

Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta

Podnikateľský zámer

VlcTlc, s. r. o.

Sára Vlčeková
3. ročník, FBI
2026/2027



Názov firmy: VlcTlc, s. r. o.

IČO: 20260035

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Sára Vlčeková

Adresa firmy: Košická 5C, 080 01 Prešov

Telefónne číslo: +421945567550

E-mail: sara.vlcekova@student.tuke.sk

Obsah

1. Zhrnutie	4
2. Popis podniku.....	5
2.1. História a opis činnosti firmy	5
2.2. Ciele a vízia	5
2.3. Legislatíva	5
3. Analýza výrobkov	6
3.1. Charakteristika výrobkov	6
3.2. SWOT analýza produktov.....	6
4. Analýza trhu.....	7
4.1. Potenciálny trh a cieľoví zákazníci	7
4.2. Predaj a distribúcia	7
4.3. Predpokladaný podiel na trhu	7
5. Analýza spotrebiteľa	9
6. Analýza konkurencie	11
6.1. Konkurenti	11
6.2. Porovnanie produktov a služieb	12
7. Organizačná štruktúra a manažment.....	13
8. Časový harmonogram	14
9. Rizikové faktory - SWOT analýza	15
9.1. Rizikové faktory	15
9.2. Potencionálne scenáre	15
9.3. SWOT analýza.....	16
10. Finančný plán	18

1. Zhrnutie

VlcTlc, s. r. o. je novovzniknutá firma, ktorej cieľom je priniesť na trh moderný, kvalitný a cenovo dostupný kancelársky nábytok so zameraním na ergonómiu, kvalitu a potreby dnešného pracovného prostredia. V čase, keď sa hranice medzi kanceláriou a domácim pracoviskom čoraz viac prelínajú, chceme zákazníkom pomôcť vytvoriť priestor, v ktorom sa spája pohodlie, funkčnosť, dizajn a efektívna práca.

Naše zákaznicke zameranie bude na malé a stredné podniky, začínajúci podnikatelia, živnostníci a jednotlivci, ktorí si zariaďujú kanceláriu a zamestnanci pracujúci z home office. Budeme sa venovať nákupu hotových výrobkov od externých dodávateľov a ich následnom predaji a distribúcii. Vďaka online predaju chceme osloviť zákazníkov na celom Slovensku bez potreby budovať sieť kamenných predajní. Finančný plán odhaduje ročné náklady na 138 440 € a výnosy na 179 974,08 €, čo by pri naplnení uvedených predpokladov predstavovalo zisk pred zdanením 41 534,08 €. Tieto finančné ciele budú priebežne vyhodnocované podľa skutočného vývoja predaja, nákladov a dopytu.

Uvedomujeme si výzvy spojené s budovaním novej značky, závislosťou od dodávateľov a silnou konkurenciou. Preto bude našou prioritou postupné budovanie dôvery zákazníkov, kontrola nákladov, spolupráca s viacerými dodávateľmi a zodpovedné finančné riadenie. Chceme premeniť rastúcu potrebu kvalitného pracovného prostredia na udržateľnú podnikateľskú príležitosť.

2. Popis podniku

2.1. História a opis činnosti firmy

Spoločnosť VlCtIc s.r.o je začínajúca firma na trhu v odvetví kancelárskeho nábytku zaregistrovaná v Obchodnom registri v roku 2026. Zakladateľkou je Sára Vlčeková. Cieľom založenia firmy bolo poskytovať moderné, ergonomické a cenovo prístupné kancelárske vybavenie. Po pandémie nastala zmena v pracovaní, a to v zmysle hybridného modelu práce (Home Office + Office). Trh s ergonomickým nábytkom celosvetovo aj na Slovensku rastie ročným tempom 6 – 8 % a práve preto sme sa rozhodli pre ergonomické vybavenie. Prijemná atmosféra, správna ergonómia a komfortné prostredie v práci vedú k lepším pracovným výkonom a prevencii zdravotných problémov zamestnancov, čo sa v konečnom dôsledku pozitívne odzrkadľuje aj na ziskovosti podniku. Naše fungovanie je založené na prieskume trhu, výbere vhodných dodávateľov, postupnom budovaní zákazníckej základne a efektívnom využívaní informačných technológií.

Firma bude predávať kancelársky nábytok určený na vybavenie firemných kancelárií, domácich pracovísk a rokovacích priestorov. Súčasťou ponuky budú jednotlivé produkty na našej webstránke. Ponúkame aj dovoz priamo k zákazníkovi.

2.2. Ciele a vízia

Krátkodobým cieľom bude vytvorenie funkčného internetového obchodu, nadviazanie spolupráce s dodávateľmi a získanie prvých zákazníkov. Dlhodobým cieľom bude stabilizácia finančnej situácie, rozšírenie sortimentu a budovanie pozície spoľahlivého dodávateľa kancelárskeho nábytku na slovenskom trhu. Taktiež plánujeme rozšíriť naše sklady po Slovensku pre ešte rýchlejšie a efektívnejšie dodanie.

2.3. Legislatíva

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným (s. r. o.)

Vlastnícka štruktúra: 100 % spoločník: (Sára Vlčeková) (výška vkladu 5 000 €).

Sídlo: Košická 5C, 080 01 Prešov

IČO: 20260035

Zakladateľ: Sára Vlčeková, Košická 5a, 080 01 Prešov

Predmet činnosti:

- Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod)
- Predaj a inštalácia nábytku
- Návrhárske a dizajnové činnosti
- Distribúcia ku zákazníkovi

3. Analýza výrobkov

3.1. Charakteristika výrobkov

Naša spoločnosť sa bude zaoberať: nákupom – predajom skrze internetový obchod - distribúciou kancelárskeho nábytku, výrobou nie. Ponuka bude zahŕňať tieto základné skupiny výrobkov:

- **Kancelárske stoličky** – otočné a ergonomické stoličky s nastaviteľnou výškou a ďalšími prvkami na zvýšenie pohodlia pri práci.
- **Kancelárske stoly** – kancelárske a pracovné stoly rôznych rozmerov a vyhotovení
Úložný nábytok – kancelárske skrine, zásuvkové kontajnery, police a regály na dokumenty a kancelárske potreby.
- **Konferenčný nábytok** – rokovacie stoly a stoličky určené na vybavenie zasadacích a konferenčných miestností.

3.2. SWOT analýza produktov

Strenghts -Vysoká kvalita -Možnosť kombinovať produkty priamo do zostáv -Ergonomický a nastaviteľný sortiment	Weaknesses -Firma nevyrába produkty -Obmedzená kontrola nad výrobou -Riziko poškodenia pri preprave
Opportunities -Rozširovanie sortimentu podľa dopytu a situácie na trhu -Rozšírenie skladov po Slovensku -Spolupráca s novými dodávateľmi -Rastúci záujem o ergonomický nábytok	Threats -Rast nákupných a prepravných cien -Nedostupnosť obľúbených produktov -Cenová konkurencia

4. Analýza trhu

4.1. Potenciálny trh a cieľoví zákazníci

Potencionálny trh pre VlčTLC, s. r. o. bude pokrytý po celom Slovensku vďaka online predaju bez potreby prevádzkovať kamennú predajňu. Podľa Eurostatu v roku 2024 nakúpilo alebo objednalo tovar či služby online v priebehu predchádzajúcich 12 mesiacov 77 % používateľov internetu v Európskej únii. V kategórii nábytku, bytových doplnkov a záhradníckych výrobkov nakúpilo online v predchádzajúcich troch mesiacoch 19 % používateľov internetu.

Náš trh budú tvoriť hlavne malé a stredné podniky, začínajúci podnikatelia, živnostníci a jednotlivci, ktorí si zariaďujú kanceláriu a zamestnanci pracujúci z home office. Podľa údajov OECD tvorili malé a stredné podniky v roku 2024 až 99,6 % podnikateľskej populácie na Slovensku s aspoň jedným zamestnancom. To poukazuje na význam tejto skupiny potenciálnych zákazníkov.

Ďalšou skupinou budú podniky a jednotlivci, ktorí:

- majú záujem o ergonomický nábytok
- majú zdravotné problémy a preto budú potrebovať ergonomický nábytok

Doplnkovou skupinou zákazníkov môžu byť školy, vzdelávacie zariadenia a ďalšie organizácie, ktoré potrebujú vybaviť pracovné alebo administratívne priestory.

4.2. Predaj a distribúcia

Spoločnosť bude predávať produkty prostredníctvom vlastného internetového obchodu. Hlavným územím predaja bude Slovenská republika. Objednávky bude získavať prostredníctvom internetovej reklamy, vyhľadávačov, sociálnych sietí a priameho oslovenia menších podnikov.

Distribúcia bude zabezpečovaná prostredníctvom prepravcov alebo priamym doručením od dodávateľa zákazníkovi, podľa konkrétnej objednávky. Spoločnosť bude na začiatku udržiavať iba obmedzené skladové zásoby najžiadanejších produktov a ostatný tovar bude objednávať podľa aktuálneho dopytu. Takýto model môže znížiť potrebu počiatočného kapitálu, zároveň však zvýši význam spoľahlivosti dodávateľov a správneho informovania zákazníkov o termínoch dodania. Pri predaji bude spoločnosť kladť dôraz na správne informácie o produktoch, prijateľné ceny, dostupnosť tovaru a vybavovanie reklamácií. Pri objednávkach od firemných zákazníkov bude podľa potreby pripravovať individuálne cenové ponuky.

4.3. Predpokladaný podiel na trhu

Odhadovaná veľkosť trhu v SR: Trh špecializovaného kancelárskeho nábytku a ergonomických doplnkov pre B2B a B2C má na Slovensku celkový ročný objem tržieb približne 60 000 000 € až 80 000 000 €.

Naša firma spadá pod stredné firmy a tam je odhadovaný pomer 30-40% s ročnými tržbami od 100 000 € do 1,5 mil. €

Následne máme odhadovaný výpočet alebo prognózu do budúcnosti:

Výpočet pre 1. rok prevádzky (Štart)

- Plánované tržby VlcTlc: 179 974,08 €
- Výpočet podielu na trhu: $(179\,974,08\text{ €} / 70\,000\,000\text{ €}) \times 100 = 0,26\%$
- V prvom roku je cieľom získať približne 0,26 % podielu na celoslovenskom trhu a vytvoriť stabilný základ pre ďalší rozvoj spoločnosti.

Výpočet pre 3. až 5. rok prevádzky (Expanzia)

- Plánované tržby VlcTlc: 500 000 €
- Výpočet: $(500\,000 / 70\,000\,000) \times 100 = 0,71\%$
- Po stabilizácii značky a rozšírení e-shopu plánujeme kontrolovať takmer 0,71 % celoslovenského trhu, čo nás zaradí medzi úspešných stredne veľkých B2B dodávateľov.

5. Analýza spotrebiteľa

Ako už bolo v analýze trhu spomenuté, cieľovú skupinu tvoria predovšetkým malé a stredné podniky, začínajúci podnikatelia, živnostníci a jednotlivci pracujúci z domu. Doplnkovú skupinu predstavujú školy, vzdelávacie zariadenia a ďalšie organizácie, ktoré potrebujú vybaviť svoje pracovné a administratívne priestory. Jednotlivé skupiny zákazníkov sa líšia svojimi finančnými možnosťami, požiadavkami na vybavenie pracoviska a spôsobom nakupovania.

1. Podniky – B2B

Hlavnú cieľovú skupinu tvoria malé a stredné podniky, ktoré potrebujú zariadiť nové kancelárie, rozšíriť pracovné priestory alebo obnoviť existujúce vybavenie. Typickými zákazníkmi môžu byť administratívne firmy, účtovné a poradenské spoločnosti, IT firmy či začínajúce podniky.

Profil skupiny:

- **Pohlavie:** Muži aj ženy (vyrovnané zastúpenie).
- **Vek:** 25 – 60 rokov (konatelia, majitelia firiem, manažéri, zamestnanci).
- **Vzdelanie:** Vysokoškolské / Úplné stredoškolské s maturitou.
- **Príjem:** Stredné až vyššie príjmové kategórie firiem s ročným obrátom od 50 000 € do 2 000 000 €.

Úžitok pre spotrebiteľa:

- Zvýšenie produktivity a zníženie práceneschopnosti zamestnancov vďaka ergonomickým zariadeniam
- Zvýšenie atraktivity zamestnávateľa na trhu práce (moderné a zdravé pracovné prostredie ako benefit pre zamestnancov).
- Ušetrenie času vďaka rýchlej online objednávke bez nutnosti obchádzať kamenné predajne.

2. Jednotlivci pracujúci z domu

Významnou skupinou budú zamestnanci a samostatne zárobkovo činné osoby, ktoré vykonávajú prácu z domu. Ide najmä o ľudí v administratíve, IT, účtovníctve, marketingu a ďalších profesiách, pri ktorých je možné pracovať na diaľku.

Profil skupiny:

- **Pohlavie:** Muži a ženy (cca 50 % / 50 %).
- **Vek:** 30 – 48 rokov.
- **Profesie:** IT špecialisti, programátori, grafici, copywriteri, analytici, účtovníci, manažéri, študenti VŠ.
- **Príjem:** 1 200 € – 3 000 €+ čistej mesačnej mzdy (nadpriemerné príjmové kategórie).

3. jednotlivci so zdravotnými problémami alebo jednotlivci o záujem o ergonomické produkty

Túto skupinu tvoria jednotlivci a organizácie, ktoré kladú dôraz na ergonómiu pracoviska. Môžu sem patriť ľudia, ktorí trávajú veľa času sedením, zákazníci so záujmom o prevenciu

ťažkostí pohybového aparátu alebo osoby, ktoré potrebujú prispôbiť pracovisko svojim individuálnym potrebám.

Táto skupina nie je obmedzená konkrétnym vekom ani pohlavím. Dôležitejšie sú pracovné návyky, dĺžka sedenia, individuálne požiadavky a finančné možnosti.

Úžitok pre spotrebiteľa (Home Office / Zdravotné potreby):

- Odstránenie a prevencia bolesti chrbta, krku a zápästí
- Zlepšenie sústredenia a energie počas dňa vďaka možnosti striedania sedenia a státia.
- Nadčasový dizajn, ktorý prirodzene zapadne do interiéru.

4. Školy, vzdelávacie a iné organizácie

Pri týchto zákazníkoch bude rozhodujúca najmä odolnosť nábytku, bezpečnosť, cena, dostupnosť požadovaného množstva a dodržanie termínov dodania. Výhodou našej spoločnosti bude možnosť pripraviť ponuku podľa rozpočtu a potrieb konkrétnej organizácie.

Rozhodovateľ: Riaditelia, prevádzkoví manažéri, hospodári (vek 40 – 65 rokov).

Nákupné správanie: Nakupujú na základe schváleného rozpočtu, grantov alebo výberových konaní. Dôraz kladú na funkčnosť, odolnosť materiálov, splnenie bezpečnostných noriem a priaznivú cenu.

Úžitok pre spotrebiteľa:

- Odolný nábytok s dlhou životnosťou vyhovujúci prísny normám pre administratívne a vzdelávacie priestory.
- Prehľadná fakturácia a možnosť hromadnej objednávky na kľúč.

6. Analýza konkurencie

6.1. Konkurenti

Trh kancelárskeho a ergonomického nábytku na Slovensku je vysoko konkurenčný, no zároveň rastúci. Celkový ročný objem špecializovaného trhu kancelárskeho nábytku na Slovensku sa odhaduje na približne 70 miliónov EUR. Našu konkurenciu sme rozdelili na 2 skupiny:

1. Priama konkurencia

IKEA Slovensko - patrí medzi lídrov v predaji nábytku na Slovensku. Ponúka pracovné stoly, kancelárske stoličky, úložné riešenia a ďalšie vybavenie pracovísk. Jej výhodou je známa značka, široký sortiment, možnosť nákupu online aj v kamennej predajni a rozsiahle logistické zázemie. Za podstatnú výhodu by sme označili aj cenu, ktorá je stredná až nízka. V roku 2025 dosiahla obrát približne 144,76 mil. €, pričom internetový predaj tvoril významnú časť jej obchodnej činnosti.

XXXLutz / JYSK / Möbelix - tieto firmy sú na Slovensku veľmi známe a sú zamerané na širokú verejnosť. Medzi ich *Silné stránky* patrí hustá sieť kamenných predajní po celom Slovensku a naopak *slabé stránky* sú, že kancelársky nábytok tvorí len zlomok ich ponuky a chýbajú odborné ergonomické certifikácie. Verejne dostupné údaje o celkových tržbách však neumožňujú určiť, akú časť tvoria výlučne predaje kancelárskeho nábytku.

Alza.sk – AlzaErgo - predstavuje ďalšieho relevantného konkurenta, predovšetkým v online predaji. V kategórii kancelárskeho nábytku ponúka stoly, stoličky, úložné riešenia a ergonomické produkty pod ich značkou AlzaErgo. Výhodou Alzy je rýchla logistika (AlzaBoxy, dodanie na druhý deň) ale medzi negatíva patrí chýbajúca možnosť fyzického odskúšania celého sortimentu, bez možnosti projektových úprav priestoru.

2. Potenciálna konkurencia v rámci študentských firiem TUKE

Ďalšiu skupinu tvoria študentské firmy evidované v elektronickej podateľni Ekonomickej fakulty TUKE. Podľa uvedenej oblasti podnikania je v kategórii kancelárskeho nábytku okrem spoločnosti VlcTlc, s. r. o. evidovaných aj 35 ďalších firiem. Tieto firmy predstavujú potenciálnu konkurenciu ale ich skutočná konkurenčná sila bude závisieť od konkrétnej ponuky, cien, marketingu a schopnosti získavať zákazníkov, ktoré ešte nevieme dohľadať. Zároveň môžu byť obchodnými partnermi spoločnosti VlcTlc, s. r. o., keďže medzi nimi bude dochádzať k vzájomnému nákupu a predaju kancelárskeho nábytku.

- **Silné stránky:** potenciálne flexibilný prístup, možnosť rýchlo meniť ponuku a spolupracovať s ostatnými študentskými podnikmi.
- **Slabé stránky:** začínajúce firmy bez znalostí, možnosť opakovania sa produktov bez nejakej inovácie alebo dodatku čo by mohlo prilákať zákazníkov pred konkurenciou

6.2. Porovnanie produktov a služieb

Kritérium	IKEA	KONDELA	Alza.sk	VlcTlc, s. r. o.
Hlavný predajný kanál	Online aj kamenná predajňa	Najmä online predaj	Online predaj	Online predaj
Šírka sortimentu	Široký nábytkový sortiment	Široký nábytkový sortiment	Nábytok aj elektronika	Špecializácia na kancelársky nábytok
Firemné cenové ponuky	Podľa konkrétnej služby	Podľa konkrétnej ponuky	Podľa konkrétnej ponuky	Plánované individuálne ponuky
Kancelárske zostavy	Áno, podľa sortimentu	Áno, podľa sortimentu	Možnosť kombinovať produkty	Plánované balíky podľa potrieb zákazníka
Hlavná konkurenčná výhoda	Značka a rozsah ponuky	Sortiment a cenové možnosti	Online dostupnosť a šírka ponuky	Individuálny prístup a zameranie na firmy

7. Organizačná štruktúra a manažment

Spoločnosť VlcTlc, s. r. o. bude založená ako spoločnosť s ručením obmedzeným s jedným spoločníkom. Jedinou vlastníčkou spoločnosti bude Sára Vlčeková, ktorá bude vlastniť 100 % obchodného podielu. Bude zodpovedná za strategické smerovanie podniku, rozhodovanie o jeho rozvoji a kontrolu dosahovania stanovených cieľov.

Zakladateľka spoločnosti študuje odbor Financie, bankovníctvo a investície na Technickej univerzite v Košiciach. Získané vedomosti z oblasti financií, bankovníctva a ekonomiky môže využiť pri plánovaní rozpočtu, hodnotení nákladov, stanovovaní predajných cien a kontrole finančnej výkonnosti podniku.

Štúdium zároveň vytvára predpoklady na rozvoj schopností v oblasti ekonomického rozhodovania, práce s finančnými údajmi a hodnotenia podnikateľských príležitostí. Pri riadení spoločnosti bude dôležité tieto vedomosti ďalej rozvíjať, najmä v oblasti obchodného vyjednávania, marketingu, riadenia zásob a zákazníckeho servisu.

Pozícia	Hlavné úlohy
Majiteľka a konateľka – zároveň aj účtovníčka	Riadenie firmy, rozhodovanie o investíciách, kontrola hospodárenia, výber dodávateľov a dohľad nad zamestnancami.
	Vedenie účtovníctva, spracovanie faktúr, evidencie nákladov a výnosov a príprava podkladov pre daňové povinnosti.
Administratívny pracovník	Evidencia dokumentov, spracovanie objednávok a komunikácia s dodávateľmi.
Obchodník	Vyhľadávanie firemných zákazníkov, príprava cenových ponúk a získavanie nových objednávok.
Pracovník zákazníckej podpory	Odpovedanie na otázky zákazníkov, riešenie reklamácií a informovanie o stave objednávok.
Marketingový pracovník	Tvorba reklamných kampaní, správa sociálnych sietí a propagácia internetového obchodu.
Správca e-shopu	Aktualizácia produktov, cien, skladovej dostupnosti a produktových informácií na internetovej stránke.
Skladník a pracovník expedície	Príjem tovaru, kontrola skladových zásob, balenie a príprava objednávok na odoslanie.

8. Časový harmonogram

Časový harmonogram spoločnosti VlčTlc, s. r. o. je zostavený na obdobie prvých troch rokov podnikania. Jeho cieľom je stanoviť hlavné kroky potrebné na založenie spoločnosti, spustenie internetového obchodu, získanie zákazníkov a postupné rozširovanie podnikateľských aktivít. Jednotlivé etapy budú realizované postupne tak, aby spoločnosť efektívne využívala dostupné finančné prostriedky a priebežne vyhodnocovala dosiahnuté výsledky.

Časové obdobie	Hlavné aktivity a ciele
1. – 2. mesiac	Založenie spoločnosti, vybavenie potrebných administratívnych náležitostí, vypracovanie finančného plánu, vypracovanie zakladateľskej listiny a žiadosti o zápis do obchodného registra, zabezpečenie potrebných účtov a vytvorenie základných podmienok na podnikanie. Vypracovanie podnikateľského zámeru a výber potenciálnych dodávateľov.
2. – 3. mesiac	Vytvorenie webovej stránky a internetového obchodu, naplnenie e-shopu produktmi, nastavenie cien a produktových parametrov. Vypracovanie strategickej štúdie, spustenie testovacích nákupov a overenie fungovania elektronických platieb. Spracovanie účtovných dokladov a vyhodnotenie úvodných podnikateľských aktivít. Kontrola funkčnosti e-shopu, administratívnych procesov a evidencie nákupov a úhrad.
3. – 4. mesiac	Začatie aktívnej propagácie internetového obchodu, získavanie prvých zákazníkov a nadväzovanie obchodných vzťahov s malými a strednými podnikmi. Vyhodnocovanie záujmu o jednotlivé druhy kancelárskeho nábytku.
4. – 5. mesiac	Optimalizácia produktovej ponuky a marketingových aktivít, rozvoj spolupráce s dodávateľmi a zlepšovanie procesov vybavovania objednávok a doručovania tovaru.
5. – 6. mesiac	Rozširovanie zákazníckej základne, získavanie pravidelných firemných klientov
7. – 12. mesiac	Vyhodnotenie hospodárskych výsledkov za prvý rok činnosti. Na základe výsledkov sa upraví finančný a obchodný plán.
2. rok podnikania	Rozšírenie produktového sortimentu, posilnenie spolupráce s malými a strednými podnikmi, zefektívnenie skladovania a dopravy a zvýšenie povedomia o značke.
3. rok podnikania	Vyhodnotenie doterajšieho rozvoja spoločnosti, posúdenie možností ďalšieho rastu, rozšírenia obchodných partnerstiev a zvýšenia konkurencieschopnosti na slovenskom trhu.

Pri realizácii časového harmonogramu bude majiteľka spoločnosti priebežne kontrolovať plnenie stanovených cieľov, dodržiavanie rozpočtu a efektívnosť jednotlivých činností. Pri dôležitých rozhodnutiach, najmä v oblasti financovania, účtovníctva, daní, práva a informačných technológií, bude spoločnosť podľa potreby konzultovať postup s príslušnými odborníkmi. Časový harmonogram bude slúžiť ako orientačný plán, ktorý sa môže upravovať podľa vývoja predaja, dostupnosti dodávateľov, finančných výsledkov a situácie na trhu.

9. Rizikové faktory - SWOT analýza

9.1. Rizikové faktory

Každá začínajúca firma čelí v počiatočnej fáze rôznym rizikám a neistotám. Práve preto sme si tieto rizika vopred identifikovali a vyhodnotili ich dopad.

Hlavné riziká spoločnosti:

Riziko konkurencie: Ako už bolo spomenuté, firma má viacero konkurentov. Jedna skupina už má vybudovanú značku s vybudovanou zákazníckou základňou. Práve preto musíme osloviť zákazníkov skrz kvalitné služby, prehľadnou webstránkou a cenovou ponukou

Riziko rastu nákladov: Zvýšenie nákupných cien nábytku, nákladov na dopravu, skladovanie, marketing alebo mzdy môže znížiť ziskovosť spoločnosti. Firma bude priebežne kontrolovať náklady a upravovať cenovú politiku.

Riziko závislosti od dodávateľov: Oneskorené dodávky, výpadky skladových zásob alebo zmena obchodných podmienok môžu negatívne ovplyvniť vybavovanie objednávok. Riziko bude spoločnosť obmedzovať spolupracou s viacerými dodávateľmi.

Riziko nedostatočného dopytu: V prvých mesiacoch podnikania nemusí byť záujem zákazníkov dostatočný na pokrytie prevádzkových nákladov. Dôležité bude sledovať predaj, efektívne využívať marketingový rozpočet a prispôbovať sortiment potrebám zákazníkov.

Riziko poškodenia tovaru a reklamácií: Nábytok sa môže počas prepravy poškodiť alebo nemusí zodpovedať očakávaniam zákazníka. Spoločnosť bude spolupracovať so spoľahlivými dopravcami a dodávateľmi a zabezpečí transparentný proces vybavovania reklamácií.

9.2. Potencionálne scenáre

Optimistický scenár: Dopyt rastie, záujem je aj o ergonomické produkty, získavame konkurenčnú výhodu najmä v doprave – rýchlejšie dodanie.

Pesimistický scenár: Ekonomická recesia, pokles investícií firiem do nových kancelárií o 40 %, výpadok dodávok od primárnych partnerov a dosiahnutie tržieb len na úrovni 50 % plánu. Ohrozenie pokrytia fixných nákladov (nájom, mzdy) a tvorba priebežnej straty.

Krízové opatrenia:

Okamžité zmrazenie náboru nových pracovníkov a zníženie marketingových výdavkov na nevyhnutné minimum. Využitie finančnej rezervy z počiatočného kapitálu (zostávajúce prostriedky z 1 mil. € / úveru) na prekonanie kritického obdobia bez nutnosti likvidácie firmy. Preorientovanie sa na lacnejší sortiment a silnejšiu akvizíciu B2C segmentu (Home Office) s okamžitou platbou v hotovosti / kartou online, čím sa okamžite zlepší cash-flow.

Realistický scenár: Firma si bude plniť ciele podľa finančného plánu a postupne zvyšovať predaj vďaka reklamám a upovedomeniu zákazníkov.

9.3. SWOT analýza

Silné stránky (Strengths):

- ceny: **4**
- lokalita skladu: **3**
- úzka špecializácia – ergonomické produkty: **5**
- kvalita: **5**
- finančné zdroje: **4**
- **Spolu 21 / priemer: $21/5 = 4,2$**

Slabé stránky (Weaknesses):

- Neznáma značka: **4**
- Nový podnikateľ: **3**
- závislosť od dodávateľov: **4**
- menší počiatkový tím pracovníkov: **3**
- **Spolu 14 / priemer: $14/4 = 3,5$**

Vonkajšie príležitosti (Opportunities):

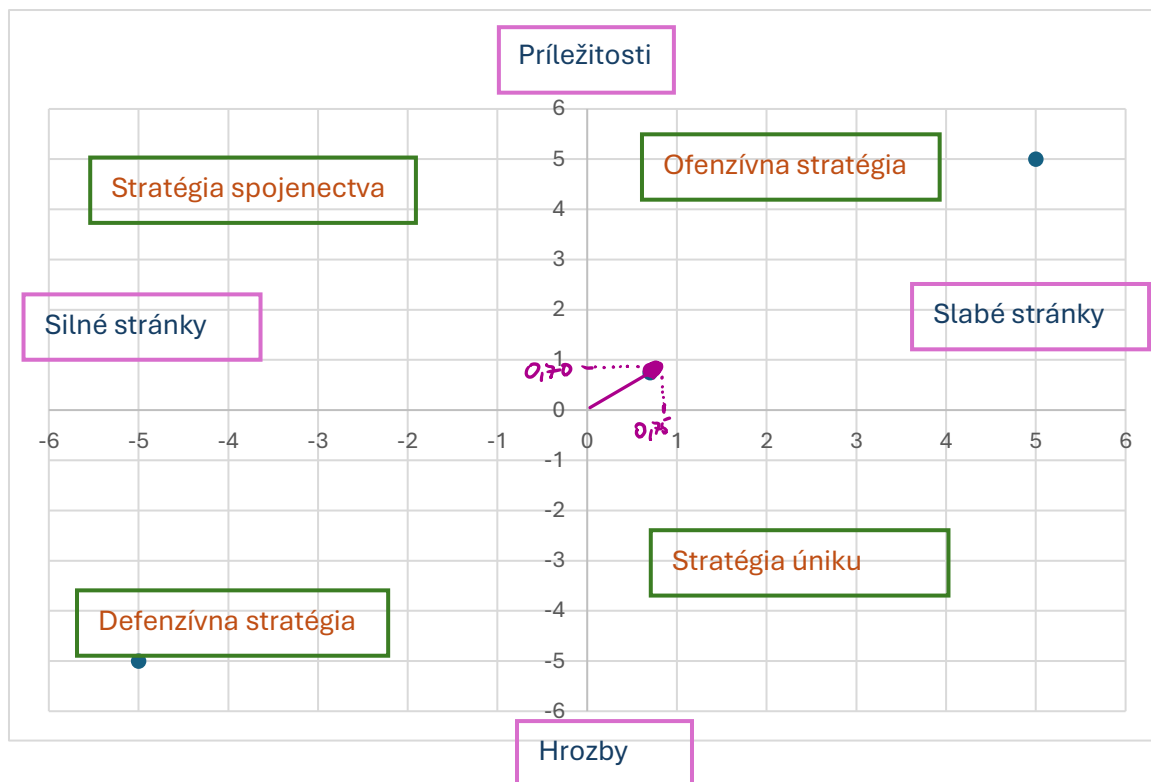
- rastúci trend home office + dopyt po ergonómii: **5**
- ľahší prístup k e-commerce technológiám a online marketingu: **4**
- zvyšujúci sa záujem B2B firiem o zdravie zamestnancov: **4**
- možnosť obdržania objemových zliav u dodávateľov: **3**
- **Spolu 16 / priemer: $16/4 = 4,0$**

Hrozby (Threats):

- silná konkurencia veľkých reťazcov a e-shopov (IKEA, Alza): **4**
- zmeny vonkajšieho ekonomického a legislatívneho prostredia: **3**
- rast cien vstupných materiálov a dopravy u dodávateľov: **3**
- riziko ekonomického poklesu a šetrenie firiem na vybavení: **3**
- **Spolu 13 / priemer: $13/4 = 3,25$**

Horizontálna os = 0,7

Verikálna os = 0,75



Záver: Firma **VlcTlc, s. r. o.** má prevahu silných stránok nad slabými a vonkajšie príležitosti prevyšujú hrozby. Práve preto budeme využívať svoje silné stránky, hlavne kvalitu, konkurencieschopné ceny a špecializáciu na ergonomický nábytok, na využitie príležitostí spojených s rastúcim dopytom po ergonomických produktoch a rozvojom elektronického obchodu. Zároveň budeme budovať povedomie o značke a posilňovať vzťahy s dodávateľmi, aby sme dokázali čeliť konkurencii.

10. Finančný plán

Pre finančné hospodárenie sme vytvorili finančný plán, presne a dôsledne podľa zakladateľských znalostí a osnov z vysokej školy. Je vyhotovený na obdobie 12 mesiacov a určuje potrebnú cenotvorbu a výnosy pre dosiahnutie ziskovosti.

Nákladová položka	Špecifikácia / Výpočet	Náklady na rok (€)
Licencia a softvér (EIS, E-shop, Účtovníctvo)	Ročná licencia za ERP, CRM a e-commerce systém (splatná k 01.01.)	5 000 EUR
Reklama a marketing	1 000 EUR / mesiac (splatné 28. deň v mesiaci) × 12 mesiacov	12 000 EUR
Mzda – Majiteľka a konateľka (a účtovníčka)	1 200 EUR / mesiac × 12 mesiacov	14 400 EUR
Mzda – Obchodník	950 EUR / mesiac × 12 mesiacov	11 400 EUR
Mzda – Administratívny pracovník	700 EUR / mesiac × 12 mesiacov	8 400 EUR
Mzda – Pracovník zákazníckej podpory	700 EUR / mesiac × 12 mesiacov	8 400 EUR
Mzda – Marketingový pracovník	800 EUR / mesiac × 12 mesiacov	9 600 EUR
Mzda – Správca e-shopu	850 EUR / mesiac × 12 mesiacov	10 200 EUR
Mzda – Skladník a pracovník expedície	750 EUR / mesiac × 12 mesiacov	9 000 EUR
SPOLU POVINNÉ NÁKLADY		88 400 EUR

Lokalita: Košická 5C, Prešov

Typ priestoru: Skladové a administratívne priestory pre e-shop

Celková rozloha: 485 m² (Skladová hala + Expedícia + Kancelárie)

Cena nájmu: 7 EUR / m² / mesiac (splatné k 25. dňu v mesiaci)

Výpočet: 485 m² x 7€ x 12 mesiacov

Ročné nájomné: 3 395€ x 12 mesiacov

NÁKLADY NA MIESTO VÝKONU PODNIKANIA = 40 740 €

Prevádzkové investičné náklady (Prvý mesiac / Vstupný majetok)

Vybavenie 4 hlavných sekcií objektu (Veľký sklad nábytku, Expedičná a baliarenská zóna, Administratíva/Podpora, Kancelária vedenia a marketingu):

- **Investičné vybavenie:** Regálové zakladače, paletové vozíky, baliace pulty, PC stanice, čítačky kódov, skenery a vybavenie kancelárií: 1500 € / sekcia (miestnosť)
- **Výpočet:** 4 miestnosti x 1500 € **4. Mesačné prevádzkové náklady nutné**
- **Náklady na energie** (elektrina, vykurovanie priestorov 485 m²) : 40 EUR / miestnosť / mesiac = 4 miestnosti x 40 € x 12 mesiacov = 1920 €
- **Náklady na služobné telefóny a paušály:** 60 EUR / mesiac = 60 € x 12 mesiacov = 720 €

Mesačné prevádzkové náklady voliteľné

- **Náklady na vysokorýchlostný internet pre e-shop:** 25 EUR / mesiac = 25 € x 12 mesiacov = 300 €
- **Občerstvenie a čistiace/ochranné prostriedky:** 30 EUR / mesiac = 30 € x 12 mesiacov = 360 €

Celkové náklady za obdobie 12 mesiacov (1 rok)

NÁKLADY (NA ROK)	Suma €
LICENCIA A SOFTVÉR	5 000
REKLAMA	12 000
MZDA – MAJITEĽKA A KONATEĽKA (ÚČTOVNÍČKA)	14 400
MZDA – OBCHODNÍK	11 400
MZDA – ADMINISTRATÍVNY PRACOVNÍK	8 400
MZDA – ZÁKAZNÍČKA PODPORA	8 400
MZDA – MARKETINGOVÝ PRACOVNÍK	9 600
MZDA – SPRÁVCA E-SHOPU	10 200
MZDA – SKLADNÍK A EXPEDÍCIA	9 000
MIESTO (NÁJOM KOŠICKÁ 5C, 485 m ²)	40 740

NÁKLADY (NA ROK)	Suma €
INVESTIČNÉ NÁKLADY	6 000
NÁKLADY NA ENERGIE	1 920
TELEFÓNY	720
INTERNET	300
DROBNÉ NÁKLADY / OBČERSTVENIE	360
CELKOVÉ NÁKLADY	138 440

Celkové náklady / Počet realizovaných hodín = základná cena
138440 EUR / 1248 hod = 110,93 EUR / hod

Určenie ceny pre výnosy prevyšujúce náklady o 30 %:

Cena za hod (30% zisk) = $110,93 \times 1,30 = 144,21$ €/hod

Kalkulácia celkových výnosov:

- Celkové plánované výnosy (tržby) za rok: $1248 \text{ hod} \times 144,21 \text{ €} = 179974, \text{ €}$
- Celkový zisk podniku pred zdanením: $179974,08 - 138,440 = 41534,08$

Zdroje:

EUROSTAT (2025). *Online shopping in the EU keeps growing*. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20250220-3>

FINSTAT (b. r.). *Informácie o spoločnosti – IČO 35849436*. [online]. Dostupné na: <https://finstat.sk/35849436>

FURNILYTICS (b. r.). *Slovakia Furniture Market Hub*. Dostupné na: <https://www.furnilytics.com/market/slovakia-furniture-market-hub/>

NÁRODNÁ BANKA SLOVENSKA (b. r.). *Národná banka Slovenska – oficiálna webová stránka*. Dostupné na: <https://www.nbs.sk>

OECD (2026). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2026: An OECD Scoreboard. Chapter 38: Slovak Republic*. Paris: OECD Publishing. Dostupné na: https://www.oecd.org/en/publications/financing-smes-and-entrepreneurs-2026_075d8058-en/full-report/slovak-republic_a9218398.html