



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INOVATÍVNE VZDELÁVACIE NÁSTROJE



Téma: „**PODNIKATEĽSKÝ PLÁN – PLÁNOVAŤ SA OPLATÍ**”

Tomasz Załona

Monika Danielska

I. Odôvodnenie výberu témy

Hodiny sú založené na potrebnom množstve vedomostí o podnikateľskom pláne a jeho význame pre činnosť firmy.

Žiaci dostanú praktické rady a cvičenia, ktoré im pomôžu pripraviť podnikateľský plán.

II. Všeobecné vzdelávacie ciele

- Získavanie vedomosti o kľúčových otázkach súvisiacich s organizáciou a vedením firmy,
- Pochopenie, akým spôsobom môžu byť tieto vedomosti užitočné pri každodennej realizácii plánov v rámci vlastného podnikania,
- Dôležitým prvkom realizácie témy je získavanie zručností súvisiacich so začiatkom, fungovaním a rozvojom podnikania.

III. Tematický rozsah hodín

1. Význam plánovania pri podnikaní
2. Stratégia činnosti
3. Podstata a príjemcovia podnikateľského plánu
4. Funkcie a vlastnosti podnikateľského plánu
5. Ako napísať podnikateľský plán?
6. Zložky podnikateľského plánu
7. Cvičenia

IV. Metódy vedenia hodín

- 1) Miniprednáška (na základe prezentácie)
- 2) Ilustračné materiály – interaktívny film
- 3) Práca pod vedením
- 4) Práca v skupine

1. Význam plánovania pri podnikaní

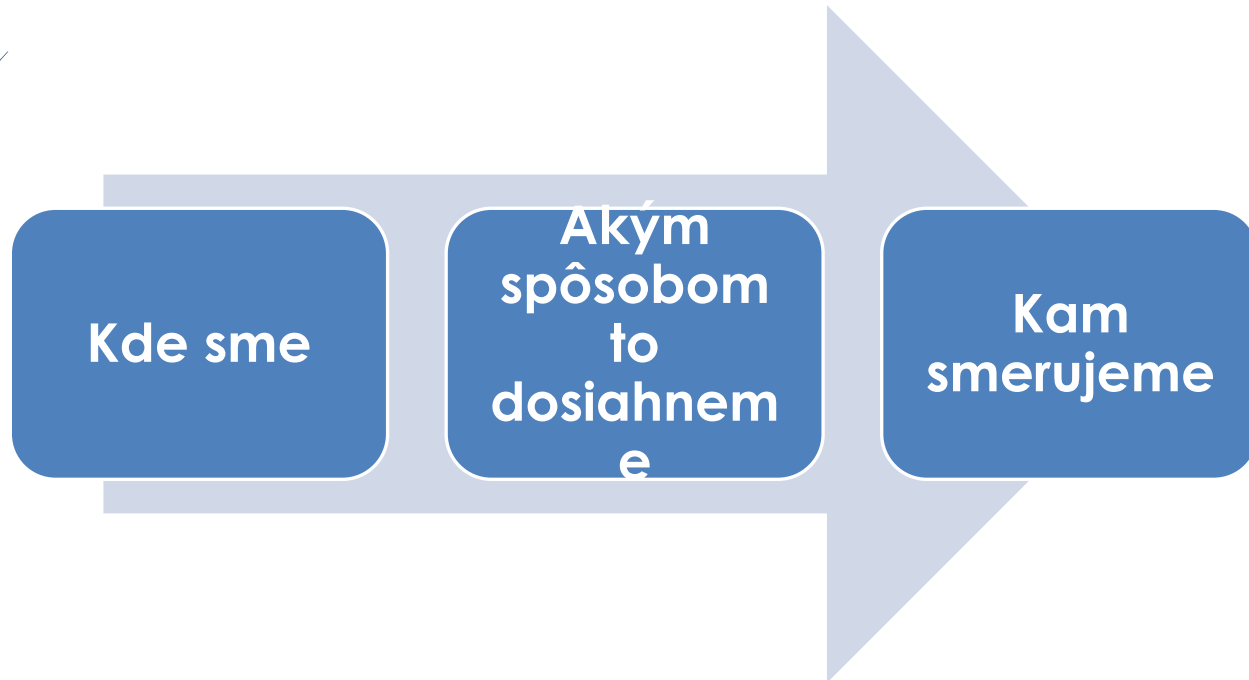
Viete o tom, že plánovanie znamená premýšľanie pred konaním?

ÁNO!

Tvorba podnikateľských a iných strategických plánov je výrazom perspektívneho myslenia o budúcnosti firmy.

1. Význam plánovania pri podnikaní

Správne plánovanie svojej podnikateľskej činnosti na základe analýzy prostredia a jeho štruktúry je míľnikom k dosiahnutiu úspechu na trhu.



1. Význam plánovania pri podnikaní

Plánovanie činnosti musí byť:

- **Vedomé**
- **Racionálne**
- **Viesť k zmene**
- **Podriadené rozhodovacej stratégii**
- **Logicky usporiadaný sled reakcií**

1. Význam plánovania pri podnikaní

Prečo je plánovanie podnikania také dôležité?

- Je základom ziskov a rozvoja firmy v dlhej časovej perspektíve.
- Príprava plánu si vyžaduje čas a úsilie najmenej niekoľkých ľudí, preto by mal byť využívaný pre dobro firmy a ak sa s časom stane neaktuálnym, mal by byť zmodifikovaný.

2. Akčný plán

Základné prvky strategickej analýzy.

Strategická analýza – je sled strategických činností, cieľom ktorých je určenie aktuálnych a budúcich príležitostí a hrozieb, čiže vonkajších podmienok rozvoja, a tiež hodnotenie potenciálu spoločnosti, jej schopnosti využívať príležitosti a pôsobiť proti hrozbám.



2. Akčný plán

Ciele a rozsah strategickej analýzy

Jej cieľom je určenie kľúčových vplyvov na aktuálnu a budúcu situáciu firmy, a to prostredníctvom voľby stratégie, ktorá spoločnosť pripraví na tieto vplyvy.

2. Akčný plán

Strategická analýza určuje strategické postavenie spoločnosti v súčasnosti a budúcnosti.

Súčasná strategická analýza definuje:

- **Konkurenčné postavenie firmy v rámci sektora,**
- **Základné faktory formujúce súčasnú strategickú pozíciu firmy.**



2. Akčný plán

Strategická analýza budúcnosti definuje:

- **Aké zmeny nastanú v prostredí,**
- **Aké zmeny ovplyvnia spoločnosť za predpokladu jej súčasnej štruktúry a zdrojov.**



2. Akčný plán

Z cieľov strategickej analýzy vyplýva jej obsah. Obsahuje nasledujúce oblasti:

- Ciele a očakávania ľudí a skupín, ktoré s organizáciou súvisia (súčasnú a možné zmeny).
- Zdroje organizácie (vlastné a dostupné).
- Vzdialenejšie a bližšie prostredie organizácie (súčasnú a budúce).

2. Akčný plán

Rozsah a metódy strategickej analýzy vo výraznej miere závisia od:

- Vízie stratégie rozvoja spoločnosti,
- Situácie v spoločnosti,
- Charakteristiky spoločnosti (napr. diverzifikovaná, špecializovaná, veľká a malá),
- Modelu prostredia,
- Rozsahu zmien v prostredí.

2. Akčný plán

Analýza prostredia spoločnosti

Vo všeobecnosti sa uznáva rozdelenie podnikového prostredia na makroprostredie (vzdialenejšie prostredie) a konkurenčné prostredie, teda priemyselné alebo odvetové prostredie (bližšie prostredie).

2. Akčný plán

Analýza makroprostredia

Do vzdialenejšieho prostredia patrí:

- Ekonomické,
- politicko-právne,
- Sociálno-kultúrne,
- Technologické prostredie.

2. Akčný plán

Analýza mikroprostredia

Zahŕňa: konkurenciu, klientov, dodávateľov, regulátorov, pracovnú silu, majiteľov, strategických partnerov (iné hospodárske subjekty, ktoré majú s firmou rôzne dohody, ktoré významným spôsobom formujú sektor, napr. fúzia bánk. Firmy so sebou spolupracujú v rámci spoločných projektov).

2. Akčný plán

Cieľom vnútornej analýzy je identifikácia silných a slabých stránok spoločnosti.

- Silnými stránkami sú pozitívne, vnútorné vlastnosti, ktoré môže spoločnosť využiť na dosiahnutie svojich strategických cieľov. Silné stránky určujú konkurenčnú prevahu a posilnenie pozície na trhu.
- Slabé stránky sú takými vnútornými vlastnosťami, ktoré neumožňujú alebo obmedzujú možnosť využívania šancí, ktoré sa v okolí nachádzajú.

2. Akčný plán

Analýza podnikových zdrojov

- Hmotné zdroje sú budovy, zariadenia, stroje, suroviny, výrobky a okrem toho aj finančné zdroje, ktoré spoločnosť má a ktoré môže získať.
- Nehmotnými zdrojmi sú riadiace a technologické zručnosti, ktoré zahŕňajú zručnosti jednotlivcov, skupín a ich organizácia.

3. Podstata a príjemcovia podnikateľského plánu

Podnikateľský plán - opis dlhodobých a krátkodobých cieľov spoločnosti, ponúkaných produktov a služieb, analýza trhových možností a prostriedkov, ktoré umožňujú dosiahnutie cieľov v konkrétnom prostredí (obsahuje súbor dokumentov, analýz, programov).

3. Podstata a príjemcovia podnikateľského plánu

Podnikateľský plán slúži ako:

- Informačný nástroj potrebný na organizáciu práce vo vnútri firmy;
- Nástroj na plánovanie, ktorý umožní vytvoriť koncepciu fungovania a vylepšiť stratégiu spoločnosti;
- Nástroj na posúdenie šancí na úspech plánovaného projektu;
- Kontrolný nástroj, ktorý umožňuje porovnávať aktuálne výsledky spoločnosti s uskutočnenými plánmi.

3. Podstata a príjemcovia podnikateľského plánu

Podnikateľský plán tiež pomáha:

- Získať financovanie projektu – je nástrojom, pomocou ktorého môžete presvedčiť finančnú inštitúciu, aby projekt financovala;
- Overiť myšlienku – tento dokument umožňuje urobiť hĺbkovú analýzu ziskovosti projektu;
- Riadiť spoločnosť – podnikateľský plán nám pripomenie kam smerujeme a pomáha nám udržať si vybranú cestu.
- Je smernicou a zoznamom vecí, ktoré je potrebné urobiť 😊.

3. Podstata a príjemcovia podnikateľského plánu

Podnikateľský plán je vypracovaný:

- Pre interné použitie s cieľom definovať presný plán činnosti, ciele, určenia úloh, spôsobov a termínov realizácie.
- Pre vonkajšie použitie s cieľom získať vonkajšie prostriedky na realizáciu projektu.

4. Funkcie a vlastnosti podnikateľského plánu

Funkcie podnikateľského plánu:

- Informačná,
- Kontrolná,
- Vnútoraná informácia.

4. Funkcie a vlastnosti podnikateľského plánu

Vlastnosti správne pripraveného podnikateľského plánu:

- Starostlivo premyslený nápad,
- Jasný a výstižný jazyk,
- Jasná a logická štruktúra,
- Ilustruje Vašu schopnosť uspieť v podnikaní,
- Ukazuje, aké zisky môžete dosiahnuť.

5. Ako napísať podnikateľský plán?

Podnikateľský plán ma dokázať, že:

- Projekt je technicky, marketingovo a finančne uskutočniteľný,
- Projekt bude mať trvalý charakter,
- Projekt je životaschopný a sociálne opodstatnený (vplyv na pracovné miesta).

5. Ako napísať podnikateľský plán?

Podnikateľský plán by mal spĺňať tri základné kritéria.

Mal by byť:

- ▶ jednoduchý,
- ▶ presný,
- ▶ užitočný.

Podnikateľský plán sa tvorí preto, aby bolo myšlienka podnikania prezentovaná ako rozumné (vedomé a racionálne) využitie existujúcich zdrojov. Zároveň má poskytnúť hodnotiace kritéria výsledkov činnosti.

5. Ako napísať podnikateľský plán?

Poslanie, vízia...

Pred začatím písania podnikateľského plánu by sa malo sformulovať poslanie a vízia jednotlivca.

Poslanie – je najčastejšie krátkou formuláciou, ktorá definuje podstatu fungovania jednotky.

5. Ako napísať podnikateľský plán?

Vízia by mala obsahovať odpovede na otázky:

- Koho potreby uspokojujete?
- Aký produkt alebo služby uspokojuje tieto potreby?
- Aké máte kvalifikácie, vedomosti, zdroje?
- Aké príležitosti vytvára trh pre Váš produkt alebo službu a aké hrozby predstavuje konkurencia?
- Čo Vám prináša najväčší pocit uspokojenia?
- Čo plánujete dosiahnuť teraz a v budúcnosti?

6. Zložky podnikateľského plánu

Štruktúra podnikateľského plánu:

1. Všeobecná charakteristika podniku (údaje o firme);
2. Analýza trhu a marketingový plán;
3. Strategická analýza;
4. Technický plán (aktuálnej činnosti);
5. Organizačná štruktúra a plán zamestnanosti;
6. Finančný plán činnosti a pomerová analýza;
7. Analýza šancí na úspech a riziká, prekážky pre realizácií nápadu (zhrnutie);
8. Harmonogram činností.

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 1. Všeobecná charakteristika podniku

(údaje o firme)

- Poslanie, vízia spoločnosti a základné ciele činnosti (zhrnutie projektu spoločnosti)
- Názov a firemné logo
- Organizačno - právna forma
- Údaje o majiteľoch (vlastnícka štruktúra)
- Predmet činnosti (profil spoločnosti a rozsah činnosti firmy)
- Lokalizácia
- Pracovná oblasť

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 2. Analýza trhu a marketingový plán

- Produkt / služby
- Zjednodušená strategická analýza
- Trh
- Konkurencia na trhu
- Distribúcia, predajné metódy, propagácia
- Cena
- Prognózy predaja
- Príjmy

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 3. Strategická analýza

1. SWOT analýza
2. Varianty rozvojovej stratégie
3. Stratégia získavania investorov (zdrojov financovania).

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 4. Technický plán (prevádzkovej činnosti)

1. Opis plánovanej investície
2. Súčasná výrobná kapacita
3. Opis výrobnéj technológie alebo procesu poskytovania služieb
4. Množstevný plán výroby/služieb
5. Dodávka materiálov a surovín, spolupráca s dodávateľmi

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 5. Organizačná štruktúra a plán zamestnanosti

1. Manažéri
2. Personálny plán
3. Výplaty
4. Organizačná schéma

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 6. Finančný plán činnosti a pomerová analýza

1. Predpoklady v jednotlivých kategóriách činnosti.
2. Výpočet predpokladaných výdavkov a zdroje ich financovania.
3. Finančné správy, pomerová analýza.

6. Zložky podnikateľského plánu

Ad. 7. Analýza šancí na úspech a riziká, prekážky pri realizácii nápadu (zhrnutie).

Ad. 8. Časový plán aktivít

6. Zložky podnikateľského plánu

Najčastejšie chyby:

- ▶ Odkladanie;
- ▶ Finančná plynulosť;
- ▶ Nápady;
- ▶ Strach a obavy;
- ▶ Mätúce a neurčité ciele;

6. Praktické cvičenia



Ďakujem za pozornosť

