TECHNICKÁ UNIVERZITA V KOŠICIACH
EKONOMICKÁ FAKULTA

PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

Gamkan, s.r.o.

2026 **Ivana Gamrátová**



Obr. 1

Základné údaje:	
NÁZOV FIRMY:	Gamkan, s.r.o.
OBLASŤ PODNIKANIA:	Kancelárska technika
SÍDLO:	Komenského 15, 040 01 Košice
VZNIK:	30. 09. 2026
ZI:	5000 €
IČO:	20260071
MAJITEĽ:	Ivana Gamrátová
E-MAIL:	ivana.gamratova@student.tuke.sk

Obsah

Zhrnutie 4

1. Popis podniku 5

1.1. História a súčasný stav 5

1.2. Ciele spoločnosti 6

2. Analýza výrobku 6

3. Analýza trhu 7

4. Analýza spotrebiteľa 7

5. Analýza konkurencie 8

6. Organizačná štruktúra a manažment 9

7. Časový harmonogram 9

8. SWOT analýza 10

9. Finančný plán 12

9.1. Počiatočné náklady 12

9.2. Zdroje financovania 12

9.3. Predpokladané výnosy a náklady v roku 2027 12

9.4. Predpokladaný vývoj tržieb 13

Zdroje 14

Zhrnutie

Firma Gamkan, s. r. o. je novovzniknutá spoločnosť, ktorá sa zaoberá maloobchodným predajom kancelárskej techniky a príslušenstva prostredníctvom e-shopu. Má ambíciu vybudovať spoľahlivý e-shop, ktorý bude reagovať na potreby zákazníkov, vytvárať predpoklady na dlhodobý rast, získať stabilnú pozíciu na trhu. Sortiment zahŕňa tlačiarne, skenery, tonery a iné kancelárske príslušenstvo.

Pôsobiť plánuje na slovenskom trhu, zameriavať sa na jednotlivcov aj podniky. Kľúčovými predpokladmi úspechu budú nižšie ceny ako konkurencia, spoľahliví dodávatelia, online reklama. V prvom roku podnikania plánuje dosiahnuť tržby 80 000 eur.

1. Popis podniku

1.1. História a súčasný stav

Gamkan, s. r. o. je novovzniknutá spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorá sa zameriava na maloobchodný predaj kancelárskej techniky prostredníctvom online e-shopu. Firma vznikla 30. septembra 2026 v Košiciach, po schválení návrhu na zápis do obchodného registra. Jej hlavným cieľom je ponúkať zákazníkom kvalitné, spoľahlivé a cenovo dostupné produkty kancelárskej techniky a príslušenstva. Firma bude predávať prostredníctvom e-shopu, v ktorom plánuje zákazníkom zabezpečiť prehľadnú ponuku produktov, pohodlný nákup a konkurencieschopné ceny. Víziou spoločnosti je vybudovať dôveryhodný internetový obchod, ktorý bude pre zákazníkov, podnikateľov a firmy prvou voľbou. Výhodou internetového predaja je možnosť osloviť väčšie množstvo zákazníkov bez potreby prevádzkovať kamennú predajňu a možnosť porovnávať jednotlivé produkty, ich technické parametre a ceny z pohodlia domova alebo pracoviska.

Medzi hlavné činnosti firmy súvisiace s jej podnikateľskou činnosťou patrí:

- správa e-shopu,
- nákup tovaru od dodávateľov (veľkosklad),
- vybavovanie objednávok a predaj nakúpeného tovaru,
- distribúcia tovaru
- vedenie účtovníctva, administratíva
- marketing

Ponuka produktov zahŕňa predovšetkým:

- Tlačiarne a tonery
- Skartovače
- Skenery
- Laminátory
- Mobilné telefóny
- Kamery a fotoaparáty

Sortiment sa bude postupne prispôsobovať dopytu zákazníkov, vývoju technológií a aktuálnym trendom na trhu.

1.2. Ciele spoločnosti

Krátkodobé ciele:

- Vytvoriť prehľadnú ponuku kancelárskej techniky
- Získať prvých zákazníkov
- Rozšíriť povedomie o značke
- Zabezpečiť efektívne spracovanie objednávok, spoľahlivú dopravu
- Dosiahnuť postupný rast predaja a vytvoriť podmienky na pokrytie prevádzkových nákladov

Dlhodobé ciele:

- Získať stabilných zákazníkov
- Zvyšovať obrat a dosahovať zisk
- Rozširovať sortiment podľa potrieb trhu a požiadaviek zákazníkov
- Prijať nových zamestnancov a vybudovať stabilný tím
- Rozvíjať spoluprácu s firmami a podnikateľmi
- Postupne posilňovať postavenie spoločnosti na slovenskom trhu a rozšíriť predaj aj na ďalšie trhy

2. Analýza výrobku

Firma sa špecializuje najmä na predaj tlačiarní, skenerov, tonerov, laminátorov, skartovačiek, kamier, fotoaparátov a mobilných telefónov určených na využitie v kanceláriách, domácnostiach a podnikoch. Zákazníci budú mať k dispozícii informácie o technických parametroch, cene a vlastnostiach jednotlivých produktov v e-shope, čo im uľahčí výber vhodného zariadenia. Na predávaný tovar sa budú vzťahovať príslušné záručné podmienky a práva spotrebiteľov podľa platných právnych predpisov.

Firma neprevádzkuje kamennú predajňu. Základným vybavením bude vlastný e-shop, počítačová technika a skladové priestory na uskladnenie tovaru. Tovar bude nakupovaný z veľkoobchodu a následne predávaný konečným zákazníkom, ktorí si budú môcť prezerať produkty cez eshop, porovnať ich vlastnosti a objednať si ich. Distribúcia bude zabezpečená

prostredníctvom kuriérskych spoločností a výdajných miest. Do budúcnosti firma plánuje zaraďovanie nových výrobkov podľa dopytu.

3. Analýza trhu

Firma vstupuje na trh s predajom kancelárskej techniky. Vývoj tržieb v produktovej kategórii Kancelária a papiernictvo medziročne vzrástol o 5% v roku 2025 oproti roku 2024 [1] . Potenciálny trh predstavujú zákazníci z celého Slovenska. Keďže ide o novovzniknutú firmu, jej počiatočný podiel na trhu bude veľmi nízky. Na slovenskom trhu už pôsobia väčšie a silnejšie internetové obchody, napríklad Alza, Datacomp, Nay, Planeo, Faxcopy. V prvom roku podnikania si firma stanovuje cieľ dosiahnuť tržby vo výške 80 000 eur a mať podiel na trhu 1%. Najdôležitejšie v prvom roku bude získať nových zákazníkov, pozitívne spätné väzby a postupný, aj keď pomalý rast predaja.

Medzi hlavné trendy, ktoré ovplyvnia dopyt po našich výrobkoch patrí častejšia práca z domu, vznik nových startupov, modernizácia pracovísk. Príležitosťou pre spoločnosť bude aj ponuka spotrebného materiálu, napríklad tonerov a atramentových náplní, ktoré zákazníci potrebujú dopĺňať opakovane. Rastový potenciál firmy spočíva predovšetkým v rozširovaní sortimentu, zlepšovaní e-shopu, online reklame a budovaní dlhodobých spoluprác s malými a strednými podnikmi.

Hlavným zdrojom príjmov bude predaj kancelárskej techniky a príslušenstva. Výška zisku bude závisieť najmä od nákupných cien, predajných cien, objemu objednávok, nákladov na dopravu, marketing a prevádzku e-shopu. Keďže elektronický predaj má vysokú konkurenciu, dôležitým predpokladom úspechu bude efektívne riadenie nákladov a výber produktov s primeranou maržou.

4. Analýza spotrebiteľa

Väčšina ľudí dnes už využíva možnosť nakupovať z domu alebo pracoviska, kde môžu porovnávať ceny jednotlivých produktov online. Keďže internetový obchod umožňuje nakupovanie z ktoréhokoľvek regiónu Slovenska, firma nebude obmedzená iba na zákazníkov z jedného mesta.

Profil nášho zákazníka: cieľovou skupinou budú ľudia vo veku približne 18 až 64 rokov, muži aj ženy, najmä pracujúci ľudia so stredným príjmom hľadajúci kvalitné produkty za dostupné ceny,

podnikatelia, živnostníci, študenti a zamestnanci kancelárií, ktorí potrebujú kancelárske zariadenia a príslušenstvo na osobné, pracovné alebo podnikateľské účely. Ďalšou dôležitou skupinou budú aj malé a stredné podniky, ktoré potrebujú pravidelne dopĺňať svoje kancelárske vybavenie a spotrebný materiál.

Hlavnými potrebami zákazníkov sú dostupnosť kvalitného tovaru, jednoduchý výber produktov, ušetrený čas, výhodné ceny, a rýchle doručenie čo všetko zabezpečí Gamkan e-shop. Prioritou pre nás je najmä spokojnosť zákazníkov a pozitívne hodnotenie.

5. Analýza konkurencie

Pri analýze konkurencie porovnáme e-shopy, ktoré predávajú produkty z rovnakého odvetvia na Slovensku. Konkurencia zahŕňa špecializované internetové obchody zamerané na predaj kancelárskeho príslušenstva napríklad Lamitec.sk, Faxcopy.sk, Activa.sk; veľké internetové obchody s elektronikou, ktoré ponúkajú široký sortiment výrobkov, napríklad Alza.sk a Datacomp.sk., kamenné predajne elektroniky, veľkoobchody s kancelárskymi potrebami a zahraničné internetové obchody.

Najväčšími konkurentami sú populárne obchody Alza a Datacomp, ktoré dosiahli najväčšie tržby aj zisk za rok 2025 v predaji elektroniky, zároveň majú najväčší podiel na trhu. [1] Alza.sk a Datacomp.sk predstavujú významnú konkurenciu pri predaji elektroniky a výpočtovej techniky. Lamitec.sk a Activa.sk sú dôležitými konkurentmi najmä v oblasti širokej ponuky kancelárskeho vybavenia od rôznych výrobcov, tonerov a spotrebného materiálu. Lamitec.sk taktiež ponúka množstvo zliav a možnosti dopravy zdarma. FaxCopy konkuruje predovšetkým v oblasti tlače, kopírovania, širokým výberom produktov. Eshop Gamkan chce konkurovať hlavne nižšími cenami, rýchlosťou, darčekovými poukážkami, kvalitou služieb, marketingovou kampaňou na sociálnych sieťach.

rok 2025	Tržby (eur)	Zisk (eur)	Počet zamestnancov
Alza.sk	617 mil. / +14%	5,4 mil. / +21%	500-999
Datacomp.sk	51,3 mil. / +48%	1,39 mil. / +183%	50-99
Lamitec.sk	26,38 mil. / +2%	928 384 / -33%	150-199
Faxcopy.sk	13,95 mil. / +4%	99 852 / -6%	200-249
Activa.sk	7,47 mil. / -6%	232 790 / -8%	25-49

[2]

6. Organizačná štruktúra a manažment

Vnútroorganizačná štruktúra podniku je jednoduchá. Spoločnosť má 1 spoločníka a zároveň konateľa, ktorý zodpovedá za vedenie spoločnosti, strategické rozhodovanie, plánovanie, rozvoj firmy, spracovanie objednávok, vedenie účtovníctva, kontrolu finančných výkazov, zostavovanie a schvaľovanie účtovnej závierky. S rastom počtu zákazníkov a objednávok bude možné rozšíriť tím o ďalších pracovníkov, najmä v oblasti zákazníckej podpory, logistiky a správy eshopu.

7. Časový harmonogram

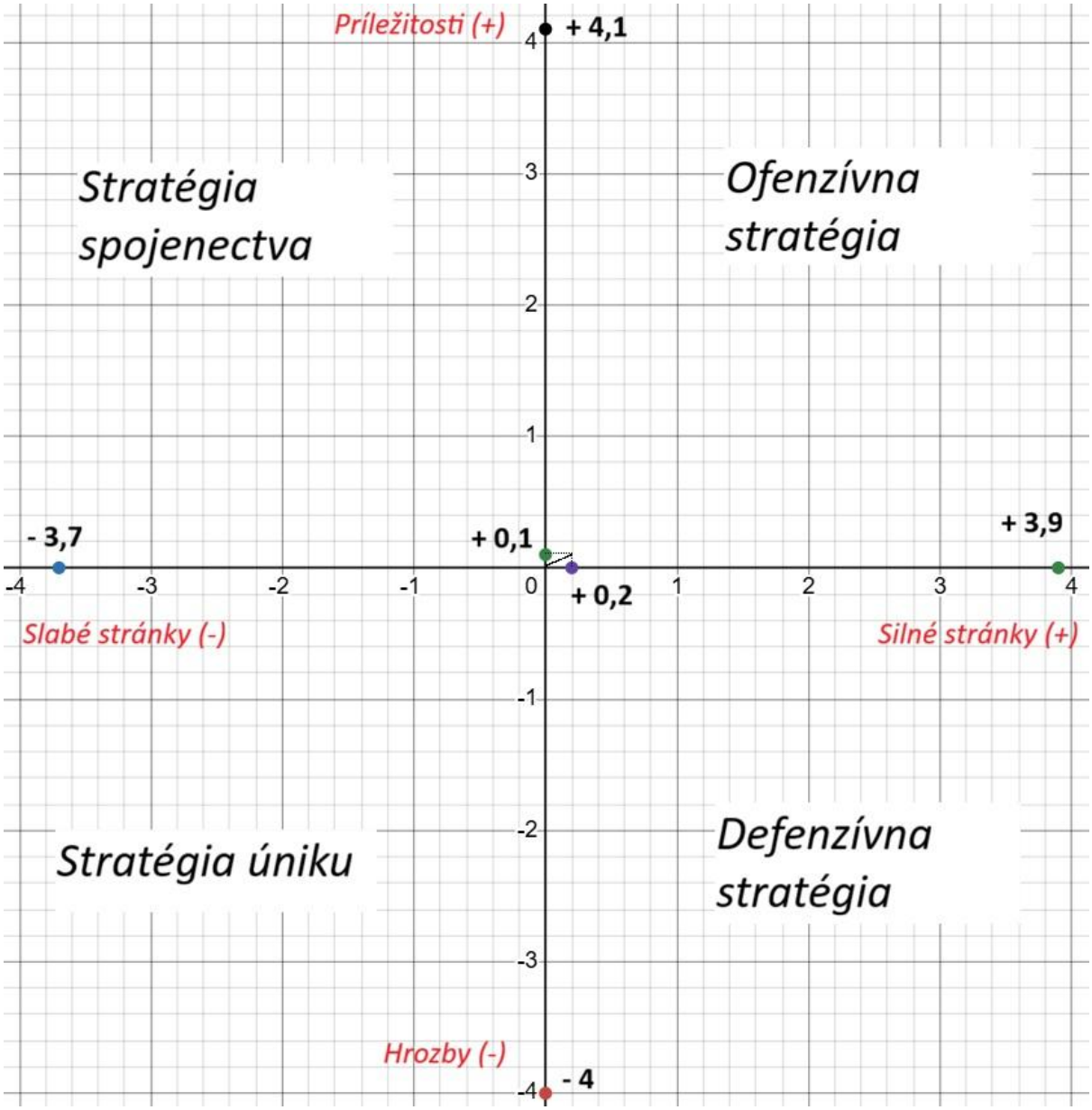
Časové obdobie	**Hlavné činnosti a ciele**
September 2026	Podanie žiadostí o zriadenie účtu v banke, zriadenie E-shopu, zdriadenie webu
30. september 2026	Založenie a vznik spoločnosti zápisom do OR, príprava podnikateľského plánu, vedenie účtovníctva
Začiatok októbra 2026	Výber dodávateľov, zostavenie a nákup sortimentu, vytvorenie a naplnenie E-shopu
október 2026	Spustenie e-shopu, začatie predaja, propagácia firmy a získavanie prvých zákazníkov
november – december 2026	Vyhodnotenie prvých výsledkov predaja, optimalizácia cien, zlepšovanie zákazníckeho servisu
rok 2027	Budovanie stabilnej zákazníckej základne, rozširovanie sortimentu a rozvíjanie spolupráce s prvými firmami a podnikateľmi, získanie firiem na pravidelný odber spotrebného materiálu, prijímanie nových zamestnancov, dosiahnutie obratu 80 000 eur
rok 2028	Zvyšovanie obratu, posilňovanie postavenia na slovenskom trhu, zlepšovanie efektívnosti prevádzky a dosahovanie vyššej ziskovosti
rok 2029	Ďalšie rozširovanie sortimentu, rozvoj dlhodobých obchodných partnerstiev, rozšírenie predaja na zahraničné trhy

8. SWOT analýza

SWOT analýza slúži na identifikáciu silných (S) a slabých stránok (W) podniku a jeho príležitosti (O) a hrozby (T).

SILNÉ STRÁNKY	Body	Váha	Súčet
Široký sortiment	4	0,3	1,2
Stále dostupný e-shop	5	0,2	1
Nízke prevádzkové náklady	4	0,2	0,8
Možnosť pružne prispôsobovať sortiment	3	0,3	0,9
SPOLU		1	3,9
SLABÉ STRÁNKY	Body	Váha	Súčet
Krátke pôsobenie na trhu	5	0,2	1
Nízka známosť značky	4	0,3	1,2
Náklady na reklamu	3	0,2	0,6
Slabá vyjednávacia pozícia	3	0,3	0,9
SPOLU		1	3,7
PRÍLEŽITOSTI	Body	Váha	Súčet
Rastúci záujem o online nakupovanie	3	0,1	0,3
Možnosť expandovať	4	0,3	1,2
Možnosť nadväzovania spoluprác	3	0,2	0,6
Získavanie nových zákazníkov	5	0,4	2
SPOLU		1	4,1
HROZBY	Body	Váha	Súčet
Silná konkurencia	5	0,4	2
Rast cien	4	0,3	1,2
Výpadky dodávok od dodávateľov	3	0,2	0,6
Poruchy e-shopu alebo kybernetické útoky a podvody	2	0,1	0,2
SPOLU		1	4

SILNÉ – SLABÉ STRÁNKY = 3,9 – 3,7 = +0,2 PRÍLEŽITOSTI – HROZBY = 4,1 – 4 = +0,1



Firma sa bude zameriavať na ofenzívnu stratégiu. Bude sa sústrediť predovšetkým na využívanie príležitostí, oslovovanie nových zákazníkov, expanziu, a zvyšovanie konkurencieschopnosti.

9. Finančný plán

9.1. Počiatočné náklady

Položka	**Predpokladané náklady**
Náklady spoločnosti, súvisiace s jej založením a vznikom	1000 eur
Zriadenie E-shopu	500 eur
Technické vybavenie	1500 eur
Reklama	1500 eur
Počiatočný nákup tovaru	6000 eur
Pomocný materiál	1000 eur
Spolu	**11 500 eur**

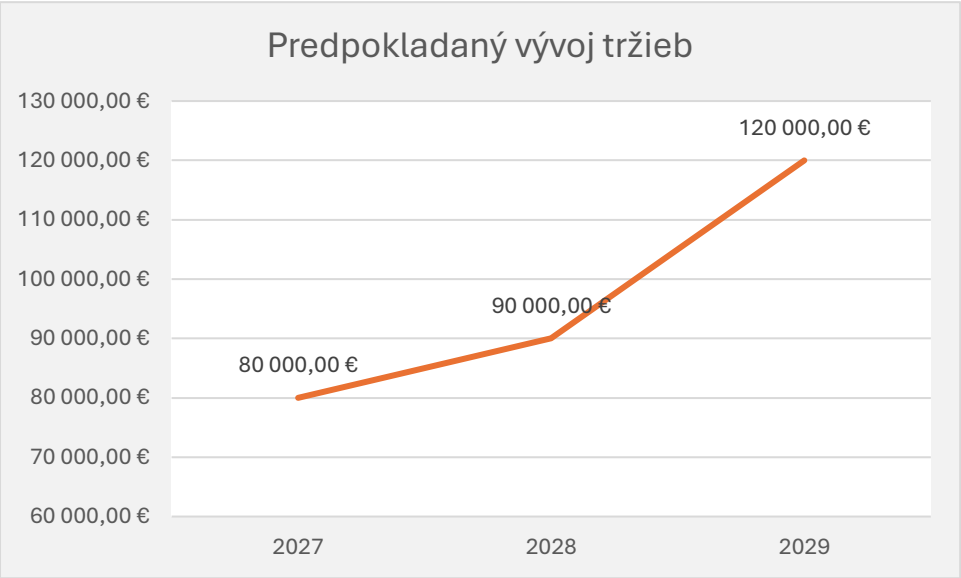
9.2. Zdroje financovania

Zdroj financovania	**Suma**
ZI	5000 eur
Bankový úver	200 000 eur
Spolu	**205 000 eur**

9.3. Predpokladané výnosy a náklady v roku 2027

Položka	**Suma**
Výnosy z predaja tovaru	80 000 eur
Náklady na nákup predávaného tovaru	65 000 eur
Prevádzka e-shopu	400 eur
Balenie objednávok	2000 eur
Telefón a internet	500 eur
Bankové/ administratívne poplatky	500 eur
Ostatné prevádzkové náklady	2000 eur
Predpokladaný VH pred zdanením	**9600 eur**

9.4. Predpokladaný vývoj tržieb



Zdroje

[1] https://valida.sk/blog/slovensky-ecommerce-v-roku-2025-trzby-rastli-ale-nie-vsetkym

[2] https://finstat.sk/