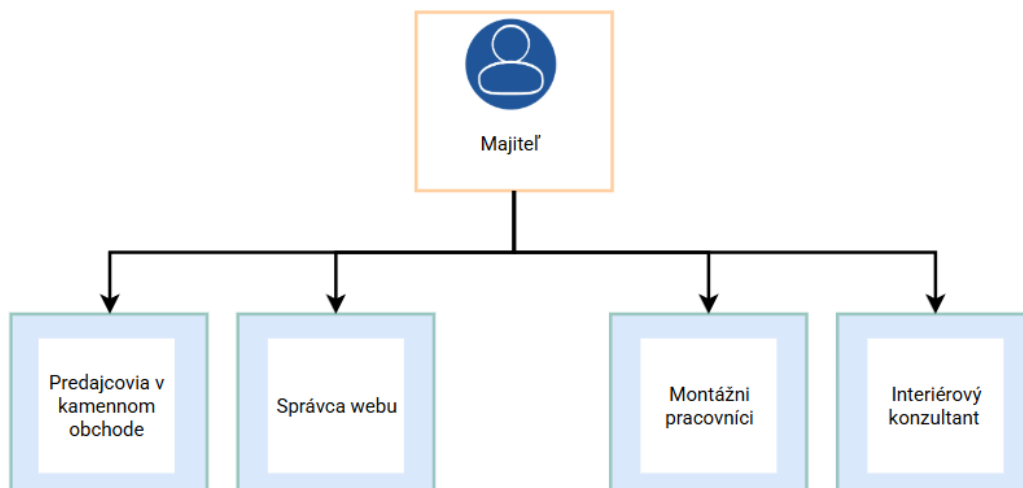
Dominujú silné značky s vysokým marketingovým rozpočtom. Nábytok Viktória má priestor uspieť vďaka špecializácii, osobnému prístupu a kombinácii online + regionálneho servisu, čo veľké reťazce nedokážu ponúknuť.

7. Organizačná štruktúra a manažment

7.1. Vlastníctvo podniku

Spoločnosť Nábytok Viktória, s.r.o. je vo výhradnom vlastníctve Viktórie Šmajdovej, ktorá vlastní 100 % obchodného podielu. Zároveň pôsobí ako konateľka a majiteľka firmy. Zodpovedá za strategické riadenie spoločnosti, obchodné rozhodnutia a celkový rozvoj podniku.

7.2. Organizačná štruktúra



7.2.1.Kompetencie a prínos jednotlivých členov

FUNKCIA	M E N O POČET	/ K O M P E T E N C I E ZODPOVEDNOSTI	A V Z D E L A N I E A SKÚSENOSTI
KONATEĽKA / MAJITEĽKA	Viktória Šmajdová	Strategické riadenie spoločnosti, plánovanie, kontakt s dodávateľmi a zákazníkmi, dohľad nad chodom firmy	Vysokoškolské vzdelanie v odbore manažment a podnikanie, skúsenosti v oblasti nábytku a obchodu
PREDAJCOVIA V K A M E N N E J PREDAJNI	Petra Novotná, Lucia Kováčová	Predaj kancelárskeho nábytku, odborné poradenstvo zákazníkom, prezentácia produktov a starostlivosť o predajňu	Stredoškolské vzdelanie obchodného zamerania, prax v maloobchode a komunikácii so zákazníkmi
SPRÁVCA WEBU	Tomáš Hrubý	Správa webovej stránky a e-shopu, spracovanie objednávok, online marketing a komunikácia so zákazníkmi	Vysokoškolské vzdelanie v odbore marketing / e-commerce, skúsenosti s online predajom a reklamou
I N T E R I É R O V Ý KONZULTANT	Marek Polák	Návrhy a realizácia zákazkových riešení kancelárií a interiérov pre firmy, školy a úrady, komunikácia so zákazníkom od návrhu po montáž	Vysokoškolské vzdelanie v odbore interiérový dizajn / projektový manažment, skúsenosti s navrhovaním interiérov
MONTÁŽNI PRACOVNÍCI	Peter Blažek, Andrej Hruška, Michal Rybár	Montáž kancelárskeho a zákazkového nábytku u klientov, technická realizácia, manipulácia a doprava nábytku	Odborné vzdelanie v odbore stolárstvo / nábytkárstvo, prax v montáži a inštalácii nábytku

8. Časový harmonogram

Obdobie	Kľúčové ciele a aktivity spoločnosti Nábytok Viktória, s. r. o.
2025	Založenie spoločnosti a spustenie prevádzky. Otvorenie kamennej predajne v Snine s ukázkovým sortimentom kancelárskeho nábytku. Nábor kvalifikovaného tímu (predaj, montáž, web, konzultant).
2026	Spustenie e-shopu a online predaja po celom Slovensku. Posilnenie spolupráce s dodávateľmi, optimalizácia dodávok a budovanie stabilnej zákazníckej základne.
2027	Rozšírenie ponuky produktov o nové typy kancelárskeho nábytku. Posilnenie marketingových aktivít a budovanie povedomia o značke v regióne.
2028	Otvorenie druhej kamennej predajne (Prešov/Humenné). Zavedenie vernostného programu pre stálych zákazníkov a firemných partnerov.
2029 – 2030	Rozšírenie pôsobnosti na východné Slovensko, uvedenie ekologického a modulárneho nábytku. Posilnenie značky ako regionálneho lídra v segmente kancelárskeho nábytku.

9. Rizikové faktory – SWOT analýza

9.1. Rizikové faktory podnikania

Interné riziká:

- nedostatok finančných zdrojov v počiatočnej fáze podnikania
- závislosť od malého počtu zamestnancov
- nízka známosť značky a potreba budovania povedomia

Externé riziká:

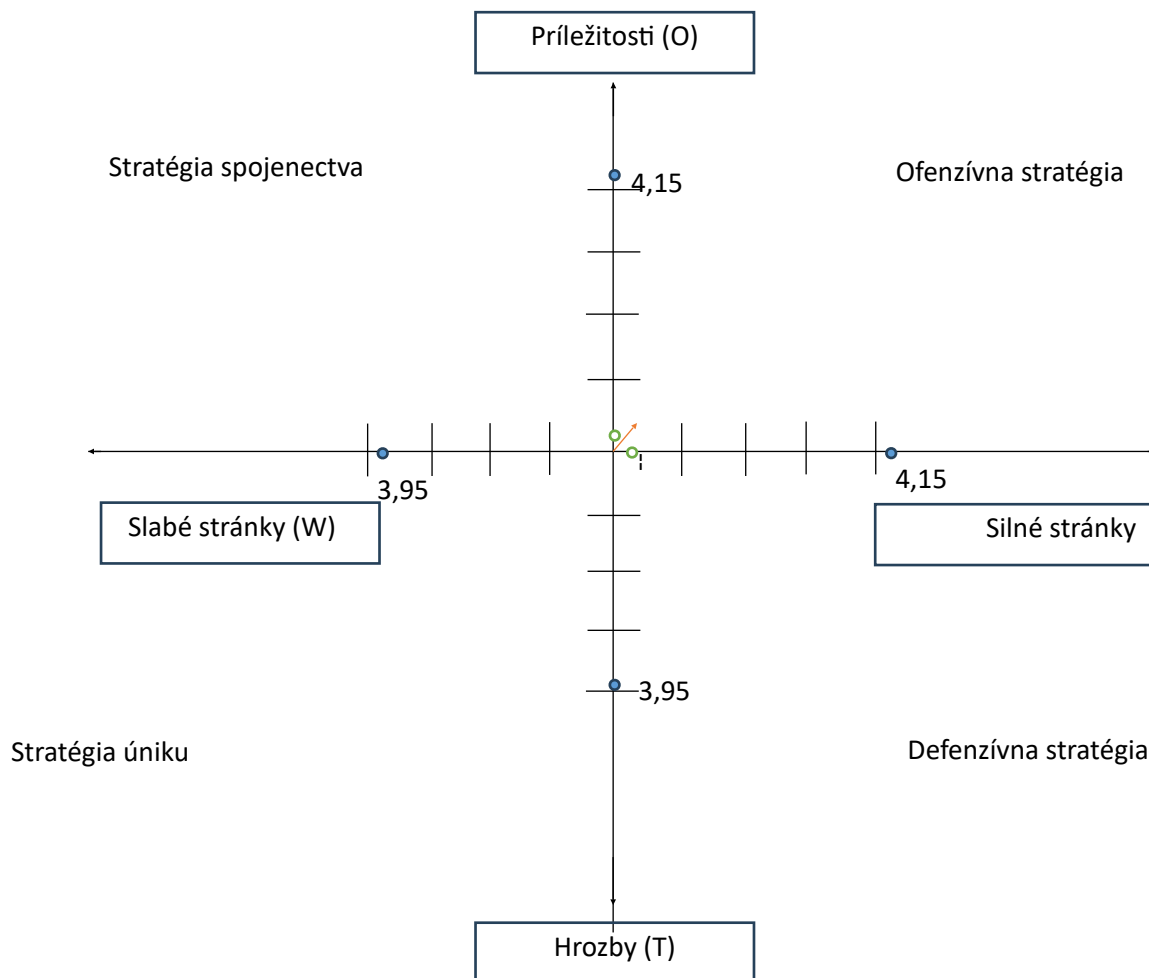
- silná konkurencia na trhu s nábytkom
- rast cien materiálov, energií a dopravy
- pokles kúpnej sily v dôsledku inflácie
- zmena preferencií zákazníkov a rast online konkurencie
- oneskorenia v dodávkach od dodávateľov

Najväčším rizikom v počiatočnej fáze je nedostatočná finančná rezerva, ktorá môže spôsobiť oneskorenie pri otváraní predajne alebo e-shopu. V prípade poklesu dopytu by podnik mohol čeliť problémom s likviditou. Scenár najhoršieho prípadu predstavuje nutnosť obmedziť prevádzku a sústrediť sa výlučne na online predaj, pričom by dočasne klesol obrat aj zisk.

9.2. SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY (S) Kvalitný sortiment od overených dodávateľov Individuálny prístup k zákazníkom Kombinácia kamennej predajne a e-shopu Flexibilita v rozhodovaní Strategická poloha v regióne	SLABÉ STRÁNKY (W) Nová značka bez vybudovanej reputácie Obmedzené finančné zdroje Malý počet zamestnancov Slabšie marketingové povedomie Závislosť od dodávateľov
PRÍLEŽITOSTI (O) Rastúci dopyt po kancelárskom a home-office nábytku Trend ekologických a ergonomických produktov Rozvoj online predaja cez e-shop Spolupráca s firmami a školami Rozšírenie sortimentu o nové produktové línie	HROZBY (T) Silná konkurencia v regióne a online prostredí Rast cien materiálov a dopravy Nízka kúpna sila v regióne Riziko oneskorených dodávok Pokles ekonomickej aktivity

9.2.1. Vyhodnotenie SWOT analýzy



Na základe vykonanej SWOT analýzy môžeme konštatovať, že podnik má silné vnútorné predpoklady a vhodné vonkajšie podmienky na rast a rozvoj. Identifikované silné stránky nám umožňujú aktívne využívať príležitosti na trhu. Ofenzívna stratégia nám odporúča maximalizovať tieto prednosti a cielene expandovať, investovať do rozvoja kľúčových oblastí a inovovať. Implementácia tejto stratégie by mala viesť k zvýšeniu konkurencieschopnosti, posilneniu pozície na trhu a dlhodobému rastu podniku.

10.Finančný plán

1. Počiatočný kapitál

Počiatočný kapitál spoločnosti Nábytok Viktória, s. r. o. predstavuje 50 000 €.

2. Investičné náklady

Položka	Suma (€)
Zariadenie predajne	15 000
Skladové zásoby	15 000
E-shop	5 000
Marketing	3 000
Ostatné (softvér, drobné vybavenie)	2 000
Celkom	40 000

Rezerva 10000 eur.

3. Mesačné prevádzkové náklady

Položka	Suma (€)
Mzdy	5 000
Nájom + energie	1 000
Doprava a logistika	300
Marketing	200
Mesačne spolu	6 500

4. Predpokladané príjmy

Položka	Hodnota
Priemerná cena produktu	150 €
Predaj mesačne	30 ks
Mesačný príjem	4 500 €
Ročný príjem	54 000 €

5. Predpokladaný výsledok

Položka	Suma (€)
---------	----------

Ročný príjem	54 000
Ročné náklady (6 500 × 12)	78 000
Ročná strata	-24 000

Finančný plán pre spoločnosť Nábytok Viktória, s. r. o. ukazuje, že počiatočný kapitál vo výške 50 000 € je dostatočný na pokrytie investícií do predajne, e-shopu a zásob, ako aj na zabezpečenie rezervy na prvé mesiace prevádzky. Očakávaná strata v prvom roku je prirodzená pre rozbiehajúcu sa firmu a je realisticky zvládnuteľná v rámci dostupného kapitálu. Postupným zvyšovaním predaja, marketingovou podporou a optimalizáciou nákladov je firma schopná v nasledujúcich rokoch dosiahnuť zisk a stabilnú finančnú situáciu.
