

Ing. Alena Šafrová Drášilová, Ph.D.

# Základy podnikání

(3)

---

# Obsah bloku

- Postup práce
- Lean Canvas
- Podnikatelský plán
  - Adresáti a účel
  - Obsah, rozsah a struktura
  - Chyby podnikatelských plánů
- Úkolový list č. 3

What People Think  
Success Looks Like:



What success Really  
Looks Like:



# Postup práce

- **Kreativní fáze**
  - rozpracovat nápad do podoby záměru
  - stanovit cíl
  - promyslet souvislosti
- **Analytická fáze**
  - vybrat analytické metody a postupy
  - sesbírat co nejvíc informací
  - rozřídít informace
  - provést analýzy
  - vyvodit závěry
- **Tvůrčí fáze**
  - sepsat podnikatelský plán
- průběžně
  - doplňovat informace
  - upravovat záměr
  - upravovat cíl

# Cíle

- nemáme-li cíl, nemůžeme vědět, jestli jsme ho dosáhli
- **S** – specifický, jasný, přesně formulovaný
- **M** – měřitelný, ne obecný
- **A** – přijatý (accepted) všemi členy týmu
- **R** – reálný, dosažitelný, ale ambiciózní
- **T** – časově vymezený (timed)

# Lean Canvas

- Alexander Osterwalder\*
- [www.leancanvas.cz](http://www.leancanvas.cz)
- stručně, jasně, promyšleně
- provázaně

\* The Business Model Canvas. [nonlinearthinking.typepad.com](http://nonlinearthinking.typepad.com), July 05, 2008. Accessed Feb 25, 2010.

# Lean Canvas

Podnikatelský plán na jedné straně papíru  
Online kurz zdarma na [www.leancanvas.cz](http://www.leancanvas.cz)

Projekt:

Autor:

Datum:

Verze #

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| <b>Problém</b><br>Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků?<br><br><b>2</b>                            | <b>Řešení</b><br>Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků?<br><br><b>3</b>  | <b>Unikátní nabídka hodnoty</b><br>Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?<br><br><b>4</b> | <b>Neférová výhoda</b><br>Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy?<br><br><b>9</b> | <b>Zákazníci</b><br>Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?<br><br><b>1</b> |
| <b>Existující alternativy</b><br>Jak zákazníci řeší své problémy dnes?<br><br><b>7</b>                              | <b>Indikátory</b><br>Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit? Jaká další čísla jsou pro vás teď důležitá (akvizice, aktivace, loajalita, tržby, doporučení)?<br><br><b>7</b> | <b>Srozumitelný opis</b><br>Jak jednoduše opišete vaše řešení pomocí již existujících?<br><br><b>6</b>                              | <b>Cesty k zákazníkům</b><br>Jak se dostanete ke svým zákazníkům?<br><br><b>6</b>  | <b>První vlaštovky</b><br>S kým můžete začít nejdříve?<br><br><b>6</b>        |
| <b>Struktura nákladů</b><br>Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?<br><br><b>8</b> |   | <b>Cenový model</b><br>Jak naoceníte vaše řešení problému?<br><br><b>5</b>  |  |   |

# Podnikatelský plán

- na několika stranách shrnuje představy o podniku
- dokument s ustálenou formou a strukturou
- liší se podle účelu a adresátů
- musí být
  - jasný
  - stručný
  - přehledný
  - srozumitelný
  - variantní



# Adresáti a účel

- **My sami**

- stanovení cílů
- odhalení bariér, možných překážek
- stanovení časového horizontu

- **Investoři, banky**

- představení možné investice
- podpora při žádosti o finanční prostředky

- **Inkubátory, soutěže, granty**

- podklad pro porovnání různých projektů

- **Klíčoví zaměstnanci**

- představení společnosti a jejích plánů

# Obsah, rozsah a struktura

- z podnikatelského plánu by mělo být jasné
  - co chcete dělat a proč
  - pro koho to budete dělat
  - proč byste to měl/a dělat právě vy
  - jaká je v oblasti konkurence
  - co a koho budete potřebovat
  - kolik to bude stát
  - jak se budou peníze do podniku vracet
  - jaká je perspektiva rozvoje
  - co může bráni dosažení cíle

# Rozsah a forma

- rozsah
  - dostatečný, ne přehnaný
  - takový aby šel základní text přečíst u odpolední kávy
  - s dostatkem vysvětlujících příloh
- forma
  - přehledný
  - „čistý“
  - strukturovaný
  - doplněný grafy a tabulkami

# Struktura

- Titulní strana s představením společnosti
- Shrnutí
- Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy
- Popis podniku
  - Popis podnikatelské příležitosti
  - Popis výrobku, služby
  - Zajištění potřebných vstupů a dodavatelů
- Postavení firmy na trhu, konkurence
- Marketingový plán
- Personální zdroje a organizační plán
- Finanční plán
- Rizika projektu
- Přílohy

# Chyby podnikatelských plánů

- z pohledu realizace
- z pohledu investorů

# Chyby z pohledu realizace

- Nejasné cíle
- Nepromyšlený business model
- Nerealistický časový horizont
- Podceňování konkurence
- Neexistující infrastruktura
- Chybějící inovativnost
- Podceňování posuzovatele
- Nerealistické finanční předpoklady

# Chyby z pohledu investorů

- Záměrné zkreslování údajů
- Nerealistické nebo chybějící posouzení poptávky
- Nízká účetní hodnota podniku
- Nezajištěný odbyt
- Investice zvyšuje soukromý majetek
- Minimum prostředků vložených zakladatelem
- Finanční obtíže

# Úkolový list č. 3

- Varianta 1: Podnikatelský plán – kritika
- Varianta 2: Osobní cíle
- Varianta 3: Lean Canvas



# Varianta 1: Podnikatelský plán – kritika

- vyhledejte cizí už zpracovaný podnikatelský plán a prostudujte ho **(1)**
- do úkolového listu vložte odkaz na plný text nebo web **(2)**
- kriticky zhodnoťte (ne)kvalitu dokumentu **(3)**
- uveďte, zda byste do projektu investoval(a) finance a proč **(4)**

## Varianta 2: Osobní cíle

- prostudujte si propozice svého studijního oboru **(1)**
- promyslete si své osobní plány na nejbližších 3-5 let **(2)**
- zvažte všechny aspekty a životní situace, kterým budete pravděpodobně čelit **(3)**
- formulujte podle metodiky SMART alespoň 5 cílů na uvedené období **(4)**

# Varianta 3: Lean Canvas

- nastudujte si metodiku Lean Canvas do detailu (např. na [www.leancanvas.cz](http://www.leancanvas.cz)) **(1)**
  - promyslete si do hloubky svůj nápad z úkolu č. 1 **(2)**
  - zpracujte jej do podoby Lean Canvas **(3)**
  - v případě nejasností doplňte stručným komentářem **(4)**
- *úkol je možné zpracovat i pokud nebyl splněn ÚL 1, je však třeba doplnit stručnou charakteristiku podniku a jeho produktu*

# Zajímavé odkazy

- <http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelske-pribehy/pribeh-investora-jak-jsem-chtel-financne-podporit-zacinajici-podnikatele.html>
- <http://www.penize.cz/podnikani/17822-kde-vzit-na-rozjezd-podnikani>
- <http://www.penizeprofirmy.cz/>
- <http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-zamer/jak-zatraktivnit-podnikatelsky-plan-pro-banky-a-investory.html>

# Doplňující literatura

- Metodická příručka MMR (ve studijních materiálech)
- SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- CHIA, Ewen. *Jak jsem vydělal svůj první milion na internetu-- a jak to můžete dokázat také!: osvědčený plán pro založení a udržení výdělečného online byznysu*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, xxiv, 247 s. ISBN