



Co je to podnikatelský plán

Podnikatelský plán má tři důležité úkoly:

- ✓ nutí podnikatele promyslet si důležité otázky podnikání a logicky posoudit všechny souvislosti spojené se založením podniku
- ✓ poskytuje potenciálnímu investorovi, na základě kterých se může rozhodnout o financování nebo o spoluúčasti na projektu
- ✓ je použitelný jako průvodce podnikatele při rozběhu podniku a také jako užitečný monitorovací nástroj pro sledování chodu podniku.

Zpracování podnikatelského plánu, jeho obsah a struktura budou záviset na charakteru podniku, proto neexistuje ideální vzor pro jeho vypracování. Měl by obsahovat minimálně tyto části:

1. Manažerské shrnutí projektu (Executive summary)

Shrnutí projektu je nejdůležitější částí plánu, neboť po jeho přečtení musí být jasné, o jaké výrobky a trhy půjde, jaké kompetence mají klíčové osobnosti v podniku, kolik to bude stát, z jakého zdroje to lze získat.

Ve shrnutí projektu třeba stručně a jasně představit celý podnikatelský plán. Je třeba shrnout hlavní body plánu:

- základní předpoklady úspěšnosti projektu,
- cíle projektu,
- hlavní produkci,
- hlavních odběratelů,
- cílovou skupinu - zákazníky,
- požadovanou částku finančních prostředků,
- přehled a strukturu potřebného objemu kapitálu a jeho použití,
- jak se výrobek / služba liší od konkurence a také jakou potřebu uspokojují,
- jako firma uspěje v příštím konkurenčním prostředí,
- popis manažerského týmu, relevantních zkušeností a specifických znalostí / dovedností každého člena týmu,
- shrnutí klíčových finančních projekcí na 3-5 let, včetně výsledovky, cash-flow a rozvahy.

Tuto část je nejlepší psát jako poslední v rozsahu minimálně jedné strany. Záměrem shrnutí musí být přesvědčivý obraz o podnikových cílech a strategii jejich dosažení. Je posledním pracovním krokem při zpracovávání podnikatelského plánu, přestože se nachází hned na začátku každého kvalitně zpracovaného podnikatelského plánu.

2. Popis firmy

V této části je třeba představit potenciálním investorům Vaši firmu, její minulost, historii a její cíle tak, aby byli schopni předpovědět její budoucí vývoj.

Popis zaměřte na minulost podniku (pokud existoval) a jeho současný stav. Důležité je popsat:

- vývoj firmy, její účel a právní formu,
- proč byla firma založena,
- jaký je původ kapitálu potřebného na rozběh podnikání,
- jaké výsledky firma dosud dosáhla,
- současný stav firmy (počet zaměstnanců, obrat, zisk, produkce a jiné).

Uveďte informaci o majetkově a personálně propojených společnostech, zejména výši majetkového podílu a informaci o finančním vývoji těchto společností.

3. Popis výrobku nebo služeb

Začíná předmětem, který se má řešit a návrhem základního řešení ve formě vlastního výrobku. V popisu je třeba zmínit se o důležitých funkcích.

V popisu používejte reálné údaje s číselným zdůvodněním, proč je výrobek nejlepší, v čem je srovnatelný a v čem lepší než konkurenční výrobky / služby. Pokud na jejich zdůvodnění máte k dispozici výsledky nezávislých testů, použijte je a v příloze uveďte stručný popis jejich závěrů. Tato část by měla zahrnovat následující informace:

- stručný popis výrobku nebo myšlenky,
- jeho funkce, případně jeho využití,
- inovativnost, jedinečnost výrobku, služby,
- nynější / plánovanou produktovou strukturu, kapacitní pokrytí výroby,
- jeho přednosti oproti konkurenci,
- jakékoli nezávislé ocenění (s podrobnostmi uvedenými v příloze).

4. Management

- Rozsah řídicího týmu,
- způsob a výše odměňování,

- každý člen vedení nebo jiný klíčový pracovník by měl předložit životopis, v němž uvede zejména své zkušenosti v oblasti, pracovní zařazení, vzdělání apod., reference na zrealizované projekty.

5. Vlastníci

- kdo jsou vlastníci firmy, výška jejich podílů, jejich zkušenosti, zainteresování na chodu a výsledcích firmy,
- způsob a výše odměňování (vyplácení podílů, dividendy apod.).

6. Trh a konkurence

Nejdůležitějším bodem v této části je zmapování a využití dostatečného trhu, který nejlépe odpovídá Vaším zájmům a možnostem Vašeho podnikání. Uveďte informace o odvětví, velikosti trhu, vývoji, trendech, sezónnosti.

Uveďte informace o konkurentech (podle teritoria odbytu - v regionu, v České republice, v zahraničí), jejich tržních podílech, obratu, silných / slabých stránkách. Pokud budete používat číselné údaje, jejich důvěryhodnost zvýšíte uvedením jejich zdrojů.

Definujte své zákazníky, odběratele, uveďte důvody potenciální poptávky po Vaší nabídce a také možnosti jeho růstu, kontrakty, platební a dodací podmínky.

7. Marketing

V této části rozved'te taktiku, kterou se chcete dostat k zákazníkovi a přesvědčit ho, aby kupoval váš výrobek nebo Vaše služby. Odpovídejte na následující otázky:

- jak definujete své zákazníky,
- jak se chcete dostat do jejich povědomí,
- jaké formy distribuce hodláte uplatňovat,
- jakým způsobem budete prodávat,
- jak budete motivovat odpovědného pracovníka na co největším prodeji,
- jak uvedete svůj výrobek nebo služby na trh a pod.

8. Výrobní proces

V této části popište způsob výroby produktu nebo poskytování služeb se zdůrazněním jeho inovativnosti, tedy popis výrobního cyklu od vstupu surovin, přes výrobu až po distribuci výrobku k zákazníkovi. Popis by měl obsahovat způsob dodávek důležitých materiálů pro výrobu. Uveďte dodavatele - strukturu, závislost, ceny důležitých vstupů (i odhad do budoucna.).

Potřebné je také uvést stručný popis budov a objektů, které se budou používat pro výrobu a zmínit se o strojním a technologickém vybavení, know-how, patentech, licencích, očekávaných dalších investicích.

Uveďte také počet pracovníků při zahájení výroby a po případném zvýšení prodeje. Uveďte kapacitní možnosti výroby, etapy a časování realizace projektu.

9. Organizační plán

Popište organizační a řídicí strukturu firmy včetně řízení a kontroly finančních záležitostí podniku. Je třeba se zmínit o potřebě pracovníků, o kritériích výběru a jejich dalších odborných požadavcích. Tato část by měla také obsahovat charakteristiku platů a způsob motivace zaměstnanců a managementu.

10. Dopad na životní prostředí

Popište případný vliv výrobního procesu nebo služeb na životní prostředí - ekologická rizika, nakládání s odpady. Pokud výrobní proces nebo odpady z něj budou pro životní prostředí škodlivé, je třeba uvést opatření ke snížení nepříznivého dopadu.

11. Finanční plány

Finanční plány je nutné zpracovat ve formě následujících výkazů:

- výkaz zisků a ztrát - udává přehled nákladů a výnosů,
- rozvaha - zobrazuje stav majetku a zdrojů jeho krytí,
- výkaz cash-flow zobrazuje oblast toků příjmů a výdajů.

Pozn.

Podnikatelský plán by mohl také obsahovat doklady, které podpoří to, co jste dosud uvedli. Jde zejména o:

- přesný souhrn průzkumů trhu (vlastních nebo zpracovaných specializovanými subjekty),
- případné fotokopie článků v novinách, které popisují potřebu výrobku nebo služby, které Vy navrhujete,
- fotografii vašeho výrobku nebo výrobků,
- kopie Vašich prospektů nebo dalších podpůrných materiálů,
- výsledky jakýchkoli testů Vašeho výrobku, zejména pokud byla učiněna nezávislou organizací,
- údaje o předběžných nebo uzavřených hospodářských smlouvách, které se týkají dodávek a dodavatelů,
- odběratelské smlouvy na výrobky / služby, i rámcové,
- nájemní smlouvy,
- cenové nabídky,
- projekty.