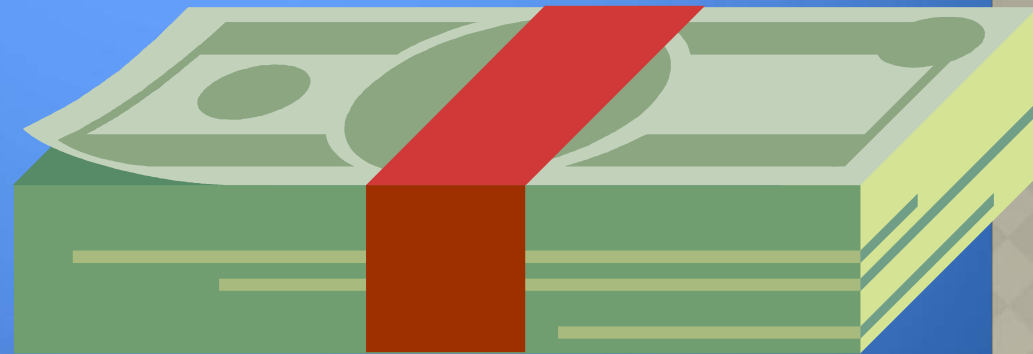


PODNIKATEL'SKÝ PLÁN



PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

Možno bez preháňania označiť ako najdôležitejší prvok v procese **získavania kapitálu na rozbehnutie podnikateľského zámeru či rozšírenie podnikateľských aktivít** prostredníctvom rizikového kapitálu (investorov) alebo úveru.



Prostredníctvom plánu preukazujete nielen to, že si veríte, ale najmä, že viete, ako svoje ciele dosiahnuť.



Posláním tohto dokumentu je informovať
investorov,
vlastníkov,
banky a všetky zainteresované osoby,
že vaše strategické ciele majú reálny základ
a že ich s ohľadom na vaše obchodné,
marketingové, personálne, výrobné a
finančné možnosti dokážete naplniť.

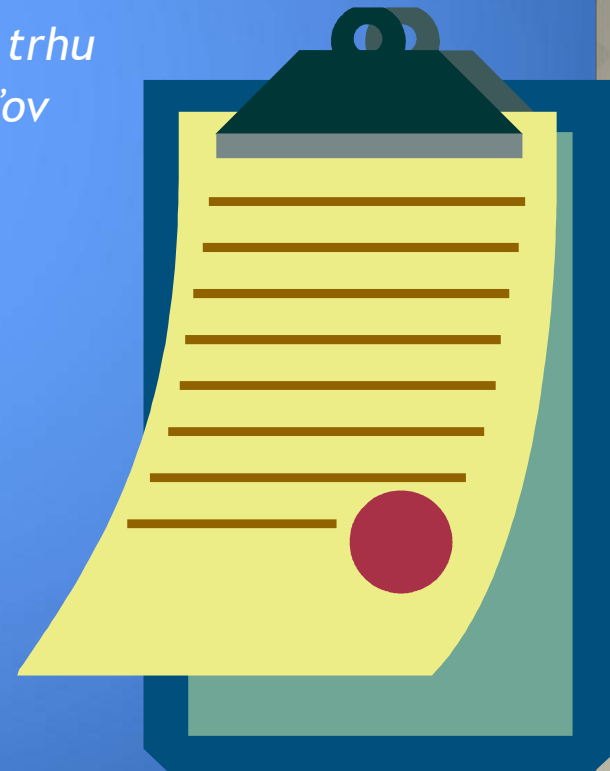


TRI ZÁKLADNÉ OTÁZKY PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU

- ◎ „**Kde sme?**“ sa týka dôkladnej analýzy situácie a prostredia, v ktorom sa podnik nachádza .Ide o prostredie vonkajšie (externé) ako aj vnútorné (interné).
- ◎ „**Kam chceme ísť?**“ je odpoveďou na budúce smerovanie podniku spojené často nielen s rastom podniku, ale aj s obranou svojho postavenia voči konkurencii.
- ◎ „**Ako sa tam dostaneme?**“ hovorí o spôsoboch, ktorými sme sa rozhodli realizovať vytýčené ciele - hovorí o podnikovej stratégii.

OBSAHOVA STRUKTURA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU

- **Zhrnutie**
- **1. Opis firmy**
- **2. Manažment**
 - 2.1. Predstavenie kľúčových osobností
 - 2.2. Organizačná štruktúra
- **3. Produkt alebo služba**
- **4. Marketing**
 - 4.1. Popis celkového trhu a vymedzenie cieľového trhu
 - 4.2. Analýza konkurencie, odberateľov a dodávateľov
 - 4.3. Marketingové ciele a marketingová stratégia
 - 4.4. Plán predaja
- **5. Výroba**
- **6. Dopad na životné prostredie**
- **7. Riziká**
- **8. Finančné projekcie**
 - 8.1. Súvaha
 - 8.2. Výkaz ziskov a strát
 - 8.3. Prehľad peňažných tokov
- **9. Zoznam dokladov a príloh**



ZHRNUTIE

- krátkosti predstavte váš zámer
- napíšte, o aký typ investície ide a koľko peňazí potrebujete
- nasledovať by teda malo pár slov o vás a vašom tíme. Spomeňte svoje vzdelanie a doterajšie pracovné skúsenosti relevantné k projektu.
- povedať o vašom produkte, t. j. tovare/službe, ktorú mienite ponúkať na trhu. Je potrebné zmieniť sa o úžitku pre zákazníka
- hovorte o vašom trhu. Hlavným cieľom je primerane sa pochváliť, no nehaniť konkurenciu.
- uveďte predpoklady tržieb, nákladov a zisku obvykle v priebehu nasledujúcich 3 rokov.
- uveďte, ako ďaleko ste so svojím zámerom pokročili, prípadne koľko vlastných peňazí a času ste už do svojho projektu investovali
- vaša ponuka investorovi/ banke

OPIS FIRMY

V tejto časti predstavíte firmu a jej ciele. Opis sa zameria na minulosť podniku (pokiaľ existoval) a jeho súčasný stav. Potrebné je opísať:

- ◉ vývoj firmy, jej účel, ciele a právnu formu,
- ◉ zmysel existencie spoločnosti,
- ◉ súčasný stav firmy (počet zamestnancov, obrat, zisk, produkcia a iné),
- ◉ vlastnícku štruktúru spoločnosti,
- ◉ znaky, ktoré podnik odlišujú od konkurencie.



MANAŽMENT

- ◎ **Predstavenie kľúčových osobností** . Kľúčové osobnosti by mali byť predstavené vzhľadom na svoje dosiahnuté vzdelanie, kariérnu dráhu, praktické skúsenosti a z toho odvodené schopnosti zastávať manažérske pozície. Kompletný životopis nie je potrebný, môže však byť súčasťou prílohy.
- ◎ **Organizačná štruktúra -informácie** o personálnom zložení a organizačnej štruktúre podniku. Klasickým nástrojom znázornenia organizačnej štruktúry je organigram, ktorý zobrazuje jednotlivé oddelenia vo vašej firme, krátky popis ich funkcie, prípadne počet zamestnancov.



PRODUKT - TOVAR ALEBO SLUŽBA

Vyrábaný produkt, resp. poskytovanú službu môžeme charakterizovať z pohľadu nasledovných kategórií:

- ⊙ charakteristika vlastností produktu so zdôraznením úžitku pre zákazníka,
- ⊙ porovnanie s konkurenčným výrobkom,
- ⊙ vymedzenie počtu, rozmanitosti produktov,
- ⊙ predstavenie výskumu a vývoja produktu,
- ⊙ ochrana produktu, patenty, licencie a pod.

V tejto časti by ste mali presvedčiť investora, že to, čo chcete ponúkať na trhu, uspokojuje skutočnú potrebu konečného spotrebiteľa.



MARKETING

- ◉ . *Popis celkového trhu a vymedzenie cieľového trhu*
- ◉ *Analýza konkurencie, odberateľov a dodávateľov*
- ◉ *Marketingové ciele a marketingová stratégia*
- ◉ *Plán predaja*



VÝROBA

- Rozhoduje sa o potrebách surovín, energie a materiálov, personálnom zabezpečení a úrovni využívania výrobných kapacít a nakoniec hlavne o výrobných nákladoch ponúkaných produktov.
- Podporiť dôveryhodnosť možno informáciami o licenciách, osvedčeniach či certifikátoch, ktorými podnik disponuje.
- Potrebné je uviesť stručný popis budov a objektov, ktoré sa budú používať na výrobu a zmieniť sa o strojovom vybavení.



DOPAD NA ŽIVOTNÉ PROSTREDIE

Opíšte prípadný vplyv výrobného procesu alebo služieb daného podniku na životné prostredie.

Ak výrobný proces alebo odpady z neho budú pre životné prostredie škodlivé, je treba uviesť opatrenia na zníženie nepriaznivého dopadu a spôsob likvidácie odpadov.



RIZIKÁ

- ◎ Zmyslom tejto kapitoly je potlačiť investorovu podozrievavosť a povedať mu, že ste na všetko mysleli a uvedomujete si rôzne úskalia. Vhodným a ľahko použiteľným nástrojom na rýchle spracovanie takéhoto prehľadu podniku je analýza SWOT.
- ◎ Tento pojem pochádza zo 4 anglických slov:
 - ◎ • **S** = Strengths = silné stránky podniku,
 - ◎ • **W** = Weaknesses = slabé stránky podniku,
 - ◎ • **O** = Opportunities = príležitosti okolia,
 - ◎ • **T** = Threats = hrozby okolia.
- ◎ Kým v prvých dvoch bodoch máme na zreteli vnútorné prostredie podniku a hodnotíme silu, resp. slabosti podniku, v druhých dvoch položkách sa zameriavame na prostredie, ktorého vplyvy môžu byť pozitívne ovplyvniť činnosť podniku (opportunities) alebo negatívne (threats).



FINANČNÉ PROJEKCIE

Existujú tri základné relevantné výkazy, ktoré by mal podnikateľský plán obsahovať.

Sú to:

súvaha,

výkaz ziskov a strát a

prehľad peňažných tokov (z ang. Cash flow).



ZOZNAM DOKLADOV A PRÍLOH

- registrácia podnikateľskej činnosti (kópia živnostenského listu, výpisu z Obch. registra),
- kópia nájomnej zmluvy, listu vlastníctva nehnuteľnosti,
- profesijné životopisy majiteľov a vedúcich pracovníkov firmy,
- súhrn prieskumov trhu (vlastných, príp. spracovaných odbornými organizáciami),
- kópia zmlúv dokladujúcich zabezpečenie vstupných surovín (s hlavnými dodávateľmi),
- kópia zmlúv dokladujúcich zabezpečenie odbytu výrobkov, služieb (s odberateľmi),
- fotografie, reklamné materiály, odborné články o výrobkoch, službách,
- projekty,
- cenové ponuky a pod.



ĎAKUJEM ZA POZORNOST