

Otázka: Podnikatelský plán

Předmět: Ekonomie

Přidal(a): Kikik

Základy podnikatelského plánu:

- Vychází z anglického názvu „business plan“. Je to jedna z nejdůležitějších součástí podnikání a může se vyskytovat v několika formách: od základní myšlenkové u nezávislých profesionálů a živnostníků až po rozsáhlou písemnou dokumentaci v případě větších firem. Jedná se o zobrazení podnikatelského záměru- toho, čeho chce např. firma dosáhnout a platí v dlouhodobém horizontu.
- Podnikatelský plán se samozřejmě po čase mění, protože se objevují nové nápady a názory na základě získaných zkušeností. V praxi tento plán vytváříme především pro investory či banky.

Požadavky na podnikatelský plán:

- Stručnost a jednoduchost
- Představení výhod produktu nebo služby
- Orientace na budoucnost
- Věrohodnost a reálnost
- Přiměřený optimismus i pesimismus
- Poukázání na silné a slabé stránky plánu

- Určení způsobu financování
- Kvalita formální stránky

Druhy podnikatelských plánů:

- Varianty se liší v hloubce vysvětlení cíle, kterého chceme dosáhnout.

Mezi nejčastěji používané varianty patří:

- Elevator pitch(výtahový prodej)- využívá v situacích, kdy podnikatel má nápad, ale chybí mu potřebný kapitál. Prezentace bývá ústní, většinou okolo minuty a mají v ní být shrnuté pouze nejdůležitější myšlenky.
- Executive summary(výkonný plán)- na rozdíl od prvního typu je v písemné formě o rozsahu maximálně 2 stran A4.
- Zkrácený podnikatelský plán- je mnohem rozšířenější než předchozí dva typy. Slouží například v situaci, kdy chceme chránit své obchodní tajemství a nemáme v úmyslu ihned své záměry sdělovat.
- Plný podnikatelský plán- věnuje se všem bodům nejpodrobněji. Rozsah toho plánu bývá okolo 20 stran.

Struktura podnikatelského plánu:

- I když si každý podnik vytváří svůj plán individuálně, základy většinou bývají na stejném principu. Zde uvedu několik nejdůležitějších věcí, které by plán měl obsahovat:
- Titulní strana- slouží pouze k úvodu a identifikaci firmy(název, sídlo, čím se firma zabývá..)
- Exekutivní souhrn- sestavuje se až po dokončení celého plánu, jelikož se jedná o jeho stručné shrnutí. Musí být pochopitelný, stručný a především zaujmout čtenáře.

- Analýza odvětví- zařazení podniku do příslušného prostředí. Analýza vývojových trendů a prostředků, přírodní podmínky, politická situace a analýza zákazníku na základě segmentace trhu(rozdělení trhů do částí)
- Popis podniku- podrobný popis podniku. Představy investora o velikosti podniku a jeho záběru. Měl by obsahovat doložitelná fakta týkající se založení, strategii podniku, cíle a prostředky k jejich dosažení. Dále by měl obsahovat např. umístění a velikost podniku, organizační schéma nebo kancelářské zařízení a jiné technické vybavení.
- Výrobní plán- tento plán obsahuje detailní popis procesu výroby. Uvádíme zde informace o strojích, zařízeních, materiálu a jejich dodavatelích. Pokud podnik nevyrábí výrobky obsahuje tato část informace o nákupu služeb a zboží či skladovacích prostorech.
- Marketingový plán- je velice důležitá část plánu, protože dobrý marketing znamená do budoucna dobrý úspěch. Objasňuje způsob distribuce, oceňování a propagaci výrobků či služeb.
- Organizační plán- uvádí klíčové vedoucí pracovníky podniku, jejich vzdělání a praktické zkušenosti. Je určena nadřazenost a podřízenost vedoucích. Pokud se jedná o obchodní společnost, musí je detailněji rozvést informace o managementu a o obchodních podílech v souladu s příslušnou právní normou.
- Hodnocení rizik- zde se popisují největší rizika daného odvětví podnikání. Měli bychom sepsat jak jim předcházet a řešit je. Tímto bodem si také podnikatel daná rizika plně uvědomuje a musí být připraven na správnou reakci.
- Finanční plán- další důležitý prvek plánu. Zjišťuje celkovou ekonomickou realnost daného plánu. Obecně akceptovanými výstupy finančního plánování podniku jsou:
 - plánový výkaz zisku a ztráty - vyčísluje výnosy, náklady a hospodářský výsledek v jednotlivých letech
 - plánovaná rozvaha - statický přehled o majetku podniku (aktivech) a jeho finančním krytí (pasivech) k určitému datu
 - plán peněžních toků (cash-flow) - podává informace o předpokládaných příjmech a výdajích souvisejících s naší činností

Je dobré uvést také ukazatele rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti. Dále bychom měli uvést také zdroje financování podniku:

- vlastní zdroje financování – vklady vlastníků, zisk, odpisy;
- cizí zdroje financování – úvěry, dluhopisy, leasing, rizikový kapitál, atd

Nezákladnější analýzy:

Všechny cíle podniku musí být podle metody SMART:

- S- Specifické- přesná definice cíle
- M- Měřitelné- cíl musí být možné měřit (váha, rozměry, množství..)
- A- Akceptované- cíl musí být akceptovaný odpovědnou osobou
- R- Reálné- cíl musí být reálný, musí být dosažitelný
- T- Časové- cíl musí mít pevně stanovený termín

2) Jednou z dalších velice důležitých analýz je tzv. SWOT analýza:

Rozděluje se na:

Vnitřní prostředí:

- Silné stránky- kvalifikovaný personál, finanční stabilita
- Slabé stránky- spolehlivost strojů, stabilita procesů

Vnější prostředí:

- Příležitosti- nová technologie, kamerový systém
- Hrozby- daňová reforma, nová služba konkurence

3) Další důležitou analýzou je analýza portfolia BCG:

Rozděluje je na 4 charakteristiky výrobků dle výtěžku:

- **Hvězdy** - charakterizují jednotky (produkty) s vysokým relativním tržním podílem a vysokým stupněm růstu na trhu. Rychle pronikají na trh, přináší podstatný zisk, ale vyžadují vysoké investice včetně vysokých nákladů na reklamu a podporu prodeje. Po fázi zavedení se nejčastěji mění v dojně krávy.
- **Otazníky** - existují v rychle rostoucím trhu, ale mají malý podíl na trhu. Jsou nejproblematictější z toho důvodu, že existuje riziko, zda vložené peníze do nich se vrátí v podobě zisku. Investice zde jsou vysoké, relativní podíl na trhu je malý, proniknutí na trh vyžaduje přesun peněžních přebytků z dojných krav
- **Psi** - mají nejhorší pozici, nízký podíl růstu a nízký relativní tržní podíl. Jsou to jednotky (produkty) vyžadující zvláštní pozornost managementu, tzn. zvážení, zda je naděje na růst v jednom či druhém směru nebo zda jejich činnost ukončit a energii a finance zaměřit jiným směrem.
- **Dojně krávy** - charakteristika činností (produktů) s vysokým či dominantním relativním tržním podílem, ale malým stupněm růstu na trhu. Zaujímají stabilní vedoucí postavení na trhu. Vyžadují minimální náklady.