

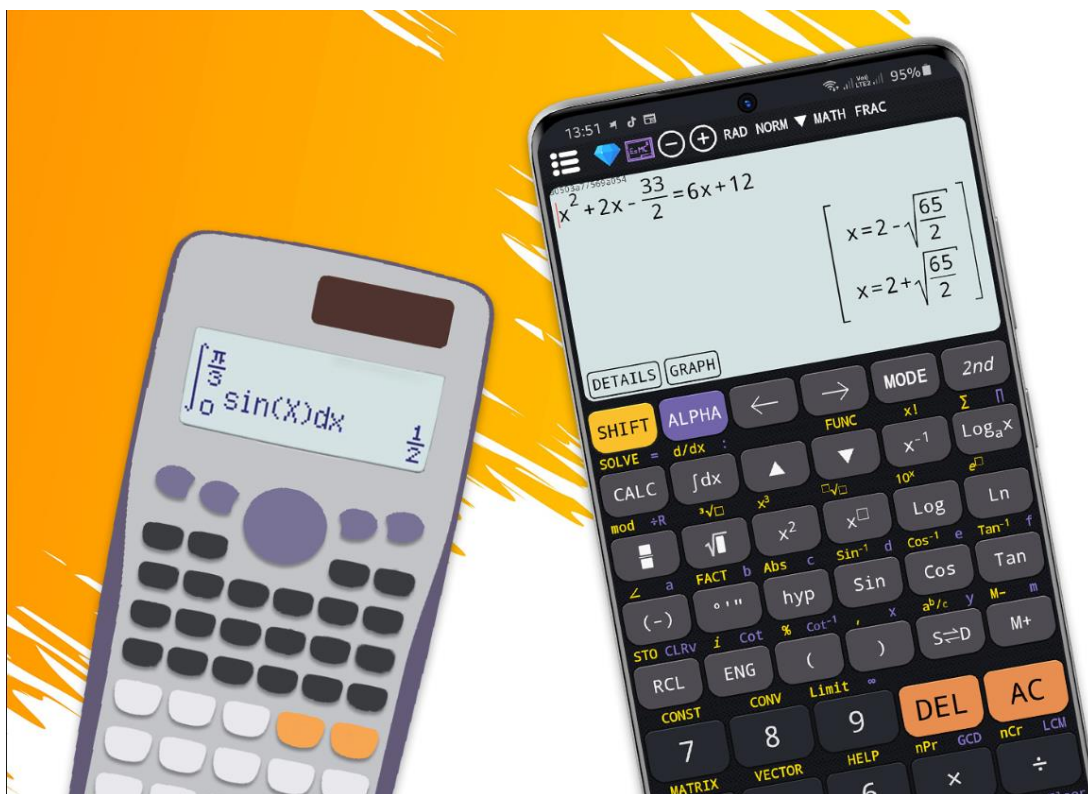
Podnikateľský zámer

Kalkulačky s.r.o.

Bc. Samuel Slivečka

5r. HI, FEI, TUKE

2025/2026



Názov firmy: Kalkulačky s.r.o.

IČO: 20250972

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Samuel Slivečka

Adresa firmy: Park Mládeže 2
040 01 Košice

Telefónne číslo: +421900112233

E-mail: samuel.slivecka@student.tuke.sk

Obsah

1 Sumár	4
2 Charakteristika firmy	5
2.1 História a opis činnosti firmy	5
2.2 Legislatíva	5
3 Informácie o manažmente a zamestnancoch.....	7
3.1 Manažment a kľúčová osoba	7
3.2 Ciele firmy	7
4 Marketing a prieskum trhu	8
4.1 Analýza trhu, konkurencie a zákazníkov	8
4.2 SWOT analýza	8
5. Finančný plán	11
5.1 Počiatočné náklady	11
5.2 Mesačné prevádzkové náklady	11
5.3 Odhadované príjmy	11
6. Časový harmonogram.....	13

1 Sumár

Firma Kalkulačky s.r.o. vznikla 10. októbra 2025 v Košiciach. Zakladateľom, jediným majiteľom a zároveň konateľom spoločnosti je Bc. Samuel Slivečka. Firma je jednoosobová spoločnosť s ručením obmedzeným, pričom majiteľ zabezpečuje všetky hlavné činnosti – riadenie, nákup, predaj aj marketing.

Spoločnosť sa zameriava na predaj výpočtovej techniky rôzneho druhu, avšak so špecifickým zreteľom na kalkulačky. Produkty sú určené pre jednotlivcov, podnikateľov aj menšie organizácie v Košiciach a okolí.

Marketingová stratégia je postavená primárne na online reklame (na sociálnych sieťach) a cielených ponukách pre firmy. Propagácia tiež prebieha prostredníctvom samotného e-shopu, ale aj inzercie na internetových portáloch a letákov distribuovaných v rámci Košíc a okolia, avšak v takej miere, aké budú aktuálne finančné možnosti firmy.

Hlavnou konkurenčnou výhodou mojej spoločnosti bude široké a zároveň v oblasti ponúkaných kalkulačiek naopak špecifické zameranie, ako aj individuálny prístup k zákazníkovi, rýchla komunikácia a rozumné ceny produktov.

2 Charakteristika firmy

2.1 História a opis činnosti firmy

Firma Kalkulačky s r.o. bola založená 10. októbra 2025 v Košiciach s cieľom ponúknuť kvalitnú a cenovo dostupnú výpočtovú techniku. Zakladateľom je Samuel Slivečka, ktorý vďaka technickému a obchodnému vzdelaniu spojil svoje skúsenosti z oblasti IT a predaja.

Firma vznikla ako reakcia na rastúci dopyt po spoľahlivých a presných kalkulačkách pre školské, technické aj vedecké účely. Ponuka zahŕňa bežné kancelárske kalkulačky, vedecké a grafické kalkulačky, ako aj špecializované modely určené pre študentov, inžinierov, výskumníkov a technické fakulty. Okrem toho však samozrejme ponúka aj bežný sortiment výpočtovej techniky ako sú počítače, notebooky a ostatné nutné príslušenstvo.

Cieľom spoločnosti je tak poskytovať zákazníkom overené produkty známych značiek za férové ceny, doplnené o osobný prístup, odborné poradenstvo a rýchlu dodávku.

Hlavné aktivity spoločnosti zahŕňajú:

- nákup a predaj kalkulačiek a príslušnej výpočtovej techniky
- distribúciu zakúpeného tovaru zákazníkom v rámci Košíc a okolia
- odborné poradenstvo pri výbere vhodného typu kalkulačky či iného výpočtového stroja podľa potrieb klienta
- propagáciu produktov prostredníctvom online reklamy, sociálnych sietí a špecializovaných portálov pre školy a vedecké inštitúcie

Spoločnosť pôsobí ako spoľahlivý dodávateľ medzi veľkoskladmi a koncovými zákazníkmi, pričom kladie dôraz na kvalitu, presnosť a odborný prístup.

Medzi hlavné výhody firmy patria:

- úzke špecializačné zameranie na kalkulačky a súvisiacu výpočtovú techniku
- ponuka kvalitných a overených značiek (napr. Casio, Sharp, Canon)
- rozumné ceny v pomere ku kvalite nami poskytovaných produktov a služieb a vzhľadom na nami deklarovaný individuálny prístup
- odborné poradenstvo a rýchle vybavenie objednávok

2.2 Legislatíva

Splnenie legislatívnych predpokladov podnikania:

Spoločnosť podniká na základe živnostenského oprávnenia vydaného Živnostenským úradom v Košiciach dňa 10. októbra 2025.

Skutočnosti zapísané v obchodnom registri:

Oddiel: s.r.o.

Obchodné meno: Kalkulačky s r.o.

Sídlo: Park Mládeže 2, 040 01 Košice

IČO: 20250972

Deň vzniku: 10.10.2025

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Základné imanie: 5 000 € (splatené)

Zakladateľ: Samuel Slivečka, Park Mládeže 2, 040 01 Košice

Predmet činnosti:

- nákup a predaj výpočtovej techniky
- distribúcia zakúpeného tovaru
- servis a údržba IT zariadení

3 Informácie o manažmente a zamestnancoch

3.1 Manažment a kľúčová osoba

- Samuel Slivečka – konateľ, majiteľ a predajca, absolvent Technickej univerzity v Košiciach, vek 24 rokov, zabezpečuje riadenie, predaj, marketing aj komunikáciu so zákazníkmi

Organizačná štruktúra firmy je teda jednoduchá a prehľadná, keďže ide o jednoosobovú spoločnosť, kde všetky hlavné činnosti vykonáva majiteľ. V prípade potreby externých prác (napr. grafika, IT servis, marketing) firma využíva spoluprácu s dodávateľmi.

3.2 Ciele firmy

- **Krátkodobé ciele:** vybudovanie stabilného postavenia na lokálnom trhu, zviditeľnenie značky a získanie pravidelnej klientely v Košiciach a okolí.
- **Dlhodobé ciele:** rozšírenie ponuky o servisné služby, otvorenie kamennej predajne a rozšírenie pôsobnosti do ďalších miest ako Prešov alebo Michalovce

Umiestnenie firmy:

Firma sídli na adrese Park Mládeže 2, 040 01 Košice. Sídlo má relatívne výhodnú polohu blízko centra mesta a je dobre dostupné pre zákazníkov aj dodávateľov.

4 Marketing a prieskum trhu

4.1 Analýza trhu, konkurencie a zákazníkov

Trh s výpočtovou technikou na Slovensku, a najmä v Košiciach, je veľmi rozvinutý a teda oplýva vysokou konkurenciou. Väčšina veľkých predajcov sa zameriava na masový predaj notebookov, počítačov či spotrebnej elektroniky. Napriek tomu tu existuje priestor pre špecializované firmy, ktoré ponúkajú úzko zamerané produkty – ako sú kalkulačky a príslušenstvo pre technické a vedecké účely.

Firma Kalkulačky s.r.o. využíva túto trhovú medzeru a orientuje sa na špecifickú klientelu:

- školy, univerzity a vzdelávacie inštitúcie,
- výskumné pracoviská, laboratória,
- študentov, vedcov a odborníkov, ktorí vyžadujú presné a spoľahlivé výpočtové zariadenia.

Ponuka zahŕňa široký sortiment vedeckých, grafických a programovateľných kalkulačiek, ako aj doplnkový sortiment (puzdrá, batérie, napájania, príslušenstvo).

Konkurencia v oblasti predaja kalkulačiek nie je výrazná – väčšina predajcov ich ponúka len ako doplnkový tovar. Práve špecializácia a odbornosť v tejto oblasti poskytuje firme konkurenčnú výhodu.

Marketingová stratégia je postavená primárne na online reklame, najmä prostredníctvom sociálnych sietí a cielených ponúk pre firmy a školy. Hlavným nástrojom propagácie je firemný e-shop, ktorý slúži zároveň ako predajný aj prezentačný kanál. Firma plánuje využívať aj inzercie na internetových portáloch, kde sa pohybuje jej cieľová skupina (študenti, školy, technické a vedecké inštitúcie). Doplnujúcou formou marketingu budú letákové kampane v rámci Košíc a okolia, ako aj osobné odporúčania spokojných zákazníkov. Rozsah týchto aktivít sa bude prispôbovať aktuálnym finančným možnostiam firmy, pričom dôraz zostáva na efektívnej a cielenej propagácii produktov.

Hlavným cieľom marketingu je vybudovať meno špecialistu na kalkulačky a výpočtovú techniku v Košiciach na ktorého sa dá spoľahnúť, a postupne rozšíriť pôsobnosť do celého Košického kraja a eventuálne na celé Slovensko.

4.2 SWOT analýza

Poslanie firmy

Firma chce poskytovať kvalitnú a dostupnú výpočtovú techniku (so zameraním na kalkulačky), ktorá pomáha zefektívniť prácu zákazníkov a zlepšuje ich každodenné fungovanie.

Cieľ firmy

Cieľom je budovať dôveru zákazníkov, získať stabilnú klientelu a dlhodobo rásť prostredníctvom spokojnosti a odporúčaní.

Silné stránky (strengths):

- priemerné ceny produktov – 3
- individuálny prístup – 4
- rýchla komunikácia – 4
- online predaj a dostupnosť – 4
- lokalita sídla v meste – 3

Spolu: 18

Slabé stránky (weaknesses):

- malý tím (jednoosobová firma) – 4
- obmedzená kapacita obsluhy zákazníkov – 3
- závislosť od dodávateľov – 4
- vyššia pracovná záťaž majiteľa – 3

Spolu: 14

Vonkajšie príležitosti (opportunities):

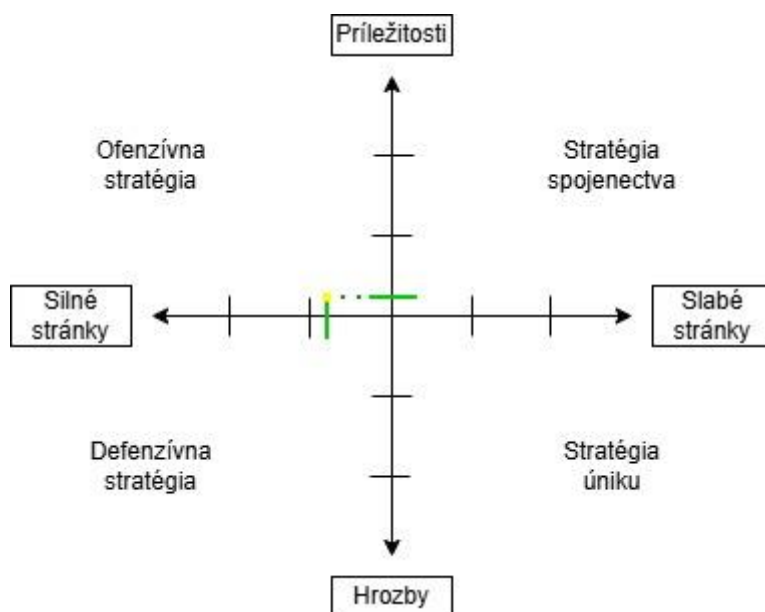
- rastúci dopyt po IT technike a zároveň nízka konkurencia v oblasti predaja špecializovaných kalkulačiek – 4
- digitalizácia firiem – 5
- možnosť rozšírenia online predaja – 4
- spolupráca s firmami a školami – 3

Spolu: 16

Hrozby (threats):

- zmeny cien dodávateľov – 4
- silná konkurencia veľkých e-shopov – 5
- rýchly vývoj technológií – 3
- ekonomické výkyvy – 3

Spolu: 15



Na základe tejto analýzy sa firma nachádza v kvadrante SO (ofenzíva). Hlavným cieľom je tak rozvíjať predaj, inovovať ponuku a posilňovať online prítomnosť prostredníctvom kvalitného servisu a dôvery zákazníkov.

5. Finančný plán

Finančný plán poskytuje prehľad o plánovanom hospodárení firmy v prvých dvoch rokoch činnosti. Cieľom je dosiahnuť stabilný rast predaja, pokryť počiatočné náklady a vytvoriť základ pre dlhodobú udržateľnosť podnikania.

5.1 Počiatočné náklady

Pri založení spoločnosti bolo potrebné vynaložiť základné počiatočné výdavky na registráciu, zariadenie kancelárie a nákup prvého tovaru.

Položka	Odhadovaná suma (€)
Základné imanie (vložené majiteľom)	5 000
Zriadenie firmy a administratívne poplatky	300
Nákup prvého tovaru (kalkulačky, príslušenstvo)	2 500
Prenájom a úprava kancelárskych priestorov (1 mesiac)	400
Webová stránka a e-shop	600
Marketing (online reklama, letáky, propagácia)	300
Spolu počiatočné náklady:	9 100 €

Časť počiatočných nákladov je financovaná z vlastných zdrojov majiteľa, zvyšok prostredníctvom úveru alebo postupného reinvestovania z prvých tržieb.

5.2 Mesačné prevádzkové náklady

Položka	Mesačne (€)
Prenájom priestorov	400
Internet, telefón, energie	100
Webhosting a údržba e-shopu	40
Marketing (reklama, propagácia)	150
Doprava a balné (zásielky, kuriér)	120
Administratívne poplatky, účtovníctvo	80
Ostatné náklady (papier, obaly, servis)	60
Spolu mesačne:	950 €

5.3 Odhadované príjmy

V prvom roku sa očakáva postupný nárast predaja s priemerným mesačným obratom približne 2 000 – 3 000 €. V druhom roku sa predpokladá zvýšenie tržieb o približne 30 % vďaka lepšej viditeľnosti značky a rozšíreniu zákazníckej základne.

Rok	Priemerný mesačný obrat (€)	Ročný obrat (€)	Ročné náklady (€)	Odhadovaný zisk (€)
2026 (1. rok)	2 500	30 000	11 400	18 600
2027 (2. rok)	3 300	39 600	12 000	27 600

Zisk bude priebežne reinvestovaný do rozvoja e-shopu, rozšírenia sortimentu a marketingu.

5.4 Zdroje financovania

- Vlastné zdroje majiteľa: 5 000 € (základné imanie + počiatočné výdavky)
- Krátkodobý úver / mikropôžička: do 5 000 € (na pokrytie prvých zásob a reklamy)
- Reinvestícia ziskov: využitie ziskov z predaja na rozširovanie ponuky

6. Časový harmonogram

Časový harmonogram stanovuje hlavné etapy rozvoja firmy počas obdobia od založenia v októbri 2025 až do konca roka 2027. Cieľom je postupný rast, stabilizácia predaja a rozšírenie pôsobnosti firmy na širší trh. Vychádzali sme z horeuvedenej SWOT analýzy, analýzy trhu, potenciálnej klientely a konkurencie, ako aj z finančnej analýzy.

Obdobie: Október – December 2025:

V tomto úvodnom období sa sústreďí (sústredila) činnosť na založenie spoločnosti, vybavenie administratívnych náležitostí, zriadenie sídla a spustenie e-shopu. Zároveň sa začína prvotný online predaj a základná marketingová komunikácia zameraná na propagáciu značky prostredníctvom sociálnych sietí a online portálov. Cieľom je predstaviť firmu zákazníkom a získať prvé objednávky.

Obdobie: Rok 2026:

Po úvodnom rozbehu sa firma zameria na budovanie povedomia o značke a rozšírenie sortimentu kalkulačiek a príslušenstva. Prioritou bude stabilizácia predaja, nadviazanie spolupráce so školami, univerzitami a firmami, ktoré využívajú výpočtovú techniku. V priebehu roka sa plánuje aj posilnenie online marketingu, úprava e-shopu a rozšírenie ponuky o nové modely kalkulačiek. Hlavným cieľom tohto obdobia je vybudovať stálu klientelu a dosiahnuť stabilné mesačné tržby.

Obdobie: Rok 2027:

V treťom roku činnosti sa firma zameria na rast a upevnenie pozície na trhu. Plánuje sa rozšírenie online predaja mimo Košického regiónu, zapojenie do odborných podujatí a spolupráca s ďalšími distribútormi. Postupne sa rozšíria aj doplnkové služby, ako napríklad servis kalkulačiek, gravírovanie alebo poskytovanie špeciálnych školských balíkov pre inštitúcie. Zároveň sa začne dlhodobjšie strategické plánovanie smerujúce k rozvoju značky a možnej expanzii.