

TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
EKONOMICKÁ FAKULTA

PODNIKATEĽSKÝ PLÁN
Nábytik, s.r.o.

Tamara Orosová

3. roč., EaMVS, EkF

Ak. rok 2025/2026

Obsah

1.	Základné informácie	3
2.	História podniku, jeho súčasný stav, ciele a plány do budúcnosti	4
3.	Analýza trhu	5
3.1.	Potenciálny trh a jeho charakteristiky.....	5
3.2.	Podiel na trhu.....	5
3.3.	Trendy a rastový potenciál	5
3.4.	Predaj distribúcia a zisky	5
4.	Analýza výrobku	6
5.	Analýza spotrebiteľa	7
6.	Analýza konkurencie	8
7.	Organizačná štruktúra a manažment.....	9
8.	Časový harmonogram.....	10
9.	Rizikové faktory – SWOT analýza	11
10.	Finančný plán.....	13

1. Základné informácie



Názov firmy: Nábytik, s.r.o.

IČO: 20250984

ZI: 5 000€

Majiteľ firmy: Tamara Orosová

Adresa firmy: Hlavná 223

07514 Michalany

Telefónne číslo: 0902 333 503

E-mail: tamara.orosova@student.tuke.sk

2. História podniku, jeho súčasný stav, ciele a plány do budúcnosti

V tomto dokumente by som vám chcela predstaviť podnikateľský plán mojej firmy Nábytik, s.r.o., ktorý sa sústreďuje na predaj kancelárskeho nábytku. Ako zakladateľka a jediná majiteľka som sa rozhodla priniesť na slovenský trh moderné, funkčné a estetické riešenia pre kancelárske priestory.

Myšlienka založiť túto firmu vznikla na základe rastúceho dopytu po kvalitnom nábytku v našom regióne. Najbližší veľkoobchod, kde majú zákazníci možnosť vidieť tovar aj naživo sa nachádza v Michalovciach alebo v Košiciach, čo je viac ako 40km od miesta, kde sa moja firma nachádza. Uvedomujem si riziko, že som firmu otvorila na dedine – konkrétne v dedine Michalany, no práve v tom vidím veľkú príležitosť. Východ krajiny nemá už žiadne mesto, v ktorom by si takýto nábytok vedeli prísť kúpiť. Verím, že vďaka skvelej dostupnosti a takisto aj modernému e-shopu prilákam množstvo zákazníkov.

Naša kamenná predajňa bude otvorená každý pracovný deň od 8:00 do 16:00 a e-shop bude sprístupnený nonstop. Takisto súčasťou e-shopu bude aj infolinka, na ktorú sa zákazník bude vedieť dovolať každý deň od 8:00 do 20:00.

V kamennej predajni bude zamestnaná jedna osoba, ktorá bude mať na starosti predaj tovaru. V prípade neprítomnosti ju budem zastupovať ja, majiteľka firmy, ako sa budem starať aj o marketingovú stratégiu, účtovnícku a finančnú sféru. O chod e-shopu sa bude starať jeden technik, no dopĺňanie nového tovaru budem vykonávať ja – majiteľka.

Predmetom nášho predaja je kancelársky nábytok. Ide hlavne o kvalitné ergonomické stoličky a kreslá, úložné skrine, police a poličky, regály, vitrínové skrinky, drobné príslušenstvo – držiaky na PC, podložky a dekorácie, nábytok na požiadavku zákazníka. V prvých troch rokoch fungovania podniku budú našimi kľúčovými zákazníkmi podniky, živnostníci i štátna správa na Slovensku. V ďalších rokoch však plánujeme umiestniť 25% produktov na zahraničné trhy.

Na Slovensku existuje viacero firiem zaoberajúcich sa predajom kancelárskeho nábytku, avšak hlavnou konkurenčnou výhodou našej spoločnosti sú kvalitnejšie a modernejšie produkty ale i výhodnejšie ceny našich produktov.

3. Analýza trhu

3.1. Potenciálny trh a jeho charakteristiky

Naším cieľom je predáť kancelársky nábytok každému, kto ho potrebuje – od malých firiem a škôl, cez bežné kancelárie, až po ľudí, ktorí pracujú z domu. Niektorí hľadajú nízku cenu, iní zase chcú kvalitu a pekný dizajn. Dopyt po nábytku rastie, lebo firmy modernizujú a „home office“ je stále bežnejší. Preto musíme vedieť, čo chcú rôzne skupiny zákazníkov. Je dôležité sledovať, čo ponúka konkurencia a aké má ceny, lebo je tu priestor hlavne pre nábytok, ktorý je aj praktický, aj dobre vyzerá. Zákazníci sa pozerajú aj na to, ako rýchlo a lacno im nábytok doručíme, preto je lokálny trh pre nás kľúčový.

3.2. Podiel na trhu

Keďže sme nová firma, náš podiel na trhu bude na začiatku malý. Odhadujeme, že prvý rok by sme mohli získať asi 2–3 % lokálneho trhu. S lepším e-shopom a reklamou by to v druhom roku mohlo narásť na 5–6 %. Najdôležitejšie je mať spokojných zákazníkov, ktorí sa k nám vrátia a odporučia nás. Naším hlavným cieľom je stať sa spoľahlivým partnerom pre malé a stredné firmy.

3.3. Trendy a rastový potenciál

Trendy na trhu kancelárskeho nábytku sa neustále menia. Momentálne sú populárne produkty s moderným dizajnom a multifunkčnými riešeniami. Ľudia chcú pohodlné stoličky, ergonomické stoly a praktické úložné riešenia. Rastie tiež dopyt po nábytku pre home office a menšie firmy. Trendy ovplyvňujú aj farebné a materiálové preferencie zákazníkov. Potenciál rastu trhu je vysoký, pretože nové kancelárie a firmy neustále vznikajú. Marketing a reklama môžu výrazne zvýšiť predaj, ak budeme prezentovať produkty, ktoré sú trendy. Takisto plánujeme sledovať medzinárodné trendy a prispôbiť ponuku lokálnemu trhu.

3.4. Predaj distribúcia a zisky

Predávať budeme na dvoch miestach: cez náš e-shop a v kamennej predajni. Vďaka tomu oslovíme oveľa viac ľudí. Dodávanie tovaru bude fungovať rýchlo a bez problémov, aby bol zákazník spokojný. Cena nášho nábytku bude pokrývať všetky náklady, ale zároveň nebude byť drahšia ako u konkurencie. Dobrá reklama nám pomôže prilákať nových zákazníkov. Naš zisk závisí od toho, koľko kusov predáme a koľko nám zostane na každom predanom kuse. Pravidelne budeme kontrolovať predaj, aby sme vedeli, či treba zmeniť ceny alebo sortiment. Vernostné programy a spokojní zákazníci, ktorí u nás nakúpia znova, nám výrazne zvýšia zisk.

4. Analýza výroby

Náš sortiment zahŕňa najmä pracovné stoly a stoličky, úložné skrine, regály pre kancelárske priestory s možnosťou prispôsobenia rozmerov či farby podľa spotrebiteľa.

Produkty sú navrhnuté tak, aby zlepšovali pohodlie pri práci, podporovali správne držanie tela a znižovali únavu pri dlhodobom sedení. Teda našim hlavným cieľom je ponúkať výrobky ktoré sú pohodlné, estetické a kvalitné. Použité materiály sú odolné a ľahko udržiavateľné, čo zabezpečuje dlhú životnosť nábytku a jeho estetickú hodnotu.

Produkty firmy prinášajú zákazníkom praktický úžitok:

- komfort pri práci,
- ergonomické riešenia znižujúce zdravotné riziká,
- estetický vzhľad, ktorý zlepšuje pracovné prostredie,
- možnosť prispôsobenia nábytku konkrétnym potrebám a rozmerom priestorov.

Náš sortiment zahŕňa:

- kancelárske stoly a stoličky
- kvalitné ergonomické stoličky a kreslá
- úložné skrine
- police a poličky
- regály
- vitrínové skrinky
- drobné príslušenstvo – držiaky na PC, podložky a dekorácie
- nábytok na požiadavku zákazníka

Ako veľkú výhodu považujeme práve výrobu nábytku na mieru a podľa požiadavky zákazníka. Teda vieme vyhovieť s rozmermi, s farbou alebo špecifickým materiálom. Teda u nás budú mať na výber ako aj malé firmy, tak aj väčšie firmy, ktoré potrebujú špecifické riešenia.

Kontrola kvality je u nás na prvom mieste. Preto kontrola našich výrobkov pozostáva až z troch fáz. Prvá kontrola prebieha už pri samotných materiáloch, z ktorých sa výrobky budú vyrábať. Sleduje sa ich pevnosť, povrchová úprava či farba. Ďalej nasledujú kontroly počas výroby. Výrobok prechádza kontrolou skúsených pracovníkov. Na záver prebieha kontrola zákazníkom. Sám zákazník si na mieste skontroluje, či je všetko tak, ako si to predstavoval.

5. Analýza spotrebiteľa

Našou cieľovou skupinou sú malé a stredné podniky, živnostníci, úrady a inštitúcie, ktoré potrebujú kvalitné, funkčné a estetické vybavenie kancelárskych priestorov. Ako sekundárnu cieľovú skupinu považujeme súkromné osoby, ktoré si chcú zútulniť domáce pracovné prostredie. V budúcnosti plánujeme expandovať do zahraničia vďaka čomu sa naša klientela rozšíri o zahraničné firmy i bežných občanov iných krajín.

Z hľadiska vekovej kategórie ide o pracovne aktívnych ľudí vo veku 25 až 60 rokov. Z hľadiska profesie ide o manažérov, podnikateľov, štátnu a verejnú správu, či zamestnancov, ktorí majú home office. Priemerný mesačný príjem sa pohybuje od 1100€ až 1300€, v prípade firiem ide o menšie alebo stredné podniky.

Home office začína byť trendom aj v našej krajine, a preto dopyt po kancelárskom nábytku začína stúpať. Naša ponuka prináša zákazníkom pohodlie a estetiku, čo podporuje efektívnu prácu a zvyšuje komfort pri práci.

Naši spotrebitelia od nás neočakávajú len samotný produkt, ale takisto aj celkovú službu a zážitok z nákupu. Okrem hlavného faktora ako je cena a kvalita, zákazník ohodnotí aj prístup firmy a dostupnosť výrobkov. Spotrebiteľ teda očakáva:

- kvalitné a trvácne produkty
- moderný dizajn
- rýchla dostupnosť tovaru
- možnosť nákupu cez internet
- možnosť prispôbenia tovaru na mieru
- spoľahlivosť a dôveru vo firme

Ak by sme to mali zhrnúť, tak spotrebiteľ našej firmy je prakticky zmyšľajúci človek alebo podnikateľ, ktorý si potrpí na kvalite, modernom dizajne a funkčnosti. Hľadá výrobky, ktoré mu uľahčia prácu, vydržia dlhodobo a esteticky doplnia jeho pracovné prostredie.

6. Analýza konkurencie

Ako konkurenciu považujem všetky firmy, ktoré ponúkajú nábytok vhodný do kancelárie. Takisto množstvo zákazníkov myslí ekonomicky a nábytok si vedia zaobstarať aj lacnejšie „z druhej ruky“.

Za nášho najväčšieho konkurenta považujeme spoločnosť IKEA Bratislava, s.r.o. Je to celoslovenský predajca nábytku so širokou škálou ponuky. Ako jeho nevýhodu považujeme menej osobný prístup ku zákazníkom.

Takisto naši konkurenti sú aj JYSK, s.r.o. a SCANTO Nábytok, s.r.o., ktoré sú cenovo dostupné. Ale všetky tieto konkurencie sú vzdialené niekoľko kilometrov.

Moja firma má výhodu v tom, že sa nachádza v regióne, kde podobný typ predajne chýba. Zákazníci tak majú možnosť osobného nákupu. Navyše myslíme aj na pohodlie, tak ponúkame aj e-shop, vďaka ktorému si môžu zákazníci produkty objednať z domu.

Ďalšou konkurenčnou výhodou je individuálny prístup a úprava potrieb klientov a kombinácia kamennej predajne a online predaja. Teda vieme spojiť výhody osobného kontaktu s pohodlnosťou internetového nákupu.

Naša konkurenčná výhoda, napriek tomu, že sme nováčikovia na trhu, spočíva v ponuke kvalitnejších produktov za prijateľnejšie ceny. Táto výhoda nám prináša:

- možný prechod zákazníkov od konkurencie k nám
- možnosť prispôbenia tovaru podľa potrieb
- zvýši sa dopyt po našich produktoch

Ako nováčikovia takisto čelíme aj konkurenčným nevýhodám ako aj:

- slabé meno na trhu
- problém s nadväzovaním spoluprác
- nevybudovaná dôvera

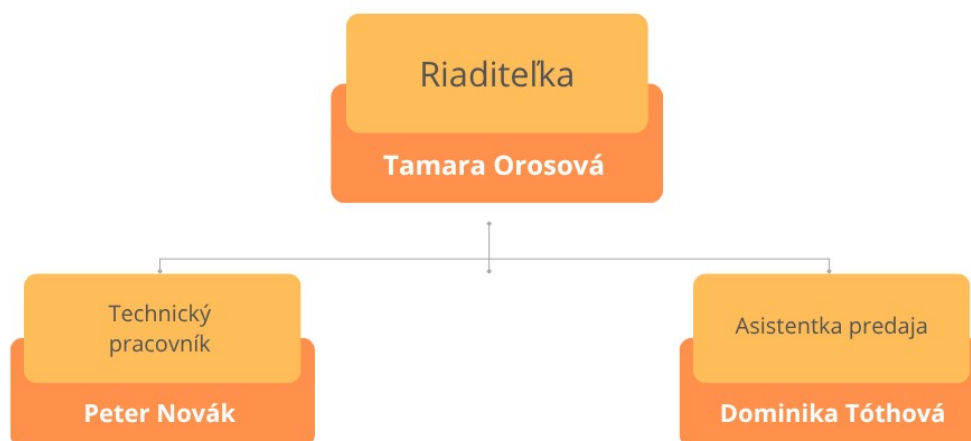
Napriek týmto rizikám sme ochotní čeliť konkurencii a budeme robiť všetko pre to, aby sme prerazili trh, získali dôveru zákazníkov a postupne si vybudovali stabilnú pozíciu na trhu s kancelárskym nábytkom.

7. Organizačná štruktúra a manažment

Majiteľkou a zároveň riaditeľkou firmy som ja, Tamara Orosová. Som študentkou na Ekonomickej fakulte Technickej univerzity v Košiciach. Podnikanie ako samotné bolo mojim snom, no teraz sa mi to podarilo premeniť na realitu. E-shop spravuje technik, Peter Novák, ktorý má 6-ročnú prax v odbore. Takisto firma zamestnáva aj asistentku predaja Dominiku Tóthovú, ktorá je komunikatívna a ma reprezentatívne vystupovanie, čo sa skvelo hodí na jej pozíciu.

Na začiatok svojho podnikania začínam s čo najmenším počtom zamestnancov, aby som mala čo najnižšie náklady na prevádzku. Činnosti ako sú marketing, účtovníctvo, riadenie a administratívu si zabezpečujem sama. Do budúcnosti ale plánujem s rozšírením firmy a zamestnaním nových pracovníkov.

Organizačná štruktúra firmy



8. Časový harmonogram

Časový harmonogram je rozdelený do piatich fáz. Prvá fáza je príprava – skúmame trh, vybavujeme prenájom a objednávame tovar. Druhá fáza je spustenie – upravíme predajňu, spustíme e-shop a začneme s reklamou. Tretia fáza je prvý rok prevádzky, keď sledujeme tržby a dopĺňame sortiment. Štvrtá fáza je rozšírenie – pridávame nové produkty a zlepšujeme e-shop. Piata fáza je možné plánovanie otvorenia ďalšej pobočky.

FÁZA 1 (1.-2. mesiac)

- Prieskum trhu a konkurencie
- Výber a prenájom priestorov
- Návrh predajne
- Výber dodávateľov a objednávka tovaru
- Plánovanie marketingu

FÁZA 2 (3. mesiac)

- Úprava priestorov a zariadenie predajne
- Nastavenie e-shopu a online predaja
- Prvé marketingové kampane (sociálne siete, letáky, bannery)
- Zamestnanie personálu

FÁZA 3 (4.-12. mesiac)

- Pravidelné sledovanie tržieb a nákladov
- Úpravy sortimentu podľa predaja
- Získavanie spätnej väzby od zákazníkov

FÁZA 4 (rok 2)

- Rozšírenie produktového portfólia (napr. nábytok pre školy a malé firmy)
- Vylepšenie e-shopu (3D vizualizácie, nové funkcie)
- Budovanie vernostného programu

FÁZA 5 (rok 3)

- Prípadné otvorenie druhej pobočky alebo skladu

9. Rizikové faktory – SWOT analýza

SWOT ANALÝZA

Silné stránky

• cena kancelárskeho nábytku	5
• umiestnenie kamennej predajne	4
• možnosť výroby nábytku na mieru	5
• vzdelanie a skúsenosti zamestnávateľov	4
	18

Slabé stránky

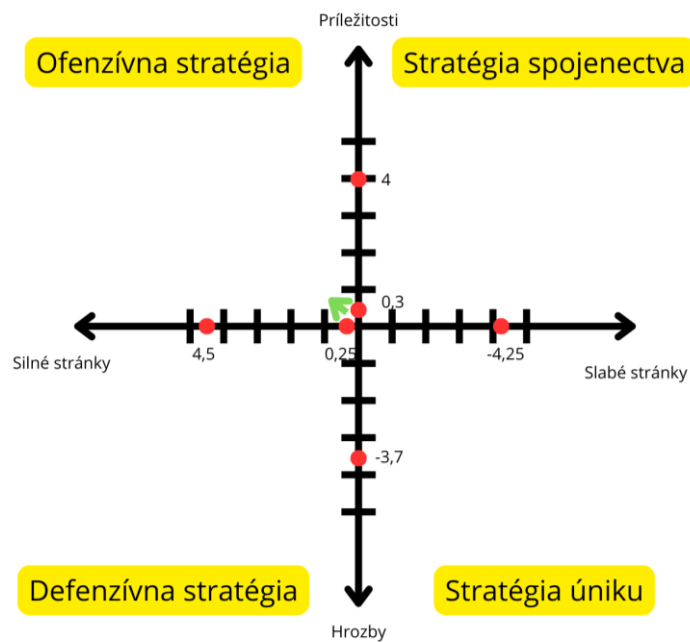
• závislosť od dodávateľov	5
• nevybudované meno na trhu	4
• obmedzené kapacity	4
• silná konkurencia	4
	17

Vonkajšie príležitosti

• budúca expanzia do zahraničia	4
• zvyšujúci sa trend „home office“	5
• rozširovanie kamennej predajne do iných miest	3
• zvýšený dopyt po kancelárskom nábytku	4
	16

Hrozby

• zvyšovanie cien	4
• problém s dostupnosťou pracovnej sily	4
• pokles kúpnej sily obyvateľstva	3
	11



Podľa tejto analýzy sa firma momentálne nachádza v ofenzívnej pozícii, čo je dobrá správa. Znamená to, že máme dobrú šancu byť aktívni a posúvať veci dopredu. Zároveň je jasné, že je potrebné prichádzať s novými nápadmi a inovovať, aby sme využili to, v čom sme silní, a zároveň sa naučili zvládať naše slabé stránky a možné problémy, ktoré by nám mohli stáť v ceste.

10. Finančný plán

Náš finančný plán nám ukazuje, koľko nás budú stáť veci, koľko môžeme zarobiť a ako budeme hospodáriť s peniazmi. Hlavný cieľ je, aby firma bola finančne stabilná, rástla a postupne zvyšovala zisk.

Na začiatku bude treba do firmy vložiť dosť peňazí, aby sme mohli spustiť predaj a e-shop. Odhadujeme, že budeme potrebovať asi 25 000 – 30 000 €, a to približne takto:

- Prenájom – 5 000 €
- Zariadenie predajne – 6 000 €
- Nákup prvého tovaru (stoly, stoličky, skrine, doplnky) – 10 000 €
- E-shop a technická správa – 2 000 €
- Marketing na začiatku (sociálne siete, letáky, bannery) – 2 000 €
- Rezerva – 3 000 €

Peniaze budú z vlastných úspor a čiastočne z úveru.

Mesačne bude firma míňať približne 2 000 – 2 500 €. Hlavné výdavky sú:

- Mzda zamestnanca v predajni – 900 €
- Technik pre e-shop (externý) – 300 €
- Energie a prenájom – 400 €
- Doprava a logistika – 300 – 400 €
- Ostatné (servis, drobné veci) – 100 €

Podľa toho, koľko ľudí bude kupovať kancelársky nábytok a vďaka e-shopu, očakávame:

1. rok: 40 000 – 50 000 €
2. rok 65 000 – 75 000 €
3. rok: 90 000 – 100 000 €

Firma bude hospodáriť zodpovedne: sledovať náklady a investovať zisky. Očakávame, že počiatočné investície sa vrátia za 2 – 3 roky. Ak predaj pôjde podľa plánu, bude možné:

- Pridať nábytok pre školy, ambulancie a malé firmy
- Vylepšiť e-shop (napr. 3D vizualizácie kancelárií)
- Vytvoriť stálych zákazníkov a vernostný program
- Spolupracovať s dizajnérmi a architektmi
- Otvoriť ďalšiu pobočku alebo sklad