PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

Obchodné meno: Tecnoffice, s. r. o.
Predmet podnikania: Predaj kancelárskej techniky pre potreby ďalšieho predaja virtuálnymi firmami
Miesto podnikania: Košice, Vysokoškolská 4, 04001
Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným
Spoločník a konateľ: Miriam Ihnátová
Kontakt: mriam.ihnatova@student.tuke.sk
Plánované obdobie: 2027 – 2029

1. Úvodné náležitosti

Predmetom podnikateľského zámeru je založenie a prevádzkovanie novej spoločnosti Tecnoffice, s. r. o., ktorá sa bude zaoberať predajom kancelárskej techniky a príslušenstva prostredníctvom internetového obchodu. Spoločnosť bude sídliť v Košiciach a svoje produkty bude ponúkať najmä zákazníkom na území Slovenskej republiky.

Hlavným cieľom spoločnosti bude vytvoriť dostupný a spoľahlivý internetový obchod, ktorý zákazníkom umožní jednoducho nakupovať produkty potrebné na vybavenie kancelárií, domácich pracovísk a menších podnikov.

Spoločnosť bude ponúkať zariadenia a prístroje, ktoré uľahčujú prácu v kancelárii, napríklad tlačiarne, multifunkčné zariadenia, skenery, rezačky papiera a rôzne iné. Dôraz sa bude klásť na prehľadnosť internetového obchodu, primerané ceny, rýchle vybavenie objednávok a kvalitnú komunikáciu so zákazníkmi.

Základné imanie spoločnosti bude predstavovať 5 000 €. Spoločnosť má na začiatku pridelený kapitál vo výške 100 000 €. Hlavným zámerom spoločnosti bude vybudovať stabilný internetový obchod, získať stálych zákazníkov a postupne rozširovať sortiment aj objem predaja.

2. Popis podniku

Spoločnosť bude založená na účely predaja kancelárskej techniky a príslušenstva. Jej hlavnou činnosťou bude internetový predaj, vďaka ktorému budú môcť zákazníci nakupovať bez potreby osobnej návštevy kamennej predajne.

Spoločnosť bude fungovať predovšetkým prostredníctvom internetovej stránky. Objednávky budú prijímané online a tovar bude zákazníkom doručovaný prostredníctvom kuriérskych spoločností alebo iných dostupných spôsobov dopravy.

Ciele podniku

Hlavným cieľom spoločnosti bude vybudovať spoľahlivý internetový obchod s kancelárskou technikou a postupne získať stabilnú zákaznícku základňu.

Medzi konkrétne ciele patria:

- vytvoriť prehľadný internetový obchod,
- ponúkať kvalitnú kancelársku techniku za konkurencieschopné ceny,
- zabezpečiť spoľahlivé vybavovanie objednávok,
- poskytovať zákazníkom odborné informácie pri výbere produktov,
- nadviazať spoluprácu s dodávateľmi,
- dosahovať dostatočné tržby na pokrytie nákladov,
- postupne rozširovať sortiment podľa dopytu.

Z dlhodobého hľadiska bude cieľom posilňovať postavenie spoločnosti na trhu a vytvárať podmienky na jej ďalší rozvoj.

3. Analýza odvetvia

Kancelárska technika je dôležitou súčasťou vybavenia firiem, škôl, úradov a domácich pracovísk. Medzi najčastejšie používané zariadenia patria tlačiarne, multifunkčné zariadenia, skenery, kopírovacie zariadenia a skartovačky.

Dopyt po kancelárskej technike súvisí s potrebou spracovávať dokumenty, tlačiť materiály, digitalizovať písomnosti a zabezpečovať každodennú administratívnu činnosť. Predaj tohto sortimentu prostredníctvom internetu umožňuje zákazníkom porovnávať produkty, ich parametre a ceny bez osobnej návštevy predajne.

Odvetvie je zároveň charakteristické silnou konkurenciou a rýchlym technologickým vývojom. Spoločnosť preto bude musieť sledovať ponuku dodávateľov, meniace sa požiadavky zákazníkov a vývoj cien. Príležitosťou bude ponúkať nielen samotné zariadenia, ale aj spotrebný materiál, napríklad tonery, atramentové náplne a tlačový papier.

4. Analýza výrobku alebo služby

4.1 Ponuka produktov

Spoločnosť Tecnoffice, s. r. o., sa bude špecializovať na predaj kancelárskej techniky a príslušenstva.

Tlačiarne

Sortiment bude zahŕňať atramentové a laserové tlačiarne, čiernobiele aj farebné modely určené na domáce alebo firemné používanie.

Multifunkčné zariadenia

Tieto zariadenia budú spájať viacero funkcií, najmä tlač, skenovanie a kopírovanie. Budú vhodné pre domácnosti, kancelárie a menšie podniky.

Skenery a kopírovacie zariadenia

Zariadenia budú slúžiť na digitalizáciu, kopírovanie a spracovanie dokumentov.

Skartovacie zariadenia

Skartovačky budú určené na bezpečné znehodnocovanie papierových dokumentov.

Laminovacie zariadenia a prezentačná technika

Doplnkovú časť sortimentu budú tvoriť laminovačky, projektory a súvisiace príslušenstvo.

Spotrebný materiál

Spoločnosť bude predávať tonery, atramentové náplne, tlačový papier a ďalšie produkty potrebné na používanie kancelárskej techniky.

4.2 Ponuka služieb

Okrem predaja produktov bude spoločnosť zabezpečovať:

- poradenstvo pri výbere vhodného zariadenia,
- prijímanie a spracovanie internetových objednávok,
- informovanie o dostupnosti tovaru,
- doručenie prostredníctvom kuriérskych spoločností,
- zákaznícku podporu,
- vybavovanie reklamácií a vrátenia tovaru podľa platných predpisov.

Spoločnosť sa bude snažiť poskytovať prehľadné informácie o produktoch a zjednodušiť zákazníkom výber vhodnej techniky.

5. Analýza trhu

Spoločnosť bude pôsobiť na trhu kancelárskej techniky na Slovensku. Vďaka internetovému predaju bude môcť osloviť zákazníkov v rôznych regiónoch krajiny.

Trh tvoria jednotlivci, domácnosti, podnikatelia, firmy, školy a ďalšie organizácie, ktoré potrebujú zariadenia na tlač, kopírovanie a spracovanie dokumentov.

Pri výbere predajcu zákazníci zvyčajne zvažujú cenu, kvalitu zariadenia, technické parametre, dostupnosť tovaru, náklady na dopravu a úroveň zákazníckeho servisu.

Spoločnosť bude svoju ponuku prispôsobovať týmto požiadavkám. Dôležitou súčasťou bude výber produktov v rôznych cenových kategóriách, aby si zákazníci mohli zvoliť zariadenie podľa svojich potrieb a finančných možností.

Keďže konkrétne údaje o veľkosti trhu a trhových podieloch nie sú súčasťou zadania, táto analýza má kvalitatívny charakter.

6. Analýza spotrebiteľa

Cieľoví zákazníci spoločnosti budú rozdelení do niekoľkých skupín.

6.1 Domácnosti a jednotlivci

Táto skupina bude nakupovať najmä tlačiarne, multifunkčné zariadenia a spotrebný materiál na osobné účely, štúdium alebo prácu z domu.

6.2 Živnostníci a malé firmy

Pre túto skupinu bude dôležitá spoľahlivosť zariadení, primerané prevádzkové náklady a dostupnosť tonerov či atramentových náplní.

6.3 Stredné podniky a organizácie

Tieto subjekty môžu potrebovať viacero zariadení alebo pravidelné dopĺňanie spotrebného materiálu. Pri nákupe môžu klásť dôraz na cenu, dostupnosť a spoľahlivosť dodávok.

6.4 Školy a vzdelávacie zariadenia

Školy môžu využívať tlačiarne, skenery, kopírovacie zariadenia a spotrebný materiál na prípravu učebných a administratívnych dokumentov.

Spoločnosť bude pri oslovovaní zákazníkov klásť dôraz na prehľadné informácie o produktoch, jednoduché objednávanie a primeraný zákaznícky servis.

7. Analýza konkurencie

Konkurenciu budú tvoriť ďalšie internetové obchody s elektronikou, špecializovaní predajcovia kancelárskej techniky a kamenné predajne s podobným sortimentom.

Veľkí predajcovia môžu mať výhodu v známej značke, širokom sortimente a rozvinutej logistike. Menší špecializovaní predajcovia môžu konkurovať odborným poradenstvom a orientáciou na konkrétny sortiment.

Spoločnosť Tecnoffice, s. r. o., sa bude snažiť konkurovať najmä prehľadnosťou ponuky, dostupnosťou základných druhov kancelárskej techniky, kvalitnými informáciami o produktoch a spoľahlivým vybavovaním objednávok.

Na udržanie konkurencieschopnosti bude potrebné priebežne sledovať ceny, ponuku a služby ostatných predajcov.

Keďže v zadaní nie sú uvedené konkrétne konkurenčné podniky ani ich ceny, táto časť predstavuje všeobecné zhodnotenie konkurenčného prostredia.

8. Marketingový plán a stratégia

Marketingová stratégia bude zameraná na získavanie nových zákazníkov a budovanie dôvery v spoločnosť.

Internetový obchod

Hlavným predajným kanálom bude internetová stránka s prehľadnými kategóriami, technickými parametrami, cenami a informáciami o dostupnosti produktov.

Online reklama

Spoločnosť môže využívať platenú reklamu vo vyhľadávačoch a na sociálnych sieťach, aby oslovila zákazníkov, ktorí hľadajú kancelársku techniku.

Sociálne siete

Prostredníctvom sociálnych sietí bude možné informovať o nových produktoch, akciách a výhodných ponukách.

Akciové ponuky

Spoločnosť môže pripravovať zľavy na vybrané zariadenia a cenovo výhodné balíčky tlačiarní so spotrebným materiálom.

Starostlivosť o zákazníkov

Dôležitou súčasťou marketingu bude rýchla komunikácia, zrozumiteľné informácie o produktoch a korektné riešenie zákazníckych požiadaviek.

Úspešnosť marketingových aktivít sa bude vyhodnocovať podľa návštevnosti internetového obchodu, počtu objednávok a nákladov na získanie zákazníkov.

9. Výrobný plán

Keďže spoločnosť nebude vyrábať vlastné produkty, klasický výrobný plán sa na jej podnikanie nevzťahuje. Namiesto výroby bude zabezpečovať nákup, skladovanie a predaj kancelárskej techniky.

Postup vybavenia objednávky bude pozostávať z týchto krokov:

1. Zákazník si vyberie produkt v internetovom obchode.
2. Objednávka bude prijatá a skontrolovaná.
3. Spoločnosť overí dostupnosť tovaru.
4. Ak tovar nebude na sklade, objedná sa od dodávateľa.
5. Tovar sa pripraví na expedíciu a zabalí.
6. Zásielka sa odovzdá dopravcovi.
7. Zákazník dostane informáciu o vybavení objednávky.

Spoločnosť bude spolupracovať s dodávateľmi kancelárskej techniky a podľa možností udržiavať zásobu najžiadanejších produktov.

Doručovanie bude zabezpečované externými dopravcami. Tento spôsob umožní fungovať bez vlastného vozového parku a obmedziť počiatočné prevádzkové náklady.

10. Organizačná štruktúra a manažment

Spoločnosť bude mať jednoduchú organizačnú štruktúru, pretože sa počíta s jedným zamestnancom.

Za riadenie spoločnosti bude zodpovedať konateľ alebo konateľka. Každodenné prevádzkové činnosti bude zabezpečovať jeden zamestnanec, ktorého úlohou bude spracovanie objednávok, komunikácia so zákazníkmi a koordinácia dodávok.

Organizačná štruktúra:

- Konateľ/konateľka – riadenie spoločnosti, rozhodovanie o obchodnej stratégii a dohľad nad financiami.
- Zamestnanec – spracovanie objednávok, správa internetového obchodu, komunikácia so zákazníkmi a evidencia tovaru.
- Externí dodávatelia služieb – podľa potreby účtovníctvo, doprava a technická podpora.

Externí dodávatelia služieb nie sú zamestnancami spoločnosti, ale môžu pomáhať zabezpečovať jej prevádzku.

V prípade rastu spoločnosti bude možné zvážiť prijatie ďalších zamestnancov alebo rozšírenie spolupráce s externými poskytovateľmi služieb.

11. Administrácia

Administratívne zabezpečenie bude zahŕňať vedenie účtovníctva, evidenciu obchodných dokladov, správu objednávok a plnenie daňových a ďalších zákonných povinností.

Spoločnosť bude musieť zabezpečiť najmä:

- riadnu evidenciu príjmov a výdavkov,
- evidenciu faktúr a dokladov,
- kontrolu prijatých a uskutočnených platieb,
- správu zmlúv a objednávok,
- ochranu osobných údajov zákazníkov,
- dodržiavanie pravidiel ochrany spotrebiteľa,
- vybavovanie reklamácií a vrátenia tovaru.

Finančné operácie budú vykonávané prostredníctvom dvoch bankových účtov uvedených v zadaní. Spoločnosť bude sledovať ich zostatky a jednotlivé pohyby.

Účtovná evidencia musí zároveň správne zachytávať pôvod finančných prostriedkov. Samotný zostatok na bankovom účte neurčuje, či ide o vlastné zdroje, pôžičku alebo iný druh financovania.

12. Dopad na životné prostredie

Predaj kancelárskej techniky môže mať vplyv na životné prostredie najmä v dôsledku spotreby obalových materiálov, dopravy a vzniku elektronického odpadu.

Spoločnosť bude podporovať zodpovedný prístup k životnému prostrediu prostredníctvom týchto opatrení:

- používanie primeraného množstva obalového materiálu,
- uprednostňovanie recyklovateľných obalov, ak je to možné,
- triedenie odpadu,
- elektronické spracovanie dokumentov,
- efektívne plánovanie expedície objednávok,
- poskytovanie informácií o správnom nakladaní s elektro odpadom.

Cieľom bude obmedzovať zbytočný odpad a postupovať zodpovedne pri manipulácii s kancelárskou technikou a jej obalmi.

13. Časový harmonogram

Príprava a rozvoj spoločnosti budú rozdelené do niekoľkých etáp.

Etapa	Plánovaná činnosť
1. mesiac	Príprava podnikateľského plánu a administratívnych podkladov
2. mesiac	Výber dodávateľov a príprava internetového obchodu
3. mesiac	Príprava sortimentu, cien a obchodných podmienok
4. mesiac	Spustenie internetového obchodu a začiatok predaja
5. – 6. mesiac	Marketingové aktivity a získavanie prvých zákazníkov
7. – 12. mesiac	Vyhodnocovanie predaja a úprava sortimentu
2. rok	Rozvoj zákazníckej základne a rozširovanie ponuky

Uvedený harmonogram je orientačný. Skutočné termíny budú závisieť od pripravenosti internetového obchodu, dodávateľov a administratívnych úkonov.

14. Rizikové faktory – SWOT analýza

SWOT analýza hodnotí silné a slabé stránky spoločnosti, príležitosti a hrozby.

Silné stránky

- Predaj prostredníctvom internetu.

- Možnosť osloviť zákazníkov z celého Slovenska.
- Špecializácia na kancelársku techniku.
- Jednoduchá organizačná štruktúra.
- Finančné prostriedky na bankových účtoch vo výške 200 000 € podľa zadania.

Slabé stránky

- Novo-založená spoločnosť.
- Závislosť od dodávateľov a dopravcov.
- Potreba investovať do propagácie internetového obchodu.

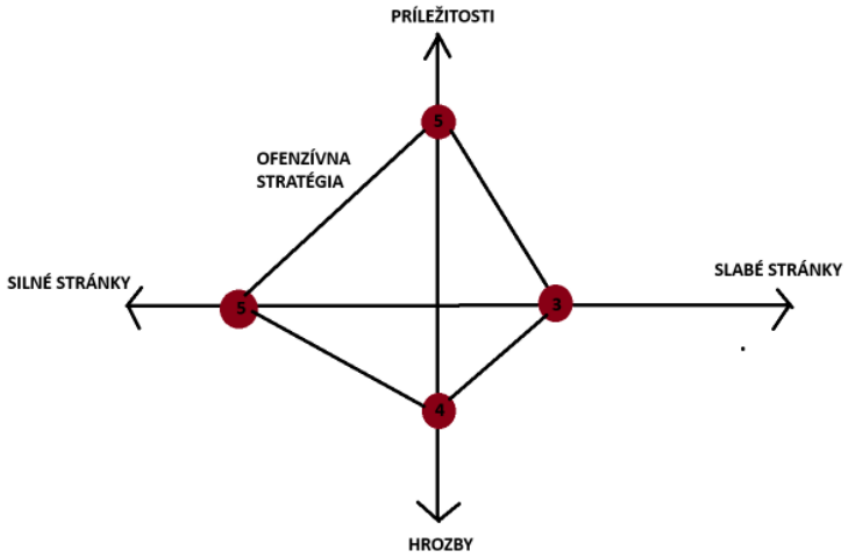
Príležitosti

- Záujem firiem a domácností o kancelársku techniku.
- Možnosť predávať spotrebný materiál opakovaným zákazníkom.
- Spolupráca s malými a strednými podnikmi.
- Rozširovanie sortimentu podľa potrieb trhu.
- Využívanie online reklamy a porovnávania cien.

Hrozby

- Silná konkurencia veľkých internetových obchodov.
- Tlak na znižovanie cien.
- Zvyšovanie nákladov na dopravu.
- Výpadky dodávok alebo nedostupnosť niektorých produktov.

Na zníženie rizík bude spoločnosť sledovať náklady, vyberať spoľahlivých dodávateľov, kontrolovať kvalitu služieb a pravidelne vyhodnocovať výsledky podnikania.



Pomocou SWOT analýzy sa spoločnosť vypracovala k výsledku využitia príležitostí pomocou silných stránok teda Ofenzívnej stratégie.

15. Finančný plán

Finančný plán predstavuje modelový odhad počiatočných finančných prostriedkov, tržieb a nákladov spoločnosti. Uvedené hodnoty slúžia na školské účely a nepredstavujú overenú prognózu skutočného podnikania.

15.1 Počiatočné finančné údaje

Podľa zadania má spoločnosť Tecnoffice, s. r. o., základné imanie vo výške 5 000 € a dva pridelené bankové účty, pričom každý má zostatok 100 000 €.

Finančný údaj	Suma
Základné imanie	5 000 €
Zostatok na bankovom účte č. 1	100 000 €
Zostatok na bankovom účte č. 2	100 000 €
Celkový zostatok na bankových účtoch	**200 000 €**

Základné imanie a zostatok na bankových účtoch predstavujú rozdielne údaje. Suma 200 000 € vyjadruje počiatočný zostatok na účtoch podľa zadania. Keďže zadanie neuvádza pôvod týchto prostriedkov, nie je možné určiť, či ide o vlastné zdroje, pôžičku alebo iný druh financovania.

15.2 Plánované tržby a náklady

Na účely modelového finančného plánu sa predpokladajú ročné tržby vo výške 180 000 €.

Ukazovateľ	Ročný odhad
Tržby z predaja	180 000 €
Náklady na predaný tovar	140 400 €
Hrubý zisk	39 600 €
Prevádzkové náklady	36 240 €
Modelový výsledok pred zdanením	**3 360 €**

Hrubý zisk sa vypočíta ako rozdiel medzi tržbami a nákladmi na predaný tovar. Po odpočítaní plánovaných prevádzkových nákladov vznikne modelový výsledok pred zdanením 3 360 €.

15.3 Predpokladané prevádzkové náklady

Druh nákladu	Ročný odhad
Personálne náklady	21 000 €
Marketing a reklama	4 800 €
Prevádzka internetového obchodu a it	2 400 €
Administratíva a účtovníctvo	2 400 €
Doprava, balenie a ďalšie prevádzkové výdavky	5 640 €
SPOLU	**36 240 €**

Ide tu o modelové odhady. Skutočné náklady sa môžu líšiť podľa objemu objednávok, nákladov na zamestnanca, cien služieb a spôsobu prevádzkovania internetového obchodu.

15.4 Využitie finančných prostriedkov

Finančné prostriedky na bankových účtoch budú v rámci zadania predstavovať počiatočný stav dostupných peňažných prostriedkov. V podnikateľskom pláne sa predpokladá, že likvidita bude slúžiť na úhradu dodávateľských faktúr, nákup kancelárskej techniky, marketingové aktivity a priebežné prevádzkové výdavky.

Spoločnosť bude pravidelne kontrolovať stav bankových účtov, sledovať výdavky a plánovať platby tak, aby mala dostatok prostriedkov na zabezpečenie prevádzky.

Počiatočný zostatok 200 000 € sa nesmie zamieňať s tržbami ani ziskom. Zostatok na účtoch sa bude meniť podľa prijatých platieb a uskutočnených výdavkov.

15.5 Finančné ciele

Medzi hlavné finančné ciele spoločnosti patria:

- dosahovať tržby, ktoré pokryjú náklady,
- kontrolovať náklady na nákup tovaru,
- udržiavať dostatočné peňažné rezervy,
- postupne zvyšovať počet objednávok,
- dosahovať kladný hospodársky výsledok,
- financovať ďalší rozvoj na základe reálnych výsledkov.

Finančný plán sa bude pravidelne vyhodnocovať a podľa potreby upravovať aby bol čo najpresnejší a najrealistickejší.

Dátum: 2026.10.25 23:48:12 +01'00'

V Košiciach dňa 25.10. 2026 .....

Miriam Ihnátová, Tecnoffice, s. r. o.