

TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
FAKULTA ELEKTROTECHNIKY A INFORMATIKY

Deskora, s.r.o.

Podnikateľský zámer

2025

Bc. Miriam Staneková



Názov firmy: Deskora s.r.o.

IČO: 20250967

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Bc. Miriam Staneková

Adresa firmy: Vysokoškolská 4

040 01 Košice

Telefónne číslo: +421 342 687 432

E-mail: miriam.stanekova@student.tuke.sk

Obsah

1. Popis podniku.....	4
1.1. Súčasný stav.....	4
1.2. Ciele spoločnosti	4
1.3. Plány do budúcnosti	4
2. Analýzy.....	5
2.1. Analýza odvetvia	5
2.2. Analýza trhu	5
2.3. Analýza výrobku a služieb	6
2.4. Analýza spotrebiteľa	7
2.4.1. Charakteristika cieľovej skupiny.....	7
2.4.2. Úžitok pre spotrebiteľa	8
2.5. Analýza konkurencie	8
2.5.1. Profil hlavných konkurentov	8
2.5.2. Porovnanie produktov a služieb.....	9
2.5.3. Postavenie na trhu	9
3. Organizačná štruktúra a manažment	10
3.1. Organizačná schéma	10
4. Časový harmonogram.....	11
5. Rizikové faktory – SWOT analýza	12
6. Finančný plán	13

1. Popis podniku

Spoločnosť Deskora, s. r. o. bola založená 09. októbra 2025 ako novovznikajúci podnik s cieľom priniesť na slovenský trh moderný, funkčný a cenovo dostupný kancelársky nábytok.

Zakladateľka a jediná majiteľka spoločnosti Bc. Miriam Staneková sa rozhodla založiť firmu na základe svojho záujmu o interiérový dizajn a predaj nábytku. Podnik vznikol ako reakcia na rastúci dopyt po ergonomických a esteticky príjemných riešeniach pre pracovné prostredie, najmä v období, keď sa rozšírila práca z domu a zvýšila sa potreba kvalitného kancelárskeho vybavenia.

Napriek tomu, že zakladateľka zatiaľ nemá predchádzajúce skúsenosti v oblasti podnikania, podnikateľský zámer bol pripravený po dôkladnom prieskume trhu a analýze potrieb zákazníkov. Cieľom je vybudovať značku, ktorá bude spájať funkčnosť, estetiku, kvalitu a prijateľnú cenu, a tým prispievať k zlepšeniu pracovného prostredia, ktoré má významný vplyv na produktivitu aj celkový komfort pri práci.

1.1. Súčasný stav

V súčasnosti, tesne po svojom založení, sa spoločnosť Deskora, s. r. o. nachádza vo fáze spustenia podnikateľskej činnosti. Hlavnou aktivitou je finalizácia a spustenie e-shopu, nadviazanie zmluvných vzťahov s prvými vybranými dodávateľmi a príprava úvodnej marketingovej kampane. Spoločnosť zatiaľ nemá zamestnancov a všetky počiatočné aktivity riadi priamo zakladateľka, čo umožňuje maximálnu flexibilitu a kontrolu nad nákladmi v štartovacej fáze.

1.2. Ciele spoločnosti

Hlavným cieľom spoločnosti Deskora, s. r. o. je vybudovať stabilnú a dôveryhodnú značku v oblasti kancelárskeho nábytku na slovenskom trhu a postupne expandovať do zahraničia.

Medzi hlavné ciele patria:

- rozšíriť ponuku o prémiové kolekcie nábytku s dôrazom na ergonómiu a moderný dizajn.
- posilniť online marketing, sociálne siete a značkovú komunikáciu.
- zaviesť vlastnú značku produktov s lokálnou výrobou.
- dosahovať udržateľný rast tržieb a ziskovosť prostredníctvom kvality služieb a lojality zákazníkov.

1.3. Plány do budúcnosti

Do budúcnosti sa spoločnosť plánuje rozvíjať v smere poskytovania komplexných riešení pre kancelárske priestory - od návrhu interiéru cez dodávku nábytku až po montáž a servis. Strategickým cieľom je vytvoriť dlhodobé partnerstvá s firmami a architektmi a poskytnúť zákazníkovi viac než len produkt – celkové riešenie ich pracovného priestoru.

2. Analýzy

2.1. Analýza odvetvia

Odvetvie predaja kancelárskeho nábytku na Slovensku je súčasťou širšieho nábytkárskeho priemyslu a predstavuje stabilný a postupne rastúci segment trhu. Hlavnými zákazníkmi sú firmy, administratívne priestory a rastúci segment ľudí pracujúcich z domu, ktorí vyžadujú ergonomické a funkčné pracovné prostredie. Trh je koncentrovaný predovšetkým v mestských oblastiach, ako sú Bratislava, Košice, Žilina či Nitra, kde je vysoká koncentrácia kancelárií a potenciálnych zákazníkov s kúpyschopnosťou.

Historicky sa odvetvie vyvíjalo postupne, pričom výraznejší rast nastal po roku 2000 s príchodom zahraničných reťazcov a zvyšovaním nárokov zákazníkov na kvalitu a dizajn. V posledných rokoch sa významne presadzuje online predaj, ktorý umožňuje menším a špecializovaným firmám osloviť zákazníkov naprieč celým Slovenskom.

Distribúcia a predaj prebieha kombinovane: kamenné predajne, veľkoobchod a internetové obchody. Veľké retailové reťazce kombinujú fyzické predajne s e-shopmi, špecializovaní dodávatelia cieľia predovšetkým na B2B segment a menšie firmy využívajú dropshipping alebo vlastný sklad s kuriérskou distribúciou.

Odvetvie sa vyznačuje stabilným dopytom, rastúcim významom ergonómie a moderného dizajnu a postupným presunom predaja do online kanálov. Medzi účastníkov trhu patria medzinárodné a domáce reťazce, B2B dodávatelia, lokálni výrobcovia a internetové platformy. Hlavnými bariérami vstupu sú silná konkurencia a logistická náročnosť pri objemnom tovare, no odvetvie stále poskytuje priestor pre flexibilné a špecializované projekty, ktoré dokážu ponúknuť kvalitné a dizajnovovo atraktívne riešenia.

2.2. Analýza trhu

Trh s kancelárskym nábytkom na Slovensku predstavuje dynamické prostredie s významným a stabilným potenciálom. Spoločnosť Deskora, s. r. o., so sídlom v Košiciach, vstupuje na tento trh so strategickou výhodou silného lokálneho zázemia. Košice, ako druhé najväčšie mesto a centrum východného Slovenska, disponujú vysokou koncentráciou firiem v sektoroch IT, služieb a administratívy, ktoré sú našou primárnou cieľovou skupinou. Táto lokálna prítomnosť nám umožňuje efektívne budovať počiatočnú zákaznícku základňu a zabezpečiť spoľahlivú logistiku v regióne.

Hoci Košice predstavujú kľúčový počiatočný trh, naša obchodná stratégia je postavená na celoslovenskom zábere prostredníctvom e-shopu. Tento prístup nám umožňuje prekonať geografické obmedzenia a efektívne reagovať na dva hlavné trendy, ktoré v súčasnosti formujú dopyt:

- **Rast segmentu "home office":** Zvyšujúci sa počet zamestnancov a živnostníkov pracujúcich z domu. Títo zákazníci sú ochotní investovať do kvalitného a ergonomického vybavenia, aby si zaistili zdravé a produktívne pracovné prostredie

- **Modernizácia firemných priestorov:** Spoločnosti si čoraz viac uvedomujú, že atraktívne a funkčné pracovné prostredie je kľúčovým nástrojom na prilákanie a udržanie talentovaných zamestnancov, a sú ochotné investovať do kvalitnejšieho vybavenia.

Sme si plne vedomí existencie silnej konkurencie. Na jednej strane trhu stoja veľké nábytkové reťazce, ktoré oslovujú zákazníkov predovšetkým nízkou cenou, avšak často na úkor kvality a ergonómie potrebnej pre každodenné intenzívne používanie. Na druhej strane pôsobia špecializovaní dodávatelia zameraní na veľkých korporátnych klientov, ktorí ponúkajú vysokú kvalitu za prémiové ceny, nedostupné pre menšie firmy či jednotlivcov.

Práve v priestore medzi týmito dvoma extrémami vidí Deskora, s. r. o., svoju hlavnú trhovú príležitosť. Našou stratégiou nie je súťažiť s najnižšou cenou, ale ponúknuť zákazníkovi najlepšíu hodnotu za peniaze. To dosiahneme prostredníctvom starostlivo vybraného portfólia produktov, ktoré spájajú moderný a atraktívny dizajn, vysokú funkčnosť a overenú kvalitu za dostupnú cenu. Vďaka efektívnemu online modelu dokážeme minimalizovať prevádzkové náklady a túto výhodu preniesť priamo na zákazníka. Veríme, že tento prístup nám umožní úspešne osloviť rastúci segment trhu a vybudovať si silné a dôveryhodné postavenie ako spoľahlivý partner pre moderné a funkčné kancelárske vybavenie.

2.3. Analýza výrobku a služieb

Deskora, s. r. o. je založená s cieľom poskytovať kvalitný kancelársky nábytok na slovenskom trhu. Spoločnosť nie je viazaná na žiadneho konkrétneho výrobcu, čo jej umožňuje flexibilne vyberať a ponúkať produkty od rôznych dodávateľov, ktorí spĺňajú jej kvalitatívne a dizajnové štandardy. Spoločnosť sa zameriava na predaj štyroch základných kategórií kancelárskeho nábytku: stoly, stoličky, skrine a poličky. Sortiment je navrhnutý tak, aby vyhovoval moderným požiadavkám na funkčnosť, ergonómiu a dizajn.

- **Kancelárske stoly:**

Portfólio zahŕňa širokú škálu stolov, od klasických pracovných stolov až po moderné, výškovo nastaviteľné modely, ktoré podporujú zdravé striedanie sedenia a státia pri práci. Zákazníci si môžu vyberať z rôznych materiálov, ako je masívne drevo, laminovaná drevotrieska s vysokou odolnosťou, ale aj kov a sklo pre modernejší vzhľad. Stoly sú často vybavené praktickými doplnkami, ako sú káblové priechodky, integrované zásuvky alebo možnosťou oddelenia pracovného priestoru pomocou paravánov.

- **Kancelárske stoličky:**

Kľúčovým produktom sú ergonomické kancelárske stoličky navrhnuté s dôrazom na minimalizáciu negatívnych dopadov dlhodobého sedenia. Tieto stoličky disponujú nastaviteľnými prvkami, ako je výška sedadla, bedrová opierka, opierky rúk a hlavy, čo umožňuje individuálne prispôsobenie pre každého používateľa. V ponuke sú rôzne typy potahových materiálov vrátane priedušnej sieťoviny, kvalitnej textílie a odolnej kože.

- **Skrine a poličky:**

Úložné riešenia sú navrhnuté s cieľom maximalizovať efektivitu a organizáciu pracovného priestoru. Ponuka zahŕňa uzamykateľné skrine na dokumenty, kombinované skrine s policami a dvierkami, ako aj otvorené policové systémy. Dôraz je kladený na modularitu, ktorá umožňuje zákazníkovi vyskladať si úložný priestor presne podľa svojich potrieb. Materiálové prevedenie je zladené s ponukou stolov, čo umožňuje vytvoriť dizajnový jednotný interiér.

V budúcnosti sa spoločnosť plánuje zamerať na niekoľko kľúčových oblastí rozvoja:

- **Rozširovanie sortimentu o "smart" nábytok:** Integrácia technológií do nábytku, ako sú stoly s bezdrôtovým nabíjaním pre mobilné zariadenia alebo inteligentné systémy na správu káblov.
- **Udržateľnosť a ekologické materiály:** Zaradenie produktov vyrobených z recyklovaných a ekologicky šetrných materiálov do ponuky, čím spoločnosť reaguje na rastúci dopyt po udržateľných riešeniach.
- **Flexibilné a modulárne riešenia:** Posilnenie ponuky modulárneho nábytku, ktorý umožňuje jednoduchú rekonfiguráciu pracovných priestorov v reakcii na meniace sa potreby firiem, ako je práca v tímoch alebo potreba tichých zón.
- **Služby interiérového dizajnu:** Poskytovanie poradenstva a návrhov interiérov na mieru, ktoré zákazníkovi pomôžu vytvoriť funkčné a esteticky príjemné pracovné prostredie.

2.4. Analýza spotrebiteľa

Cieľovým trhom spoločnosti Deskora, s. r. o. sú zákazníci, ktorí hľadajú kvalitný, moderný a cenovo dostupný kancelársky nábytok. Ide najmä o ľudí, ktorí si uvedomujú význam dobre zariadeného pracovného prostredia pre efektivitu, zdravie a celkovú pohodu pri práci, pričom oceňujú profesionálny prístup, prehľadný e-shop a rýchle dodanie.

2.4.1. Charakteristika cieľovej skupiny

1. Fyzické osoby (domáci zákazníci)

Táto skupina predstavuje jednotlivcov, ktorí pracujú z domu (**home office**) alebo si zariaďujú vlastný pracovný priestor.

- **Vek:** 20 – 50 rokov
- **Pohlavie:** muži aj ženy (mierna prevaha žien pri výbere dizajnových prvkov)
- **Povolanie:** zamestnanci v administratíve, IT, marketingu, finančných službách, študenti
- **Príjem:** stredný až vyšší (cca 1 000 – 2 000 € mesačne)
- **Geografické zameranie:** mestské a prímestské oblasti, prevažne väčšie mestá (Bratislava, Košice, Nitra, Žilina, Trnava)
- **Motivácia nákupu:** snaha vytvoriť si pohodlné, funkčné a estetické pracovné prostredie, ktoré podporuje koncentráciu a zdravé držanie tela.

2. Právnické osoby (firemní zákazníci)

Druhou cieľovou skupinou sú menšie a stredné podniky, ktoré potrebujú zariadiť svoje kancelárske priestory.

- **Typ zákazníka:** firmy v oblastiach služieb, administratívy, účtovníctva, call centrá, start-upy
- **Veľkosť firmy:** 5 – 50 zamestnancov
- **Rozhodovateľ:** majiteľ, manažér alebo osoba zodpovedná za zariadenie kancelárie
- **Motivácia nákupu:** potreba zmodernizovať pracovné priestory, zvýšiť komfort zamestnancov a zároveň pôsobiť reprezentatívne pred klientmi.
- **Úžitok:** kvalitný a dizajnový jednotný kancelársky nábytok zvyšuje produktivitu, profesionálny imidž a dlhodobú spokojnosť zamestnancov.

2.4.2. Úžitok pre spotrebiteľa

Produkty spoločnosti **Deskora, s. r. o.** prinášajú zákazníkovi niekoľko konkrétnych výhod:

- **Ergonomické riešenia** – podpora zdravého sedenia a prevencia bolestí chrbta.
- **Estetický dizajn** – nábytok vytvára príjemné a reprezentatívne pracovné prostredie.
- **Dostupná cena** – vhodný pomer medzi kvalitou, dizajnom a cenou.
- **Flexibilita ponuky** – možnosť výberu z viacerých štýlov, veľkostí a farebných prevedení.
- **Pohodlný online nákup** – doručenie až domov alebo do firmy

2.5. Analýza konkurencie

Trh kancelárskeho nábytku je konkurenčne silný, ale stále ponúka priestor pre nové značky so zameraním na osobný prístup, dizajn a špecializáciu.

Spoločnosť Deskora, s. r. o. sa môže uplatniť najmä v segmente malých firiem a domácich zákazníkov, ktorí hľadajú kvalitu a funkčný dizajn za rozumnú cenu. Kľúčom k úspechu bude marketing, zákaznícka starostlivosť a budovanie značky, ktoré odlišia firmu od veľkých konkurentov.

2.5.1. Profil hlavných konkurentov

Názov konkurenta	Charakteristika	Podiel na trhu (odhad)
IKEA Slovakia, s. r. o	Medzinárodný reťazec s dominantným postavením. Ponúka široký sortiment nábytku vrátane kancelárskeho. Silná značka, známa kvalita, vlastná logistika.	cca 35%
Asko Nábytok, s. r. o.	Veľkoobchodný aj maloobchodný predaj nábytku, showroomy v hlavných mestách, pravidelné akcie. Silné zázemie, ale menej špecializácie na kancelársky nábytok.	cca 20%
OfficeDepot / Viking	Zameranie na kancelárske vybavenie, techniku a nábytok. Silné B2B postavenie, známa značka pre firmy.	cca 15%
Möbelix / XXXLutz	Reťazec s veľkou ponukou nábytku v rôznych cenových úrovniach. Menej dôraz na individuálny prístup a dizajn.	cca 10%

2.5.2. Porovnanie produktov a služieb

Kritérium	Deskora, s. r. o.	Veľké reťazce (napr. IKEA, Möbelix)
Sortiment	Úzko špecializovaný na kancelársky nábytok (stoly, stoličky, skrine, poličky)	Všeobecný – pre celý dom, kancelária len časť ponuky
Cena	Stredná kategória (dobrý pomer kvality a ceny)	Nízka až stredná
Kvalita	Overení dodávateľia, dôraz na ergonómiu a dizajn	Priemerná až vysoká
Zákaznícky servis	Individuálny prístup, online poradenstvo	Masový predaj, obmedzená komunikácia
Dizajn	Moderný, minimalistický	Široká paleta, ale menej špecificky pracovná
Online predaj	E-shop s prehľadnou štruktúrou a vizuálom	Veľké platformy, menej prehľadné pre kancelársky segment

2.5.3. Postavenie na trhu

Spoločnosť Deskora, s. r. o. patrí medzi malých nových predajcov, ktorí sa zameriavajú na konkrétny segment trhu – kancelársky nábytok.

Jej konkurenčnou výhodou je:

- **špecializácia na pracovné prostredie** (nie všeobecný nábytok),
- **osobný prístup k zákazníkovi**,
- **prehľadná online ponuka**
- **rýchla komunikácia a zákaznícka podpora**.

Značka Deskora sa chce profilovať ako moderný slovenský predajca, ktorý kombinuje štýl, kvalitu a dostupnosť – čo ju odlišuje od veľkých reťazcov s masovou produkciou.

3. Organizačná štruktúra a manažment

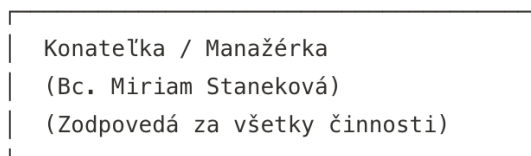
Spoločnosť Deskora, s. r. o. je spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorej jedinou spoločníčkou a konateľkou so 100 % obchodným podielom je Bc. Miriam Staneková. Táto vlastnícka štruktúra zabezpečuje v počiatočnej fáze podnikania maximálnu flexibilitu v rozhodovaní a priamu kontrolu nad všetkými operatívnymi a strategickými činnosťami.

V súčasnosti je manažment firmy a celá organizačná štruktúra plne sústredená v rukách zakladateľky, ktorá osobne zastrešuje všetky kľúčové funkcie. Jej profil predstavuje pre spoločnosť významnú strategickú výhodu. Konateľka je absolventkou bakalárskeho štúdia v odbore Hospodárska informatika, vďaka čomu disponuje unikátnou kombináciou vedomostí z ekonomiky, manažmentu a informačných technológií. Jej akademické zázemie jej umožňuje nielen samostatne riadiť kľúčový nástroj podnikania, e-shop, ale aj viesť účtovníctvo a finančné riadenie. Popri odbornej kvalifikácii je jej silným prínosom aj osobná vášeň pre interiérový dizajn, ktorá zaručuje, že sortiment bude moderný a funkčný.

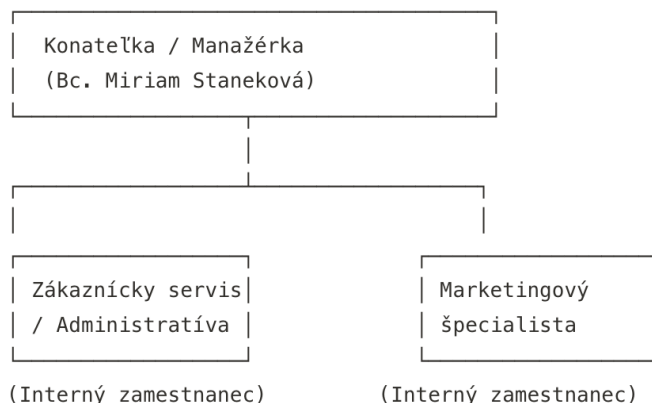
S predpokladaným rastom objemu objednávok sa v horizonte 1 až 2 rokov počíta s postupným budovaním interného tímu. Prvým krokom bude vytvorenie pozície zameranej na zákaznícky servis a administratívu, aby sa uvoľnila kapacita konateľky pre strategický rozvoj. Následne sa počíta s vytvorením pozície špecialistu na online marketing. Vedenie účtovníctva zostane v kompetencii konateľky, s možnosťou využitia externých konzultácií len v prípade zložitých daňových otázok alebo auditu.

3.1. Organizačná schéma

Súčasný stav:



Budúci stav (horizont 2 roky):



4. Časový harmonogram

Časový harmonogram je rozdelený na dve časti. Prvá časť predstavuje dlhodobý strategický plán, ktorý spája hlavné ciele spoločnosti s viacročným časovým horizontom. Druhá časť detailne popisuje operačný plán spustenia na prvé tri kľúčové mesiace podnikania.

Strategický časový harmonogram (2025 – 2028)

Fáza	Obdobie	Hlavné aktivity	Strategický cieľ
1. Založenie a vstup na trh	Q4 2025 – Q3 2026	Založenie firmy, spustenie e-shopu, úvodný marketing, optimalizácia procesov.	Úspešné spustenie prevádzky a získanie prvej zákaznickej základne.
2. Rast a budovanie značky	Q4 2026 – Q4 2027	Rozšírenie sortimentu, zavedenie B2B programu, posilnenie online marketingu.	Etablovanie značky DESKORA ako dôveryhodného predajcu na slovenskom trhu.
3. Stabilizácia a expanzia	2028 a ďalej	Otvorenie showroomu, zavedenie vlastnej produktovej línie, príprava na vstup na zahraničné trhy.	Zabezpečenie dlhodobej ziskovosti, zvýšenie trhového podielu a začiatok regionálnej expanzie.

Detailný plán spustenia (Október – December 2025)

P.č.	Popis aktivity	Termín splnenia	Cieľ / Výstup
1.	Založenie s.r.o. a právne registrácie	Október 2025	Zápis do OR, pridelenie IČO a DIČ.
2.	Finalizácia a spustenie e-shopu	Október 2025	Plne funkčná a otestovaná webová stránka.
3.	Výber a zazmluvnenie dodávateľov	Október / November 2025	Dohodnuté nákupné ceny a dodacie podmienky.
4.	Nákup počiatočných skladových zásob	November 2025	Tovar pripravený na okamžitú expedíciu.
5.	Oficiálne spustenie predaja pre verejnosť	November 2025	Prijatie a vybavenie prvých objednávok.
6.	Spustenie úvodnej marketingovej kampane	November / December 2025	Zvýšenie povedomia o novej značke Deskora.
7.	Zber a analýza dát z prvých predajov	December 2025	Identifikácia najpredávanejších produktov.
8.	Plánovanie aktivít na Q1 2026	December 2025	Príprava stratégie a rozpočtu na ďalšie obdobie.

5. Rizikové faktory – SWOT analýza

Silné stránky (strenghts):

- **kvalitný a dizajnovo atraktívny sortiment** – zameranie na moderný, ergonomický a estetický kancelársky nábytok.
- **silný cit pre dizajn a prehľad v trendoch** – zakladateľka má záujem o interierový dizajn, čo zaručuje kvalitný a moderný výber sortimentu
- **online predaj** – flexibilita, nižšie prevádzkové náklady a dostupnosť pre zákazníkov z celého Slovenska.
- **spolupráca s overenými dodávateľmi** – slovenskí aj zahraniční výrobcovia, dôraz na kvalitu a udržateľnosť.
- **silná vízia a jasná stratégia rastu** – dôraz na budovanie značky a zákaznícku spokojnosť.

Slabé stránky (weaknesses):

- **nízka známosť značky** – ako nová firma musí Deskora, s. r. o. investovať viac do marketingu a budovania dôvery.
- **absencia predchádzajúcich podnikateľských skúseností zakladateľky**
- **závislosť od externých dodávateľov**
- **absencia fyzickej predajne/showroomu** – zákazníci si nemôžu nábytok osobne vyskúšať.
- **obmedzené finančné zdroje** – typické pre začínajúcu firmu, znižuje tempo rozvoja.

Príležitosti (opportunities):

- **rastúci trend home office a hybridnej práce** – zvyšuje dopyt po ergonomickom kancelárskom nábytku.
- **rozšírenie ponuky o komplexné riešenia interiérov** – návrhy, vizualizácie, montáž.
- **možnosť expanzie na zahraničné trhy**
- **záujem o udržateľné a lokálne produkty** – možnosť vytvoriť vlastnú ekologickú produktovú líniu.
- **online marketing a e-commerce rast** – využitie digitálnych nástrojov, sociálnych sietí a influencer marketingu.

Hrozby

- **silná konkurencia** – etablované značky (napr. IKEA, Asko, JYSK) s väčším kapitálom.
- **kolísanie cien materiálov a dopravy** – môže ovplyvniť marže a dostupnosť tovaru.
- **ekonomická nestabilita a pokles investícií firiem** – zníženie dopytu po kancelárskom nábytku.
- **rýchle zmeny trendov v dizajne** – potreba prispôbovať ponuku novým štýlom.
- **závislosť od online prostredia** – riziko výpadkov webu, kybernetické hrozby, zmeny algoritmov reklamy.

6. Finančný plán

Táto tabuľka zobrazuje jednorazové náklady nevyhnutné na spustenie podnikania v poslednom štvrtroku 2025.

Položka	Popis	Odhadovaná suma (€)
Založenie spoločnosti	Administratívne a súdne poplatky	300
Webstránka a e-shop	Nákup šablóny, pluginov a licencií (tvorba vo vlastnej réžii)	200
Počiatočný nákup tovaru	Najpredávanejšie modely stolov a stoličiek	3 000
Úvodný marketing	Spustenie kampaní na sociálnych sieťach	500
Finančná rezerva	Na pokrytie nečakaných výdavkov a cash flow v prvých mesiacoch	1 000
Spolu počiatočné náklady		5 000

Zdroje financovania

Podnikanie je založené na princípe sebestačnosti a nízkeho rizika, preto je plne financované z vlastných zdrojov.

Zdroj financovania	Výška (€)	Podiel
Vklad zakladateľky (vlastné zdroje)	5 000	100 %
Bankový úver / Cudzíe zdroje	0	0 %
Spolu	5 000 €	100 %

Odhad tržieb a nákladov (prvé tri plné roky)

Projekcia počíta s prvým plným rokom podnikania v roku 2026.

Rok	Tržby (€)	Prevádzkové náklady (€)	Zisk / Strata pred zdanením (€)
2026	30 000	34 800	- 4 800
2027	51 000	50 900	+ 100
2028	72 000	68 000	+ 4 000

Predpokladaný ročný rast tržieb: Postupný, začínajúc od nuly, s cieľom dosiahnuť obrat 30 000 € v prvom plnom roku.

Hlavné náklady: Nákup tovaru (variabilné), marketing a mzda konateľky (fixné). Prevádzkové náklady sú minimalizované vďaka vedeniu účtovníctva a správe e-shopu vo vlastnej réžii.

Plán Cash Flow a likvidita

Likvidita bude v prvých mesiacoch riadená veľmi opatrne. Počiatočná finančná rezerva vo výške 1 000 € je určená na pokrytie očakávaného záporného cash flow, kým sa tržby nestabilizujú. Cieľom je udržiavať na firemnom účte vždy dostatočnú hotovosť na úhradu faktúr od dodávateľov a marketingových nákladov.

Finančné ciele spoločnosti

- **Krátkodobý cieľ (do konca roka 2026):** Dosiahnuť priemerný mesačný obrat na úrovni 2 500 € a vybudovať stabilnú zákaznícku základňu.
- **Strednodobý cieľ (do konca roka 2027):** Dosiahnuť bod zvratu (obrat cca 42 000 €) a dostať firmu do ziskovosti.
- **Dlhodobý cieľ (do 3-4 rokov):** Zabezpečiť návratnosť počiatočnej investície a vytvoriť finančnú rezervu pre ďalší rozvoj (napr. rozšírenie sortimentu).

Finančný plán je postavený na realistických a konzervatívnych predpokladoch. Ukazuje, že projekt Deskora, s. r. o. je životaschopný aj s obmedzeným počiatočným kapitálom, a to vďaka stratégii nízkych nákladov a maximálnemu využitiu vlastných zručností zakladateľky. Plánovaná počiatočná strata je očakávaná a riadená. V strednodobom horizonte má firma jasnú cestu k dosiahnutiu ziskovosti a dlhodobej udržateľnosti.

V Košiciach, dňa 24.10. 2025

.....
Podpis