

TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
EKONOMICKÁ FAKULTA

PODNIKATEĽSKÝ ZÁMER
Nabytok MIKY, s.r.o.

2025

Šimon Mikolaj
5. ročník, HI

Názov firmy: Nabytok MIKY, s.r.o.

IČO: 20250969

DIČ: 2025000969

ZI: 10 000 €

Majiteľ firmy: Šimon Mikolaj

Adresa firmy: Vranovská 55, 080 06 Prešov

Telefónne číslo: +421 940 830 613

E-mail: simon.mikolaj.2@student.tuke.sk

Obsah

1.	Sumár.....	5
2.	Popis podniku.....	6
2.1.	História podniku.....	6
2.2.	Súčasný stav podniku	6
2.3.	Popis činnosti.....	6
2.4.	Ciele	6
2.5.	Plány do budúcnosti	7
3.	Analýza výrobku alebo služby	8
4.	Analýza trhu.....	9
4.1.	Potenciálny trh a jeho charakteristiky	9
4.2.	Podiel na trhu	9
4.3.	Trendy a rastový potenciál.....	9
4.4.	Predaj, distribúcia a zisky	10
5.	Analýza spotrebiteľa.....	11
5.1.	Firmy a podniky	11
5.2.	Domáce pracoviská / Home Office	11
5.3.	Vzdelávacie organizácie a inštitúcie	11
5.4.	SWOT analýza spotrebiteľských skupín	12
6.	Analýza konkurencie	13
6.1.	Profil konkurencie	13
6.2.	Porovnanie výrobkov	13
6.3.	Postavenie a podiel na trhu	14
6.4.	Porovnanie silných a slabých stránok.....	14
6.5.	SWOT analýza konkurencie	15
7.	Organizačná štruktúra a manažment.....	16
7.1.	Vlastnícka štruktúra.....	16
7.2.	Podporný manažment.....	16
7.3.	Plány budúceho rozvoja	16

8.	Časový harmonogram.....	18
9.	Rizikové faktory – SWOT analýza.....	19
9.1.	Identifikácia rizikových faktorov	19
9.2.	Scenáre pre najhorší prípad	19
9.3.	SWOT analýza	19
10.	Finančný plán.....	22
10.1.	Finančné zdroje.....	22
10.2.	Plánovane výdavky	22
10.3.	Predpokladané príjmy.....	22
10.4.	Likvidita a kontrola	23

1. Sumár

Spoločnosť Nábytok MIKY, s.r.o., založená 10.10.2025 v Prešove, vznikla s cieľom ponúkať moderné, kvalitné a cenovo dostupné riešenia v oblasti nábytku pre domácnosti aj firemných zákazníkov. Zakladateľ a konateľ spoločnosti, Šimon Mikolaj, vychádza z dlhoročných skúseností v oblasti obchodu a dizajnu interiérov. Vďaka jeho odbornosti a zodpovednému prístupu sa podarilo vytvoriť stabilný a spoľahlivý tím piatich zamestnancov, ktorý zabezpečuje plynulý chod spoločnosti.

Medzi kľúčové pracovné pozície patria zástupca riaditeľa, obchodný zástupca, dvaja predajcovia a ekonóm. Každý člen tímu prispieva k profesionálnemu servisu a spokojnosti zákazníkov.

Marketingová stratégia spoločnosti bude postavená na kombinácii tradičných aj digitálnych komunikačných kanálov. Nábytok MIKY, s.r.o. plánuje využívať lokálne reklamné nástroje, ako sú letáky, reklama v regionálnej tlači a v lokálnych médiách, pričom súčasne posilní svoju online prezentáciu prostredníctvom sociálnych sietí a cielenej digitálnej reklamy.

Prevádzka spoločnosti sa nachádza v centre Prešova, čo umožňuje jednoduchý prístup pre zákazníkov a zaručuje dobrú viditeľnosť značky na trhu. Hlavnú cieľovú skupinu tvoria podnikatelia, firmy či verejné inštitúcie, ktorí hľadajú funkčný a dizajnovovo atraktívny nábytok. Spoločnosť plánuje postupne rozšíriť svoju pôsobnosť aj do okolitých miest a vidieckych oblastí, čím posilní svoje postavenie na regionálnom trhu.

V regióne pôsobí viacero predajcov nábytku, no Nábytok MIKY, s.r.o. sa od konkurencie odlišuje individuálnym prístupom, možnosťou výroby nábytku na mieru a konkurencieschopnými cenami, ktoré sú v priemere o 5–15 % nižšie než u iných predajcov. Do budúcnosti spoločnosť plánuje rozšíriť svoju ponuku o ekologické a udržateľné produkty.

2. Popis podniku

2.1. História podniku

Nábytok MIKY, s.r.o. vznikol v roku 2025 v Prešove ako reakcia na rastúci dopyt po kvalitnom, funkčnom a dizajnovom atraktívnom nábytku pre firmy aj kancelárie. Cieľom spoločnosti od začiatku bolo ponúkať riešenia, ktoré spájajú praktickosť, estetiku a dostupnú cenu.

Zakladateľ a konateľ firmy Šimon Mikolaj využil svoje skúsenosti z oblasti interiérového dizajnu a obchodu na vybudovanie značky, ktorá stavia na osobnom prístupe a kvalite služieb. Počas prvého obdobia sa firma zameriavala predovšetkým na menších podnikateľov a lokálne firmy v regióne Prešova, pričom dôraz kládla na flexibilitu a rýchle vybavenie zákazníkov.

2.2. Súčasný stav podniku

V súčasnosti spoločnosť Nábytok MIKY, s.r.o. zamestnáva 5 pracovníkov a neustále rozširuje svoje portfólio služieb. Okrem klasického predaja nábytku ponúka aj kompletne interiérové riešenia na mieru – od návrhu priestoru, cez 3D vizualizácie až po samotnú realizáciu.

Firma spolupracuje s overenými slovenskými aj zahraničnými dodávateľmi, čo jej umožňuje ponúkať široký výber produktov – od cenovo dostupného kancelárskeho nábytku až po prémiové dizajnové kusy. V najbližšom období plánuje spoločnosť rozšíriť pôsobenie mimo Prešova a zároveň posilniť online predaj, vrátane moderného e-shopu s možnosťou konfigurácie nábytku na mieru.

2.3. Popis činnosti

Nabytok MIKY, s. r. o. sa venuje rôznym činnostiam v oblasti predaja a poskytovania komplexných riešení kancelárskeho nábytku:

- Nákup a predaj kancelárskeho a bytového nábytku,
- logistiku, montáž a servis,
- online predaj prostredníctvom e-shopu,
- poskytovanie záruky a popredajnej starostlivosti,
- návrhy interiérov a dizajnové poradenstvo,

2.4. Ciele

- Do piatich rokov sa stať jedným z lídrov slovenského trhu v segmente interiérového a kancelárskeho nábytku.
- Rozšíriť marketingové aktivity v online priestore, so zameraním na e-shop a sociálne siete.
- Zaviesť vlastnú produktovú líniu nábytku Nábytok MIKY s dôrazom na udržateľné materiály a lokálnu výrobu.

2.5. Plány do budúcnosti

- Pripraviť podmienky pre export vybraných produktov na zahraničné trhy.
- Budovať dlhodobé partnerské vzťahy s firemnými zákazníkmi a interiérovými štúdiami.
- Rozšíriť sortiment o ekologicky vyrábaný nábytok z recyklovateľných materiálov.

3. Analýza výrobku alebo služby

Nábytok MIKY, s.r.o. sa zameriava na výrobu a predaj interiérového a kancelárskeho nábytku, ktorý spája moderný dizajn, funkčnosť a dlhú životnosť. Cieľom spoločnosti je poskytovať riešenia, ktoré zlepšujú kvalitu pracovného aj domáceho prostredia a prispievajú k zdravej ergonómii používateľa.

Medzi hlavné produktové kategórie patria:

- Ergonomické stoličky a kreslá
Spoločnosť ponúka široký výber ergonomických kancelárskych stoličiek a kresiel, ktoré sú navrhnuté pre maximálne pohodlie a podporu chrbtice. Produkty umožňujú viacúrovňové nastavenie výšky, opierky rúk, bedrovej opory a hlavovej opierky.
- Výškovo nastaviteľné pracovné stoly
V súlade s trendom tzv. „*zdravého pracoviska*“ spoločnosť ponúka stoly s nastaviteľnou výškou, ktoré umožňujú striedať prácu v sede a v stoji. Tieto riešenia podporujú produktivitu a prevenciu zdravotných problémov spôsobených dlhým sedením.
- Úložné riešenia a kancelárske zostavy
Nábytok MIKY, s.r.o. vyrába aj praktické skrinky, policové systémy a kontajnery, ktoré kombinujú funkčnosť s estetickým dizajnom. Sortiment zahŕňa modulárne zostavy, ktoré je možné prispôsobiť veľkosti a typu priestoru.
- Doplnkový sortiment a dizajnové doplnky
Do portfólia patria aj doplnky ako podložky, stojany, organizéry, lampy a dekoračné prvky, ktoré dotvárajú celkový vzhľad interiéru a zvyšujú efektivitu pri práci.

Všetky produkty sú vyrábané z certifikovaných materiálov, ktoré spĺňajú prísne normy trvácnosti a bezpečnosti. Každý kus prechádza kontrolou kvality a testovaním odolnosti, aby bola zabezpečená dlhá životnosť a spokojnosť zákazníka. Spoločnosť poskytuje štandardnú aj predĺženú záruku, čím potvrdzuje svoju dôveru v spoľahlivosť produktov.

Firma spolupracuje s osvedčenými výrobcami komponentov z Česka, Poľska a Slovenska, ako aj s miestnymi remeselníkmi. Dlhodobé vzťahy s dodávateľmi zaručujú stabilitu dodávok, kvalitu materiálov a možnosť prispôsobiť sa zákazníkovi na mieru.

Do budúcnosti plánuje Nábytok MIKY, s.r.o. rozšíriť svoju výrobu o ekologické a recyklovateľné produkty, ktoré budú vyrábané z udržateľne získaných materiálov. Firma zároveň plánuje investovať do výskumu nových technológií povrchových úprav, modulárnych systémov a inteligentných nábytkových riešení (napr. stolov s integrovaným LED osvetlením a bezdrôtovým nabíjaním).

4. Analýza trhu

4.1. Potenciálny trh a jeho charakteristiky

Nábytok MIKY, s.r.o. sa zameriava na rôzne segmenty zákazníkov, pričom hlavné skupiny sú:

- **Firmy a podniky:** Malé a stredné podniky, ale aj korporácie, ktoré hľadajú kvalitný a funkčný nábytok pre svoje kancelárske priestory. Hlavné požiadavky zahŕňajú moderný dizajn, odolnosť materiálov a možnosť prispôsobenia podľa potrieb zamestnancov a workflow procesov.
- **Domáce pracoviská / Home Office:** S rastúcim trendom práce z domu sa zvyšuje dopyt po ergonomických riešeniach – nastaviteľných stoloch, komfortných stoličkách a doplnkoch, ktoré podporujú zdravie a produktivitu používateľa.
- **Vzdelávacie inštitúcie a organizácie:** Školy, univerzity a vzdelávacie centrá potrebujú praktický, bezpečný a odolný nábytok pre administratívne priestory a učebne, ktorý podporuje spoluprácu a pohodlie študentov i zamestnancov.

4.2. Podiel na trhu

Cieľom spoločnosti je získať približne 4–7 % podiel na lokálnom trhu počas prvých troch rokov podnikania. Tento cieľ je založený na analýze rastúceho dopytu po kancelárskom a flexibilnom nábytku v regióne Prešova a okolí.

Rastúca konkurencia si vyžaduje efektívnu marketingovú a predajnú stratégiu, ktorá zvýrazní prednosti produktov našej firmy, ako sú ergonómia, kvalita materiálov a flexibilné riešenia na mieru.

4.3. Trendy a rastový potenciál

Aktuálne trendy v segmente kancelárskeho a domáceho nábytku naznačujú nasledovný vývoj:

- **Ergonómia a zdravie:** Zákazníci stále viac preferujú produkty, ktoré podporujú zdravé držanie tela a znižujú riziko zdravotných problémov pri dlhodobom sedení.
- **Flexibilita a mobilita:** Populárne sú mobilné, skladacie a ľahko prispôsobiteľné pracovné stanice, ktoré umožňujú hybridnú alebo diaľkovú prácu.
- **Udržateľnosť a ekologické produkty:** Zvýšený záujem o produkty z recyklovateľných materiálov a nábytok s nízkou uhlíkovou stopou.
- **Technologická integrácia:** Stoly a doplnky s integrovaným nabíjaním, LED osvetlením či inteligentnými úložnými systémami získavajú na obľube a pridávajú hodnotu produktom.

Na základe týchto trendov očakáva Nábytok MIKY, s.r.o. stabilný ročný rast tržieb 10–15 %. Tento potenciál je podporený:

- rastúcim dopytom po ergonomických a ekologických produktoch,
- zvyšujúcou sa popularitou práce z domu a hybridných modelov,
- legislatívnymi požiadavkami na bezpečnosť a zdravie na pracovisku, ktoré podporujú modernizáciu kancelárskeho vybavenia.

4.4. Predaj, distribúcia a zisky

Spoločnosť plánuje kombinovať viaceré predajné kanály:

- **Priamy predaj:** Osobné konzultácie, prezentácie produktov u firemných klientov a prispôbené riešenia podľa individuálnych potrieb.
- **Online predaj:** Moderný e-shop s kompletným portfóliom produktov, konfigurátormi nábytku na mieru a možnosťou online poradenstva.
- **Distribútori a partneri:** Spolupráca s lokálnymi predajcami, ktorí majú etablované obchodné kanály a rozšírenú sieť kontaktov.

Zisky spoločnosť generuje nielen z predaja samotného nábytku, ale aj z montáže, poradenstva, servisu a doplnkových služieb. Dlhodobý vzťah so zákazníkom zvyšuje pravdepodobnosť opakovaných nákupov a stabilitu tržieb.

Analýza trhu potvrdzuje, že existuje významná príležitosť pre Nábytok MIKY, s.r.o., aby sa etabloval ako dôveryhodný dodávateľ kvalitného nábytku a riešení pre moderné pracovné a domáce prostredie. Kľúčom k úspechu je monitorovanie trendov, neustále inovovanie produktov a flexibilné prispôbovanie marketingu a predajných stratégií potrebám zákazníkov.

5. Analýza spotrebiteľa

Nabytok MIKY s.r.o. sa zameriava na široké spektrum spotrebiteľov kancelárskeho nábytku, pričom každý segment má špecifické požiadavky na kvalitu, funkcionality a cenovú dostupnosť.

5.1. Firmy a podniky

- **Veľkosť a rozmer:** Stredne veľké až veľké firmy, od 20 až po niekoľko stoviek zamestnancov.
- **Odvetvia:** IT, financie, marketing, administratíva, výroba a podobne.
- **Rozpočet a nákupná sila:** Firmy s dostatočným obratom, ochotné investovať do kvalitného a ergonomického vybavenia na podporu produktivity zamestnancov.
- **Hlavné potreby:** Moderný dizajn, odolnosť materiálov, ergonomické riešenia, flexibilita priestoru a možnosť prispôsobenia nábytku podľa štruktúry tímov a pracovných procesov.

5.2. Domáce pracoviská / Home Office

- **Veľkosť a rozmer:** Jednotlivci alebo malé domácnosti, ktorí pracujú z domu.
- **Profesia:** Kreatívci (grafici, dizajnéri, spisovatelia), IT odborníci, marketingoví a administratívni pracovníci.
- **Príjem:** Spotrebitelia majú často priemerný až nadpriemerný príjem, záujem o produkty zvyšujúce komfort a efektivitu práce.
- **Vek a pohlavie:** 25–50 rokov, pohlavie nehrá významnú rolu.
- **Hlavné potreby:** Ergonomické stoličky a nastaviteľné stoly, esteticky príťažlivý nábytok, ktorý zlepšuje pracovné prostredie a motiváciu.

5.3. Vzdelávacie organizácie a inštitúcie

- **Veľkosť a rozmer:** Od malých základných škôl po univerzity s desiatkami učební a administratívnych priestorov.
- **Profesia:** Riaditelia, zástupcovia škôl, učitelia, administratívni pracovníci.
- **Rozpočet:** Verejné inštitúcie s fixnými rozpočtami na vybavenie a renováciu.
- **Hlavné potreby:** Odolný a bezpečný nábytok, ktorý zvládne vysoké zaťaženie a časté používanie, jednoduchá údržba a moderný dizajn podporujúci efektívnu prácu a učenie.

5.4. SWOT analýza spotrebiteľských skupín

Silné stránky:

- **Diverzita zákazníkov:** Firma oslovuje široké spektrum segmentov, čo znižuje závislosť od jedného typu klienta.
- **Rastúci záujem o ergonomiu:** Zvyšujúca sa informovanosť o zdravom pracovnom prostredí podporuje dopyt po ergonomických riešeniach.
- **Flexibilita produktov:** Nábytok je prispôsobiteľný rôznym potrebám – od veľkých kancelárií po domáce pracoviská.

Slabé stránky:

- **Cena produktov:** Vysokokvalitné ergonomické riešenia môžu byť pre niektoré školy alebo menšie firmy finančne náročné.
- **Závislosť od ekonomickej situácie:** Rozpočty verejných inštitúcií a menších firiem ovplyvňujú objem objednávok.

Príležitosti:

- **Rastúci trh Home Office:** Zvýšený počet ľudí pracujúcich z domu vytvára nové obchodné príležitosti.
- **Ekologické a udržateľné riešenia:** Trend environmentálnej uvedomelosti umožňuje rozšíriť sortiment a osloviť nové cieľové skupiny.
- **Technologická integrácia:** Smart nábytok, stolové nabíjacie stanice a modulárne systémy poskytujú konkurenčnú výhodu.

Hrozby:

- **Konkurenčný tlak:** Intenzívna konkurencia môže viesť k cenovému tlaku a potrebe neustálej inovácie produktov.
- **Zmeny pracovných modelov:** Ak by sa trh presunul späť k tradičným kanceláriám, mohol by klesnúť dopyt po riešeniach pre Home Office.
- **Ekonomické výkyvy:** Recesia alebo zmeny vo verejných rozpočtoch môžu spomaliť rast tržieb.

6. Analýza konkurencie

6.1. Profil konkurencie

Na slovenskom trhu s kancelárskym a ergonomickým nábytkom pôsobí niekoľko významných spoločností, ktoré sa odlišujú sortimentom, cenovou politikou a cieľovými skupinami. Pre Nábytok MIKY, s.r.o. sú najrelevantnejší:

- **Kihsim, s.r.o.**
 - Zameranie: Kancelársky nábytok pre malé a stredné firmy.
 - Cieľová skupina: Predovšetkým menšie a stredne veľké podniky.
 - Sortiment: Štandardné stoličky, stoly a úložné riešenia, menej dôrazu na ergonómiu a moderný dizajn.
- **WorkLine, s.r.o.**
 - Zameranie: Ekologický a udržateľný nábytok.
 - Cieľová skupina: Firmy a jednotlivci, ktorí uprednostňujú produkty šetrné k životnému prostrediu.
 - Sortiment: Stoly, regály a kancelárske doplnky z recyklovaných materiálov.
- **KN Nábytok, s.r.o.**
 - Zameranie: Ergonomický nábytok pre firemné kancelárie a Home Office.
 - Cieľová skupina: Firmy investujúce do komfortu a zdravia svojich zamestnancov.
 - Sortiment: Nastaviteľné stoly, ergonomické stoličky a doplnky pre produktívne pracovné prostredie.

6.2. Porovnanie výrobkov

Nábytok MIKY sa od konkurencie odlišuje kombináciou ergonómie, prispôsobiteľnosti a moderného dizajnu.

- V porovnaní s **Kihsim, s.r.o.**, ponúkame ergonomické riešenia a dizajnovovo atraktívnejší nábytok, pričom konkurent sa sústreďuje skôr na nízke ceny a základné produkty.
- V porovnaní s **WorkLine s.r.o.**, kladieme dôraz na funkčnosť a pohodlie, zatiaľ čo ekologická stránka produktov je momentálne menej rozvinutá, čo predstavuje priestor na rozšírenie sortimentu.

- S **KN Nábytok, s.r.o.** má podobnú špecializáciu, no Nabytok MIKY, s.r.o. cieli na širšie spektrum zákazníkov vrátane domácich pracovníkov, a zároveň ponúka cenovo dostupnejšie varianty.

6.3. Postavenie a podiel na trhu

- **Nábytok MIKY, s.r.o.:** nový hráč s cieľom získať približne 4-7 % lokálneho trhu počas prvých troch rokov.
- **Kihsim, s.r.o.:** približne 20 % podiel vďaka cenovej dostupnosti a širokej ponuke.
- **WorkLine s.r.o.:** 10 % trhu, zameranie na ekologické produkty.
- **KN Nábytok, s.r.o.:** 15 % trhu, hlavne v segmente ergonomických riešení pre firmy.

6.4. Porovnanie silných a slabých stránok

Nábytok MIKY, s.r.o.

- **Silné stránky:**
 - Široká ponuka ergonomických produktov.
 - Flexibilita a prispôsobenie riešení na mieru.
 - Moderný dizajn a kvalitné materiály.
- **Slabé stránky:**
 - Nový hráč bez dlhodobej reputácie.
 - Menej rozvinutá ekologická ponuka.

Kishim, s.r.o.

- **Silné stránky:** cenová dostupnosť, široká ponuka základných produktov.
- **Slabé stránky:** obmedzená ergonómia, menej moderných a inovatívnych riešení.

WorkLine, s.r.o.

- **Silné stránky:** ekologické a udržateľné riešenia, atraktívne pre environmentálne uvedomelých zákazníkov.
- **Slabé stránky:** obmedzená ergonómia, vyššie ceny.

KN Nábytok, s.r.o.

- **Silné stránky:** odborná špecializácia na ergonómiu, kvalitné pracovné prostredie pre firemných zákazníkov.

- **Slabé stránky:** vyššie ceny a obmedzený prístup pre menšie firmy a jednotlivcov.

6.5. SWOT analýza konkurencie

Silné stránky:

- Zavedení hráči s menom a stabilnou zákazníckou základňou.
- Špecializácia na konkrétne segmenty (ergonómia, udržateľnosť).

Slabé stránky:

- Vyššie ceny u špecializovaných firiem môžu limitovať dostupnosť pre menšie firmy a domácnosti.
- Obmedzená inovácia mimo špecifických segmentov, čo otvára priestor pre moderné produkty nových firiem.

Príležitosti:

- Rastúci dopyt po ergonomických riešeniach a zdravom pracovnom prostredí.
- Trend udržateľného a ekologického nábytku – priestor pre rozšírenie sortimentu.

Hrozby:

- Cenová konkurencia od lacnejších výrobcov a importérov.
- Ekonomické výkyvy a znižovanie rozpočtov na kancelárske vybavenie.

7. Organizačná štruktúra a manažment

7.1. Vlastnícka štruktúra

Nabytok MIKY, s.r.o. je spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorú založila a vlastní Šimon Mikolaj, ktorý zároveň pôsobí ako výkonný riaditeľ (CEO). Šimon nesie plnú zodpovednosť za strategické rozhodnutia, celkové riadenie firmy a rozvoj produktov.

Šimon Mikolaj – Zakladateľ a CEO

- **Zodpovednosť:** Strategické plánovanie, marketing, financie, rozvoj produktového portfólia a celkové riadenie prevádzky firmy.
- **Vzdelanie a skúsenosti:** Absolvent Fakulty elektrotechniky a informatiky Technickej Univerzity v Košiciach so zameraním na prácu s dátami a informáciami. Disponuje skúsenosťami s tvorbou podnikateľských plánov, identifikáciou trhových príležitostí a vedením tímu smerom k rastu spoločnosti.

7.2. Podporný manažment

Momentálne spoločnosť funguje s úzkym tímom, pričom väčšina rozhodnutí prebieha pod vedením CEO. Plánuje sa postupná expanzia manažmentu a vytvorenie samostatných oddelení, ktoré zvýšia efektivitu a umožnia firmu dynamicky rozvíjať:

- **Marketing a komunikácia:** Oddelenie bude zodpovedné za budovanie značky, digitálne kampane, sociálne siete a PR aktivity.
- **Financie a controlling:** Odborníci na finančné plánovanie zabezpečia stabilitu cash flow, efektívnu alokáciu zdrojov a kontrolu nákladov.
- **Produktový vývoj a dizajn:** Tím sa bude sústreďovať na inovatívne ergonomické a ekologické riešenia, ktoré posilnia konkurencieschopnosť firmy.

7.3. Plány budúceho rozvoja

Pre podporu rastu a posilnenie postavenia na trhu plánuje Nábytok MIKY, s.r.o.:

- Zaviesť štruktúrované oddelenie marketingu s cieľom zvýšiť viditeľnosť značky a efektívne osloviť nové segmenty zákazníkov.
- Posilniť finančné riadenie prostredníctvom odborníkov na plánovanie, controlling a reporting.
- Rozšíriť produktový tím s dôrazom na ergonomické, modulárne a ekologické kancelárske riešenia.
- V budúcnosti vytvoriť aj oddelenia logistiky a zákazníckeho servisu, aby bola zabezpečená plynulá distribúcia a vysoká spokojnosť klientov.

Takto navrhnutá organizačná štruktúra umožní firme efektívne reagovať na potreby trhu, rozvíjať produktové portfólio a budovať dlhodobé vzťahy so zákazníkmi.

8. Časový harmonogram

Vytvorenie časového harmonogramu umožňuje systematicky sledovať dosiahnutie strategických cieľov spoločnosti v plánovanom časovom horizonte. Plán zohľadňuje súčasnú situáciu na trhu, predpokladané trendy v oblasti kancelárskeho a domáceho nábytku, ako aj rastúci záujem o ergonomické a udržateľné riešenia.

Krátkodobé ciele (0–6 mesiacov)

- **1. mesiac:** Spustenie predaja a marketingových aktivít, zahájenie kampaní na sociálnych sieťach a lokálnych médiách s cieľom zvýšiť povedomie o značke a prilákať prvých zákazníkov.
- **2.–3. mesiac:** Optimalizácia dodávateľského reťazca a logistických procesov; zavedenie systému efektívnej distribúcie produktov ku klientom.
- **4.–6. mesiac:** Nadviazanie spolupráce s prvými firemnými zákazníkmi a vzdelávacími inštitúciami; vyhodnotenie marketingových aktivít a príprava stratégie pre ďalšiu expanziu.

Strednodobé ciele (6 mesiacov – 2 roky)

- **6.–12. mesiac:** Rozšírenie produktovej ponuky o nové modely nábytku a zavedenie servisných balíkov pre firemných klientov. Spustenie predaja produktov zameraných na ekologické a úsporné riešenia.
- **1. rok:** Dosiahnutie cieľového podielu na lokálnom trhu (cca 1,5-2,5 %); identifikácia nových obchodných príležitostí, najmä pre segment Home Office a flexibilných pracovných riešení.
- **1.–2. rok:** Rozšírenie tímu o odborníkov na marketing, financie a produktový vývoj; optimalizácia výrobných a distribučných procesov s cieľom zvýšiť efektívnosť.

Dlhodobé ciele (2–5 rokov)

- **2.–3. rok:** Expanzia na regionálny trh s cieľom zvýšiť podiel na trhu na 5 %; zavedenie inovatívnych ergonomických a ekologických produktov.
- **3.–5. rok:** Upevnenie pozície na trhu a budovanie stabilnej zákazníckej základne; pokračovanie v implementácii udržateľných výrobných a logistických riešení.

Nábytok MIKY, s.r.o. plánuje neustále inovovať svoje produkty, sledovať technologické novinky a optimalizovať procesy rastu spoločnosti. Každý krok harmonogramu bude konzultovaný s odborníkmi v oblastiach marketingu, logistiky, financovania a udržateľného podnikania, aby firma dosiahla strategické ciele efektívne a udržateľne.

9. Rizikové faktory – SWOT analýza

Analýza rizikových faktorov je dôležitou súčasťou podnikateľského plánu, pretože umožňuje spoločnosti pripraviť sa na nepredvídateľné situácie a efektívne ich riešiť. Pre Nábytok MIKY, s.r.o. je kľúčové zvážiť riziká, ktoré môžu ovplyvniť výrobu, dodávateľské reťazce, trhovú pozíciu a finančnú stabilitu.

9.1. Identifikácia rizikových faktorov

- **Ekonomické riziká:** Nestabilita trhu spôsobená makroekonomickými faktormi, ako je inflácia, kolísanie kurzov alebo rast cien surovín, môže zvýšiť výrobné náklady a ovplyvniť ziskovosť firmy.
- **Konkurenčné riziká:** Silná konkurencia zo strany etablovaných firiem s väčším kapitálom alebo známou značkou môže ohroziť schopnosť spoločnosti udržať si zákazníkov.
- **Technologické riziká:** Rýchly vývoj nových technológií v oblasti nábytku a logistiky môže spôsobiť, že firma nebude schopná včas integrovať moderné riešenia.
- **Riziká dodávateľského reťazca:** Závislosť od kľúčových dodávateľov materiálov, najmä ekologických, predstavuje riziko oneskorenia dodávok alebo zvýšenia cien, čo môže narušiť kontinuitu výroby.
- **Finančné riziká:** Nedostatok kapitálu pre expanziu alebo investície do inovácií môže spomaliť rast firmy a ohroziť jej plánované ciele.
- **Zmeny spotrebiteľských preferencií:** Trendy v oblasti ergonomických a ekologických riešení sa môžu meniť, čo môže ovplyvniť dopyt po produktoch firmy.

9.2. Scenáre pre najhorší prípad

Pre prípad najhoršieho scenára, napríklad výrazného poklesu dopytu alebo problémov s dodávateľmi, má spoločnosť pripravené alternatívne stratégie:

- Hľadanie nových dodávateľov z rôznych regiónov a diverzifikácia materiálových zdrojov pre zachovanie plynulosti výroby.
- Optimalizácia nákladov vo výrobe a logistike, zameraná na zníženie prevádzkových výdavkov bez zníženia kvality.
- Zameranie marketingových aktivít na existujúcich zákazníkov a využitie nízkonákladových reklamných kanálov pre minimalizáciu dopadu na predaj.
- Flexibilná úprava produktového portfólia podľa aktuálnych trendov a požiadaviek trhu.

9.3. SWOT analýza

Silné stránky: (4,8)

- Flexibilita a rýchlosť rozhodovania malého podniku (1,3)

- Skúsenosti a ekonomické vzdelanie majiteľa (0,7)
- Možnosť ponúkať ekologické a prispôsobené produkty (1,8)
- Individuálny prístup k zákazníkom (1)

Slabé stránky: (3,6)

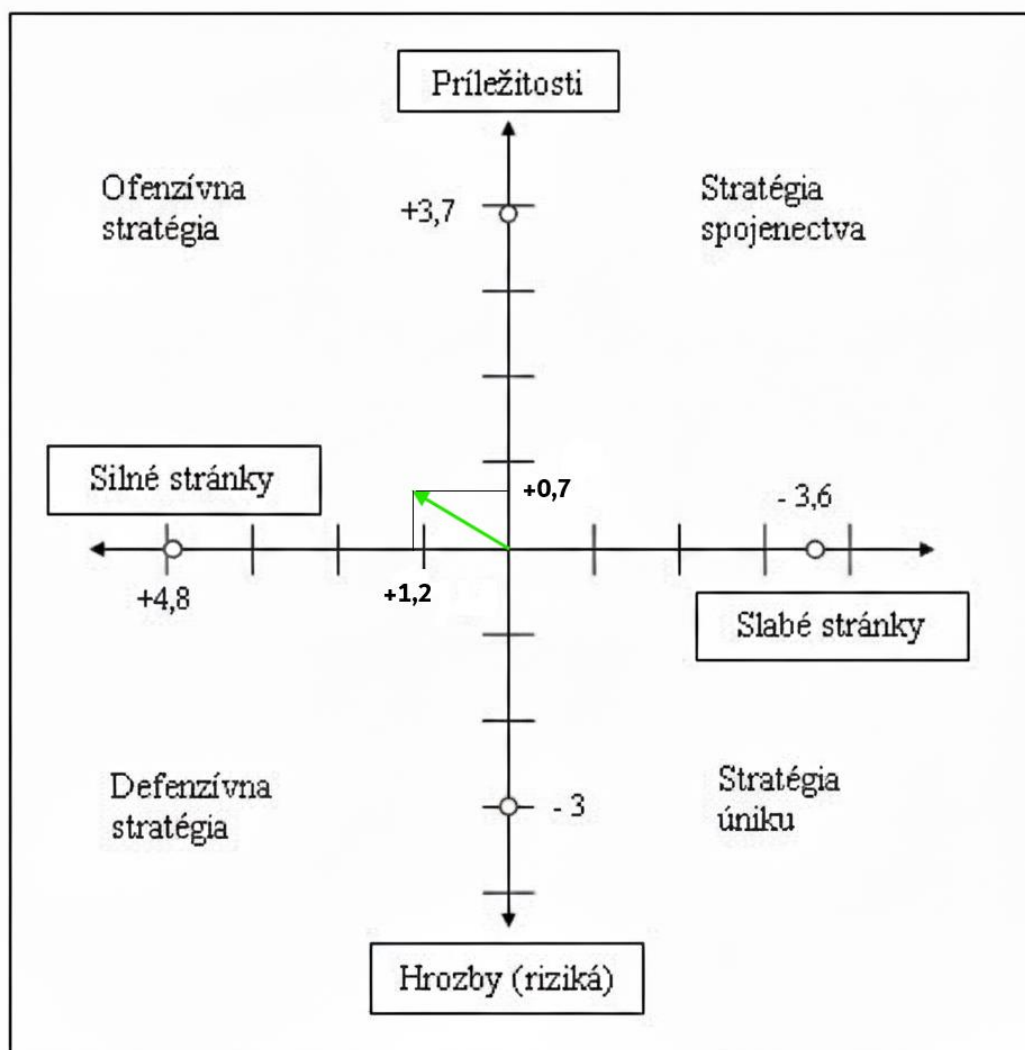
- Limitované finančné zdroje (1,2)
- Malý trhový podiel v porovnaní s konkurenciou (1,5)
- Závislosť na niekoľkých kľúčových dodávateľoch (0,9)

Príležitosti: (3,7)

- Rastúci dopyt po ekologických a ergonomických riešeniach (1,1)
- Možnosť rozšírenia portfólia produktov a služieb (0,5)
- Regionálna a medzinárodná expanzia (0,9)
- Využitie technologických inovácií pre zvýšenie atraktivity produktov (1,2)

Hrozby: (3)

- Zvýšená konkurencia zo strany etablovaných a lacnejších výrobcov (1,3)
- Ekonomická nestabilita a kolísanie cien surovín (1,1)
- Zmena preferencií spotrebiteľov (0,6)



Grafické vyhodnotenie SWOT analýzy

Na základe tejto analýzy sa firma nachádza v kvadrante OS (ofenzívna stratégia). Hlavným cieľom preto bude koncentrovať sa na rozvoj a inováciu našich výrobkov.

10. Finančný plán

Finančný plán spoločnosti Nábytok MIKY, s.r.o. predstavuje strategický prehľad očakávaného hospodárenia, potrebných finančných zdrojov a plánovaného rozdelenia kapitálu. Cieľom je zabezpečiť stabilný rast, dostatočnú likviditu a efektívne riadenie investícií v prvých rokoch podnikania.

10.1. Finančné zdroje

Vlastné zdroje:

- Počiatočný kapitál zakladateľa spoločnosti, použitý na nákup základného vybavenia a počiatočné prevádzkové náklady.

Externé zdroje:

- Bankový úver: 30 000 € (úroková sadzba 3,5 %, splatnosť 5 rokov).
- Dotácie a granty: 10 000 € (zamerané na podporu ekologickej výroby a digitalizácie procesov).
- Súkromní investori: 15 000 € (na podporu marketingových aktivít a rozšírenie výrobných kapacít).

10.2. Plánovane výdavky

Nákup materiálu a vybavenia:

- Nábytkové doplnky a komponenty: 20 000 €
- Výrobné zariadenia a náradie: 5 000 €

Prevádzkové náklady:

- Prenájom výrobných a kancelárskych priestorov (ročný): 12 000 €
- Mzdy zamestnancov (ročné): 30 000 €
- Marketing, reklama a online propagácia (ročné): 6 000 €

10.3. Predpokladané príjmy

Tržby v prvom roku:

- Predaj nábytku na mieru a doplnkov: 110 000 €
- Zmluvy s interiérovými štúdiami a firemnými klientmi: 25 000 €

Očakávaný rast tržieb:

- Predpokladaný medziročný rast 10–15 %, vďaka rozširujúcemu sa portfóliu produktov a zvýšenému dopytu po kvalitnom a ekologickom nábytku.

10.4. Likvidita a kontrola

Spoločnosť bude pravidelne sledovať cash flow na zabezpečenie plynulosti platieb a včasného plnenia záväzkov. Tiež bude udržiavať finančnú rezervu vo výške 6 000 € na pokrytie nepredvídaných výdavkov.

Každá investícia do výroby, technológií alebo marketingu bude posudzovaná z hľadiska návratnosti (ROI). Firma má naplánované štvrťročné hodnotenie hospodárenia, porovnanie s rozpočtom a úpravu finančných plánov podľa vývoja trhu.