

Podnikateľský zámer

Moja_prva_firma, s r.o.

Názov firmy: moja_prva_firma, s.r.o.

IČO: 20250980

ZI: 10 000 €

Majiteľ firmy: Bc. Bianka Bosnyáková

Adresa firmy:

Nová 32, 04501
Moldava nad Bodvou

Telefónne číslo:

+123456789

E-mail: bianka.bosnyáková@student.tuke.sk

Obsah

Bc. Bianka Bosnyáková 2.r. Ing, HI, 2025/2026.....	Error! Bookmark not defined.
1. Sumár	5
2. Charakteristika firmy	6
2.1. História a súčasný stav firmy.....	6
2.2. Hlavné aktivity.....	6
2.3. Ciele a plány do budúcnosti.....	6
3. Analýza výrobku alebo služby	7
4. Analýza trhu	8
4.1. Potenciálny trh a jeho charakteristiky	8
4.2. Trendy a rastový potenciál	8
4.3. Podiel na trhu	9
4.4. Predaj, distribúcia a zisky	9
5. Analýza spotrebiteľa	10
6. Analýza konkurencie	11
6.1. Profil konkurentov	11
6.2. Porovnanie a postavenie na trhu	11
6.3. Porovnanie silných a slabých stránok konkurencie.....	11
6.4. SWOT analýza konkurencie	12
6.5. Zhrnutie	12
7. Organizačná štruktúra a manažment	13
8. Časový harmonogram	14
9. Rizikové faktory – SWOT analýza	15
9.1. Identifikácia rizikových faktorov	15
9.2. SWOT analýza	15
10. Finančný plán	17

Legislatíva

Spĺnenie legislatívnych predpokladov podnikania

Spoločnosť podniká na základe živnostenského listu vydaného Živnostenským oddelením Obvodného úradu v Košiciach, Hroncova 13 dňa 10.októbra 2025.

Skutočnosti zapísané v obchodnom registri

Oddiel: s.r.o.

Obchodné meno: moja_prva_firma, s.r.o.

Sídlo: Nová 32, 045 01, Moldava nad Bodvou

IČO: 20250980

Deň vzniku: 10.10.2025

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Základné imanie: 10 000 € (splatené)

Zakladateľ: Bc. Bianka Bosnyáková

Predmet činnosti:

- nákup kancelárskej techniky
- predaj kancelárskej techniky
- distribúcia zakúpeného tovaru

1. Sumár

Spoločnosť moja_prva_firma, s.r.o. vznikla 10.októbra 2025 v Moldave nad Bodvou. Vznikla s cieľom poskytovať kvalitné a cenovo dostupné riešenia v oblasti kancelárskej techniky a súvisiacich služieb. Zakladateľom a zároveň jediným majiteľom firmy je podnikateľka Bc. Bianka Bosnyáková, ktorá je absolventkou Fakulty elektrotechniky a informatiky Technickej univerzity v Košiciach. Firma má 4 členný tím. Patrí sem riaditeľ, administratívny pracovník, účtovník a predajca.

Marketingová stratégia bola a je prioritou firmy. Zamerala sa na online priestor. Firma plánuje zvýšiť svoju prítomnosť na sociálnych sieťach a využiť digitálnu reklamu, aby oslovila mladších a technicky zdatnejších zákazníkov.

Firma bude poskytovať svoje produkty v meste a jeho okolí. Sídlo firmy má výhodnú polohu, nachádzajúca sa v strede mesta. Primárnymi klientmi budú firmy a živnostníci, ktorí hľadajú kvalitné kancelárske riešenia za prijateľné ceny. Spoločnosť plánuje expandovať aj do zvyšných regiónov Slovenska, čím si chce zabezpečiť stabilnú pozíciu na trhu.

Konkurencii sa nevyhla ani táto spoločnosť, avšak moja_prva_firma, s.r.o. si buduje dobré meno poskytovateľa kvalitných a rýchlych služieb. Popri kvalite služieb ponúka aj nižšie ceny. Do budúcnosti sa plánuje rozšíriť aj portfólio. S dôrazom na spokojnosť zákazníkov a neustále zlepšovanie sa chce stať jedným z lídrov trhu kancelárskej techniky v regióne.

2. Charakteristika firmy

2.1.História a súčasný stav firmy

Spoločnosť moja_prva_firma, s.r.o. je mladá spoločnosť založená 10.10.2025, pôsobiaca ako špecialista na kancelársku techniku. Od začiatku stavia na modernom e-shope, odbornom poradenstve a férových, spravidla nižších cenách. Už dnes ponúkame široké portfólio od tlačiarňí, skenerov, kopírok, faxov a skartovačov cez telefóny, tablety/iPady a fotoaparáty až po príslušenstvo a tonery. Vždy kladie dôraz na kvalitu poskytovaných výrobkov, a preto si volíme len renomovaných dodávateľov a ponúkame výrobky popredných značiek. Ďalej ponúkame doplnkové služby, ako je predpredajné poradenstvo, konfigurácia na mieru, popredajná starostlivosť a doprava zdarma pri každom nákupe. Vychádzame z potrieb menších firiem aj jednotlivcov. Postupne rozširuje dodávateľskú sieť a pripravuje sa na rast budovaním lokálnych skladov pre rýchlejšie doručenie. Pôsobením v online priestore (e-shop a sociálne siete) sa chce prezentovať ako spoľahlivý poskytovateľ kancelárskej techniky.

2.2.Hlavné aktivity

Spoločnosť moja_prva_firma, s. r. o. sa venuje rôznym činnostiam v oblasti predaja a poskytovania komplexných riešení kancelárskej techniky:

- Nákup a predaj kancelárskej techniky od overených dodávateľov
- Poradenstvo s výberom vhodnej techniky
- Prenájom kancelárskej techniky
- Poskytovanie servisných služieb
- Online predaj kancelárskej techniky a doplnkov

2.3.Ciele a plány do budúcnosti

- Rozšíriť ponuku produktov a poskytovať služby šité na mieru.
- Do 3 rokov sa zaradiť medzi lídrov v oblasti kancelárskej techniky v Košickom kraji.
- Posilniť prítomnosť v online priestore (e-shopu a aktívna komunikáciou na sociálnych sieťach)
- Budovať dlhodobé vzťahy so zákazníkmi a spolupracovať s novými partnermi.
- Expandovať na celé územie Slovenska a systematicky upevňovať trhovú postavenie.

3. Analýza výrobku alebo služby

Firma moja_prva_firma, s. r. o. sa špecializuje na predaj kancelárskej techniky a poskytovanie komplexných riešení pre firemné aj súkromné subjekty, ktoré potrebujú spoľahlivé vybavenie pre efektívnu správu dokumentov a každodenné fungovanie kancelárií. Ponuka preto zahŕňa hardvérové i softvérové položky. K produktom sú poskytované servisné služby a záruka. Medzi hlavné produkty a služby firmy patrí:

- **Mobilné zariadenia** – ponuka moderných smartfónov a tabletov, ktoré podporujú konektivitu, flexibilitu a efektívnu komunikáciu firemných tímov. Produkty spájajú vysoký výkon, dlhú výdrž a pokročilé bezpečnostné prvky, čo z nich robí ideálne riešenie pre prácu v teréne aj kancelárii.
- **Tlačiarne a multifunkčné zariadenia** – široká ponuka modelov umožňujúcich tlač, kopírovanie, skenovanie a faxovanie. Sortiment zahŕňa laserové aj atramentové zariadenia vhodné pre firemné prostredie, kde sa kladie dôraz na rýchlosť, kvalitu výstupu a nízke prevádzkové náklady. Multifunkčné zariadenia spájajú viacero funkcií v jednom kompaktnom riešení, čím šetria čas aj priestor.
- **Fotoaparáty a príslušenstvo** – ponuka určená pre firmy aj jednotlivcov, ktorí vyžadujú kvalitné vizuálne záznamy pre dokumentáciu či marketingové účely. Zastúpené sú produkty renomovaných značiek, vrátane digitálnych zrkadloviek, bezzrkadloviek a doplnkov, ako sú objektívy, statívy či osvetlenie, prispôbené amatérskym aj profesionálnym používateľom.
- **Softvérové riešenia a licencie** – predaj a správa softvérov zabezpečujúca prístup k legálnym, aktuálnym a bezpečným aplikáciám pre každodenné využitie. Ponuka zahŕňa kancelárske balíky, programy na správu dát a ochranu informácií, ktoré podporujú efektívnosť a súlad s licenčnými požiadavkami.

Táto ponuka sa plánuje naďalej rozširovať a zlepšovať produkty i služby.

4. Analýza trhu

4.1. Potenciálny trh a jeho charakteristiky

Cieľovými zákazníkmi firmy sú:

- **Vzdelávacie a verejné inštitúcie:** Tieto inštitúcie potrebujú kancelársku techniku, ako sú kopírky alebo licencovaný softvér. Väčšinou preferujú jednoduchšie riešenia.
- **Korporátne firmy:** Na rozdiel od verejných inštitúcií tieto subjekty potrebujú rôznorodú a výkonnú kancelársku techniku, so zameraním na komplexné softvérové riešenia. Takéto licencie zabezpečujú efektívne fungovanie firemných procesov. Hlavné požiadavky zahŕňajú vysokú kvalitu, trvanlivosť a flexibilitu.
- **Malé a stredné podniky:** Využívajú kancelársku techniku na podporu prevádzky a správy kancelárskych procesov, pričom často preferujú ekonomické riešenia s možnosťou ďalšieho rozširovania. Potrebujú efektívne, ale cenovo dostupné produkty, ako sú multifunkčné tlačiarne, mobily a prenosné počítače.
- **Jednotlivci:** V neposlednom rade nemožno zabúdať na ľudí pracujúcich z pohodlia domova. Tí zvyšujú dopyt po menších, cenovo dostupných zariadeniach a spoľahlivom softvéri. Zákazníci v tomto segmente preferujú prístroje s ľahkou inštaláciou, mobilné zariadenia a prístup k jednoduchým softvérovým licenciám.

4.2. Trendy a rastový potenciál

Trh kancelárskej techniky a softvérových riešení sa vyvíja a prispôsobuje meniacim sa potrebám zákazníkov. Predpokladáme medziročný rast tržieb o 15%, a to vďaka expanzii do digitálneho sveta a rozširovaniu ponuky o nové produkty, ktoré reagujú na aktuálne trendy.

Kľúčové trendy, ktoré formujú dopyt na trhu, zahŕňajú:

- **Digitalizácia a automatizácia:** Firmy naprieč odvetvami digitalizujú procesy a zavádzajú inteligentné riešenia, čo zvyšuje dopyt po kancelárskej technike, zariadeniach a softvérových licenciách.
- **Ekologické a udržateľné riešenia:** Produkty s nižšou spotrebou energie a zariadenia s dlhšou životnosťou sú čoraz viac populárnejšie.
- **Bezpečnosť a ochrana dát:** S nárastom digitálnych pracovných nástrojov sa zvyšuje aj potreba ochrany dát. Podniky vyhľadávajú softvérové riešenia s vyššou úrovňou šifrovania a mobilné zariadenia s lepšími bezpečnostnými funkciami.
- **Mobilita a flexibilita:** Práca kedykoľvek a odkiaľkoľvek už nie je žiadne sci-fi, ale bežná súčasť modernej doby. Vyžaduje však kompaktnú, častokrát univerzálnu techniku.

4.3. Podiel na trhu

Trh kancelárskej techniky sa vyvíja rýchlo nielen vďaka vzniku a rozvoju stredných firiem či korporátov. Hlavnú úlohu zohráva digitalizácia a zefektívňovanie samotných procesov firiem, či možnosti práce z domu. Stúpa záujem o moderné zariadenia s nízkou spotrebou energie a integrovaným zabezpečením. Firma plánuje získať približne 10% podiel na lokálnom trhu kancelárskej techniky a digitálnych riešení v priebehu prvých troch rokov.

4.4. Predaj, distribúcia a zisky

Predaj je realizovaný cez vlastný e-shop, kde zákazníci môžu využiť odborné poradenstvo a dopravu zdarma. Online priestor však nemusí vyhovovať každému, ako napríklad staršej generácii. Zákazníci, ktorí preferujú osobný prístup, majú tiež možnosť navštíviť ich pobočku. Pre dlhodobých a verných klientov, poskytuje individuálne služby, konzultácie či vernostné zľavy. V spolupráci s lokálnymi partnermi plánuje rozšíriť distribúciu do ďalších regiónov. Zisky budú generované predovšetkým z profitu na predaji kancelárskych zariadení, softvérových licencií a doplnkových služieb. Spoločnosť plánuje rozšíriť ponuku aj o digitálne služby, vrátane online servisu a vzdialenej technickej podpory.

5. Analýza spotrebiteľa

Cieľovými zákazníkmi moja_prva_firma, s.r.o. sú rôzne skupiny používateľov, ktorých spája potreba spoľahlivej kancelárskej techniky a kvalitných služieb. Firma sa zameriava na štyri hlavné segmenty:

- **Vzdelávacie a verejné inštitúcie** – Segment inštitúcii pootrebuje spoľahlivé zariadenia pre výučbu, administratívu a správu dokumentácie. Ide teda o školy, univerzity a úrady s pevne stanovenými rozpočtami, ktoré uprednostňujú jednoduché ale funkčné riešenia s dlhou životnosťou, prirodzeným užívateľským prostredím a jednoduchou údržbou. Vyhľadávajú kopírky, tlačiarne a licencovaný softvér, ktorý zefektívňuje nielen administratívne a vyučovacie procesy, ale aj komunikáciu a správu vrámci inštitúcií. Produkty firmy moja_prva_firma, s.r.o. im prinášajú efektívne, ľahko ovládateľné zariadenia vhodné aj pre vysoké zaťaženie.

- **Korporáty** – Tento segment využíva kancelársku techniku na každodennú prevádzku a kladie dôraz na spoľahlivosť, výkon a efektívnosť. Zákazníci pochádzajú z rôznych odvetví ako napríklad IT, financie, marketing či výroba, kde je častokrát kľúčová rýchlosť a presnosť. Potrebujú výkonné zariadenia a komplexné softvérové riešenia umožňujúce efektívne riadenie procesov a bezpečné spracovanie dát. Očakávajú vysokú kvalitu, rýchly servis a možnosť prispôsobenia produktov na mieru. Disponujú vyšším rozpočtom, ktorý im umožňuje investovať do kvalitných zariadení a licencovaného softvéru. Produkty z moja_prva_firma, s.r.o. týmto firmám poskytujú moderné a spoľahlivé technológie.

- **Malé a stredné podniky** – Segment malých až stredných podnikov vyžaduje cenovo dostupné a spoľahlivé kancelárske zariadenia. Tieto podniky často pracujú s obmedzenejším rozpočtom než veľké firmy, preto hľadajú flexibilné zariadenia s nízkymi prevádzkovými nákladmi, jednoduchou údržbou a možnosťou rozšírenia podľa rastu firmy. Neobchádzajú ich ani softvérové riešenia na podporu každodennej prevádzky. Softvérové licencie zefektívňujú prácu, šetria čas a podporujú celkovú produktivitu bez zbytočných investícií. Produkty spoločnosti moja_prva_firma, s.r.o. im teda poskytujú rôzne výhodné balíky šité na mieru.

- **Jednotlivci a domáci používatelia** – Segment domácností a jednotlivcov zahŕňa študentov a ľudí pracujúcich z domu, ktorí potrebujú jednoduché, spoľahlivé a cenovo dostupné kancelárske vybavenie pre bežné úlohy, ako je tlač, skenovanie či archivácia dokumentov. Ide o zákazníkov s obmedzeným rozpočtom, ktorí uprednostňujú zariadenia s ľahkou obsluhou, kompaktným dizajnom a dlhou životnosťou, vhodné pre každodenné domáce používanie. Ponúkame im zariadenia, ktoré umožňujú pracovať efektívne bez zbytočných nákladov na údržbu

Produkty firmy prinášajú každému segmentu pridanú hodnotu – efektívnosť, jednoduchosť používania a spoľahlivosť, vďaka čomu sa značka profiluje ako partner pre všetkých, ktorí hľadajú moderné, dostupné a kvalitné riešenia v oblasti kancelárskej techniky.

6. Analýza konkurencie

6.1. Profil konkurentov

V oblasti kancelárskej techniky pôsobí v rámci trhu viacero firiem, vrátane moja_prva_firma, s.r.o., ktoré ponúkajú podobné produkty – tlačiarne, skenery, telefóny, tablety, tonery, fotoaparáty či ďalšie kancelárske zariadenia. Jej hlavní konkurenti majú vlastné stratégie, ktorými sa snažia zabezpečiť postavenie na trhu a uspokojiť rôzne segmenty zákazníkov.

Hlavní konkurenti:

- Salfetka, s.r.o.
- Kancla, s.r.o.
- Levine, s.r.o.
- Kolomio, s.r.o.
- Tetul, s.r.o.
- KancelkaStuff, s.r.o.
- TecHo, s.r.o.

Každá z týchto spoločností sa orientuje na predaj kancelárskej a komunikačnej techniky, avšak rozdiely sú v kvalite ponuky, cene, úrovni zákazníckych služieb a marketingovej aktivite.

6.2. Porovnanie a postavenie na trhu

Vzhľadom na veľký počet malých firiem sa trh kancelárskej techniky vyznačuje vysokou konkurenciou a nízkou diferenciáciou produktov. Väčšina spoločností ponúka rovnaké typy zariadení, pričom úspech závisí od spôsobu prezentácie, dostupnosti služieb a cenovej politiky. moja_prva_firma, s.r.o. sa od konkurencie odlišuje:

- bezplatnou dopravou pri každom nákupe,
- odborným poradenstvom a popredajnou podporou,
- moderným e-shopom s prehľadným rozhraním,
- nízkymi cenami v porovnaní s konkurenciou.

Odhadovaný podiel firmy na trhu v prvom roku sa pohybuje okolo 10 %, s ambíciou dosiahnuť 12 % do dvoch rokov vďaka rozšíreniu sortimentu a zlepšeniu logistiky.

6.3. Porovnanie silných a slabých stránok konkurencie

Konkurent	Silné stránky	Slabé stránky
-----------	---------------	---------------

Salfetka, s.r.o.	Dobré produktové pokrytie, známe meno	Vyššie ceny, slabší servis
Kancla, s.r.o.	Široká ponuka tlačiarň a príslušenstva	Menej moderný web, chýba doprava zdarma
Levine, s.r.o.	Moderné zariadenia, rýchla dostupnosť	Vyššie marže, obmedzená komunikácia so zákazníkmi
Kolomio, s.r.o.	Spoľahliví dodávatelia	Menší dôraz na marketing a poradenstvo
Tetul, s.r.o.	Nízke ceny	Obmedzený sortiment, chýba servis
KancelkaStuff, s.r.o.	Dobrá vizuálna prezentácia	Slabšia zákaznícka podpora
TecHo, s.r.o.	Inovatívne produkty	Vyššie prevádzkové náklady, menšia dostupnosť

6.4. SWOT analýza konkurencie

S – Silné stránky: široká ponuka produktov, existujúce zázemie, stabilná zákaznícka základňa.

W – Slabé stránky: vyššie ceny, slabšia komunikácia, chýbajúca pridaná hodnota (servis, doprava).

O – Príležitosti: rast dopytu po online nákupe, rozvoj ekologických produktov, expanzia do škôl a firiem.

T – Hrozby: cenová vojna, technologické zmeny, nasýtený trh.

6.5. Zhrnutie

Trh kancelárskej techniky je vysoko konkurenčný, no zároveň rastúci. moja_prva_firma, s.r.o. má výhodu v kombinácii dobrej ceny, odborného prístupu a zákazníckeho komfortu, čo jej umožňuje postupne získať silnejšiu pozíciu v rámci regionálneho aj online prostredia.

7. Organizačná štruktúra a manažment

Spoločnosť moja_prva_firma, s.r.o. je podnik vedený jedným vlastníkom, ktorý zastáva aj funkciu konateľa. Organizačná štruktúra je jednoduchá, prispôbená veľkosti firmy a zameraná na efektívne riadenie predaja, marketingu a zákazníckeho servisu.

Zakladateľom firmy je Bc. Bianka Bosnyáková, ktorá je absolventkou Fakulty elektrotechniky a informatiky Technickej univerzity v Košiciach. Je teda jediným vlastníkom spoločnosti so 100 % podielom. Zodpovedá za strategické riadenie, finančné rozhodnutia, dohľad nad prevádzkou a celkové smerovanie firmy. Vďaka svojmu prehľadu v oblasti technológií a kancelárskej techniky dokáže efektívne koordinovať všetky činnosti podniku. Medzi podporné funkcie vlastníka patria najmä činnosti v oblasti marketingu, technického poradenstva a administratívy. Je tu tiež zahrnutá aj komunikácia so zákazníkmi a dodávateľmi.

Všetky procesy prebiehajú v úzkej spolupráci pod vedením konateľa, ktorý dohliada na kvalitu služieb a spokojnosť zákazníkov. Do budúcnosti firma plánuje rozšíriť tím. Cieľom je vybudovať stabilnú, prehľadnú a odborne zameranú organizačnú štruktúru, ktorá podporí rast firmy a jej expanziu na nové trhy.

8. Časový harmonogram

V tejto časti je predstavený plán hlavných cieľov a krokov, ktoré má spoločnosť moja_prva_firma, s.r.o. naplniť v priebehu svojho rozvoja. Cieľom je zabezpečiť systematický rast firmy, efektívne riadenie zdrojov a postupné posilňovanie postavenia na trhu kancelárskej techniky.

Obdobie	Cieľ / Aktivita	Popis
1.–3. mesiac	Spustenie e-shopu a marketingová kampaň	Dokončenie webovej platformy, otestovanie funkcií a začatie predaja. Spustenie propagácie na sociálnych sieťach a školských kanáloch.
4.–6. mesiac	Budovanie značky a zákazníckej základne	Získanie prvých 100 zákazníkov, vyhodnotenie spätnej väzby, zlepšenie používateľského rozhrania
7.–9. mesiac	Rozšírenie sortimentu a partnerstiev	Zavedenie nových produktov, nadviazanie spoluprác s novými dodávateľmi
10.–12. mesiac	Zavedenie servisných balíkov a vernostného programu	Spustenie popredajných služieb, zákazníckych zliav a vernostného systému.
2. rok	Budovanie lokálneho skladu a optimalizácia logistiky	Zriadenie 1. externého skladu pre rýchlejšie dodanie, zníženie času doručenia o 30 %.
3. rok	Rozšírenie pôsobnosti na celé Slovensko	Posilnenie marketingu, rozšírenie spolupráce s B2B klientmi v rôznych regiónoch.
4.–5. rok	Expanzia na zahraničné trhy (EÚ)	Príprava pre vstup na zahraničné trhy, rozšírenie tímu

Tento harmonogram je orientačný a bude sa upravovať podľa reálneho vývoja trhu, finančných možností a dosahovaných výsledkov.

9. Rizikové faktory – SWOT analýza

V tejto časti podnikateľského plánu sa hodnotia silné a slabé stránky, ako aj príležitosti a hrozby, ktoré môžu ovplyvniť fungovanie spoločnosti moja_prva_firma, s.r.o. Cieľom analýzy je identifikovať hlavné faktory úspechu, upozorniť na možné riziká a určiť vhodnú stratégiu, ktorá podporí dlhodobú stabilitu a rast podniku. Identifikácia rizikových faktorov pomáha spoločnosti pripraviť sa na potenciálne výzvy a navrhnúť opatrenia na ich zmiernenie.

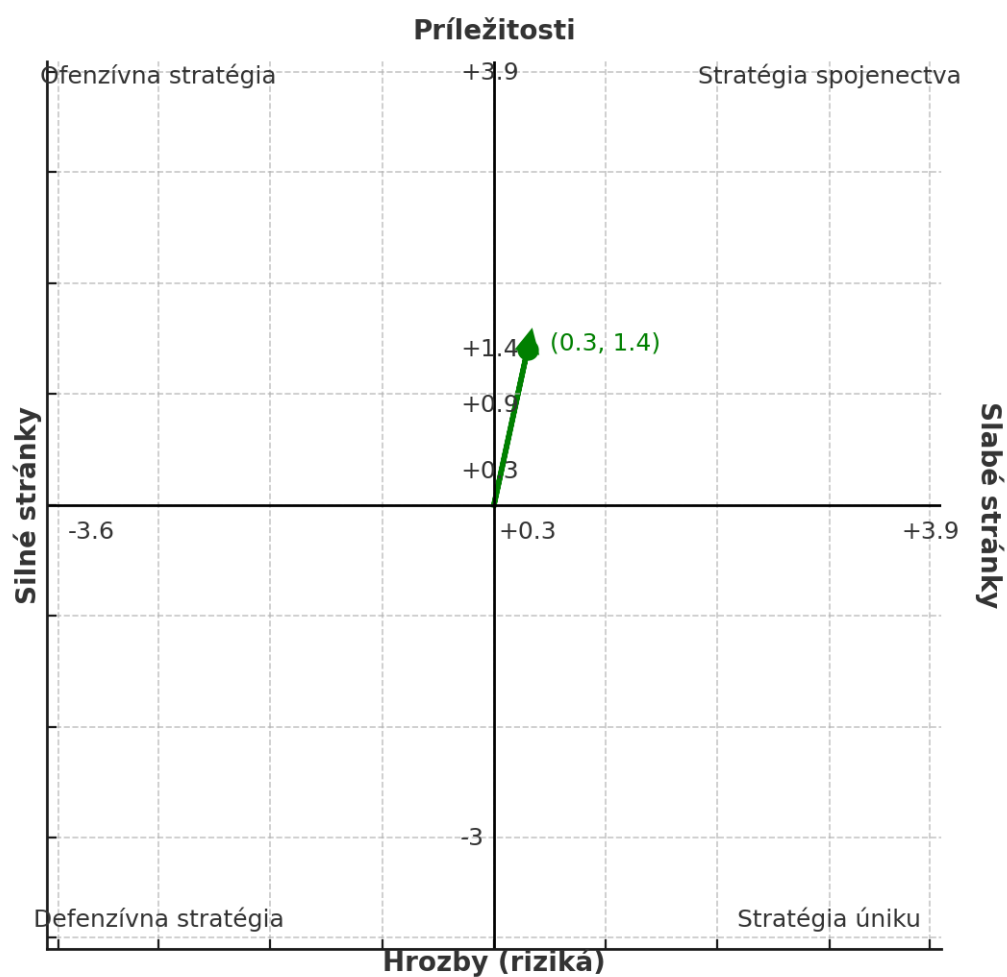
9.1. Identifikácia rizikových faktorov

- **Ekonomické riziká:** Kolísanie cien technológií, inflácia a prípadná recesia môžu ovplyvniť marže a znížiť dopyt po kancelárskej technike.
- **Konkurenčné riziká:** Silná konkurencia a rýchle zmeny trendov môžu viesť k zastarávaniu produktov a strate trhového podielu.
- **Technologické riziká:** Neustály vývoj v oblasti inovácií si vyžaduje priebežné investície, ktoré môžu byť finančne náročné.
- **Riziká dodávateľského reťazca:** Závislosť od dodávateľov a globálne výpadky komponentov môžu spôsobovať oneskorenia a ovplyvniť spokojnosť zákazníkov.
- **Finančné riziká:** Obmedzený prístup k externému financovaniu môže brzdiť expanziu a modernizáciu produktov.
- **Zmeny v spotrebiteľskom správaní:** Posun k ekologickým riešeniam môže byť príležitosťou aj hrozbou – ak sa firma neprispôsobí, môže stratiť časť trhu.

9.2. SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)	Príležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
Široké portfólio kancelárskej techniky a príslušenstva.	Krátka história a nízka známosť značky.	Rastúci dopyt po online nákupe techniky a elektroniky.	Silná konkurencia etablovaných značiek.
Doprava zdarma pri každom nákupe.	Závislosť od centrálného skladu a externých dodávateľov.	Rozšírenie ponuky o ekologické a úsporné produkty.	Kolísanie cien techniky a dodacích termínov.
Odborné poradenstvo a popredajná starostlivosť.	Obmedzené personálne kapacity v úvodnej fáze.	Možnosť spolupráce so školami, firmami a verejnými inštitúciami.	Riziká spojené s logistikou a dostupnosťou tovaru.

Moderný a prehľadný e-shop s intuitívnym ovládaním.	Potreba intenzívnej marketingovej podpory na zvýšenie viditeľnosti.	Rozvoj servisných a vernostných programov.	Rýchly technologický vývoj a tlak na inovácie.
Výhodné ceny pri zachovaní vysokej kvality produktov.	Krátka história a nízka známosť značky.	Expanzia na slovenský a neskôr európsky trh.	Kybernetické hrozby a ochrana údajov zákazníkov.



Obrázok 1- Grafická analýza podniku SWOT

10. Finančný plán

Finančný plán spoločnosti moja_prva_firma, s.r.o. poskytuje stručný prehľad o očakávanom finančnom hospodárení a zdrojoch financovania potrebných na stabilný rozbeh a rozvoj podnikania. Cieľom je udržať likviditu, efektívne využívať zdroje a dosiahnuť udržateľný rast v oblasti predaja kancelárskej techniky a doplnkových služieb.

Na začiatku podnikania firma disponuje základným imanom 10 000 €, grantom od školy a dvoma účtami vo virtuálnej banke, každý s vkladom 100 000 €, čo zabezpečuje silnú finančnú stabilitu v počiatočnej fáze.

Plánované použitie finančných prostriedkov:

- Nákup zásob a vybavenia: 15 000 € – počiatočný nákup techniky (tlačiarne, skenery, telefóny, tablety, tonery a príslušenstvo).
- Prevádzkové náklady: 25 000 € – pokrytie nákladov spojených s chodom firmy (mzdy, energie, prenájom, administratíva).
- Marketing a propagácia: 7 000 € – online reklama, sociálne siete, letáky a propagačné materiály.
- Rezervný fond: 5 000 € – finančná rezerva na nepredvídané výdavky a udržanie likvidity.

Očakávané príjmy:

Po spustení e-shopu sa predpokladá nárast tržieb po 3 mesiacoch aktívnej činnosti.

- Predaj produktov: priemerný mesačný obrat 8 000 €, s postupným rastom vďaka rozširovaniu sortimentu.
 - Služby (poradenstvo, servis, doprava): doplnkové mesačné príjmy približne 2 000 €.
- Ročný odhadovaný obrat po prvom roku prevádzky je 120 000 € s medziročným rastom 12–15 %.

Mesačné náklady:

- Mzdy (4 zamestnanci): cca 5 000 €
- Marketing: cca 1 500 €
- Prenájom a režijné náklady: cca 2 000 €
- Dopĺňanie zásob: cca 3 000 €

Finančný plán zahŕňa pravidelnú mesačnú kontrolu cash flow a kvartálnu analýzu výkonnosti, čo umožní flexibilne reagovať na vývoj trhu. Firma bude priebežne optimalizovať výdavky, zvyšovať efektivitu kampaní a upravovať plán podľa reálnych výsledkov, aby zabezpečila stabilný rast, udržateľnosť a dlhodobú ziskovosť.