



Podnikatelský plán na založení...

(Seminární práce do předmětu: Zakládání podniku)

Jméno a příjmení:

UČO:

Karviná 2024

Obsahová struktura práce

Úvod

Jaký problém zákazníků je řešen, potenciál rozvoje firmy, jak firma generuje hodnotu.

1. Titulní strana

- Název projektu
- Logo
- Kontaktní informace
- Sídlo společnosti
- Základní údaje o podnikateli

2. Executive summary (vyhotovuje se až je celý PP hotový)

- Jméno a místo podnikání
- Obchodní koncept
- Prodáváný produkt/služba
- Plněná potřeba na trhu
- Konkurenční výhoda
- Klíčové faktory úspěchu
- Ziskovost
- Momentální situace
- Účel podnikatelského plánu
- Potřeba investice

3. Popis společnosti

- Základní informace o společnosti
 - Druh podnikání a odvětví
 - Právní subjektivita
 - Vlastnictví firmy/management
 - Založení podniku
 - Lokace
 - Majetek, zařízení a zázemí
 - Relevantní historie (významné milníky, úspěchy)
- Vize
 - Poslání
 - Fáze, v níž se společnost nachází
 - Plán realizace start-upové fáze
 - Budoucí rozvoj společnosti
- Partneři
 - Vyjmenování strategických partnerů
 - Potencionální partneři
 - Přínos spolupráce
- Investor
 - nároky, forma spolupráce (skrytý společník, jednatel, spolumajitel...)
 - finanční/strategická pomoc, výše investice versus podíl

4. Business Model – CANVAS (postupujte dle jednotlivých bodů, pořadí má význam)

1. Zákaznické segmenty
2. Poskytovaná hodnota
3. Distribuční kanály

4. Vztahy se zákazníky
5. Zdroje příjmů
6. Klíčové zdroje
7. Klíčové aktivity
8. Klíčoví partneři
9. Náklady

Klíčoví partneři	Klíčové aktivity	Nabízená hodnota	Vztahy se zákazníkem	Zákaznické segmenty
	Klíčové zdroje		Marketingové kanály	
Náklady		Zdroje příjmů		

5. Produkt/služba

- Popis služby/produktu
 - Vyjmenovat a popsat produkty/služby (hlavní rysy)
 - Vylepšení dosavadních služeb nebo zcela nový objev
 - Potřeba a problémy na trhu
 - Saturování potřeba a výhody pro zákazníka
 - Zpětná vazba od zákazníků
 - Zákazníkův důvod pro koupi
 - Budoucí produkty (strategie do budoucna, stádium vývoje a vztah mezi vývojem a potřebou trhů)
- Konkurenční srovnání
 - Obecné srovnání produktů s konkurencí
 - Silné a slabé stránky produktů
 - Specifické rysy (odlišení se od konkurence)
 - Unikátnost a konkurenční výhoda (cena, kvalita, služby)
- Technologie
 - Technologické produkty
 - Technologie zasahující produkt (výrobní procesy)
 - Technologie jako zdroj konkurenční výhody
 - Zabezpečení (patenty, licence, užité vzory)

6. Tým

- Organizační struktura
- Personální zajištění realizace podnikatelské činnosti
- Vymezení kompetence pracovních míst a jejich obsazení
- Mzdové náklady a možnost optimalizace personálních zdrojů

7. Analýza odvětví/sektoru, trhu, zákazníka, konkurence, dodavatelů

- Odvětví/sektor
 - Charakter sektoru/odvětví (dynamika, trendy), Analýza makrookolí (PEST analýza)
- Trh
 - Velikost trhu (počet uživatelů, objem tržeb, budoucí vývoj)
 - Příležitosti na trhu (SWOT analýza)
 - Konkrétní segmenty pro zacílení
 - Bariéry vstupu na trh
- Analýza zákazníků
 - Popis potencionálního zákazníka/cílové skupiny (věk, oblast, pohlaví, vzdělání, odvětví, zájem)
 - Potřeby/problémy potencionálního zákazníka
 - Vzorce chování potencionálního zákazníka
 - Reálné touhy zákazníků (produkt, který chce zákazník, ne který je ideální podle výrobce)
 - Zákaznický důvod upřednostnění společnosti před konkurencí
 - Uživatel produktu (zákazník nakoupí, uživatel užívá)
- Analýza konkurence
 - Srovnání s konkurencí (standard v sektoru)
 - Přímá/nepřímá konkurence
 - Potencionální konkurence
 - Hrozby od konkurence
 - Nejsilnější hráči v odvětví (pozice společnosti proti nim)
 - Positioning společnosti
 - Faktory úspěchu
 - Konkurenční výhoda (udržitelnost, unikátnost, doba opsání výhody konkurencí)
- Analýza dodavatelů (distributorů)
 - Infrastruktura
 - Chování dodavatelů
 - Dodavatelská síť
 - Diverzifikace dodavatelské sítě
 - Strategičtí dodavatelé

8. Marketingový plán

- Marketingové cíle, strategie
- Marketingové nástroje (mix)
- Marketingový rozpočet, náklady, vyhodnocení implementovaných marketingových nástrojů

9. Výrobní plán

- potřeby – budovy, stroje, materiál, energie, technologie, zaměstnanci (pracovní místa, výše mezd), ostatní výdaje, provozní výdaje
- produkční kapacita
- logistika
- dodavatelé

10. **Finanční plán – výkazy dle plánované právní formy podnikání.** Detailnost položek: první rok – měsíční hodnoty, 2.-3. rok – roční hodnoty) a výhled cca 5 let. Vhodné zpracovat ve variantách – pesimistická, reálná a mírně optimistická.

- Náklady před rozjezdem podnikání
- Vložený kapitál (vlastní, cizí)
- Příjmy z podnikání – marže
- Předpoklady pro finanční výkazy a ukazatele
- Odhadovaný výkaz zisku a ztrát
- Odhadovaný výkaz cash-flow
- Odhadovaná rozvaha
- Finanční ukazatele – analýza bodu zvratu, ukazatele rentability, likvidity, aktivity, zadluženosti a další...dle potřeby.

Závěr

Vyhodnoťte potenciál podnikání pro udržitelnost a dlouhodobou realizovatelnost businessu. Vyhodnoťte ve vztahu k rizikům.

Použitá literatura (kde jste brali inspiraci...)

Přílohy (např. tabulky, náčrty, obrázky atd.)

TIPY:

Přemýšlejte o potenciálu zamýšlené firmy, jak bude generovat nabízenou hodnotu a tu doručuje zákazníkům/spotřebitelům/segmentům. *Jaký zákaznický problém řešíte a proč si má zákazník Váš produkt/službu koupit?* Významná je vazba na příjmový model – jak firma generuje příjmy (bez nich nelze dále rozvíjet či přežít na trhu). Uvažujte ve smyslu konkurenční výhody, co Vás odlišuje, v čem je Váš potenciál (know-how, strategie, lidské zdroje, nový business model atd.).

Šablonu si přizpůsobte charakteru Vámi zamyšleného podnikání, budou zde odlišnosti dle typu podnikání, výroby, nabízených služeb, segmentů, geografického působení apod.

Pokud jste neinvestovali žádnou částku, tak přece o nic nejde... 😊 Ale až investujete, tak se to změní...