

Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta

Podnikatelsky zamer

Hihhi. s.r.o

Dic 2025000950

Martin Soroka

3r. FBI

2025/2026



Názov firmy: hihhi s.r.o

IČO: 20250950

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Martin Soroka

Adresa firmy: Svidnícka 43

04 011 Košice

Telefónne číslo: 0903 355 555

Fax: 055 333 86 76

E-mail: martin.soroka@student.tuke.sk

Obsah

1. Sumár	4
2. Charakteristika firmy	5
2.1. História a opis činnosti firmy.....	5
2.2. Legislatíva a právne aspekty	5
3. Informácie o manažmente a zamestnancoch	6
3.1. Manažment a kľúčoví predstavitelia firmy	6
3.2. Ciele firmy	6
4. Marketing a prieskum trhu	7
4.1. Analýza trhu.....	7
4.2. SWOT analýza	7
4.3. Analýza konkurencie	8
4.4. Analýza produktu	8
4.5. Analýza zákazníkov.....	8
4.6. Marketingový plán	9

1. Sumár

Spoločnosť **hihihi s.r.o.** je novo založená spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorej hlavným predmetom činnosti je **výroba, predaj a distribúcia moderného a ergonomického kancelárskeho nábytku**. Firma sídli v Košiciach a jej primárnym trhom je východné Slovensko s ambíciou rozšírenia pôsobnosti na celú SR. Zameranie je na malé a stredné podniky a moderné coworkingové centrá, ktoré preferujú modulárny a funkčný nábytok.

Firma vstupuje na trh s počiatočným kapitálom 5 000 € a plánuje pokryť zostávajúce počiatočné investície vo výške 15 000 € prostredníctvom bankového úveru. Hlavnou konkurenčnou výhodou bude personalizovaný prístup k dizajnu (nábytok na mieru) a rýchlejšie dodávky v porovnaní s veľkými medzinárodnými reťazcami. Podnikateľský plán predpokladá dosiahnutie bodu zvratu v priebehu 10 mesiacov a plánovaný čistý zisk v prvom roku prevádzky je 8 075 € pri obrate 80 000 €.

2. Charakteristika firmy

2.1. História a opis činnosti firmy

Spoločnosť hihhi s.r.o. bola založená v roku 2025, pričom jej zakladateľ, Martin Soroka, má praktické skúsenosti s prácou s drevom a dizajnom interiérov, získané počas brigád v menších stolárskych dielnach. Firma vznikla ako reakcia na rastúci dopyt po prispôsobiteľnom, ale cenovo dostupnom kancelárskom nábytku, ktorý kombinuje estetiku a zdravú ergonómiu, obzvlášť pre dynamické technologické firmy v regióne.

Firma funguje na princípe efektívnej finálnej montáže. Nezameriava sa na prvotné spracovanie surového dreva, ale na nákup kvalitných polotovarov (orezané dosky, kovové podnože, čalúnené komponenty) od certifikovaných lokálnych dodávateľov. Tým sa minimalizujú vlastné výrobné náklady a maximalizuje flexibilita.

Hlavná činnosť firmy zahŕňa:

1. **Výroba/Montáž:** Finálna úprava, lakovanie a montáž nábytku z polotovarov podľa špecifikácie klienta.
2. **Predaj a distribúcia:** Priamy predaj cez vlastný malý showroom/e-shop.
3. **Služby:** Zabezpečenie dopravy a odbornej montáže nábytku priamo u zákazníka

Produktové portfólio je zamerané na tri kategórie: pracovné stoly, úložné systémy a ergonomické sedenie.

2.2. Legislatíva a právne aspekty

Firma hihhi s.r.o. je zapísaná v Obchodnom registri.

- **Hlavný predmet podnikania:**
 - Výroba nábytku
 - Kúpa tovaru na účely jeho predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod)
 - Sprostredkovanie obchodu a služieb
 - Nákladná cestná doprava vykonávaná vozidlami s celkovou hmotnosťou do 3,5 t.
- **Povolenia a licencie:** Firma spĺňa všetky zákonné požiadavky pre prevádzkovanie voľných a viazaných živností v danom odbore.
- **Technické normy:** Dodržiava slovenské a európske normy pre bezpečnosť a kvalitu nábytku, napr. testy stability a zaťaženia pre kancelárske stoly a stoličky.

3. Informácie o manažmente a zamestnancoch

3.1. Manažment a kľúčoví predstavitelia firmy

Organizačná štruktúra je v počiatočnej fáze plochá a efektívna.

Pozícia	Predstaviteľ	Hlavné zodpovednosti
Konateľ a CEO	Martin Soroka	Celkové riadenie, finančná stratégia
Operatívny manažér	(Plánované obsadenie - 2. mesiac)	Spracovanie objednávok, logistika, komunikácia s dodávateľmi, aktívny predaj.
Technik	(Plánované obsadenie - 1. mesiac)	Príprava dielov, finálna montáž, kontrola kvality, inštalácia u klienta.

3.2. Ciele firmy

Poslanie firmy

Ponúknuť zákazníkom moderný, funkčný a cenovo dostupný kancelársky nábytok na mieru, ktorý transformuje pracovné prostredie na ergonomické a inšpiratívne miesto, čím priamo prispieva k vyššej produktivite a zdraviu zamestnancov v regióne Východného Slovenska.

Dlhodobé ciele (3 roky)

1. **Trhový podiel:** Získať 7 % podiel na trhu kancelárskeho nábytku na východnom Slovensku.
2. **Stabilizácia:** Rozšíriť portfólio na 5 kľúčových produktových línií a zabezpečiť vlastné výrobné priestory.
3. **Rentabilita:** Dosiahnuť ročnú mieru návratnosti investícií (ROI) na úrovni 18 % a EBITDA maržu 12 %.

Krátkodobé ciele (1. rok)

1. **Predaj:** Uzavrieť minimálne 20 B2B kontraktov a dosiahnuť obrat 80 000 €.
2. **Cash Flow:** Udržať kladný prevádzkový cash flow od 3. kvartálu prevádzky a splatiť prvú časť úveru.
3. **Značka:** Získať minimálne 10 pozitívnych referencií od kľúčových klientov.

4. Marketing a prieskum trhu

4.1. Analýza trhu

Trh kancelárskeho nábytku na Slovensku je charakterizovaný vysokou fragmentáciou. Najväčšími hráčmi sú veľké reťazce a medzinárodní dodávatelia. Avšak rastie segment MSP a vzniká silná potreba flexibilných a rýchlo dodávaných riešení na mieru, kde sú veľkí hráči neohrabaní.

Potenciál: Región Košíc je domovom rýchlo rastúceho IT a coworkingového sektora, ktorý preferuje moderný, minimalistický a ergonomický dizajn. hihhi s.r.o. sa zameriava práve na túto medzeru – cenovo dostupné a rýchle riešenia s vysokou mierou prispôbenia.

Riziko: Makroekonomická nestabilita a vysoké úrokové sadzby môžu viesť k odkladaniu veľkých investícií do kancelárskeho vybavenia.

4.2. SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)

S1. Flexibilita: Rýchlejšia odozva a možnosť prispôbenia farieb/rozmerov vďaka optimalizovanému výrobnému procesu.

S2. Cena/Výkon: Konkurencieschopné ceny vďaka nákupu polotovarov a nízkej réžii.

S3. Odbornosť: Vedomosti v oblasti interiérového dizajnu a ergonómie u zakladateľa.

Slabé stránky (Weaknesses)

W1. Nedôverčivosť: Nová značka na trhu, nedostatok dlhodobých referencií a histórie.

W2. Malá oblasť pôsobenia: Obmedzenie na región Východného Slovenska v počiatočnej fáze.

W3. Závislosť od dodávateľov: Silná závislosť na kvalite a včasných dodávkach materiálov od externých partnerov.

Vonkajšie príležitosti (Opportunities)

O1. Nové technológie: Ľahší prístup k softvéru pre 3D vizualizáciu interiérov a rýchlu tvorbu cenových ponúk.

O2. Dopyt po ergonómii: Zvýšený dôraz firiem na zdravie zamestnancov a kvalitné ergonomické vybavenie.

O3. Schopnosti majiteľa: Priame riadenie projektu znižuje náklady na externý manažment.

Vonkajšie hrozby (Threats)

T1. Silná konkurencia: Dominancia etablovaných veľkých hráčov.

T2. Zvyšovanie cien materiálov: Neistota na trhu surovín (drevotrieska, kov) a nárast logistických nákladov.

T3. Ekonomická situácia: Možné spomalenie investícií zo strany MSP v prípade recesie

4.3. Analýza konkurencie

Trh je rozdelený na tri hlavné kategórie konkurentov:

1. **Masoví predajcovia (IKEA, Merkury Market):** Nízke ceny, obrovský sortiment, ale nulová flexibilita v úprave na mieru, zlá logistika B2B, náročná montáž pre klienta.
2. **Lokálne stolárstva (Malé výrobné firmy):** Vysoká kvalita a prispôsobenie, ale sú často drahšie, neponúkajú komplexnú ergonómiu a majú veľmi dlhé dodacie lehoty (6-12 týždňov).
3. **Špecializovaní dodávatelia (Hubert, Office Pro):** Zameranie len na B2B, vysoká kvalita a servis, ale vysoká cena.

hihihi s.r.o. sa profiluje ako flexibilný dodávateľ nábytku na mieru s rýchlym dodaním (3-4 týždne) za strednú cenu, čím získava konkurenčnú výhodu voči bodom 2 a 3.

4.4. Analýza produktu

Hlavné produktové rady:

- **Stôl A** Modulárny, elektricky výškovo nastaviteľný stôl (v dvoch variantoch - Basic a Premium). Tvorí cca 50 % predaja.
- **Systém B** Skrinky, police a zásuvky s variabilnými rozmermi, ktoré sa dajú ľahko predstavovať. Použitie moderného push-to-open mechanizmu.
- **Stolička C** Ergonomické stoličky subdodávané od špecialistu, preštylizované a predávané pod vlastnou značkou s možnosťou vlastného výberu potáhov.

4.5. Analýza zákazníkov

Cieľové skupiny:

1. **MSP (Malé a Stredné Podniky):** Najmä IT, outsourcing a marketingové agentúry v Košiciach (10-50 zamestnancov). Preferujú moderný dizajn, ergonómiu a rýchlu realizáciu.
2. **Coworkingové centrá a Startupy:** Vyžadujú modulárne a odolné riešenia, ktoré je možné prispôsobiť pre rôzny počet používateľov.
3. **Štátna správa/Školy:** Sekundárny trh, zameranie na stredný/vyšší segment kvality.

4.6. Marketingový plán

- **Produktová politika:**
 - **Kvalita:** Použitie certifikovaných materiálov triedy E1 (nízke emisie formaldehydu) s 5-ročnou zárukou na konštrukciu.
 - **Dizajn:** Minimalistický škandinávsky štýl s možnosťou úpravy na mieru.
- **Cenová politika:**
 - **Stratégia:** Hodnotová stratégia – vyššia kvalita a servis ako u masových predajcov za strednú cenu.
 - **Diskonty:** Balíkové zľavy (kompletné vybavenie kancelárie) a 5 % zľava pri opakovanom nákupe.
- **Distribučná politika:**
 - **Priamy predaj:** Vlastný B2B predajný tím a e-shop
 - **Logistika:** Vlastná doprava a profesionálna montáž (zahrnutá v cene pri objednávke nad 2 000 €).
- **Propagačná politika:**
 - **Online marketing:** PPC kampane, vizualizácie a referencie na LinkedIn. Tvorba blogu o ergonómii a produktivite (obsahový marketing).
 - **Osobný predaj:** Aktívna účasť na regionálnych B2B sieťových podujatiach a priame oslovenie HR oddelení cieľových firiem.

5. Finančný plán

Finančný plán je navrhnutý pre 1. rok prevádzky spoločnosti hihhi s.r.o.

5.1. Investičný plán a krytie kapitálu

Celková počiatočná potreba kapitálu na rozbeh firmy je **20 000 €**.

Účel investície	Suma (€)	Zdroj krytia
Strojové vybavenie a náradie	12 000	Bankový úver
Počiatočné zásoby materiálu	3 000	Vlastné imanie (ZI)
Obežný kapitál a rezerva	5 000	Vlastné imanie a úver
CELKOM POTREBA	20 000	5 000 € Vlastné + 15 000 € Úver

- **Vlastné zdroje:** Základné imanie (ZI) vo výške 5 000 €.

- **Cudzie zdroje:** Bankový úver vo výške 15 000 € (splatnosť 3 roky).

5.2. Prehľad výnosov a nákladov (Ročne)

Položka	Suma	Poznámka
A. OČAKÁVANÉ TRŽBY	80 000	Celkový predaj za 1. rok.
B. VARIABILNÉ NÁKLADY	37 000	Náklady na materiál, závisia od objemu výroby.
C. FIXNÉ NÁKLADY	33 500	Mzdy, nájom, energie, odpisy, úroky.
D. CELKOVÉ NÁKLADY	70 500	

5.3. Plán ziskov a strát (1. rok)

Položka	Suma (€)
TRŽBY	80 000
Mínus: CELKOVÉ NÁKLADY	70 500
ZISK PRED ZDANENÍM (EBT)	9 500
Mínus: Daň z príjmu (15 %)	1 425
ČISTÝ ZISK	8 075