

## OBCHODNÝ PLÁN PRE VAŠE PODNIKANIE

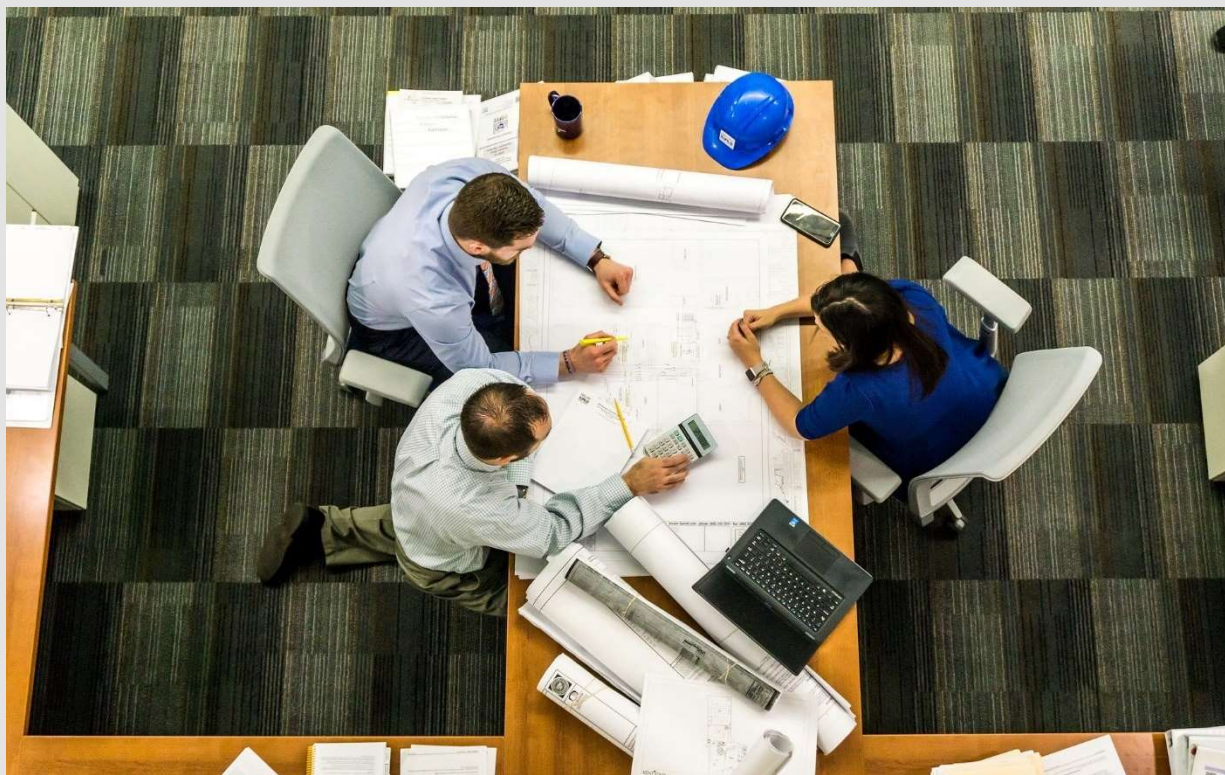


Image from Pixabay

### Čo je to podnikateľský plán a prečo je užitočný?

Podnikateľský plán je dokument, v ktorom sa identifikuje, opíše a analyzuje obchodná príležitosť a skúma sa jej technická, ekonomická a finančná uskutočniteľnosť. Plán rozvíja všetky postupy a stratégie potrebné na premenu obchodnej príležitosti na skutočný podnikateľský projekt. Je to nevyhnutný nástroj na začatie podnikateľského projektu bez ohľadu na veľkosť projektu a / alebo množstvo obchodných skúseností podnikateľa. Poskytuje odpoveď na jednoduché otázky týkajúce sa nového alebo už prebiehajúceho podnikania.

## Aký je účel podnikateľského plánu?

Účelom podnikateľského plánu je identifikovať, opísať a analyzovať obchodnú príležitosť a / alebo podnikanie a preskúmať jeho technickú, ekonomickú a finančnú uskutočniteľnosť .

Okrem toho by mal slúžiť ako vizitka na predstavenie podniku ostatným, ako sú banky, investori, inštitúcie, verejné orgány alebo akýkoľvek iný zúčastnený partner, keď nastane čas hľadať spoluprácu alebo finančnú podporu akéhokoľvek druhu.

## Prečo by som mal pripraviť podnikateľský plán?

- Pretože poskytuje globálnu analýzu podnikania
- Pretože nás núti analyzovať, či je obchodný projekt uskutočniteľný alebo nie
- Pretože núti robiť strategické úvahy o podnikaní
- Pretože pomôže riadiť podnikanie
- Pretože slúži ako vizitka predstavujúca myšlienku spoločnosti

## Obsah podnikateľského plánu

### 1. Úvod

Úvod predstavuje váš obchodný návrh. Aj keď ide o poslednú časť, ktorá sa má napísať, ide o prvú stránku podnikateľského plánu. Čítajú ju ľudia, ktorí nie sú s vašou firmou oboznámení, preto sa vyhnite písaniu rozsiahlych informácií. Úvod zdôrazňuje najdôležitejšie body a mal by obsahovať nasledovné body:

- Váš produkt alebo služba a jej výhody.
- Vaša príležitosť na trhu.
- Váš manažérsky tím.
- Vaše doterajšie výsledky.
- Finančné prognózy.
- Požiadavky na financovanie a očakávané výnosy.

Pri rozhodovaní o tom, či podporiť začatie činnosti, manažéri bánk a investori často vydávajú predbežné rozhodnutia na základe obsahu podnikateľského plánu.

## 2. Podnikanie

**Vysvetlite pozadie svojho podnikateľského zámeru vrátane:**

- Časový rozvrh podnikateľského nápadu v jeho súčasnej podobe.
- Doteraz vykonaná práca.
- Akékoľvek súvisiace skúsenosti, ktoré máte.
- Navrhovaná vlastnícka štruktúra podniku.

**Vysvetlite jednoduchým jazykom , aký je váš produkt alebo služba. Vysvetlite, ako:**

- sa bude odlišovať od ostatných produktov alebo služieb
- vaši zákazníci získajú nákupom vášho produktu alebo služby
- sa podnikanie môže rozvíjať tak, aby vyhovovalo meniacim sa potrebám zákazníkov v budúcnosti.

Je dôležité pokryť všetky nevýhody alebo slabé stránky, ktoré podnikanie môže priniesť. Buďte úprimní, vzbudzuje to dôveru.

Vysvetlite všetky kľúčové charakteristiky odvetvia ( napr. osobitné predpisy, účinné kartely alebo zásadné zmeny v technológii).

## 3. Trhy a konkurenti

Zamerajte sa na segmenty trhu, na ktoré chcete zacieliť. Napríklad, lokálni zákazníci alebo konkrétne vekovej skupiny.

- Uveďte, aký veľký je každý segment trhu a či rastie alebo klesá.
- Ukážte dôležité trendy a ich príčiny.
- Načrtnite kľúčové charakteristiky kupujúcich v každom segmente ( napr. vek, pohlavie alebo príjem).
- Spomeňte zákazníkov, ktorých ste už oslovili. Aký bol predaj, ktorý ste už dosiahli.

Aké sú konkurenčné produkty a kto ich dodáva?

- Uveďte výhody a nevýhody všetkých svojich konkurentov a ich produktov.
- Vysvetlite, prečo by ľudia opustili etablovaných konkurentov a namiesto toho by kupovali od vás.
- Ukážte, ako rozumiete reakciám vašich konkurentov na stratu podnikania a ukážte, ako na ne budete reagovať.

Pokiaľ nebude existovať životaschopný trh a neviete, ako môžete poraziť konkurenciu, vaše podnikanie bude zraniteľné. Musíte preukázať, že ste vykonali prieskum trhu potrebný na odôvodnenie toho, čo hovoríte v pláne.



Image from Pixabay

#### **4. Predaj a marketing**

Táto časť je rozhodujúca. Často to dáva dobrý obraz o šanciach podniku na úspech. Ako váš produkt alebo služba uspokojí špecifické potreby vašich zákazníkov?

##### **Ako umiestnite svoj produkt?**

- V tejto časti ukážete, ako sa bude vaša cena, kvalita, čas odozvy a servis porovnávať s konkurenciou.
- V prípade potreby uveďte údaje o minimálnej objednávke.

##### **Ako budete predávať zákazníkovi?**

Napríklad telefonicky, prostredníctvom vášho webu, osobne alebo prostredníctvom agenta.

- Zoznam kľúčových predajných miest pre váš produkt alebo službu.
- Ukážte, na ako dlho predpovedáte predaj. Mnoho nových podnikov podceňuje čas potrebný na získanie každej objednávky. V prvom roku môžete stráviť až 80 percent času kontaktovaním a predajom.
- Budete mať možnosť zopakovať predchádzajúci predaj? Ak nie, bolo by ťažké vytvoriť požadované množstvo predaja do budúcnosti.

#### **Kto budú vaši prví zákazníci?**

- Ukážte, ktorí zákazníci prejavili záujem alebo sľúbili, že od vás kúpia, a predaj, ktorý predstavujú.
- Ako identifikujete potenciálnych zákazníkov? Ak nedokážete preukázať, že máte jasne definovanú skupinu potenciálnych zákazníkov, bude pravdepodobne začatie podnikania problémom.

#### **Ako propagujete svoj produkt?**

Napríklad pomocou reklamy, PR, direct mailu alebo prostredníctvom e-mailu a webovej stránky.

#### **Aký príspevok k zisku prinesie každá časť vášho podnikania?**

- Väčšina firiem potrebuje viac ako jeden produkt, viac ako jeden typ zákazníka a viac ako jeden distribučný kanál.
- Pozrite sa na seba. Preskúmajte svoje pravdepodobné tržby, ziskové marže a náklady.
- Identifikujte, kde očakávate zisk a kde môže byť priestor na zvýšenie marží alebo predaja. Služby a nehmotné produkty (napr. počítačový softvér) sa ťažšie uvádzajú na trh. Podniky začínajúce v týchto oblastiach musia vo svojich obchodných plánoch venovať osobitnú pozornosť marketingu.

### **5. Manažment**

Ľudia, ktorí čítajú podnikateľský plán, musia dostať predstavu o tom, prečo by mali veriť manažmentu vášho startupu.

#### **Osvojte si manažérske zručnosti vo svojom tíme.**

- Definujte každú úlohu riadenia a kto ju naplní.
- Ukážte svoje silné stránky a načrtnite, ako sa vysporiadate s akýmikoľvek slabými stranami.
- Opíšte pozadie a skúsenosti každého člena tímu.

- Objasnite, ako máte v úmysle pokryť kľúčové oblasti výroby, predaja, marketingu, financií a správy.
- Mali by ste načrtnúť informačné systémy a postupy riadenia. Napríklad manažérske účty, predaj, kontrola zásob a kontrola kvality.
- Ukážte, ku koľkým 'mentorom' a ďalším podporovateľom budete mať prístup.

#### **Ako sa angažujete?**

- Banky a iní potenciálni investori budú chcieť mať istotu, že ste odhodlaní podnikať. Ukážte, koľko času a peňazí prispeje každý z riadiacich tímov a aké budú vaše platy a výhody.

#### **6. Riadenie**

Vysvetlite, aké zariadenia bude mať podnik a ako dodá výrobok alebo službu zákazníčkovi.

Ukážte klady a zápory vašej polohy.

Uveďte zariadenia, ktoré potrebujete na spustenie (napr. Vybavenie a stroje). Niektoré začínajúce podniky potrebujú iba stôl a telefón.

- Zvážte akékoľvek potenciálne obmedzenia výrobných kapacít. Ak sa chystáte vyrábať alebo distribuovať výrobky, ukážte, ako a kde ich budete skladovať a ako dlho.

Poskytnite zoznam pozícií zamestnancov, ktoré potrebujete obsadiť a ich požadované zručnosti.

#### **7. Finančné predpovede**

Vaše finančné predpovede premieňajú to, čo ste už povedali o svojej firme, na čísla.

Reálna predpoveď predaja tvorí základ pre všetky vaše ďalšie údaje.

- Rozdeľte údaje o celkovom predaji na jednotlivé komponenty (napr. Rôzne druhy výrobkov alebo predaje rôznym typom kupujúcich).

Vaša prognóza toku hotovosti ukazuje, koľko peňazí očakávate, že bude plynúť na a z vášho bankového účtu a kedy. Musíte preukázať, že vaše podnikanie bude mať prístup k dostatočnému množstvu peňazí na prežitie.

- Preukážte, že ste zvážili kľúčové faktory ovplyvňujúce tok peňazí (cashflow). napr. úroveň a načasovanie výnosov z predaja, mzdy.
- Ukážte, že kedy príde viac peňazí na účet ako by malo odísť („pozitívne na peniaze“).

Prognóza vášho zisku a straty (P&L) jasne ukazuje, ako sa bude podnik posúvať vpred. Zhrňte ročnú predpoveď zisku a strát pre každý z prvých dvoch alebo troch rokov obchodovania.

- Vypočítajte obrat, ktorý potrebujete prelomiť, aby ste neboli v strate:

$$\text{€ Breakeven} = \frac{\text{€ Fixné náklady}}{\% \text{ Hrubá marža}} * 100$$

Ak je vaša hrubá marža 25%, váš predaj musí byť štvornásobne väčší ako fixné náklady.

- Porovnajte úroveň obratu s predajom, ktorý predpovedáte.

Ak spúšťate väčšiu prevádzku, budete tiež potrebovať predpokladané súvahy. Ukážu vám finančný stav vášho podnikania v prvý deň a na konci roka, pravdepodobne počas prvých dvoch alebo troch rokov.

Nesústredte sa príliš na svoje predpovede. Možno ich budete musieť upraviť. Pre každú predpoveď uveďte zoznam všetkých vašich kľúčových predpokladov (napr. ceny, objem predaja, načasovanie). Poradcovia pre malé podniky v bankách a vašej miestnej organizácii na podporu podnikania vám často pomôžu bezplatne zostaviť vaše predpovede.



Image from Pixabay

## 8. Finančné požiadavky

Prognóza toku hotovosti ukáže, koľko financií podnik potrebuje. Vaše hodnotenie rizík určí, či je potrebné zabezpečiť núdzové financovanie.

Povedzte, koľko financií budete chcieť, kedy a v akej forme. Môžete napríklad požiadať o pôžičku s pevným úrokom alebo o kontokorentný úver.

Uveďte, na čo budú použité finančné prostriedky.

- Ukážte, koľko bude na nákup vybavenia a koľko na prevádzkový kapitál (financovanie akcií a dlžníkov).

Potvrďte, že si to budete môcť dovoliť.

## 9. Posúdenie rizík



Prezrite si podnikateľský plán a izolujte oblasti, v ktorých by sa niečo mohlo pokaziť

(napr. Ak sa váš hlavný dodávateľ uzavrie).

- Čo by ste urobili, keby sa to skutočne stalo?

Zvážte celý rad scenárov typu „ak“ ( napr. Čo sa stane s vašim tokom peňazí, ak sú tržby nižšie o 20% alebo o 15% vyššie, ako sa predpokladalo). Ak existujú vážne riziká:

- môžete zabezpečiť núdzové financovanie na pokrytie potrebných finančných prostriedkov
- môžete sa rozhodnúť, že podnikanie je príliš riskantné a celý projekt opustiť. Posúdenie rizika vám pomôže minimalizovať problémy a pomôže vám vybudovať si dôveryhodnosť u ktoréhokoľvek investora alebo banky.

## **10. Prílohy**

Podrobné finančné predpovede (mesačné tržby, mesačné peňažné toky, P&L) by sa mali zvyčajne uviesť v prílohe.

- Uvedte podrobný zoznam predpokladov. Napríklad ziskové rozpätie každého produktu, obdobie vymáhania dlžníkov dlhov, obdobie platieb veriteľom, obrat akcií, úroky a výmenné kurzy, nákupy vybavenia.

Možno budete chcieť poskytnúť ďalšie relevantné informácie.

- Podrobné životopisy kľúčových zamestnancov (nevyhnutné, ak hľadáte externé financovanie).
- Údaje z prieskumu trhu.
- Dokumentácia o produkte alebo technické špecifikácie.
- Definíciu cieľových zákazníkov.
- Zoznam externých zdrojov údajov použitých vo vašom výskume zvýši dôveryhodnosť informácií .

## **11. Prezentácia plánu**

Čím spoľahlivejšie informácie získate, tým lepší bude obchodný plán. Bankár alebo investor však nebude mať čas prečítať si všetky podrobnosti.

Vytvorte svoj obchodný plán krátky.

- Väčšina obchodných plánov je príliš dlhá. Zamerajte sa na to, čo čitateľ potrebuje vedieť.

Nech je to profesionálne.

- Vložte podnikateľský plán do obálky a pomenujte ho.
- Zahrňte doňho aj stránku s obsahom.

**Vyskúšajte si to.**

Prečítajte si to sami. Dalo by čítanie vášho plánu externistovi dobrý pocit z vášho podnikania a pochopenie kľúčových otázok? Ukážte plán priateľom a odborným poradcom a požiadajte ich o pripomienky.



Image from Pixabay