Technická univerzita v Košiciach

Ekonomická fakulta

Podnikateľský zámer

KirkTech, s.r.o.

Tomáš Škripko

EIS – EkF TUKE

2026/2027

Základné údaje o spoločnosti

Údaj	**Informácia**
Obchodné meno	KirkTech, s.r.o.
Právna forma	Spoločnosť s ručením obmedzeným
IČO v školských podkladoch	20260043
Číslo firmy v projekte EIS	43
Základné imanie	25 000 €
Splatené základné imanie	25 000 € (100 %)
Zakladateľ a jediný spoločník	Tomáš Škripko
Konateľ	Tomáš Škripko
Sídlo	Kpt. Nálepku 13, 040 01 Košice
E-mail	tomas.skripko@student.tuke.sk
Zameranie	Predaj počítačov, notebookov, telefónov a príslušenstva

Dokument je vypracovaný pre školský projekt Ekonomické informačné systémy. Podnikateľské činnosti a ciele predstavujú plán; konkrétne produkty, ceny a rozsah predaja sa budú upravovať podľa dostupného sortimentu a záujmu zákazníkov.

Obsah

1 Úvodné informácie 4

2 Charakteristika firmy 5

2.1 História a opis činnosti firmy 5

2.2 Legislatívny a organizačný rámec 6

3 Informácie o manažmente a zamestnancoch 7

3.1 Manažment a kľúčoví predstavitelia firmy 7

3.2 Ciele firmy 7

4 Marketing a prieskum trhu 8

4.1 Analýza trhu, konkurencie a zákazníkov 8

4.2 SWOT analýza 9

1 Úvodné informácie

KirkTech, s.r.o., je nová obchodná spoločnosť, ktorá vznikla 12.10.2026 v rámci školského projektu Ekonomické informačné systémy na Ekonomickej fakulte Technickej univerzity v Košiciach. Zakladateľom, jediným spoločníkom a konateľom je Tomáš Škripko. Firma sídli na adrese Kpt. Nálepku 13, 040 01 Košice. Základné imanie spoločnosti je 25 000 € a podľa predložených podkladov je splatené v plnej výške.

Hlavnou činnosťou firmy bude nákup a predaj výpočtovej a mobilnej techniky. Ponuku budú tvoriť najmä stolové počítače, notebooky, mobilné telefóny, monitory a príslušenstvo. Firma bude pôsobiť ako obchodný medzičlánok medzi dodávateľom a zákazníkom; nebude vyrábať vlastné zariadenia.

Hlavnými zákazníkmi budú ďalšie študentské spoločnosti zapojené do projektu, ktoré potrebujú vybavenie na svoju činnosť. Predaj bude prebiehať prostredníctvom e-shopu. V úvodnej fáze sa neplánuje samostatná kamenná predajňa ani zamestnávanie ďalších pracovníkov. Nákup, predaj, komunikáciu so zákazníkmi a administratívu zabezpečí konateľ.

KirkTech chce zákazníkom uľahčiť výber vhodného zariadenia. Pri produktoch bude uvádzať zrozumiteľné technické parametre, cenu a odporúčané použitie. Zamýšľanou výhodou je prehľadná ponuka a spoľahlivé vybavovanie objednávok. Firma nebude bez porovnania tvrdiť, že má najnižšie ceny alebo lepšie výrobky než konkurencia.

Propagácia bude založená najmä na webovej stránke, prezentácii v projekte a adresnej komunikácii s potenciálnymi zákazníkmi. Konkrétne ceny sa určia podľa nákupných podmienok a porovnateľnej ponuky ostatných predajcov. Priemerná predajná cena sa v tejto fáze nestanovuje, pretože závisí od skutočného sortimentu a počtu predaných zariadení.

Cieľom firmy je získať prvých zákazníkov, vytvoriť si dobré meno a dosiahnuť kladný výsledok hospodárenia. Zároveň má projekt rozvíjať praktické zručnosti zakladateľa v obchodovaní, riadení firmy a vedení ekonomickej evidencie. Tento zámer opisuje plánovanú činnosť, nie už dosiahnuté výsledky.

2 Charakteristika firmy

2.1 História a opis činnosti firmy

KirkTech, s.r.o., je začínajúca spoločnosť bez predchádzajúcej obchodnej histórie. Zakladateľská listina bola podľa pôvodného zámeru vyhotovená 5. októbra 2026. Tento dátum označuje vyhotovenie listiny, nie potvrdený dátum vzniku zápisom do verejného registra. Firma je založená na dobu neurčitú a jej zakladateľom je Tomáš Škripko.

Zámer vychádza z potreby vybavovať pracoviská vhodnou technikou. Menšie firmy môžu mať problém porovnať množstvo podobných zariadení a vybrať také, ktoré zodpovedá ich činnosti a rozpočtu. KirkTech sa preto chce sústrediť na prehľadný výber produktov a zrozumiteľné vysvetlenie ich použitia.

Spoločnosť bude vykonávať najmä tieto činnosti:

- Nákup výpočtovej a mobilnej techniky od dodávateľa dostupného v projekte.
- Predaj nakúpeného tovaru prostredníctvom e-shopu.
- Správu produktovej ponuky, objednávok a obchodných dokladov.
- Komunikáciu so zákazníkmi a riešenie otázok súvisiacich s nákupom.
- Propagáciu ponuky a priebežnú kontrolu hospodárenia.

Sortiment bude zahŕňať stolové počítače a notebooky na kancelársku prácu, mobilné telefóny na komunikáciu, monitory, klávesnice, myši a ďalšie príslušenstvo. Presné modely a parametre budú zvolené podľa katalógu dodávateľa. Firma nebude ponúkať výrobky ako dostupné, pokiaľ nebude mať ich dodanie potvrdené.

Obchodný proces bude pozostávať z výberu a nákupu tovaru, jeho evidencie, stanovenia ceny, zverejnenia v e-shope a vybavenia zákazníckej objednávky. Nasledovať bude vystavenie dokladu, evidencia predaja a kontrola úhrady. Technika používaná samotnou firmou sa bude evidovať oddelene od tovaru určeného na predaj.

Prednosťami zamýšľaného modelu sú jednoduché riadenie, nízke personálne náklady a možnosť rýchlo upraviť ponuku. Firma bude nakupovať opatrne, aby zbytočne nehromadila zásoby. Zákazníkom chce ponúknuť primeranú kombináciu ceny, úžitku a dostupnosti, nie neoverené sľuby o kvalite či rýchlosti dodania.

2.2 Legislatívny a organizačný rámec

Spoločnosť je v predložených školských podkladoch vedená ako spoločnosť s ručením obmedzeným s jediným spoločníkom. Tomáš Škripko zároveň vykonáva funkciu konateľa a koná v mene spoločnosti samostatne. Vlastnícky podiel jediného spoločníka predstavuje 100 %.

Základné organizačné údaje spoločnosti:

- Obchodné meno: KirkTech, s.r.o.
- Sídlo: Kpt. Nálepku 13, 040 01 Košice.
- IČO v školských podkladoch: 20260043; číslo firmy v projekte: 43.
- Základné imanie: 25 000 €; splatené v plnej výške.
- Zakladateľ a konateľ: Tomáš Škripko.

Pôvodný podnikateľský zámer uvádza podľa zakladateľskej listiny tieto predmety podnikania:

- Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi alebo iným prevádzkovateľom živnosti.
- Počítačové služby a služby súvisiace s počítačovým spracovaním údajov.
- Sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu, služieb a výroby.
- Reklamné a marketingové služby, prieskum trhu a verejnej mienky.
- Prenájom hnuteľných vecí.

V úvodnej fáze sa firma sústredí na nákup a predaj techniky. Ostatné uvedené činnosti predstavujú možnosti neskoršieho rozšírenia; nie sú považované za už prevádzkované služby. Vlastný odborný servis alebo autorizované opravy sa v tomto zámere neplánujú.

Registrácia a administratíva sa budú riadiť pokynmi školského projektu. Číslo živnostenského oprávnenia, registrová vložka ani dátum verejného zápisu neboli doložené, preto sa nevymýšľajú. Pred reálnym podnikaním mimo projektu by bolo potrebné overiť príslušné oprávnenia a ďalšie povinnosti.

Pri predaji bude firma viesť evidenciu objednávok, tovaru, dokladov a úhrad. Zákazníkom poskytne pravdivé informácie o ponuke a podmienkach nákupu. Osobné a kontaktné údaje bude používať len v potrebnom rozsahu a prístupy do elektronických systémov nebude sprístupňovať neoprávneným osobám.

3 Informácie o manažmente a zamestnancoch

3.1 Manažment a kľúčoví predstavitelia firmy

Firmu bude riadiť Tomáš Škripko, jediný spoločník a konateľ. V úvodnej fáze nebude zamestnávať ďalších pracovníkov. Konateľ bude zabezpečovať výber a nákup tovaru, cenotvorbu, správu e-shopu, vybavenie objednávok, komunikáciu so zákazníkmi a ekonomickú evidenciu.

Organizačná štruktúra je jednoúrovňová. Nákup, predaj, marketing a administratíva sú úlohy jednej osoby, nie samostatné oddelenia. Výhodou je rýchle rozhodovanie. Nevýhodou je obmedzená kapacita a závislosť firmy od dostupnosti konateľa, preto bude potrebné priebežne kontrolovať termíny a otvorené objednávky.

Zakladateľ chce v projekte prepojiť záujem o technológie s ekonomickými vedomosťami. Odborné otázky bude podľa potreby konzultovať s vyučujúcimi. Neuvádzajú sa nedoložené pracovné skúsenosti ani certifikáty.

3.2 Ciele firmy

Krátkodobé ciele:

- Pripraviť funkčný web a e-shop s prehľadnou ponukou a kontaktom.
- Overiť záujem potenciálnych zákazníkov a získať prvé objednávky.
- Vybavovať objednávky spoľahlivo a viesť úplnú ekonomickú evidenciu.
- Prezentovať firmu medzi účastníkmi projektu a budovať jej dobré meno.

Dlhodobejšie ciele:

- Dosiahnuť kladný výsledok hospodárenia a udržať dostatok peňazí na prevádzku.
- Získavať opakované objednávky a prispôsobovať sortiment dopytu.
- Obmedzovať nepredané zásoby a pohľadávky po splatnosti.
- Vyhodnotiť výsledky podnikania a splniť požadované výstupy projektu.

Umiestnenie firmy

Sídlo sa nachádza v Košiciach. Keďže sa predaj plánuje elektronicky, samostatná kamenná predajňa sa nezriaďuje. Z adresy sídla sa neodvodzuje vlastníctvo priestorov ani výhoda polohy v centre mesta.

4 Marketing a prieskum trhu

4.1 Analýza trhu, konkurencie a zákazníkov

Cieľovým trhom budú predovšetkým študentské firmy zapojené do projektu EIS. Potenciálnymi zákazníkmi sú spoločnosti, ktoré potrebujú počítač, notebook, telefón alebo príslušenstvo na zariadenie pracoviska. Zákazníci sa budú odlišovať činnosťou, rozpočtom a požadovaným výkonom zariadenia.

Presná veľkosť trhu ani jeho rozdelenie neboli zistené. Firma preto neuvádza vymyslený počet zákazníkov, trhový podiel alebo výsledky prieskumu. Pred väčším nákupom chce osloviť potenciálnych odberateľov a zistiť, aké zariadenia potrebujú, aký majú rozpočet a kedy plánujú nakupovať. Skutočný záujem následne overí pomocou objednávok.

Konkurenciu budú tvoriť ostatné virtuálne firmy s porovnateľným sortimentom. KirkTech bude porovnávať cenu, technické parametre, dostupnosť a spôsob vybavenia objednávky. Bez aktuálnych ponúk nie je možné poctivo určiť konkrétnu cenovú výhodu; firma preto nesľubuje, že bude napríklad o 20 % lacnejšia než konkurencia.

Cenová politika

Predajné ceny budú vychádzať z nákupných cien a nákladov súvisiacich s predajom. Cena musí ponechať primeraný priestor na pokrytie prevádzky a tvorbu zisku. Stolový počítač, telefón a myš majú odlišnú cenu, preto sa zatiaľ neurčuje jedna priemerná predajná cena. Pri zľave sa vždy preverí, či obchod zostáva ekonomicky prijateľný.

Propagácia a predaj

Hlavným predajným kanálom bude e-shop. Webová stránka predstaví firmu, kontakt a aktuálnu ponuku. Propagácia bude prebiehať prezentáciou v projekte a adresnou komunikáciou s relevantnými firmami. Platená reklama v televízii ani regionálnej tlači sa neplánuje.

Odlíšenie a starostlivosť o zákazníkov

Firma chce zaujať jednoduchým výberom podľa použitia a rozpočtu. Zákazníkovi môže odporučiť aj vhodný monitor, klávesnicu alebo myš, pričom overí kompatibilitu. Otázky a pripomienky bude riešiť konateľ. Pri reklamácii preverí doklad a bude komunikovať s dodávateľom podľa dohodnutých podmienok. Výsledky marketingu vyhodnotí podľa objednávok, opakovaných nákupov a spätnej väzby.

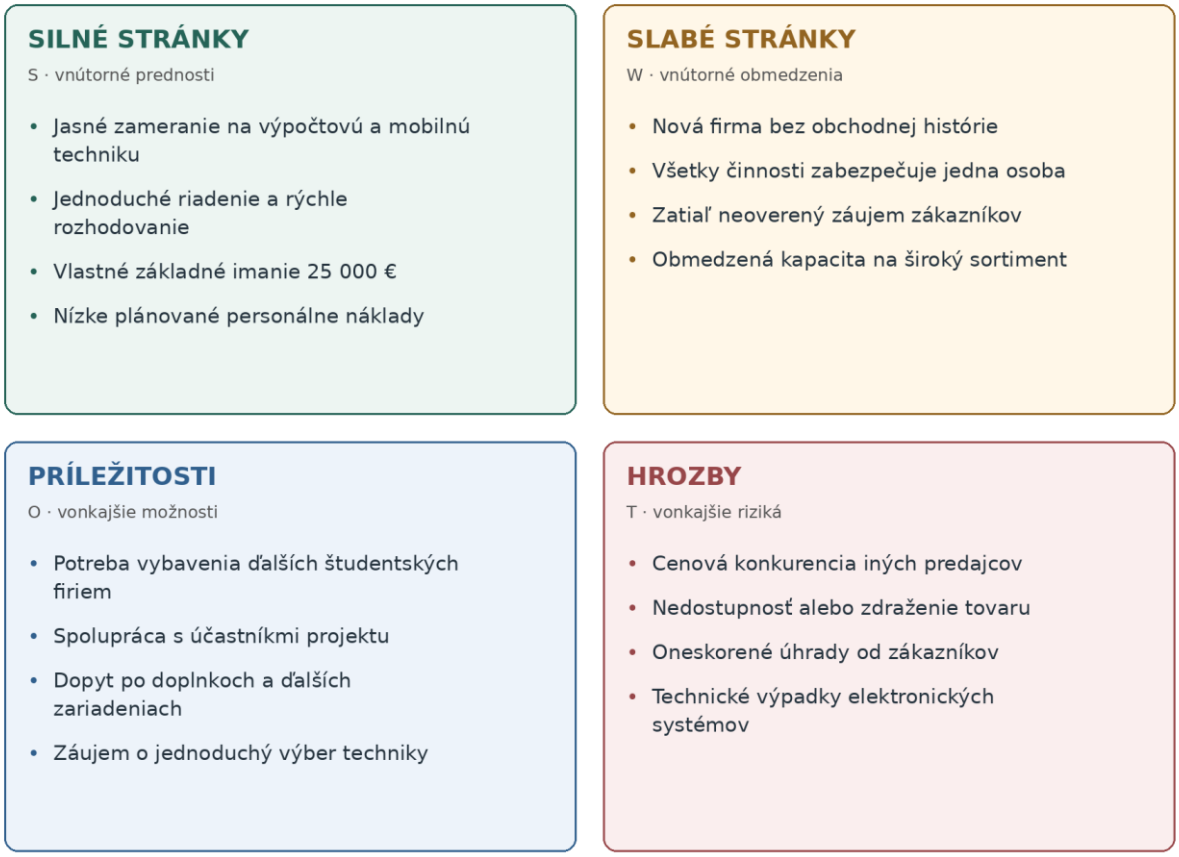
4.2 SWOT analýza

Poslanie firmy

Ponúkať zákazníkom vhodnú výpočtovú a mobilnú techniku a uľahčiť im výber prehľadnou ponukou a spoľahlivou komunikáciou.

Cieľ firmy

Získať dôveru zákazníkov, budovať dobré meno a postupne rozvíjať predaj podľa skutočného záujmu. Grafická SWOT zachytáva predpokladané prednosti, obmedzenia a riziká plánovanej činnosti.



Grafická SWOT analýza KirkTech, s.r.o. – vlastné kvalitatívne spracovanie.

KirkTech zvolí postupný a opatrný rozvoj. Využije jednoduché riadenie a vlastné zdroje, ale rozsah ponuky prispôsobí kapacite jednej osoby. Pred nákupom väčších zásob overí záujem zákazníkov, porovná ceny a dostupnosť u dodávateľa a bude kontrolovať úhrady. Dôležitejšia než rýchle rozširovanie bude spoľahlivosť a hospodárnosť predaja.