

Základy podnikání BPH_ZAPO

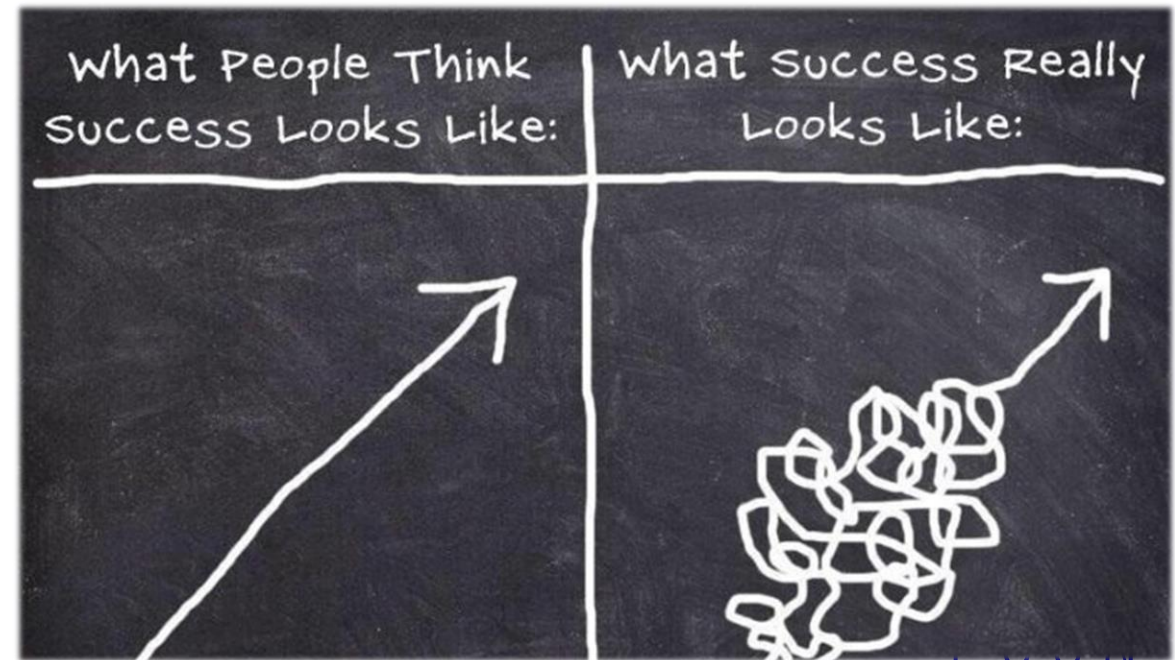
Ing. Alena Šafrová Drášilová, Ph.D.

Obsah kurzu

- | | |
|---|---------------------|
| 1) Podnik a podnikání, Nápad a konkurenční výhoda | 21. 9. 2021 |
| 2) Podnikatelský plán | 5. 10. 2021 |
| 3) Analýza makrookolí | 12. 10. 2021 |
| 4) Analýza mikrookolí, podniku a SWOT analýza | 19. 10. 2021 |
| 5) Marketing a marketingová strategie | 26. 10. 2021 |
| 6) Marketingový plán | 9. 11. 2021 |
| 7) Právo a právní formy podnikání | 16. 11. 2021 |
| 8) Kalkulace a financování | 23. 11. 2021 |
| 9) Daně a daňová problematika, Finanční výkazy | 30. 11. 2021 |
| 10) Personální řízení a organizování | 7. 12. 2021 |
| <i>11) Předtermín</i> | <i>14. 12. 2021</i> |

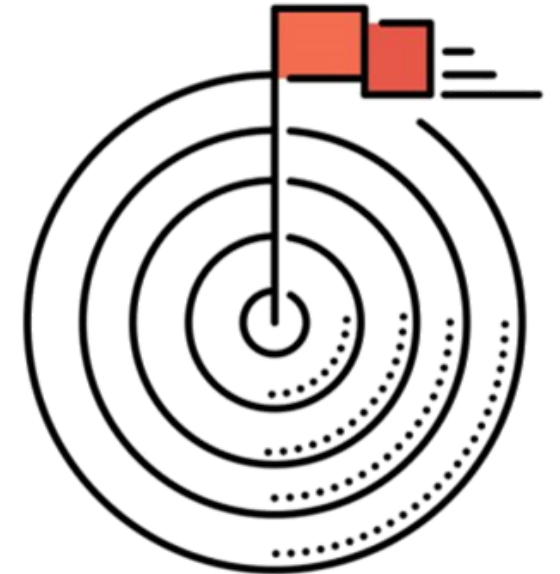
Podnikatelský plán

- Od nápadu k projektu
- Kreativní nástroje v práci s nápadem
- Adresáři podnikatelského plánu



Cíl

- bez cíle...
 - ...nevíme, kam jdeme
 - ...nevíme, jestli už tam jsme
 - ...nevíme, jestli nejdeme někam jinam
 - ...nevíme, jestli není potřeba změnit směr
- cíl vychází z motivace
- plán definuje cíl a cíl definuje plán
- plán je cesta, jak dosáhnout cíle
- cíl odpovídá na otázku proč děláme to, co děláme



Cíl – metodika SMART

- **S** – specifický, jasný, přesně formulovaný *(specific)*
- **M** – měřitelný, ne obecný *(measured)*
- **A** – odsouhlasený, akceptovaný *(agreed, accepted)*
- **R** – reálný, dosažitelný, ale ambiciózní *(realistic)*
- **T** – časově vymezený *(timed)*

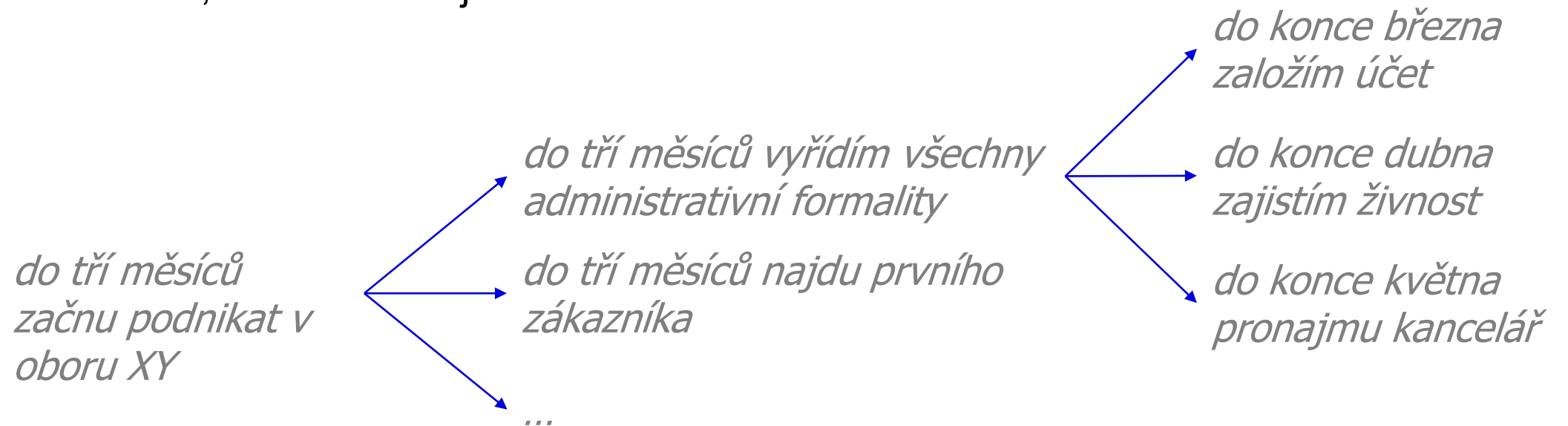
Špatně stanovený cíl

- vyvolává dodatečné otázky
- musí být dovysvětlen a objasněn
- nefunguje sám o sobě
- neevokuje kroky, které k němu vedou
- nemůže být předán...

...prostě není SMART

Hierarchie cílů

- hlavní cíl je většinou potřeba rozpracovat do dílčích cílů
 - musí být SMART
 - navzájem se podporují
 - představují dílčí kroky směrem k hlavnímu cíli
 - čím nižší úroveň, tím konkrétnější



Od nápadu k plánu

elevator pitch

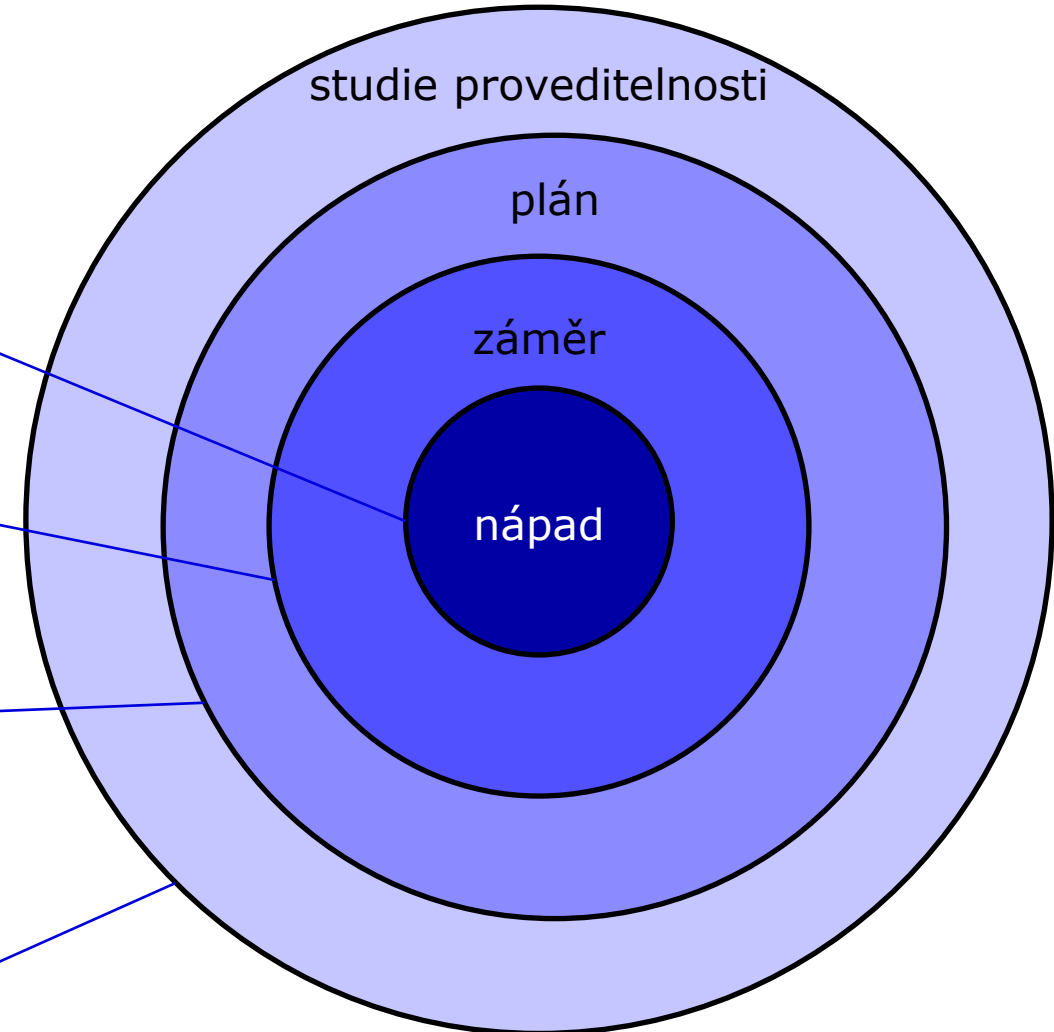
nestrukturovaný,
k vyvolání zájmu

stručný, rámcový, bez
zbytečných detailů

koncepční, komplexní,
obsah podle adresáta,
zaměřený na zákazníka

technická, detailní,
soustředěná na
legislativu a finance

- účel
- adresát
- příležitost
- prostor a čas



Od nápadu k plánu

- ujasnit si svoji motivaci a cíl
- zkontrolovat, zda je nápad skutečně zpeněžitelný
- podívat se na budoucí podnik očima cílového zákazníka
 - jaký problém bude produkt řešit?
 - jak ho řeší zákazníci teď?
 - v čem je plánované řešení nové/jiné?
 - jaké budou náklady spojené s realizací?
 - za co a kolik budou zákazníci platit?

Lean Canvas

- Alexander Osterwalder*
 - www.leancanvas.cz
 - stručně, jasně, promyšleně, provázaně
 - na jednu A4
-
- srozumitelně prezentuje hlavní aspekty projektu

* The Business Model Canvas. nonlinearthinking.typepad.com, July 05, 2008. Accessed Feb 25, 2010.

Lean Canvas



Lean Canvas

Podnikatelský plán na jedné straně papíru
Online kurz zdarma na www.leancanvas.cz

Projekt:

Autor:

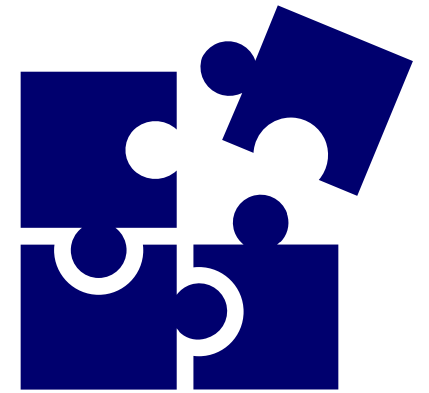
Datum:

Verze #

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

Podnikatelský plán

- vnitřně konzistentní a ucelený
- přiměřeně rozsáhlý
- strukturovaný a přehledný
- schopný fungovat samostatně
- postavený na spolehlivých datech
- objektivní a nezkreslený
- důvěryhodný
- doplněný grafy, tabulkami a vysvětlujícími přílohami



Podnikatelský plán



Tvorba podnikatelského plánu

– Kreativní fáze

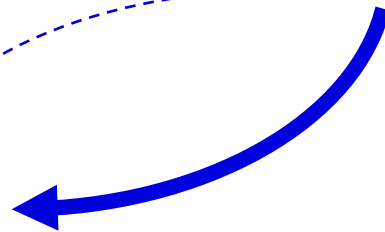
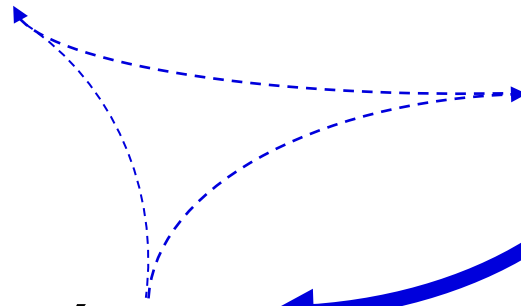
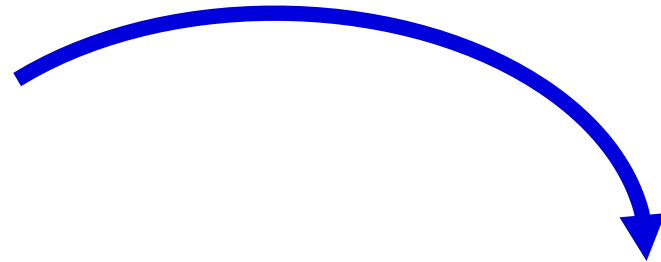
- Vytvořit z nápadu záměr
- Stanovit si cíl
- Promyslet souvislosti

• Analytická fáze

- Vybrat metody a postupy
- Sebrat data
- Roztřídit a analyzovat data
- Interpretovat data

• Tvůrčí fáze

- Sepsat podnikatelský plán



Adresáti

– My sami

- stanovení a konkretizace cílů
 - uspořádání myšlenek
 - odhalení bariér, možných překážek
 - stanovení časového horizontu
-
- sami sobě bychom neměli lhát
 - klíčová je snaha o objektivitu
 - nemusí jít o ucelený text



Adresáti

- **Investoři a banky**
 - představení možné investice
 - podpora při žádosti o finanční prostředky
 - soutěž s jinými projekty
- investoři nejsou hloupí
- jde jim o návratnost investice
- nejsou cílem, ale prostředkem



Adresáti

- **Inkubátory, soutěže a granty**
 - podklad pro rozhodování mezi různými projekty
 - musí odpovídat zadání
 - často stačí zaujmout
- počítá se s další prací na projektu
- důležitá je originalita a nápad
- musí být v souladu s výzvou



Adresáti

– Klíčové zaměstnanci

- představení společnosti a jejích plánů
 - smysluplný obsah a dopad
 - inovativnost
-
- cílem je zaujmout
 - představit smysl a perspektivu
 - přesvědčit o dlouhodobosti a vizi



Struktura podnikatelského plánu

- Titulní strana s představením společnosti
- Shrnutí (Executive Summary)
- 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

Titulní strana

- zapamatovatelná, personifikovaná, odlišitelná od ostatních
- logo
- jména autorů
- jméno podniku nebo produktu
- neagresivní, ale zajímavá grafika

Shrnutí

- nejdůležitější kapitola celého podnikatelského plánu
- rozhoduje o (ne)přečtení, zájmu, spolupráci,...

- stručné, jasné, srozumitelné, obsahuje několik čísel
- vyvolává zájem a chuť číst dál
- hlavní body a plánu a jeho výsledek
- maximálně na jednu stránku
- píšeme ho až na konec

~~rozvlačnost~~

~~snaha o
senzaci~~

~~reklamní fráze~~

~~subjektivita~~

Profesní a osobní údaje podnikatele

- představení vlastníků / podnikatelů / zakladatelů
- profesní kariéra, pracovní zkušenosti, motivace
- vhodně zvolená fotka (profesionální, průkazová)
- maximálně 1 odstavec na osobu

~~kompletní životopis~~

~~rozvláčnost~~

~~selfie~~

~~nesouvisející koníčky~~

Popis podniku

- popis podnikatelské příležitosti
- popis produktu
- zajištění vstupů a dodavatelů

- problém, který podnikatel řeší
- konkrétní a detailní popis výrobku nebo služby
- procesy a jejich návaznost



Postavení firmy na trhu, konkurence

- analýza trhu
- analýza konkurence
- předpokládaná tržní pozice
- zásadní hrozby a bariéry
- standardní analytické nástroje
 - PEST(ELED), Porterova analýza 5 sil, SWOT analýza, marketingový výzkum

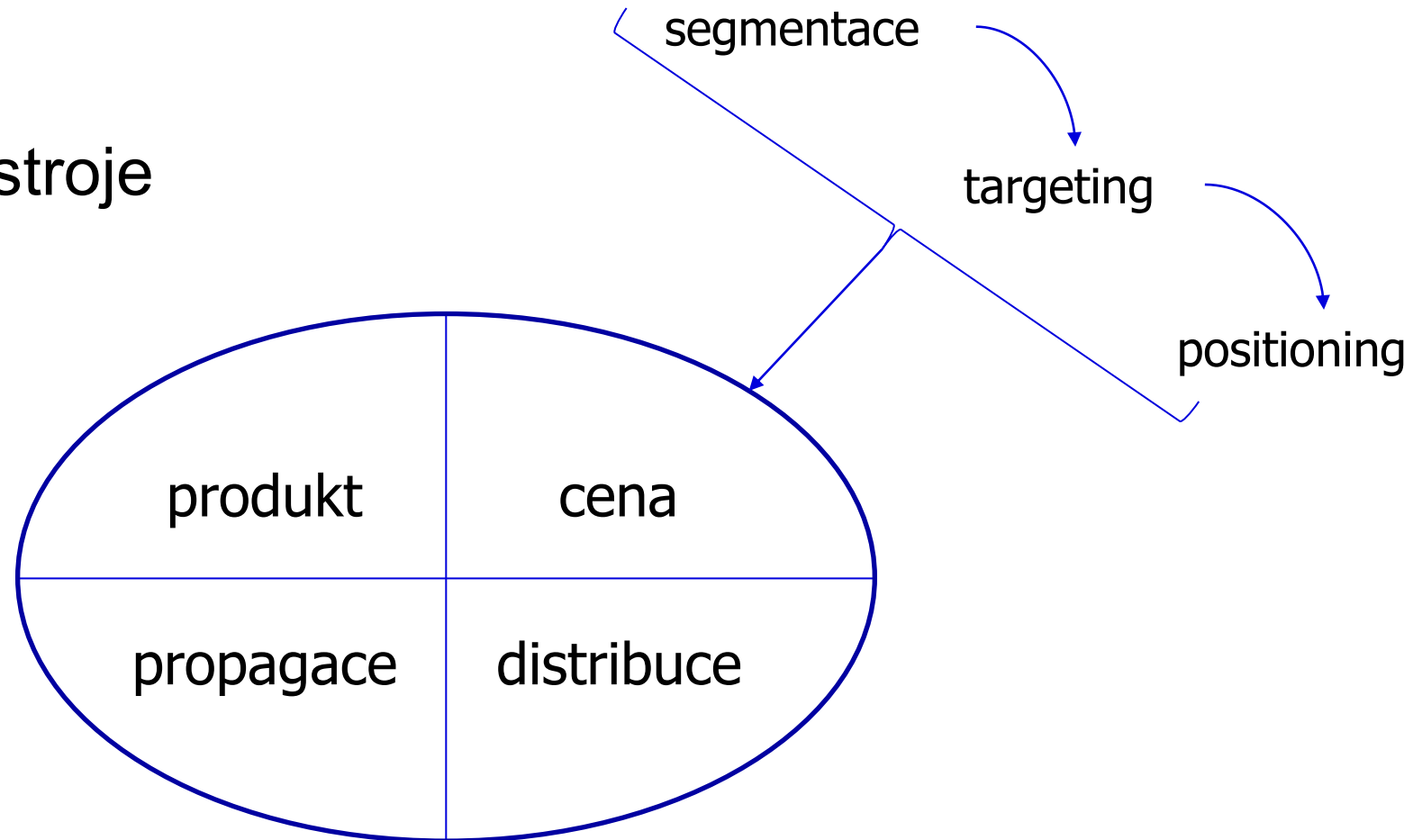
~~zesměšňování
konkurence~~

~~neaktuální data~~

~~obecné proklamace~~

Marketingový plán

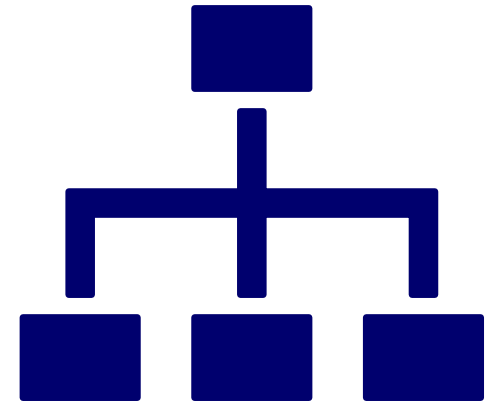
- cílový segment
- marketingové nástroje



Personální zdroje a organizační plán

- procesy
- požadavky
- zajištění

- co všechno se bude dělat
- kolik a jakých lidí se bude na projektu podílet
- co musí umět, za co budou zodpovědní



Finanční plán

- náklady
- výnosy
- investice

- finanční ukazatele, bod zvratu
- grafy a tabulky
- nadhodnocené náklady, podhodnocené výnosy
- pesimistická, realistická a optimistická varianta

~~výmysly~~

~~(ne)úmyslná opomenutí~~

~~nečitelné prvky~~

~~zkreslená data~~

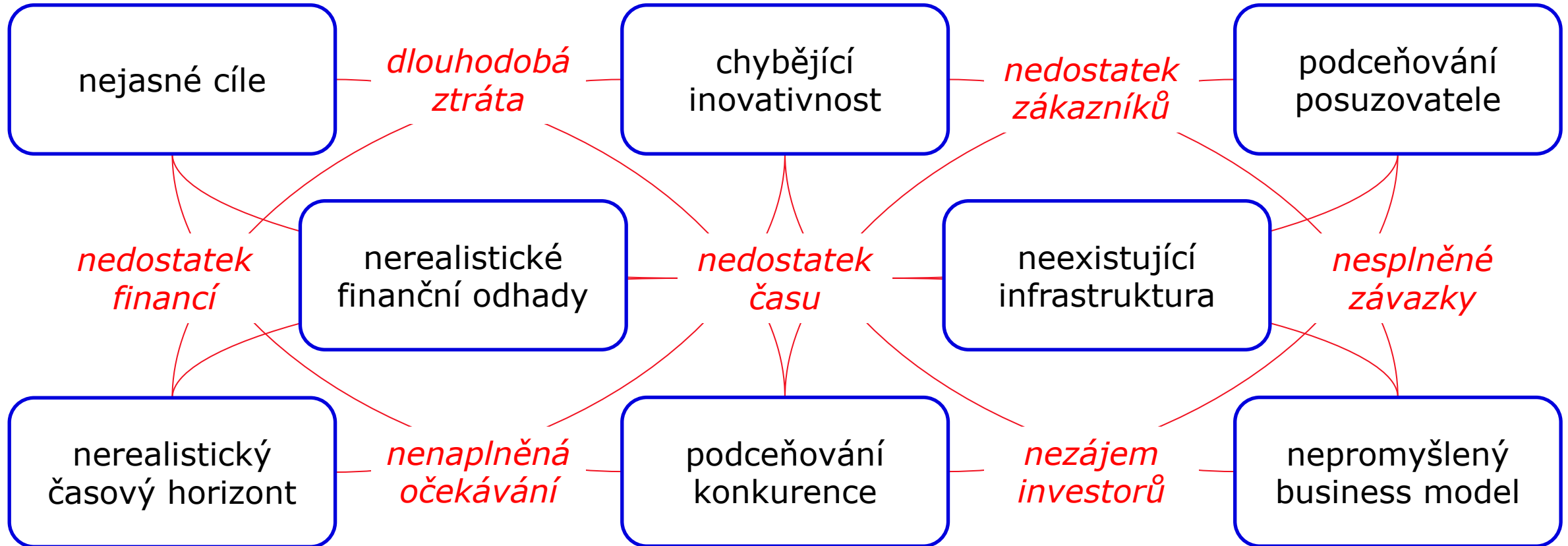
Rizika projektu

- demonstrují promyšlenost a připravenost
- umožňují přípravu

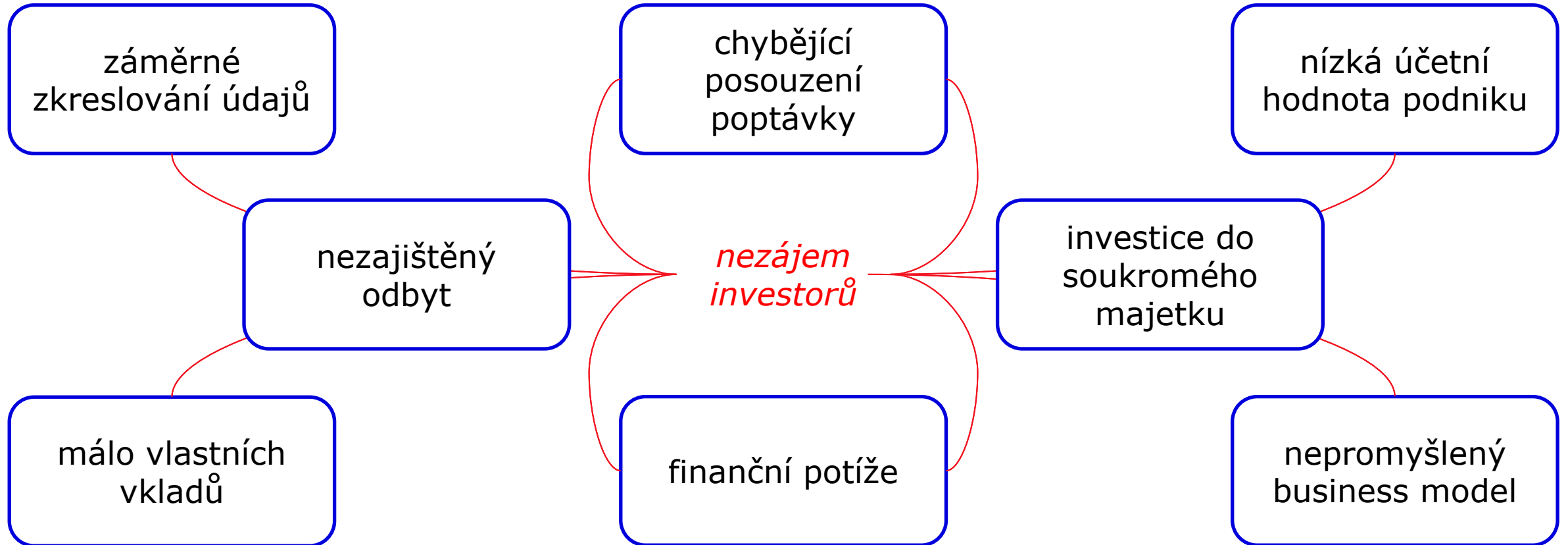
Přílohy

- rozsáhlejší tabulky, kompletní životopisy, technické nákresy, mapy, rozpisy, delší seznamy, formuláře, smlouvy, doklady,...

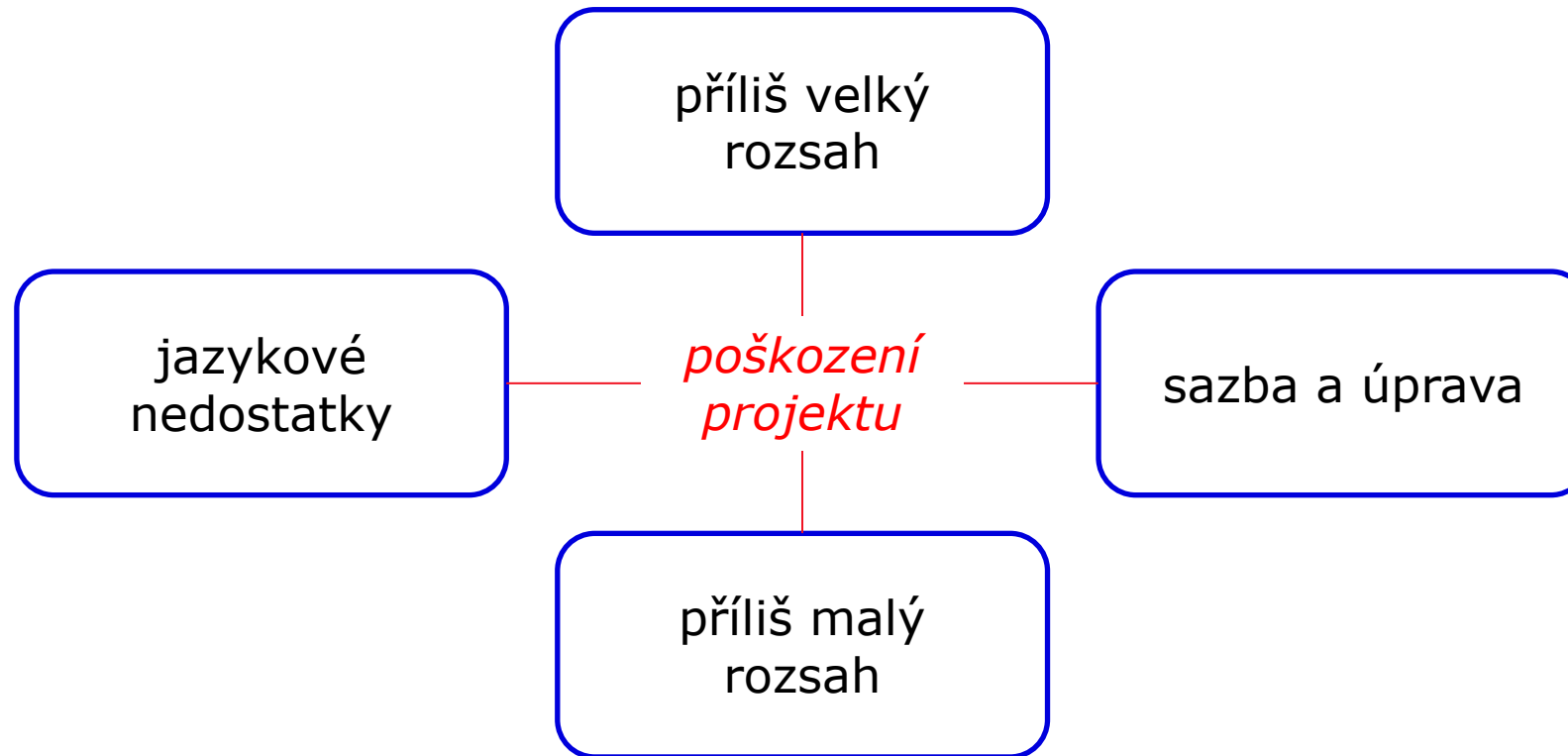
Chyby ohrožující realizaci



Chyby z pohledu investorů



Formální chyby



Úkolový list č. 2

- Zadání č. 1 „Podnikatelský plán – kritika“
- Zadání č. 2 „Myšlenková mapa projektu“
- Zadání č. 3 „Lean Canvas“

Zadání č. 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)**

Zadání č. 2: Myšlenková mapa studia

- důkladně si promyslete povinnosti spojené s ukončením svého studia a další související aspekty **(1)**
- projděte si odkazy na zpracovávání myšlenkových map a jeden z nástrojů si vyberte **(2)**
- zpracujte myšlenkovou mapu svého studia **(3)**
- stručně mapu popište **(4)**

Zadání č. 3: Lean Canvas

- nastudujte si metodiku Lean Canvas do detailu (např. na 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/Podnikatelsky-zamer/jak-zatraktivnit-podnikatelsky-plan-pro-banky-a-investory.html>
- <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>
- <https://www.info.cz/podcasty/podnikatelka>
- <http://www.czech-franchise.cz/>
- <http://www.rozjezdy.cz>
- <https://podnikatelroku.cz/>
- http://pardubice.idnes.cz/ceske-ghicko-ghi-prepustene-maslo-vysoke-myto-f4z-/pardubice-zpravy.aspx?c=A150522_203156_pardubice-zpravy_msv
- http://finance.idnes.cz/podnikatelka-lucie-hladikova-o-ceske-vyrobe-plen-f6f-/podnikani.aspx?c=A160215_230219_podnikani_mrs
- http://finance.idnes.cz/rozhovor-s-podnikatelem-martinem-krizem-fp2-/podnikani.aspx?c=A160201_164700_podnikani_kho

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
- HAWKEN, Paul, Amory B LOVINS a L LOVINS. Přírodní kapitalismus: jak se rodí další průmyslová revoluce. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 2003, 476 s. ISBN 80-204-1078-3.
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VEBER, Jaromír. Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. 2. aktualiz. vyd.. Praha: Management Press, 2009, 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.

?

?

?

?

?

Otázky?

?

?

?

?

?

?

Děkuji za pozornost!