

Podnikateľský zámer

Názov firmy: ASTUM, s.r.o.

IČO: 20250986

ZI: 10000€

Zakladateľ firmy: Vladyslav Yatsyk

Adresa firmy: Boženy Nemcovej 32/1 040 01 Košice

Telefónne číslo: 095 205 56 15

E-mail: vladyslav.yatsyk@student.tuke.sk

1. Zhrnutie

ASTUM, s.r.o. je online spoločnosť so sídlom na Slovensku, ktorá sa špecializuje na predaj novej výpočtovej techniky (notebooky, osobné počítače, komponenty) prostredníctvom vlastného internetového obchodu.

Biznis model: „nákup od veľkých európskych distribútorov → online predaj zákazníkom na Slovensku → rýchle doručenie a technická podpora“.

Unikátnosť: kombinácia konkurencieschopnej ceny, profesionálneho poradenstva a rýchleho záručného servisu.

Rastová stratégia: začiatok na slovenskom trhu, rozšírenie ponuky (PC zostavy na mieru, servis a opravy), a následne postupná expanzia na ďalšie trhy EÚ.

\

2. Charakteristika firmy

2.1. Základné informácie

- Názov spoločnosti: ASTUM s.r.o.
- IČO: 20250986
- Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o.)
- Rok založenia: 2025
- Sídlo spoločnosti: Boženy Nemcovej 32/1, Košice, Slovensko
- Oblasť podnikania: Výpočtová technika
- Hlavná činnosť: nákup a predaj výpočtovej techniky prostredníctvom online kanála (e-shop)

2.2. Misia

Poskytovať kvalitnú výpočtovú techniku a moderné IT riešenia s dôrazom na spoľahlivosť, profesionálny servis a férový prístup k zákazníkom.

Cieľom spoločnosti je, aby každý zákazník nedostal iba produkt, ale aj zrozumiteľnú pomoc a podporu.

2.3. Vízia

Stať sa jedným z hlavných online dodávateľov výpočtovej techniky na Slovensku s reputáciou rýchleho servisu, stabilnej kvality a dôvery zákazníkov. V strednodobom horizonte – postupná expanzia v strednej Európe.

2.4. Hodnoty spoločnosti

- Podpora zákazníkov – technické poradenstvo pred aj po nákupe.
- Kvalita – predaj iba nových a overených produktov od spoľahlivých distribútorov v EÚ.
- Dôvera – transparentné podmienky vrátenia tovaru a záruky.
- Čestnosť – korektné technické informácie bez zavádzania.
- Spoľahlivosť – stabilné dodávky a plnenie záväzkov.

2.5. Vlastníctvo a riadenie

ASTUM s.r.o. má jedného zakladateľa. Zakladateľ vykonáva kľúčové funkcie podnikania: stratégia, nákup, riadenie sortimentu, finančná kontrola, zákaznícka podpora a správa online obchodu. Toto zabezpečuje úplnú kontrolu nad kvalitou servisu a rýchle rozhodovanie.

2.6. Prevádzkový model

- Podnikanie funguje iba online (bez fyzickej predajne).
- Sklad a logistika sú riešené v spolupráci s profesionálnymi distribútormi a logistickými službami.
- Predaj je zameraný na zákazníkov na území Slovenska.
- Spoločnosť ponúka výhradne nový tovar.
- Dôraz je na rýchle odoslanie tovaru a transparentný popredajný servis.

2.7. Plány rozvoja

- Krátkodobo (12 mesiacov): rozšírenie sortimentu, automatizácia spracovania objednávok, budovanie znalosti o značke ASTUM.
- Strednodobo (12–24 mesiacov): zavedenie služby stavby PC zostáv na mieru a štart technickej podpory / diagnostiky.
- Dlhodobo (3–5 rokov): postupná expanzia na ďalšie trhy EÚ.

3. Biznis model

3.1. Čo predávame

- Notebooky
- Hotové stolne počítače
- Samostatné komponenty a upgrade súčiastky (procesory, grafické karty, operačná pamäť, SSD a pod.)

Všetok tovar je nový. Spoločnosť nepredáva použitú alebo repasovanú techniku.

3.2. Ako zarábame

- Obchodná marža z predaja techniky.
- Budúce zdroje príjmu: služba stavby počítača na mieru, platená inštalácia / konfigurácia systému, diagnostika a základný servis.

3.3. Komu predávame

- Študentom a domácim používateľom (notebooky na štúdium a prácu).
- Gamerom (herné PC, grafické karty, vysokovýkonné komponenty).
- Malým firmám a podnikateľom (pracovné stanice, kancelárske PC, servis a podpora).
- IT špecialistom (komponenty, upgrady).
- Domácnostiam (stolové počítače pripravené „zapoj a používaj“).

3.4. Dodávateľský reťazec

- Nákup od veľkých európskych distribútorov IT techniky.
- Kontrola kvality a súladu so záručnými podmienkami.

- Vlastné zabalenie a odoslanie kuriérskou službou zákazníkovi.
- Možnosť rýchlej úpravy objednávky podľa potrieb zákazníka (napr. pridať RAM pred odoslaním).

3.5. Logistika a vybavenie objednávok

- Objednávka prebieha online cez e-shop.
- Platba bankovým prevodom.
- Doručenie kuriérom na adresu kdekoľvek na Slovensku.
- Plánovaná možnosť osobného vyzdvihnutia zo skladu / partnerského výdajného miesta v ďalšej fáze.

4. Analýza trhu

4.1. Prehľad trhu

Trh výpočtovej techniky na Slovensku patrí medzi kľúčové segmenty spotrebnej elektroniky. Dopyt vytvára vzdelávanie, práca na diaľku, gaming, tvorba obsahu a výmena zastaraných zariadení.

Samostatne rastie segment upgradov a individuálnych zostáv – zákazníci nechcú len „počítač z obchodu“, ale konfiguráciu presne pre ich účel.

4.2. Trendy

- Nákup techniky online sa stáva štandardom: zákazníci očakávajú pohodlné doručenie, jasnú záruku a možnosť vrátenia.
- Zákazníci čoraz viac porovnávajú cenu a technické parametre, nie iba značku predajcu. To vytvára priestor pre menších špecializovaných predajcov, ktorí vedia poradiť.
- Rýchla reakcia podpory a jasné záručné podmienky sú dôležitejšie než „zľava“.

4.3. Geografické zameranie

Začiatok – Slovensko. Ďalej – postupné rozšírenie na susedné trhy EÚ (Česko a neskôr ďalšie krajiny strednej Európy), kde model „online bez kamennej predajne“ umožňuje škálovanie s nízkymi fixnými nákladmi.

4.4. Pozicionovanie ASTUM na trhu

ASTUM sa profiluje ako online spoločnosť, ktorá kombinuje tri prvky:

1. Férová cena (nesľubujeme „najlacnejšie“, ale „optimálny pomer výkon / cena / spoľahlivosť“).

2. Technické poradenstvo pred nákupom.
3. Popredajná podpora a korektné záručné riešenia.

To umožňuje konkurovať nie rozsahom, ale kvalitou prístupu k zákazníkovi.

5. SWOT analýza

S (Strengths) – Silné stránky

- Flexibilita a rýchle rozhodovanie (malá štruktúra, bez byrokracie).
- Konkurencieschopná cena vďaka nákupu priamo od veľkých distribútorov v EÚ.
- Plne online model bez nákladov na kamenné predajne.

- Orientácia na servis a podporu zákazníka.
- Prehľadný sortiment (notebooky / PC / komponenty), ktorý sa dá efektívne riadiť.

W (Weaknesses) – Slabé stránky

- Nová značka bez histórie a reputácie.
- Obmedzené personálne kapacity (všetky kľúčové procesy riadi jedna osoba).
- Vysoká úroveň konkurencie v segmente elektroniky.
- Závislosť od externých dodávateľov a logistiky.
- Chýbajúce fyzické výdajné miesto v počiatočnej fáze.

O (Opportunities) – Príležitosti

- Ďalší rast online predaja elektroniky.
- Dopyt po individuálnych zostavách a PC na mieru.
- Možnosť vstupu na susedné trhy EÚ bez veľkých kapitálových investícií.
- Rozšírenie podnikania o servis, opravy a technickú podporu.

T (Threats) – Hrozby

- Cenový tlak zo strany veľkých e-shopov a elektroretailu.
- Kolísanie nákupných cien techniky a výmenných kurzov.
- Riziká podvodných objednávok a zneužívania práva na vrátenie tovaru.
- Potenciálne zmeny v daňovej a colnej regulácii v rámci EÚ.

6. Analýza konkurencie

6.1. Hlavní hráči trhu

Na slovenskom trhu pôsobia veľké internetové obchody a siete spotrebnej elektroniky, ktoré majú silný brand, široký sortiment, vlastné sklady a rozpracovanú logistiku. Ide o konkurentov s vysokými marketingovými rozpočtami, veľkou viditeľnosťou a rozsiahlym doručením.

6.2. Silné stránky konkurentov

- Veľmi široká ponuka (od lacných notebookov po výkonné herné zostavy a profesionálne komponenty).
- Neustále promo akcie, vernostné programy, nákup na splátky.
- Vlastné alebo partnerské výdajné miesta a rýchle doručenie.
- Silná známosť značky a dôvera bežného zákazníka.

6.3. Priestor pre odlíšenie ASTUM

ASTUM sa nesnaží konkurovať veľkým hráčom objemom alebo počtom kategórií. Namiesto toho je nasledovná stratégia:

- Byť flexibilný a rýchlo prispôsobovať sortiment aktuálnemu dopytu (napr. rýchlo naskladniť konkrétnu grafickú kartu alebo SSD, ktoré práve hľadajú gameri).
- Poskytovať úprimné technické odporúčanie, nie iba „zľavu“.
- Byť transparentný v oblasti záruky a popredajnej podpory.
- Ponúknuť konfiguráciu / stavbu PC podľa potrieb zákazníka a časom aj základný servis a opravy.

6.4. Dlhodobé pozicionovanie

Cieľom je vybudovať značku, ktorá nebude vnímaná len ako „e-shop s technikou“, ale ako „technický partner“, na ktorého sa zákazník môže obrátiť s otázkou a ktorý pomáha riešiť problém, nie iba predáť krabicu.

7. Produkty a služby

7.1. Záruka a vrátenie tovaru

- Štandardná záruka výrobcu.
- Možnosť vrátenia tovaru v primeranej lehote podľa legislatívy e-commerce.
- Priorita: neriešiť konfliktom, ale nájsť riešenie prijateľné pre zákazníka.

7.2. Budúce služby (Etapa 2 rozvoja)

- Zostavenie PC na mieru.
- Predinštalácia softvéru, aktualizácia BIOSu, stres test stability.

- Základná diagnostika a oprava počítačov a notebookov.

To umožní spoločnosti generovať príjem nielen z predaja tovaru, ale aj zo služieb s pridanou hodnotou.

8. Cieľový zákazník a segmentácia

8.1. Segmenty zákazníkov

- Študenti: hľadajú cenovo dostupné notebooky na štúdium a bežnú prácu.
- Gameri: potrebujú vysoký výkon a chcú poradiť s kompatibilitou komponentov.
- Malé firmy / podnikatelia: potrebujú spoľahlivé pracovné stanice, rýchle doručenie a popredajnú podporu.
- Domácnosti: chcú jednoduché riešenie „zapoj a používaj“.
- IT špecialisti: kupujú konkrétne komponenty a upgrady.

8.2. Potreby zákazníkov

- Jasné odporúčanie, čo presne kúpiť (aký procesor, koľko RAM, aká grafická karta).
- Transparentné technické parametre bez marketingového šumu.
- Možnosť rýchleho dodania.
- Podpora v prípade problému.

8.3. Ako ASTUM tieto potreby rieši

- Individuálne poradenstvo pred nákupom.
- Možnosť prispôbiť konfiguráciu (v ďalšej fáze rozvoja).
- Férové záručné podmienky a popredajná podpora.

9. Marketingová stratégia (4P)

9.1. Product (Produkt)

Hlavný produkt nie je len samotný „hardvér“, ale hotové riešenie: vybrané PC alebo komponent, ktorý zodpovedá konkrétnej potrebe zákazníka. V budúcnosti – PC zostavy na mieru a servis.

9.2. Price (Cena)

Cenová politika – konkurencieschopné „stredné“ ceny.

Cieľom nie je agresívne podliezať trh, ale ukázať pomer „cena / výkon / servis“. To umožňuje udržať zdravú maržu a zároveň pôsobiť férovo voči zákazníkovi.

9.3. Place (Distribučný kanál / Miesto predaja)

- Predaj je 100 % online cez vlastný e-shop.
- Doručenie po celom Slovensku.
- Neskôr – expanzia do ďalších krajín EÚ bez potreby otvárať kamenné predajne.

9.4. Promotion (Propagácia)

- Online prítomnosť značky ASTUM.
- Internetová reklama so zameraním na technickú odbornosť a skutočný prínos pre zákazníka (rýchlosť, spoľahlivosť, podpora).
- Firemná komunikácia na sociálnych sieťach na budovanie dôvery a odpovede na otázky zákazníkov.
- Obsahový marketing (recenzie techniky, rady pri výbere komponentov) na posilnenie expertízy.

Stratégia propagácie nie je postavená iba na „zľavách“, ale na hodnotnom servise a edukácii zákazníka.

10. Riziká a riadenie rizík

10.1 Cenová konkurencia veľkých sietí.

Ako reagujeme: nesnažíme sa podliezť cenu za každú cenu, ale predávame servis + rýchlosť + odbornú radu.

10.2. Meškanie dodávok techniky.

Ako reagujeme: spolupracujeme s viacerými veľkými dodávateľmi v rámci EÚ, aby sme mali alternatívne zdroje.

10.3. Vrátenie tovaru a reklamácie.

Ako reagujeme: vyčleňujeme finančnú rezervu na záručné prípady; budujeme proces tak, aby zákazník nezostal bez riešenia.

10.4. Podvodné objednávky a zneužívanie dobierky / práva na vrátenie.

Ako reagujeme: postupne zavádzame overené platobné metódy a antifraud postupy.

10.5. Zmeny regulácie (dane, záruky, pravidlá e-commerce).

Ako reagujeme: účtovníctvo a právna agenda sú vedené profesionálne v súlade s právom SR a EÚ.

11. Plán rozvoja na 12–24 mesiacov

Etapu 1 (0–6 mesiacov)

- Spustenie e-shopu ASTUM na Slovensku.
- Naskladnenie úvodného sortimentu notebookov, PC a kľúčových komponentov.
- Budovanie povedomia o značke prostredníctvom online prítomnosti a obsahu.

Etapu 2 (6–12 mesiacov)

- Rozšírenie sortimentu (napr. monitory, periférie).
- Zavedenie služby stavby PC zostáv na mieru.
- Nastavenie štandardného procesu popredajnej podpory a rýchlej zákazníckej obsluhy.

Etapu 3 (12–24 mesiacov)

- Spustenie základného servisu / opráv techniky.
- Optimalizácia logistiky, vznik výdajného miesta / osobného odberu.
- Test vstupu na susedné trhy EÚ s rovnakým online modelom.

12. Záver

ASTUM s.r.o. je flexibilný online biznis s jasnou špecializáciou na predaj výpočtovej techniky.

Model je postavený tak, aby sa dal škálovať bez vysokých fixných nákladov: najprv Slovensko, potom personalizované služby a následne regionálna expanzia.

Finančné zázemie pri štarte umožňuje vstúpiť na trh bez úveru a poskytovať kvalitný servis od prvého dňa.

ASTUM s.r.o. — spoľahlivá technika, férový servis, rýchla podpora.