Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta

Podnikateľský zámer

Pasty nábytok s.r.o.

Jozef Pastirčák

3r. FBI, EKF

2026/2027



Názov firmy: Pasty nábytok s.r.o.

IČO: 20260006

ZI: 5 000 €

Majiteľ firmy: Jozef Pastirčák

Adresa firmy: Bauerova 19

04023 Košice

Telefónne číslo: 055 273 584 238

E-mail: jozef.pastricak@student.tuke.sk

1. Sumár

Spoločnosť Pasty nábytok, s.r.o. je novozaložená obchodná spoločnosť so sídlom v meste Košice, pôsobiaca v odvetví predaja a distribúcie kancelárskeho nábytku. Firma vznikla zápisom do Obchodného registra s výškou základného imania 5 000 €, ktoré je plne splatené z vlastných vkladov zakladateľa.

Zakladateľom a kľúčovým predstaviteľom spoločnosti je Jozef Pastirčák, absolvent Ekonomickej fakulty Technickej univerzity v Košiciach, čo poskytuje odborné teoretické aj praktické predpoklady pre efektívne riadenie podniku. Spoločnosť zamestnáva celkovo 8 zamestnancov, pričom pracovníci pokrývajú kľúčové operatívne, obchodné, finančné aj dizajnové funkcie podniku.

Hlavným predmetom podnikania je nákup, predaj a distribúcia kvalitného a moderného kancelárskeho nábytku. Cieľový segment tvoria primárne právnické osoby (firmy) a živnostníci, pričom sekundárnu skupinu zákazníkov predstavujú individuálni odberatelia (obyvateľstvo) z Košíc a širšieho okolia.

Marketingová stratégia bude zabezpečovaná primárne využitie letákových kampaňových nástrojov, dopĺňané reklamou v lokálnej televízii a inzerciou v regionálnej tlači

V košickom regióne existuje mnoho firiem, ktoré sa zaoberajú predajom nábytku. Kľúčovou konkurenčnou výhodou podniku bude ponuka sortimentu a služieb za ceny nižšie v priemere o 20 % v porovnaní s regionálnou konkurenciou

2. Charakteristika spoločnosti a predmety činnosti

2.1 História, poslanie a opis činnosti

Spoločnosť Pasty nábytok s.r.o. bola založená s cieľom uspokojiť rastúci dopyt po kvalitnom, cenovo prístupnom a esteticky modernom vybavení pracovných priestorov v košickom regióne.

Hlavnou myšlienkou vzniku podniku je vytvorenie príjemnej atmosféry na pracovisku, ktorá priamo prispieva k zvyšovaniu pracovného výkonu zamestnancov a následne ku generovaniu vyššej ziskovosti odberateľských subjektov.

Firma pôsobí ako efektivitu zvyšujúci sprostredkovateľský článok medzi dodávateľmi či veľkoskladmi kancelárskeho nábytku a konečnými zákazníkmi.

Základné aktivity podniku:

- **Nákup kancelárskeho nábytku: Obstarávanie tovaru priamo od dodávateľov a z veľkoskladov za výhodné nákupné podmienky.**
- **Predaj nakúpeného tovaru: Realizácia maloobchodného a veľkoobchodného predaja pre firmy, živnostníkov aj domácnosti.**
- **Distribúcia zakúpeného tovaru: Zabezpečovanie dovozu a logistiky priamo k klientovi.**
- **Propagácia produktov: Vykonávanie marketingových aktivít prostredníctvom rôznych foriem reklamy.**
- **Pomocné a odborné práce: Poskytovanie poradenských a doplnkových služieb v oblasti zariaďovania kancelárskych interiérov.**

Hlavné výhody firmy na trhu:

- **Široký sortiment ponúkaného nábytku.**
- **Vysoká kvalita predávaných komodít.**
- **Moderný vzhľad produktov zodpovedajúci aktuálnym trendom.**
- **Rýchle dodanie realizovaných objednávok.**

2.2 Legislatívne predpoklady a identifikačné údaje

Spoločnosť splnila všetky zákonné predpoklady pre výkon podnikateľskej činnosti na území Slovenskej republiky. Podniká na základe živnostenského listu vydaného Živnostenským oddelením Obvodného úradu v Košiciach.

Identifikačné a registračné údaje spoločnosti:

Parameter	**Registračný údaj / Skutočnosť**
Obchodné meno	**Pasty nábytok, s.r.o.**
Právna forma	**Spoločnosť s ručením obmedzeným**
Sídlo	**Bauerova 19, 040 23 Košice**
Základné imanie	**5 000 €**
Orgán vydania živnostenského listu	**Obvodný úrad v Košiciach, Živnostenské oddelenie**
Predmety činnosti	**• Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi** **• Distribúcia zakúpeného tovaru**

3. Organizačná štruktúra, manažment a ciele

3.1 Manažment a kľúčoví predstavitelia

Vedenie spoločnosti tvorí kvalifikovaný manažérsky tím zodpovedný za strategické riadenie, obchodnú politiku a finančnú stabilitu podniku.

- **Riaditeľ spoločnosti: Jozef Pastirčák**
    - **Vzdelanie: Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta.**
    - **Zodpovednosť: Celkové riadenie spoločnosti, reprezentácia, strategické plánovanie, dodávateľské vzťahy.**
- **Zástupca riaditeľa pre ekonomiku a marketing:**
    - **Vzdelanie: Ekonomická fakulta v Bratislave, Obchodná fakulta.**
    - **Zodpovednosť: Riadenie finančných tokov, ekonomické analýzy, tvorba a realizácia marketingovej stratégie, riadenie obchodu.**

3.2 Organizačná štruktúra a zamestnanci

Spoločnosť disponuje 8 pracovnými pozíciami. Organizačná štruktúra je navrhnutá lineárne s cieľom zabezpečiť pružnú komunikáciu, nízke administratívne náklady a rýchle rozhodovanie.

Hierarchické usporiadanie pozícií:

- **Riaditeľ**
    - **Zástupca riaditeľa pre ekonomiku a marketing**
        - **Sekretárka**
        - **Ekonóm a účtovník**
        - **Obchodní reprezentanti (2x Dealer)**
        - **Predajný personál (2x Predavačka)**
        - **Návrhár interiérov (Dizajnér)**

3.3 Ciele firmy, časový harmonogram a umiestnenie prevádzky

Ciele spoločnosti a časový harmonogram (Milestones):

- **Krátkodobé ciele (Horizont 0 – 12 mesiacov):**
    - **Rýchle uvedenie značky do povedomia potenciálnych zákazníkov v Košiciach a blízkom okolí.**
    - **Prezentácia a budovanie dobrého mena firmy (goodwill) prostredníctvom kvalitných služieb a letákovej kampaňovej stratégie.**
    - **Získanie stabilnej počiatočnej klientskej základne a dosiahnutie bodu zvratu do 6. mesiaca prevádzky.**

- **Dlhodobé ciele (Horizont 12 – 36 mesiacov):**
    - **Postupné rozširovanie kapacitných možností a dodávaného produktového portfólia.**
    - **Rozširovanie okruhu doplnkových služieb (napr. komplexné architektonické návrhy kancelárií na mieru).**
    - **Regionálna expanzia pôsobnosti mimo mesta Košice – vytvorenie obchodných zastúpení a pobočiek v mestách Prešov (do 24 mesiacov) a Poprad (do 36 mesiacov).**

Umiestnenie prevádzky: Firma sídli v prenajatých priestoroch na Bauerovej ulici č.19 v Košiciach

4. Prieskum trhu, marketingová stratégia a SWOT analýza

4.1 Analýza trhu, zákazníkov a konkurencie

Mesto Košice ako metropola východného Slovenska disponuje vysokou koncentráciou podnikateľských subjektov (výrobných, obchodných a poskytujúcich služby), čo vytvára priaznivé prostredie pre dopyt po kancelárskom vybavení. Napriek nepriaznivejším celkovým hospodárskym podmienkam predstavuje kancelársky nábytok nevyhnutný prvok pre fungovanie firiem aj jednotlivcov.

Trhové prostredie v Košiciach sa vyznačuje prítomnosťou viacerých konkurenčných predajcov nábytku.

Cieľové segmenty:

1. **Firmy a spoločnosti (hlavný segment – zariaďovanie a obnovovanie kancelárskych priestorov).**
2. **Živnostníci (hlavný segment – domáce kancelárie a menšie prevádzky).**
3. **Individuálni odberatelia / obyvateľstvo (doplnkový segment – študentský a domáci nábytok).**

Udržateľnosť konkurenčnej výhody (20 % cenový predstih): Hlavnou strategickou výhodou Pasty nábytok, s.r.o. voči regionálnej konkurencii je cenová politika – poskytovanie nábytku a súvisiacich služieb v cenovej hladine nižšej v priemere o 20 % pri zachovaní vysokej kvality a moderného dizajnu. Tento cenový predstih je dlhodobo udržateľný vďaka:

- **priamym odberateľským zmluvám s veľkoskladmi bez ďalších sprostredkovateľských článkov,**
- **štíhlej organizačnej štruktúre s nízkymi režijnými nákladmi,**
- **efektívnemu systému logistiky a plánovania dodávok.**

4.2 Marketingová a propagačná stratégia

Komunikačný mix je prispôsobený lokálnemu charakteru trhu a zameraný na oslovenie podnikateľskej sféry aj širokej verejnosti.

- **Letáková kampaň: Hlavný a najintenzívnejší nástroj priameho oslovenia zákazníkov v Košiciach a okolí.**
- **Televízna reklama: Využitie vysielania v lokálnej televízii pre budovanie povedomia o značke a šírenie dobrého mena.**
- **Inzercia: Pravidelné inzeráty v regionálnej tlači zamerané na špeciálne akčné ponuky a sezónne zľavy.**

4.3 SWOT analýza a voľba stratégie

Pre objektívne zhodnotenie vnútorných predpokladov a vonkajšieho prostredia bola vypracovaná SWOT analýza s bodovým hodnotením jednotlivých faktorov .

Silné stránky (Strengths)

Faktor	Bodové hodnotenie
Ceny kancelárskeho nábytku	4
Poloha firmy (centrum mesta)	5
Výrobková politika	4
Kvalita výrobkov	3
Propagácia produktov	3
Celkovo Silné stránky	19

Slabé stránky (Weaknesses)

Faktor	Bodové hodnotenie
Nedôverčivosť voči novým produktom	4
Ekonomická situácia	5
Závislosť od dodávateľov	3
Malá oblasť pôsobenia	3
Celkovo Slabé stránky	15

Príležitosti (Opportunities)

Faktor	Bodové hodnotenie
Schopnosti a skúsenosti majiteľa	2
Ľahší prístup k novým technologickým postupom a metódam	4
Znižovanie nákladov pri výrobe kvalitnejšími zariadeniami	5
Trhová príležitosť na trhu	4
Celkovo Príležitosti	15

Hrozby (Threats)

Faktor	Bodové hodnotenie
Zmeny vonkajšieho ekonomického a legislatívneho prostredia	4
Pomalý rast odvetvia	3
Meniaci sa vkus a potreby zákazníkov	3
Zvýšenie nájomného	4
Celkovo Hrozby	14

Vyhodnotenie SWOT analýzy a voľba stratégie: Na základe celkového bodového vyhodnotenia (Silné stránky: 19, Príležitosti: 15) sa spoločnosť jednoznačne nachádza v kvadrante SO (ofenzívna stratégia).

Firma využije svoje silné stránky na zachytenie trhových príležitostí. Hlavným strategickým zámerom podniku je koncentrácia na neustály rozvoj produktov a služieb a ich trvalá inovácia, čo umožní udržať si konkurenčný predstih a úspešne realizovať plánovanú expanziu.

5. Finančný plán a zdroje financovania

5.1 Kapitálová štruktúra a zdroje financovania

Počiatočný kapitál spoločnosti pri založení pozostáva výhradne z vlastných zdrojov zakladateľa, čo eliminuje úrokové zaťaženie v začiatočnej fáze podnikania.

- **Základné imanie: 5 000 €**
- **Krytie obehového majetku a zásob: Vzhľadom na výšku základného imania je počiatočný obehový kapitál vybalansovaný využívaním obchodného (dodávateľského) úveru – vyjednaním splatnosti faktúr s veľkoskladmi v dĺžke 30 až 60 dní. Týmto spôsobom sa zabezpečí plynulé zásobenie predajne bez nutnosti okamžitého viazania vysokého vlastného kapitálu v zásobách.**

5.2 Finančné výkazy a prognóza hospodárenia

Pre operatívne riadenie podniku, monitorovanie likvidity a potreby prípadného externého financovania bude management pravidelne zostavovať a vyhodnocovať 3 základné finančné výkazy:

1. **Výkaz ziskov a strát (Výsledovka): Sledovanie výnosov a nákladov za účtovné obdobie.**
2. **Plánovaná súvaha (Bilancia): Sledovanie vývoja stavu aktív (majetku) a pasív (zdrojov krytia).**
3. **Prehľad peňažných tokov (Cash-flow): Riadenie reálnych príjmov a výdavkov v hotovosti a na účtoch s cieľom zabezpečiť trvalú platobnú schopnosť.**