PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

NextLvlKancelaria, s.r.o.

Kancelárska technika

Majiteľ: Zhan Panchenko
IČO: 20260054
DIČ: 2026000054
Sídlo: Jedlíkova 9, 04011 Košice
Začiatok činnosti: 26. 9. 2026

Košice, október 2026

Obsah

1. Úvodné náležitosti 3
2. Popis podniku 3
3. Analýza odvetvia 4
4. Analýza výrobku alebo služby 5
5. Analýza trhu 7
6. Analýza spotrebiteľa 7
7. Analýza konkurencie 8
8. Marketingový plán a stratégia 9
9. Výrobný plán (prevádzka) 9
10. Organizačná štruktúra a manažment 10
11. Časový harmonogram 11
12. Rizikové faktory – SWOT analýza 11
13. Finančný plán 12
14. Záver 13

1. Úvodné náležitosti

1.1 Stručné zhrnutie

NextLvlKancelaria, s.r.o. je novozaložená spoločnosť so sídlom v Košiciach, ktorá začala podnikať 26. septembra 2026. Jej predmetom činnosti je predaj kancelárskej techniky prostredníctvom vlastného e-shopu a poskytovanie súvisiacich technických služieb – inštalácie, konfigurácie, servisu a pravidelnej údržby zariadení.

Spoločnosť sa zameriava na malé a stredné firmy, živnostníkov a domáce kancelárie v Košiciach a okolí, ktorým chce ponúknuť to, čo veľké e-shopy zvyčajne neposkytujú: kombináciu výhodnej ceny, odborného poradenstva a rýchleho osobného servisu na mieste. Zákazník si tak nekúpi len zariadenie, ale aj istotu, že mu bude fungovať.

Na štart podnikania je naplánovaná investícia 20 000 €. Plánované tržby v prvom roku činnosti dosiahnu 78 000 €, v treťom roku 220 000 €. Po miernej strate v prvom roku sa očakáva dosiahnutie zisku už v druhom roku činnosti (výsledok hospodárenia po zdanení 3 230 €), v treťom roku 13 345 €.

1.2 Hárok s faktami

Údaj	Hodnota
Obchodné meno	NextLvlKancelaria, s.r.o.
Právna forma	Spoločnosť s ručením obmedzeným
Majiteľ (jediný spoločník)	Zhan Panchenko
IČO	20260054
DIČ	2026000054
Sídlo	Jedlíkova 9, 040 11 Košice
Oblasť podnikania	Kancelárska technika, e-shop + technické služby
Začiatok činnosti	26. 9. 2026
Potrebná počiatočná investícia	20 000 €
Plánované tržby – 1. rok	78 000 €
Plánované tržby – 3. rok	220 000 €
Cieľové skupiny	MSP, živnostníci, domáce kancelárie, školy a inštitúcie
Cieľový región	Košice a Košický kraj (e-shop: celé Slovensko)

2. Popis podniku

2.1 História a súčasný stav

Spoločnosť NextLvlKancelaria, s.r.o. bola založená v roku 2026 a svoju podnikateľskú činnosť začala 26. 9. 2026. Jediným majiteľom a konateľom je Zhan Panchenko. Sídlo spoločnosti je na adrese Jedlíkova 9, 04011 Košice.

V súčasnosti je spoločnosť vo fáze spúšťania – prebieha príprava e-shopu, nadväzovanie kontaktov s dodávateľmi a distribútormi kancelárskej techniky a budovanie prvých obchodných vzťahov s firmami v regióne.

2.2 Vízia a poslanie

Vízia: stať sa dôveryhodným partnerom pre vybavenie a prevádzku kancelárií v Košickom kraji a pevným hráčom na slovenskom online trhu s kancelárskou technikou.

Poslanie: zjednodušiť malým a stredným firmám nákup, inštaláciu a údržbu kancelárskej techniky tak, aby sa mohli sústrediť na svoje podnikanie.

2.3 Ciele podniku

- **Krátkodobé (do 12 mesiacov):** spustiť e-shop, získať prvých 150 pravidelných zákazníkov, dosiahnuť tržby 78 000 € a stabilný chod servisu.
- **Strednodobé (2.–3. rok):** zvýšiť tržby na 220 000 €, rozšíriť sortiment, uzavrieť minimálne 25 zmlúv o paušálnom servise a prejsť do trvalej ziskovosti.
- **Dlhodobé (5 rokov):** vybudovať regionálnu značku, otvoriť malú predajňu s odberným miestom a servisným centrom a rozšíriť pôsobenie na východné Slovensko.

2.4 Predmet podnikania

- Maloobchodný a veľkoobchodný predaj kancelárskej techniky a príslušenstva prostredníctvom e-shopu.
- Inštalácia, konfigurácia a nastavenie zariadení u zákazníka.
- Záručný a pozáručný servis, údržba a opravy kancelárskej techniky.
- Zmluvný (paušálny) servis a správa tlačového parku pre firmy.
- Dodávka spotrebného materiálu (tonery, atramenty, papier).

3. Analýza odvetvia

3.1 Profil odvetvia

Odvetvie kancelárskej techniky zahŕňa predaj a servis tlačiarní, multifunkčných zariadení, kopírok, skenerov, skartovačiek, laminovačiek, kalkulačiek, prezentačnej techniky a príslušenstva. Na Slovensku patrí do širšieho segmentu obchodu so spotrebnou elektronikou a IT technikou a je úzko prepojené s trhom spotrebného materiálu (tonery, atramenty, papier) a so službami IT podpory.

Predaj prebieha prostredníctvom veľkých e-shopov a sietí predajní, špecializovaných predajcov kancelárskych potrieb, distribútorov pre firemných zákazníkov a stále viac cez online trhoviská. Odvetvie je citlivé na cenu, no pri firemných zákazníkoch rastie význam servisu, dostupnosti náhradných dielov a spoľahlivosti dodávateľa.

3.2 Trendy

- Rast online nákupov aj v B2B segmente – firmy objednávajú techniku a spotrebný materiál cez internet.

- Prechod od jednorazového predaja k službám (správa tlačového parku, paušálny servis, predplatné spotrebného materiálu).
- Hybridná práca a rast dopytu po vybavení domácich kancelárií.
- Dôraz na úsporu energie, nízku spotrebu materiálu a recykláciu elektrozariadení.
- Digitalizácia dokumentov – klesá objem tlače, rastie význam skenovania a archivácie.

3.3 Spôsob predaja a distribúcie

Tovar sa nakupuje od slovenských a českých distribútorov alebo priamo od výrobcov (napr. značky tlačiarní a spotrebného materiálu), ukladá sa do vlastného skladu a zákazníkovi sa doručuje kuriérom, osobným odberom alebo vlastnou dopravou v rámci Košíc. Obchodné marže na hardvéri bývajú nízke, vyššie sú pri spotrebnom materiáli, príslušenstve a službách – preto spoločnosť kombinuje e-shop so servisom.

3.4 SWOT analýza odvetvia

Silné stránky (Strengths) • Stabilný dopyt firiem po technike a spotrebnom materiáli • Opakované nákupy (spotrebný materiál) • Možnosť kombinovať predaj so službami	**Slabé stránky (Weaknesses)** • Nízke marže na hardvéri • Silný cenový tlak • Závislosť od dodávateľov a kurzov
Príležitosti (Opportunities) • Rast B2B e-commerce • Servis a správa tlačového parku • Rast domácich kancelárií	**Ohrozenia (Threats)** • Pokles objemu tlače • Silná konkurencia veľkých e-shopov • Zmeny v zásobovaní a ceny energií

4. Analýza výrobku alebo služby

4.1 Popis ponuky

Kategória	Obsah ponuky	Odhad podielu na tržbách
Tlačová a kopírovacia technika	Tlačiarne, multifunkčné zariadenia, kopírky, skenery	35 %
Spotrebný materiál	Tonery, atramenty, papier, štítky, fólie	25 %
Kancelárske zariadenia	Skartovačky, laminovačky, väzbové stroje, kalkulačky	12 %
Príslušenstvo a IT doplnky	Káble, pamäťové médiá, myši, klávesnice, stojany, UPS	10 %
Technické služby	Inštalácia, servis, údržba, paušálny servis	18 %

4.2 E-shop

E-shop je hlavným predajným kanálom. Bude obsahovať prehľadné kategórie, filtrovanie podľa parametrov, porovnávanie produktov, firemné účty s možnosťou faktúry na splatnosť, opakované objednávky spotrebného materiálu a možnosť k tovaru priobjednať inštaláciu a servis. Platby budú možné kartou,

bankovým prevodom a na dobierku. Doručovanie zabezpečia kuriérske spoločnosti, osobný odber a vlastná doprava v Košiciach.

4.3 Technické služby

Služba	Popis	Orientačná cena (bez DPH)
Inštalácia a konfigurácia	Zapojenie, nastavenie siete, ovládače, zaškolenie používateľov	od 35 € / hod.
Servis a oprava	Diagnostika a oprava porúch, výmena dielov	od 35 € / hod. + diely
Preventívna údržba	Čistenie, kontrola, výmena opotrebovaných súčastí	od 29 € / zariadenie
Paušálny servis pre firmy	Správa tlačového parku, prednostný výjazd, zľavy na materiál	49 – 149 € / mesiac
Výjazd v rámci Košíc	Doprava technika k zákazníkovi	15 € / výjazd

Ceny sú plánované a budú upravené podľa aktuálnych nákladov a konkurencie.

4.4 Priestory, zariadenia a spoľahlivosť

Spoločnosť využíva prenajaté priestory pre sklad a servisnú dielňu v Košiciach s vybavením pre diagnostiku a opravy (náradie, merače, testovacie zariadenia) a vozidlo alebo služobné cesty pre výjazdy. Spoľahlivosť produktov je zabezpečená výberom overených značiek a oficiálnych distribútorov. Na tovar sa poskytuje zákonná záruka a pri firmách aj predĺžená záruka a prednostný servis.

Vlastnícke vzťahy: všetky produkty sú vo vlastníctve spoločnosti NextLvlKancelaria, s.r.o. až do ich predaja; servisné náradie a vybavenie je majetkom spoločnosti (obstarané z vlastných zdrojov).

4.5 Plány budúceho rozvoja

- Rozšírenie sortimentu o dataprojektory, zariadenia pre videokonferencie, kancelársky nábytok a pokladničné riešenia.
- Vlastná značka spotrebného materiálu a balíčky „štart kancelárie“.
- Predplatné spotrebného materiálu a monitoring stavu tlačív na diaľku.
- Mobilná aplikácia alebo zákaznícky portál pre objednávky servisu.

4.6 SWOT analýza služieb a výrobkov

Silné stránky (Strengths) • Kombinácia predaja a servisu • Osobný prístup a rýchly výjazd • Opakované príjmy zo servisných zmlúv	**Slabé stránky (Weaknesses)** • Menší sortiment a nižšie nákupné ceny než veľkí hráči • Závislosť od jedného technika • Nová značka bez referencií
Príležitosti (Opportunities) • Dopyt MSP po zmluvnom servise • Cross-selling služieb k tovaru • Verejné obstarávanie a školy	**Ohrozenia (Threats)** • Zmeny cien dodávateľov • Nedostatok kvalifikovaných technikov • Zníženie záručnej podpory výrobcov

5. Analýza trhu

5.1 Potenciálny trh a jeho charakteristika

Cieľový trh tvoria firmy, živnostníci a inštitúcie, ktoré potrebujú kancelársku techniku, spotrebný materiál a servis. Primárnym geografickým trhom je Košice a Košický kraj, kde sa nachádza veľký počet malých a stredných podnikov, škôl, úradov a zdravotníckych zariadení. E-shop umožňuje oslovovať aj zákazníkov z celého Slovenska, najmä pri spotrebnom materiáli a menšom príslušenstve.

Servisné služby sú geograficky viazané na región, čo je výhoda lokálneho podniku oproti národným e-shopom, ktoré osobný výjazd obvykle neponúkajú.

5.2 Trendy a rastový potenciál

Rastový potenciál vidíme najmä v segmentoch: (1) B2B online objednávky spotrebného materiálu, (2) paušálny servis a správa tlačového parku, (3) vybavenie domácich a zdieľaných kancelárií. Tlačový segment síce stagnuje, no rastie význam skenovania, digitalizácie a spoľahlivej infraštruktúry.

5.3 Podiel na trhu

Vzhľadom na veľkosť slovenského trhu je plánovaný podiel spoločnosti v prvých rokoch minimálny – v celoslovenskom meradle rádovo v desatinách percenta. Ambíciou je dosiahnuť v Košickom kraji pozíciu jedného z top lokálnych dodávateľov kancelárskej techniky a servisu pre MSP. V číslach to znamená tržby 78 000 € v 1. roku a 220 000 € v 3. roku.

5.4 Predaj, distribúcia a zisky

Ukazovateľ	1. rok	2. rok	3. rok
Tržby z e-shopu	60 000 €	110 000 €	160 000 €
Tržby zo služieb	18 000 €	36 000 €	60 000 €
Tržby spolu	**78 000 €**	**146 000 €**	**220 000 €**
Hrubá marža	36,5 %	37,5 %	39,2 %

6. Analýza spotrebiteľa

6.1 Zákaznícke segmenty

Segment	Charakteristika	Hlavné potreby	Podiel tržieb
Malé a stredné firmy	5–50 zamestnancov, kancelárska prevádzka, obchod, služby	Spoľahlivosť, faktúra, servis, zmluvné ceny	45 %
Živnostníci a freelanceri	Vek 25–50, domáca alebo malá kancelária	Výhodná cena, rýchle doručenie, poradenstvo	25 %
Domáce kancelárie a študenti	Vek 20–45, home office, štúdium	Jednoduchá inštalácia, nízka cena, záruka	20 %
Školy a inštitúcie	Obce, školy, zdravotnícke zariadenia	Cenová ponuka, opakované dodávky, servis	10 %

6.2 Úžitok pre zákazníka

- Jeden dodávateľ pre nákup, inštaláciu aj servis – menej starostí a stratených hodín.
- Rýchla reakcia v regióne – výjazd technika v ten istý alebo nasledujúci pracovný deň.
- Odborné poradenstvo pri výbere zariadenia podľa skutočnej potreby a nákladov na tlač.
- Transparentné ceny, faktúra a možnosť zmluvného servisu s predvídateľnými nákladmi.

6.3 SWOT analýza zákazníckych skupín

Silné stránky (Strengths) • Pravidelné opakované nákupy firiem • Dlhodobé vzťahy pri servisných zmluvách • Ochota platiť za spoľahlivosť	**Slabé stránky (Weaknesses)** • Citlivosť živnostníkov a domácností na cenu • Nízka lojalita pri online nákupoch • Rozdrobenosť malých zákazníkov
Príležitosti (Opportunities) • Rast počtu živnostníkov a home office • Oslovenie škôl a inštitúcií • Odporúčania medzi firmami	**Ohrozenia (Threats)** • Úspory firiem v čase krízy • Porovnávanie cien na portáloch • Presun zákazníkov k veľkým e-shopom

7. Analýza konkurencie

7.1 Profil konkurentov

Konkurent / skupina	Typ	Silné stránky	Slabé stránky
Veľké e-shopy s elektronikou (napr. Alza.sk, Mall.sk)	Celoslovenský online predaj	Široký sortiment, logistika, značka, nízke ceny	Minimálny osobný servis u zákazníka, neosobný prístup
Reťazce predajní (napr. Datart, Nay)	Predajne + e-shop	Pobočky, viditeľnosť, dostupnosť tovaru	Menšia špecializácia na kancelárie, vyššie prevádzkové náklady
Špecializovaní predajcovia kancelárskych potrieb	B2B dodávatelia	Zmluvné vzťahy s firmami, dodanie materiálu	Menej moderné e-shopy, pomalšie reakcie
Lokálne servisné a IT firmy v Košiciach	Servis a správa IT	Odborné znalosti, osobné vzťahy	Obmedzený predaj, slabé online marketing a e-shop

7.2 Porovnanie a konkurenčná výhoda

Spoločnosť NextLvlKancelaria nebude konkurovať veľkým e-shopom šírkou sortimentu ani najnižšou cenou na každej položke. Konkurenčná výhoda spočíva v spojení e-shopu s osobným technickým servisom v regióne, špecializácii na kancelárie a v ponuke paušálnych servisných balíkov, ktoré veľké e-shopy neposkytujú.

7.3 SWOT analýza konkurencie

Silné stránky (Strengths) • Veľkí hráči majú nákupnú silu, značku a logistiku • Lokálni konkurenti poznajú trh a majú vzťahy	**Slabé stránky (Weaknesses)** • Veľkí hráči nemajú osobný servis na mieste • Lokálni konkurenti zaostávajú v online predaji

Príležitosti (Opportunities)	Ohrozenia (Threats)
• Oslovenie zákazníkov nespokojných so servisom • Spolupráca s lokálnymi IT firmami	• Cenové vojny a agresívne akcie • Vstup nových online predajcov

8. Marketingový plán a stratégia

8.1 Ciele vstupu na trh

- Do 6 mesiacov dosiahnuť 50 registrovaných firemných zákazníkov.
- Do 12 mesiacov uzavrieť 10 zmlúv o paušálnom servise a získať 150 pravidelných zákazníkov.
- Dosiahnuť hodnotenie e-shopu minimálne 4,5 z 5 a pozitívne recenzie na Google a Heureke.

8.2 Marketingový mix

Oblasť	Opatrenia
Produkt	Špecializovaný sortiment pre kancelárie, balíčky „štart kancelárie“, kombinácia tovaru a servisu.
Cena	Konkurencieschopné ceny na kľúčových položkách, množstevné zľavy pre firmy, zmluvné ceny, paušály 49–149 €/mes.
Predaj a distribúcia	E-shop, osobný odber v Košiciach, kuriér, vlastná doprava a výjazd technika, B2B objednávky na faktúru.
Servisná a garančná politika	Zákonná záruka, predĺžená záruka pre firmy, prednostný servis, náhradné zariadenie počas opravy (pri paušáloch).
Propagácia a reklama	SEO a obsahový marketing, Google Ads, Facebook a Instagram, porovnávače cien, e-mailing, priame oslovenie firiem.
Vzťahy s verejnosťou	Spolupráca s lokálnymi podnikateľskými združeniami, odporúčania, recenzie, sponzoring lokálnych akcií.

8.3 Rozpočet na marketing

Úvodná kampaň: 2 000 € (súčasť počiatočnej investície). Ročný marketingový rozpočet: 4 800 € v 1. roku, 6 000 € v 2. roku a 7 500 € v 3. roku.

9. Výrobný plán (prevádzka)

Spoločnosť nevyrába vlastné výrobky – ide o obchodnú a servisnú činnosť. Prevádzkový proces tvoria nasledujúce kroky:

- **Nákup:** objednávky u distribútorov a výrobcov, vyjednávanie podmienok, sledovanie skladových zásob.
- **Sklad:** príjem, kontrola, uloženie tovaru, odoslanie a vedenie evidencie.
- **Spracovanie objednávok:** potvrdenie, balenie, odoslanie kuriérom alebo osobný odber.
- **Servis:** prijatie požiadavky, diagnostika, oprava alebo výjazd, fakturácia.
- **Reklamácie:** preberanie, posúdenie, vybavenie v zákonných lehotách.

Kapacitné plánovanie: v 1. roku zabezpečuje všetky činnosti majiteľ, od 6. mesiaca s podporou technika; od 2. roka sa zamestnáva pracovník pre sklad a zákaznícku podporu.

10. Organizačná štruktúra a manažment

10.1 Vlastníctvo

Spoločník	Základné imanie	Podiel
Zhan Panchenko	5 000 €	100 %

10.2 Organizačný prehľad

Pozícia	Od kedy	Zodpovednosti
Majiteľ a konateľ	26. 9. 2026	Riadenie, financie, nákup, marketing, obchod
Technik / servisný pracovník	6. mesiac	Inštalácie, servis, výjazdy, preventívna údržba
Sklad a zákaznícka podpora	2. rok	Spracovanie objednávok, sklad, reklamácie, zákaznícka linka

11. Časový harmonogram

Za 1. rok sa považuje prvých 12 mesiacov činnosti, teda obdobie od 26. 9. 2026 do 25. 9. 2027.

Obdobie	Hlavné úlohy	Cieľ / ukazovateľ
26. 9. 2026	Začiatok činnosti	Spoločnosť začala podnikať
Okt – dec 2026	Dokončenie a spustenie e-shopu, zmluvy s dodávateľmi, nákup úvodných zásob, štartovacia kampaň	E-shop v prevádzke, prvé objednávky, 20 zákazníkov
Jan – jún 2027	Budovanie značky, oslovovanie firiem, prvé servisné zmluvy	50 firemných zákazníkov, 5 servisných zmlúv
Júl – sep 2027	Prijatie technika, rozšírenie sortimentu, vyhodnotenie 1. roka	Tržby 78 000 €, 10 servisných zmlúv
Október 2027 – september 2028	Prijatie pracovníka pre sklad a podporu, rast ponuky služieb	Tržby 146 000 €, zisk po zdanení 3 230 €
Október 2028 – september 2029	Rozšírenie na východné Slovensko, vlastná značka spotrebného materiálu	Tržby 220 000 €, 25 servisných zmlúv
Po roku 2029	Predajňa a servisné centrum, nové produktové rady	Regionálna značka

12. Rizikové faktory – SWOT analýza

12.1 Rizikové faktory

Riziko	Pravdepodobnosť	Dopad	Opatrenie
Nižší dopyt, než sa plánuje	Stredná	Vysoký	Flexibilné náklady, intenzívny marketing, postupné nákupy
Silná cenová konkurencia	Vysoká	Stredný	Špecializácia, servis, zmluvné ceny, vernostné programy
Výpadok dodávateľa alebo rast nákupných cien	Stredná	Stredný	Viac dodávateľov, zásoba kľúčových položiek
Platobná neschopnosť zákazníkov	Stredná	Stredný	Kontrola bonity, zálohy, krátka splatnosť pri nových klientoch
Strata alebo choroba technika / majiteľa	Nízka	Vysoký	Zástup, spolupracujúci technik, poistenie
Technický výpadok e-shopu	Nízka	Stredný	Spoľahlivý hosting, zálohy, SLA
Právne zmeny a nároky z reklamácií	Nízka	Stredný	Poradenstvo, jasné podmienky a procesy, poistenie zodpovednosti

12.2 Scenár pre najhorší prípad

Ak by tržby dosiahli len 60 % plánu, spoločnosť by v prvom roku vytvorila stratu približne 14 000 €. Riziko sa zníži odložením prijatia technika, obmedzením marketingu a využitím rezervy 1 500 €; zároveň je potrebné zabezpečiť dodatočnú pôžičku od majiteľa alebo kontokorentný úver.

12.3 SWOT analýza podniku

Silné stránky (Strengths) • Spojenie e-shopu a technického servisu • Nízke fixné náklady, flexibilita malého podniku • Znalosť regiónu, osobný prístup • Moderný e-shop a digitálne procesy	**Slabé stránky (Weaknesses)** • Nová značka bez referencií • Obmedzený kapitál • Závislosť od majiteľa • Menšia nákupná sila
Príležitosti (Opportunities) • Rast B2B e-commerce a home office • Paušálny servis pre MSP • Rozšírenie sortimentu a služieb • Verejný sektor a školy	**Ohrozenia (Threats)** • Cenová konkurencia veľkých e-shopov • Pokles tlače a zníženie marží • Zmeny legislatívy a cien • Ekonomický útlm

13. Finančný plán

Finančný plán poskytuje prehľad o budúcom finančnom hospodárení podniku, o výške a druhu potrebných zdrojov a o zabezpečení likvidity. Je zostavený na prvé tri roky činnosti. Hodnoty sú plánované odhady na základe predpokladov uvedených nižšie a budú priebežne aktualizované.

13.1 Počiatočná investícia a zdroje financovania

Položka	Suma
Vývoj a spustenie e-shopu (platforma, dizajn, integrácie)	3 000 €
Počiatočné zásoby tovaru	10 000 €
Servisné náradie, diagnostika a testovacie zariadenia	2 500 €
Spúšťacia marketingová kampaň	2 000 €
Zriadenie spoločnosti, právne a účtovné služby, licencie	1 000 €
Rezerva na prevádzkové náklady	1 500 €
Spolu	**20 000 €**

Zdroj financovania	Suma	Podiel
Základné imanie (vklad majiteľa)	5 000 €	25 %
Pôžička od majiteľa / bankový úver (6 % p. a.)	15 000 €	75 %
Spolu	**20 000 €**	**100 %**

13.2 Predpokladaný výkaz ziskov a strát

Položka (v €)	1. rok	2. rok	3. rok
Tržby z e-shopu	60 000 €	110 000 €	160 000 €
Tržby zo služieb	18 000 €	36 000 €	60 000 €
Tržby spolu	**78 000 €**	**146 000 €**	**220 000 €**
Náklady na tovar a materiál	49 500 €	91 200 €	133 800 €
Hrubý zisk	**28 500 €**	**54 800 €**	**86 200 €**
Osobné náklady (vrátane odvodov)	14 400 €	30 000 €	45 000 €
Prenájom a energie	3 600 €	4 200 €	4 800 €
Marketing a reklama	4 800 €	6 000 €	7 500 €
Doprava a balenie	3 000 €	5 000 €	7 000 €
Účtovníctvo, softvér, poistenie, ostatné	3 000 €	3 600 €	4 200 €
Odpisy	1 400 €	1 400 €	1 400 €
Prevádzkový výsledok (EBIT)	**-1 700 €**	**4 600 €**	**16 300 €**
Nákladové úroky	900 €	800 €	600 €
Výsledok pred zdanením	**-2 600 €**	**3 800 €**	**15 700 €**
Daň z príjmov	0 €	570 €	2 355 €
Výsledok hospodárenia po zdanení	**-2 600 €**	**3 230 €**	**13 345 €**

13.3 Predpoklady plánu

- Náklady na tovar v e-shope predstavujú 78 % tržieb (obchodná marža 22 %); materiál pri službách 15 % tržieb zo služieb.
- Osobné náklady zohľadňujú majiteľa, technika od 6. mesiaca 1. roka a pracovníka pre sklad a podporu od 2. roka.
- Odpisy zohľadňujú e-shop a servisné vybavenie v hodnote 5 500 € odpisovaných približne 4 roky.
- Sadzba dane z príjmov právnických osôb sa pre plánovanie predpokladá vo výške 15 %; pred konečným použitím je potrebné ju overiť podľa aktuálnej legislatívy.
- Strata z 1. roka sa môže v súlade s daňovými pravidlami uplatniť v nasledujúcich obdobiach.
- Ceny, marže a odhady dopytu sú plánované hodnoty a vyžadujú priebežné overovanie.

13.4 Bod zvratu a likvidita

Spoločnosť dosiahne prevádzkový zisk v 2. roku činnosti. Kumulovaný výsledok po zdanení za 1. a 2. rok je 630 €; zisk 3. roka 13 345 € už umožňuje začať splácať pôžičku a financovať rast. Likvidita v prvom roku je zabezpečená vkladom majiteľa, pôžičkou a rezervou 1 500 €. Dôležité je udržiavať optimálne zásoby a krátku dobu splatnosti pohľadávok.

14. Záver

Podnikateľský plán spoločnosti NextLvlKancelaria, s.r.o. predstavuje zámer vybudovať v Košiciach a okolí spoľahlivého dodávateľa kancelárskej techniky, ktorý spája pohodlie online nákupu s osobným technickým servisom. Práve táto kombinácia je hlavnou konkurenčnou výhodou voči veľkým e-shopom, ktoré servis priamo u zákazníka väčšinou neponúkajú.

Analýza trhu ukázala, že dopyt malých a stredných firiem, živnostníkov a domácich kancelárií po technike, spotrebnom materiáli a servise je stabilný a v oblasti B2B e-commerce a paušálneho servisu aj rastúci. Zároveň sme identifikovali hlavné riziká, ktorými sú silná cenová konkurencia, nízke marže na hardvéri a závislosť od majiteľa, a navrhli sme opatrenia na ich zníženie.

Z finančného plánu vyplýva, že pri počiatočnej investícii 20 000 € spoločnosť dosiahne v prvom roku tržby 78 000 € a mierne stratové hospodárenie (-2 600 €). Už v druhom roku sa očakáva zisk po zdanení 3 230 € a v treťom roku 13 345 € pri tržbách 220 000 €. Plán je realizovateľný za predpokladu, že sa podarí získať plánovaný počet firemných zákazníkov a uzavrieť servisné zmluvy, ktoré prinesú pravidelné príjmy.

Úspech podnikania bude závisieť najmä od kvality služieb, rýchlosti reakcie, starostlivého riadenia zásob a financií a od schopnosti postupne rozširovať sortiment i tím. Plán je zároveň živým dokumentom. Bude pravidelne vyhodnocovaný a aktualizovaný podľa skutočných výsledkov a vývoja trhu.