

Podnikateľský zámer
Rayzen, s.r.o.

Miroslav Fic

3. r., FBI

2025/2026

Obsah

Zhrnutie	3
1 Popis podniku.....	4
1.1 Základné informácie	4
1.2 Popis podniku	4
2 Analýza trhu	5
2.1 Analýza spotrebiteľa	5
2.2 SWOT analýza.....	5
3 Organizačná štruktúra	6
4 Finančný plán	7

Zhrnutie

Rayzen, s. r. o. predstavuje moderný e-shop s výpočtovou technikou, ktorý sa snaží konkurovať kvalitou služieb, odborným prístupom a individuálnym poradenstvom. Firma využíva trend digitalizácie a rastúceho online nakupovania.

Vďaka nízkym fixným nákladom, priamym vzťahom s dodávateľmi a dôrazu na spokojnosť zákazníka má Rayzen, s. r. o. potenciál stať sa stabilným hráčom na slovenskom IT e-commerce trhu.

1 Popis podniku

1.1 Základné informácie



Názov firmy: Rayzen, s.r.o.

IČO: 20250947

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Miroslav Fic

**Adresa Firmy: Němcovej 32
040 01 Košice**

Telefónne číslo: 0915 999 999

E-mail: miroslav.fic@student.tuke.sk

1.2 Popis podniku

Spoločnosť Rayzen, s.r.o. má sídlo v Košiciach na ulici Němcovej 32. Spoločnosť vznikla zápisom do Obchodného registra dňa 11.10.2025. Zakladateľom spoločnosti je fyzická osoba Miroslav Fic. Predmetom podnikania spoločnosti je kúpa a predaj výpočtovej techniky. Cieľom spoločnosti je stať sa spoľahlivým e-shopom s kvalitnou výpočtovou technikou pre jednotlivcov, firmy a školy. Firma plánuje konkurovať nielen cenou, ale aj kvalitným zákazníckym servisom, odborným poradenstvom a rýchlou dodávkou. Víziou spoločnosti je byť uznávaným menom v oblasti predaja výpočtovej techniky na Slovensku s dôrazom na spoľahlivosť a spokojnosť zákazníka.

2 Analýza trhu

Trh s výpočtovou technikou na Slovensku je stabilne rastúci. Digitalizácia zvyšuje dopyt po kvalitnej technike. E-commerce trh na Slovensku naďalej rastie – e-shopy zaznamenali medziročný nárast počtu objednávok o približne štvrtinu, pričom obrat vzrástol o vyše pätinu. Elektronika tvorí pätinu celkového nakupovania cez internet. Spotrebitelia najviac oceňujú oveľa väčší výber a často nižšie ceny oproti kamenným predajniam, pohodlnosť a lepšiu dostupnosť.

2.1 Analýza spotrebiteľa

Jednou cieľovou skupinou sú mladí ľudia – hráči, študenti, technologickí nadšenci. Ďalej sú to malé a stredné podniky – sú to firmy, ktoré hľadajú výpočtovú techniku napr. pre zariadenie svojich kancelárií. Môžu to byť aj iné e-shopy. Ďalšou spotrebiteľskou skupinou sú školy a univerzity, ktoré chcú zmodernizovať svoje technické vybavenie.

Zákazníci očakávajú rýchle dodanie, spoľahlivý servis. Často porovnávajú ceny online, napr. na Heureka.sk. Podobne sa môžu riadiť aj recenziami alebo odporúčaniami. V niektorých prípadoch by si chceli nechať poradiť, prekonzultovať výber techniky s odborníkmi.

2.2 SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Technická odbornosť zakladateľa	Nový e-shop bez histórie
Automatizovaný sklad a logistika	Malý marketingový rozpočet
Poradenstvo	Závislosť od dodávateľov
	Obmedzená skladová kapacita
Príležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
Rast dopytu po technike	Pokles kúpnej sily obyvateľstva
Rast online nakupovania	Kolísanie cien komponentov
Spolupráca so školami a firmami	Silná konkurencia veľkých e-shopov

3 Organizačná štruktúra

Zakladateľom a zároveň jediným majiteľom je Miroslav Fic, ktorý zároveň zodpovedá za účtovníctvo a poradenstvo. Firma zamestnáva ďalších 3 zamestnancov, ktorí zodpovedajú za chod skladu a reklamácie.

4 Finančný plán

Počiatočný kapitál: 30 000 €

- Základné imanie: 5 000 €
- Nákup tovaru na sklad: 15 000 €
- Webstránka a marketing: 5 000 €
- Rezerva a prevádzkové náklady: 5 000 €

Ročné náklady: 112 000 €

- Nákup tovaru: 60 000 €
- Prevádzka e-shopu a reklama: 10 000 €
- Mzdy (3 zamestnanci): 36 000 €
- Ostatné náklady (energie, balenie, doprava): 6 000 €

Očakávané tržby (1. rok): 130 000 €

Hrubý zisk: 18 000 €

Čistý zisk: cca 13 800 €