

Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta

Podnikateľský plán

Kancelársky Kúzeľník, s. r. o.

Kancelársky Kúzeľník, s. r. o.

IČO: 20260014

DIČ: 20260014

ZI: 5000€

Majiteľ firmy: Terézia Mikulová

Adresa firmy: Študentská 355,
040 01 Košice

Telefónne číslo: +421 949 555 444

E-mail: terezia.mikulova@student.tuke.sk

Obsah

1. Popis podniku a jeho ciele	5
1.1. Ciele	5
1.2. Veľkosť a geografické rozloženie odvetvia	6
1.3. Trendy a budúci vývoj	6
1.4. Spôsob predaja a distribúcie	6
1.5. Výnosy a zisky v odvetví	6
1.6. Ďalší účastníci trhu	6
2. Analýza výrobkov a služieb	6
3. Analýza trhu	7
3.1. Potenciálny trh	7
3.2. Cieľový trh	7
4. Podiel na trhu	7
4.1. Trendy a rastový potenciál	8
4.2. Predaj, distribúcia a zisky	8
5. Analýza spotrebiteľa	8
6. Analýza konkurencie	9
6.1. Profil konkurentov	9
6.2. Postavenie a podiel na trhu	9
6.3. Silné a slabé stránky konkurencie	9
7. Marketingový plán a stratégia	10
7.1. Vstup na trh	10
7.2. Produktová politika	10
7.3. Cenová politika	10
7.4. Predaj a distribúcia	10
7.5. Servisná politika	10
7.6. Reklama a propagácia	10
8. Organizačná štruktúra a manažment	11
8.1. Organizačná štruktúra:	11
9. Administrácia	11
10. Časový harmonogram	11
11. Rizikové faktory a SWOT analýza	12

11.1.	SWOT analýza.....	12
12.	Finančný plán	13
13.	Záver	14

1. Popis podniku a jeho ciele

Kancelársky Kúzelník, s. r. o. bude novozaložená obchodná spoločnosť, ktorá sa zameria na predaj kancelárskej techniky prostredníctvom internetu. Podnik bude nakupovať výrobky od veľkoobchodných dodávateľov a následne ich predávať konečným zákazníkom.

Spoločnosť bude mať sídlo v Košiciach, pričom samotný predaj nebude viazaný na konkrétnu predajňu. Na skladovanie tovaru a vybavovanie objednávok bude využívať skladové priestory. Zákazníci si budú môcť tovar objednať prostredníctvom internetového obchodu a nechať si ho doručiť domov alebo do sídla svojej firmy.

Kedže ide o novú spoločnosť, podnik nemá vlastnú podnikateľskú históriu. Jeho vznik je založený na predpoklade, že firmy a domácnosti budú aj naďalej potrebovať technické vybavenie na prácu, štúdium a administratívu.

1.1. Ciele

Krátkodobé ciele:

- Založiť spoločnosť a zabezpečiť všetky potrebné administratívne náležitosti.
- Vytvoriť funkčný a prehľadný internetový obchod.
- Nadviazať spoluprácu s overenými dodávateľmi a kuriérskymi spoločnosťami.
- Nakúpiť počiatočné zásoby kancelárskej techniky.
- Získať prvých zákazníkov a vytvoriť povedomie o značke.

Dlhodobé ciele:

- Dosiahnuť stabilný zisk.
- Vybudovať dôveryhodnú značku na slovenskom trhu.
- Rozšíriť ponuku o nové druhy kancelárskej techniky.
- Vytvoriť podmienky na ďalší rozvoj podnikania a prípadné rozšírenie predaja do zahraničia.

Spoločnosť bude pôsobiť v odvetví obchodu s výpočtovou a kancelárskou technikou. Toto odvetvie zahŕňa predaj zariadení a príslušenstva, ktoré sa využívajú pri administratívnych činnostiach, vzdelávaní a každodennej práci.

Medzi hlavné skupiny produktov patria tlačiarne, skenery, tonery a príslušenstvo.

1.2. Veľkosť a geografické rozloženie odvetvia

Trh s kancelárskou technikou zahŕňa zákazníkov z celého Slovenska. Vďaka internetovému predaju nebude spoločnosť obmedzená iba na jedno miesto. Bude tak môcť obsluhovať zákazníkov z rôznych regiónov Slovenska.

Najväčší význam pre podnik budú mať malé a stredné firmy, ktoré potrebujú vybavenie kancelárií, a domácnosti, ktoré nakupujú techniku na prácu alebo štúdium.

1.3. Trendy a budúci vývoj

Medzi významné trendy patria:

- Rast internetového predaja.
- Záujem o multifunkčné a energeticky úsporné zariadenia.
- Zvyšujúci sa význam rýchleho doručovania.
- Záujem o repasovanú techniku a ekologickejšie produkty.

1.4. Spôsob predaja a distribúcie

Kancelársky Kúzelník, s. r. o. bude využívať výlučne internetový predaj. Tovar bude nakupovať od dodávateľov, skladovať v prenajatých priestoroch a odosielať prostredníctvom kuriérskych spoločností.

1.5. Výnosy a zisky v odvetví

Výnosy obchodných spoločností v tomto odvetví závisia najmä od objemu predaja, nákupných cien, obchodnej marže a prevádzkových nákladov. Ziskovosť môže ovplyvniť aj cenová konkurencia, doprava a rýchle zastarávanie niektorých výrobkov.

Pre novú spoločnosť bude dôležité správne nastaviť ceny, kontrolovať náklady a vyberať produkty, o ktoré majú zákazníci záujem.

1.6. Ďalší účastníci trhu

Medzi účastníkov trhu patria výrobcovia techniky, veľkoobchodní dodávatelia, internetové obchody, špecializovaní predajcovia, kuriérske spoločnosti a koneční zákazníci.

2. Analýza výrobkov a služieb

Spoločnosť Kancelársky Kúzelník, s. r. o. bude ponúkať tieto skupiny produktov:

- Tlačiarne a skenery

- Príslušenstvo
- Kamery
- Telefóny

Hlavnou činnosťou podniku bude nákup a ďalší predaj tovaru. Spoločnosť bude zabezpečovať vybavovanie objednávok, doručenie tovaru a sprostredkovanie reklamácií podľa platných podmienok.

Tovar bude vyberaný s ohľadom na kvalitu, cenu, spoľahlivosť a záručné podmienky. V budúcnosti sa plánuje rozšírenie sortimentu o repasovanú kancelársku techniku a ekologickejšie produkty.

3. Analýza trhu

3.1. Potenciálny trh

Potenciálny trh tvoria všetci zákazníci na Slovensku, ktorí potrebujú kancelársku techniku a príslušenstvo. Vďaka internetovému obchodu môže spoločnosť oslovovať zákazníkov bez ohľadu na ich vzdialenosť od sídla podniku.

Medzi hlavné skupiny patria malé a stredné podniky, úrady a domácnosti.

3.2. Cieľový trh

Spoločnosť sa bude prioritne zameriavať na malé a stredné podniky, ktoré pravidelne potrebujú kancelárske zariadenia a spotrebný materiál. Druhou významnou skupinou budú domácnosti a študenti.

Podnik bude klásť dôraz na zákazníkov, ktorí uprednostňujú pohodlný nákup cez internet a doručenie tovaru priamo na adresu.

4. Podiel na trhu

Kedže spoločnosť začína podnikáť, jej počiatočný podiel na trhu bude nízky. V prvom roku bude prioritou získanie zákazníkov a vybudovanie dobrej povesti.

Podnik bude sledovať počet objednávok, objem predaja, spokojnosť zákazníkov a vývoj tržieb. Na základe týchto údajov bude postupne upravovať svoju ponuku a marketingovú stratégiu.

4.1. Trendy a rastový potenciál

Rastový potenciál spoločnosti spočíva najmä v dostupnosti internetového predaja pre zákazníkov z celého Slovenska. Výhodou je možnosť rozširovať sortiment bez potreby vytvárania ďalších kamenných predajní.

Podnik bude sledovať zmeny v dopyte a podľa nich upravovať množstvo skladových zásob. Osobitnú pozornosť bude venovať produktom, ktoré zákazníci pravidelne potrebujú, napríklad tonerom, atramentovým náplňami a kancelárskemu príslušenstvu.

4.2. Predaj, distribúcia a zisky

Predaj sa bude uskutočňovať cez internetový obchod. Zákazníci si objednajú vybraný tovar a zvolia dostupný spôsob platby a doručenia.

Distribúciu bude zabezpečovať kuriérska spoločnosť. Výška zisku bude závisieť od predajných cien, nákupných nákladov, nákladov na dopravu a ostatných prevádzkových výdavkov.

5. Analýza spotrebiteľa

Cieľovou skupinou spoločnosti budú najmä domácnosti, podnikatelia a organizácie, ktoré potrebujú kancelárske vybavenie.

Medzi hlavné skupiny zákazníkov patria:

- Malé a stredné podniky, ktoré potrebujú vybaviť svoje kancelárie.
- Školy a vzdelávacie inštitúcie, ktoré využívajú tlačiarne, projektory a počítačové príslušenstvo.
- Úrady a iné organizácie, ktoré pravidelne nakupujú kancelársku techniku a spotrebný materiál.
- Domácnosti a študenti, ktorí potrebujú zariadenia na prácu alebo štúdium.

Zákazníci budú pri nákupe rozhodovať najmä podľa ceny, kvality, životnosti výrobku, dostupnosti tovaru a záručných podmienok.

Hlavným prínosom pre zákazníka bude možnosť nakúpiť kancelársku techniku bez návštevy kamennej predajne. Objednávku bude možné uskutočniť z domu alebo pracoviska a tovar bude doručený priamo na požadovanú adresu.

6. Analýza konkurencie

Na trhu kancelárskej techniky pôsobia veľké internetové obchody, špecializované e-shopy a menší regionálni predajcovia.

6.1. Profil konkurentov

Veľké internetové obchody majú výhodu v širokom sortimente, známosti značky, logistických možnostiach a schopnosti ponúkať rôzne cenové akcie.

Špecializovaní predajcovia môžu mať výhodu v podrobnejšej ponuke konkrétneho druhu techniky a v odbornom poradenstve.

Nová spoločnosť bude musieť zákazníkov presvedčiť, že nákup u nej je výhodný, bezpečný a pohodlný.

6.2. Postavenie a podiel na trhu

Konkurenti majú na trhu vybudované postavenie a disponujú väčšou zákazníckou základňou. Kancelársky Kúzelník, s. r. o. bude na začiatku predstavovať menšieho predajcu s nízkym podielom na trhu.

6.3. Silné a slabé stránky konkurencie

Silné stránky konkurencie:

- Známa značka a dôvera zákazníkov.
- Široký sortiment.
- Rozvinutá logistika.
- Možnosť využívať úspory z veľkého objemu nákupov.

Slabé stránky konkurencie:

- Veľké spoločnosti nemusia vždy poskytovať individuálny prístup.
- Pri širokom sortimente môže byť výber pre zákazníka zložitejší.
- Cenové a produktové ponuky sa môžu meniť podľa obchodnej stratégie.

Kancelársky Kúzelník, s. r. o. bude tieto možnosti využívať na vytvorenie prehľadnej ponuky a budovanie dlhodobých vzťahov so zákazníkmi.

7. Marketingový plán a stratégia

Marketingový plán bude zameraný na predstavenie spoločnosti, získanie nových zákazníkov a podporu opakovaných nákupov.

7.1. Vstup na trh

Pri vstupe na trh bude spoločnosť potrebovať funkčný internetový obchod, kvalitné fotografie a popisy produktov, zabezpečený objednávkový systém a dohodnuté podmienky doručovania.

Na začiatku bude využívať úvodné akcie a internetovú reklamu, aby sa o značke dozvedelo čo najviac potenciálnych zákazníkov.

7.2. Produktová politika

Spoločnosť bude ponúkať kancelársku techniku a príslušenstvo v rôznych cenových kategóriách. Dôležitá bude kvalita výrobkov, ich dostupnosť a spoľahlivosť dodávateľov.

7.3. Cenová politika

Ceny budú stanovené na základe nákupných cien, obchodnej marže, prevádzkových nákladov a cien konkurencie.

Pri väčších objednávkach bude spoločnosť podľa svojich možností poskytovať množstevné zľavy. Pri tvorbe cien bude prihliadať aj na náklady na balenie a dopravu.

7.4. Predaj a distribúcia

Všetky objednávky sa budú uskutočňovať cez internetový obchod. Tovar bude doručovaný prostredníctvom kuriérskych spoločností priamo zákazníkom domov alebo do firmy.

Osobné vyzdvihnutie tovaru nebude možné. Spoločnosť bude sledovať spoľahlivosť dopravcov a snažiť sa zabezpečiť doručenie v dohodnutom termíne.

7.5. Servisná politika

Podnik bude zákazníkom poskytovať informácie o záručných podmienkach a postupe pri reklamácii. Reklamácie bude vybavovať v súlade s platnými právnymi predpismi a podmienkami príslušných výrobcov a dodávateľov.

7.6. Reklama a propagácia

Na propagáciu bude spoločnosť využívať:

- platenú reklamu vo vyhľadávačoch,
- sociálne siete,

- e-mailové ponuky pre zákazníkov,
- zľavové akcie a sezónne ponuky,
- spoluprácu s miestnymi firmami a školami,

8. Organizačná štruktúra a manažment

Spoločnosť bude mať právnu formu spoločnosti s ručením obmedzeným. Za riadenie podniku bude zodpovedný konateľ, ktorý bude rozhodovať o nákupe tovaru, cenovej politike, marketingu a obchodných vzťahoch.

Na začiatku bude podnik fungovať s malým počtom pracovníkov.

8.1. Organizačná štruktúra:

- **Konateľ:** Riadenie spoločnosti, plánovanie a kontrola hospodárenia.
- **Predajca:** Komunikácia so zákazníkmi, predaj tovaru a poradenstvo.
- **Pracovník skladu a objednávok:** Príjem tovaru, evidencia zásob a vybavovanie objednávok.

Účtovníctvo a niektoré odborné činnosti bude spoločnosť zabezpečovať externe, aby znížila počiatočné náklady.

V prípade rastu podniku sa plánuje prijatie ďalších zamestnancov.

9. Administrácia

Administratívne činnosti budú zahŕňať vedenie účtovníctva, evidenciu príjmov a výdavkov, vystavovanie faktúr, evidenciu zásob, správu objednávok a komunikáciu s dodávateľmi a zákazníkmi.

Podnik bude dodržiavať príslušné právne predpisy týkajúce sa podnikania, účtovníctva, daní, ochrany spotrebiteľa a ochrany osobných údajov.

Účtovnícke a daňové služby bude podľa potreby zabezpečovať externý účtovník. Právne otázky bude spoločnosť riešiť prostredníctvom odborného poradenstva.

10. Časový harmonogram

Podnik plánuje uskutočniť jednotlivé kroky v priebehu prvého roka podnikania.

Obdobie	Plánovaná činnosť
1. – 2. mesiac	Príprava podnikateľského plánu, zabezpečenie financovania a založenie spoločnosti
3. mesiac	Výber dodávateľov a prenájom vhodných priestorov
4. mesiac	Nákup prvého tovaru
5. mesiac	Spustenie internetového obchodu a marketingovej kampane
6. mesiac	Začiatok predaja a získavanie prvých zákazníkov
7. – 9. mesiac	Vyhodnotenie predaja, úprava sortimentu a rozšírenie spolupráce s firmami
10. – 12. mesiac	Vyhodnotenie hospodárenia a plánovanie ďalšieho rozvoja

11. Rizikové faktory a SWOT analýza

Podnikanie v oblasti kancelárskej techniky prináša viaceré riziká. Medzi najvýznamnejšie patria silná konkurencia, kolísanie nákupných cien, rýchly technologický vývoj, pokles dopytu a nedostatočné finančné zdroje.

Spoločnosť bude tieto riziká obmedzovať pravidelným sledovaním trhu, kontrolou nákladov, výberom spoľahlivých dodávateľov a prispôbovaním sortimentu požiadavkám zákazníkov.

11.1. SWOT analýza

Silné stránky (S)

- Pohodlný nákup cez internet z domu.
- Doručenie tovaru priamo zákazníkom domov alebo do firmy.
- Nižšie prevádzkové náklady vďaka absencii kamennej predajne.
- Možnosť predávať zákazníkom z celého Slovenska.
- Dostupnosť internetového obchodu 24 hodín denne.

Slabé stránky (W)

- Závislosť od kuriérskych spoločností a ich služieb.
- Zákazníci si nemôžu tovar pred nákupom osobne prezrieť a vyskúšať.
- Náklady na dopravu a balenie objednávok.

- Nižšia známosť novej internetovej spoločnosti.
- Náročnejšie získavanie dôvery zákazníkov bez kamennej predajne.

Príležitosti (O)

- Rastúci záujem o nakupovanie cez internet.
- Možnosť osloviť firmy, školy a domácnosti po celom Slovensku.
- Spolupráca s kuriérskymi spoločnosťami na výhodnejších cenách dopravy.
- Rozšírenie sortimentu o nové druhy kancelárskej techniky a príslušenstva.
- Využívanie sociálnych sietí a internetovej reklamy na získavanie zákazníkov.

Hrozby (T)

- Silná konkurencia veľkých internetových obchodov.
- Rast cien dopravy a nákladov na balenie.
- Poškodenie alebo strata tovaru počas prepravy.
- Oneskorené doručenie objednávok, ktoré môže znížiť spokojnosť zákazníkov.
- Kybernetické útoky, podvodné objednávky a únik osobných údajov.

12. Finančný plán

Finančný plán spoločnosti Kancelársky Kúzelník, s. r. o. predstavuje prehľad finančných zdrojov potrebných na začatie a zabezpečenie podnikateľskej činnosti. Spoločnosť bude mať na začiatku k dispozícii finančné prostriedky vo výške 100 000 €, ktoré budú použité na rozbehnutie internetového obchodu a zabezpečenie jeho prevádzky.

Najväčšia časť finančných prostriedkov bude určená na nákup kancelárskej techniky a vytvorenie počiatočných skladových zásob. Ďalšie prostriedky sa využijú na vytvorenie internetového obchodu, nákup technického vybavenia, marketing a zabezpečenie skladových priestorov. Časť kapitálu zostane ako finančná rezerva na pokrytie prevádzkových nákladov a nepredvídaných výdavkov.

Keďže spoločnosť bude fungovať výlučne prostredníctvom internetu, nebude potrebovať kamennú predajňu. Tým sa znížia náklady spojené s prenájmom a prevádzkou obchodných priestorov. Nákladmi však zostanú najmä nákup tovaru, skladovanie, balenie, doprava, marketing, mzdy a administratívne služby.

Hlavným zdrojom príjmov spoločnosti bude predaj kancelárskej techniky a príslušenstva. Výška príjmov bude závisieť od počtu objednávok, predajných cien a záujmu zákazníkov. Spoločnosť bude svoje výrobky predávať s primeranou obchodnou maržou, ktorá jej umožní pokrývať náklady a postupne vytvárať zisk.

Spoločnosť bude priebežne sledovať stav finančných prostriedkov, skladové zásoby a vývoj predaja. V prípade nižšieho záujmu o niektoré produkty upraví svoju ponuku a zameria sa na tovar, ktorý zákazníci nakupujú najčastejšie. Zároveň bude udržiavať finančnú rezervu, aby dokázala včas uhrádzať svoje záväzky.

Dlhodobým cieľom finančného plánu je dosiahnuť takú úroveň tržieb, aby spoločnosť dokázala pokryť všetky náklady, dosahovať zisk a vytvárať finančné zdroje na ďalší rozvoj. V budúcnosti plánuje rozširovať sortiment a posilňovať svoju pozíciu na trhu internetového predaja kancelárskej techniky.

13. Záver

Spoločnosť Kancelársky Kúzelník, s. r. o. sa zameriava na internetový predaj kancelárskej techniky a jej doručovanie priamo zákazníkom domov alebo do firmy. Jej hlavnou výhodou je pohodlný nákup cez internet, široký dosah na zákazníkov z celého Slovenska a nižšie prevádzkové náklady vďaka tomu, že nepotrebuje kamennú predajňu.

Úspech podniku bude závisieť najmä od kvality ponúkaného tovaru, výhodných cien, spoľahlivých dodávateľov a rýchleho doručovania objednávok. Dôležitú úlohu bude zohrávať aj internetová reklama a budovanie dôvery zákazníkov. V prvom roku sa spoločnosť zameria na získanie zákazníkov a vybudovanie dobrého mena. V budúcnosti plánuje rozšíriť sortiment, zvýšiť objem predaja a dosiahnuť stabilný zisk.