

Štruktúra a obsah podnikateľského plánu

Podnikateľský plán plní tri dôležité úlohy:

- núti podnikateľa premyslieť si dôležité otázky podnikania a logicky posúdiť všetky súvislosti spojené so založením spoločnosti
- poskytuje potenciálnemu investorovi, prípadne spoločníkovi informácie, na základe ktorých môže prijať rozhodnutie o financovaní alebo o spoluúčasti na projekte
- podnikateľ ho môže použiť ako sprievodcu pri rozbehu podniku a tiež ako užitočný monitorovací nástroj pre sledovanie chodu podniku.

Spracovanie podnikateľského plánu, jeho obsah a štruktúra budú závisieť od charakteru podniku, preto neexistuje ideálny vzor pre jeho vypracovanie. Napriek tomu by mal obsahovať minimálne tieto časti:

1. Zhrnutie projektu

Zhrnutie projektu je najdôležitejšou časťou plánu, lebo po jeho prečítaní musí byť jasné o aké výrobky, služby a trhy pôjde, aké kompetencie majú kľúčové osobnosti v podniku, koľko projekt bude stáť a čo z neho možno získať. V zhrnutí projektu treba stručne a jasne predstaviť celý podnikateľský plán. Tu treba zosumarizovať hlavné body plánu, kľúčové predpoklady úspešnosti projektu, jeho ciele, hlavnú produkciu, hlavných odberateľov, zákazníkov, požadovanú sumu finančných prostriedkov. Túto časť je najlepšie písať ako poslednú a mala by byť v rozsahu minimálne jednej strany. Zámerom zhrnutia musí byť presvedčivý obraz o podnikových cieľoch a stratégii ich dosiahnutia. Je posledným pracovným krokom pri spracovávaní podnikateľského plánu.

2. Opis firmy

V tejto časti predstavte firmu a jej ciele. Opis zamerajte na minulosť podniku (pokiaľ existoval) a jeho súčasný stav. Potrebne je opísať:

- históriu firmy, jej účel a právnu formu
- prečo bola firma založená
- aký je pôvod kapitálu potrebného na rozbeh podnikania
- aké výsledky firma doteraz dosiahla
- súčasný stav firmy (obrat, zisk, produkcia, počet zamestnancov a iné)

Uveďte informáciu o majetkovo a personálne prepojených spoločnostiach, najmä výšku majetkovej účasti a tiež informáciu o finančnom vývoji týchto spoločností.

3. Opis výrobku alebo služieb

Začína návrhom základného riešenia vo forme vlastného výrobku/služby. V opise je potrebné zmieniť sa o dôležitých funkciách výrobku/vlastnostiach služby. V opise používajte reálne údaje a dokazujte ich pomocou čísiel. Uveďte prečo je výrobok najlepší, v čom je porovnateľný a v čom lepší ako konkurenčné výrobky/služby. Ak máte na zdôvodnenie svojich tvrdení k dispozícii výsledky nezávislých testov, použite ich a v prílohe uveďte popis ich záverov.

Táto časť by mala zahŕňať nasledujúce informácie:

- stručný popis výrobku alebo myšlienky, jeho funkciu, prípadne jeho využitie
- inovatívnosť, jedinečnosť produktu, služby
- terajšiu/plánovanú produktovú štruktúru, kapacitné pokrytie výroby
- prednosti oproti konkurencii
- akékoľvek nezávislé ocenenia (s podrobnosťami uvedenými v prílohe)
- popis fázy rozvoja, v ktorom sa daný projekt, technológia, resp. riešenie nachádza a aké ďalšie etapy a harmonogram sú potrebné

4. Manažment

- rozsah riadiaceho tímu, spôsob a výška odmeňovania
- životopis každého člena vedenia alebo iného kľúčového zamestnanca uvádzajúci najmä skúsenosti v oblasti, pracovné zaradenia, vzdelanie a pod.
- referencie na zrealizované projekty

5. Vlastníci

Kto sú vlastníci firmy, výška ich podielov, ich skúsenosti, zainteresovanosť na chode výsledkoch firmy, spôsob a výška odmeňovania (vyplácanie podielov na zisku, dividend a pod.)

6. Trh a konkurencia

Najdôležitejším bodom v tejto časti je zmapovanie a využitie relevantného trhu, ktorý najlepšie zodpovedá Vaším záujmom a možnostiam Vášho podnikania. Uveďte informácie o odvetví, veľkosti trhu, vývoji, trendoch, sezónnosti.

Uveďte informácie o konkurentoch (podľa teritória odbytu – v regióne, na Slovensku, v zahraničí), ich trhových podieloch, obrate, silných/slabých stránkach. Ak budete používať číselné údaje, ich dôveryhodnosť zvýšite uvedením ich zdrojov.

Definujte svojich zákazníkov, odberateľov, uveďte dôvody potenciálneho dopytu po Vašej ponuke a tiež možnosti jeho rastu, zmluvy, platobné a dodacie podmienky.

7. Marketing

V tejto časti rozveďte taktiku, ktorou sa chcete dostať k zákazníkovi a presvedčiť ho, aby kupoval Váš výrobok alebo Vaše služby. V tejto časti treba odpovedať na nasledujúce otázky:

- ako definujete svojich zákazníkov
- ako sa chcete dostať do ich povedomia
- aké formy distribúcie mienite uplatňovať
- akým spôsobom budete predávať
- ako motivovať zodpovedného pracovníka k čo najväčšiemu predaju
- ako uvediete svoj výrobok alebo služby na trh a pod.

8. Výrobný proces

V tejto časti popíšte spôsob výroby produktu alebo poskytovanie služieb so zdôraznením jeho inovatívnosti, teda opis výrobného cyklu od vstupu surovín cez výrobu až pod distribúciu výrobku k zákazníkovi. Popis by mal obsahovať spôsob dodávok dôležitých materiálov pre výrobu. Uveďte dodávateľov – štruktúru, závislosť, ceny dôležitých vstupov (aj odhad do budúcnosti). Potrebné je tiež uviesť stručný popis budov a objektov, ktoré sa budú používať na výrobu a zmieniť sa o strojnóm a technologickom vybavení, know-how, patentoch, licenciách, očakávaných ďalších investíciách. Uveďte kapacitné možnosti výroby, etapy a časovanie realizácie projektu. Uveďte tiež počet pracovníkov pri začatí výroby a po prípadnom zvýšení predaja.

9. Organizačný plán

Popíšte organizačnú a riadiacu štruktúru firmy vrátane riadenia a kontroly finančných záležitostí podniku. Treba sa zmieniť o personálnej náročnosti, kritériách výberu a ďalších odborných požiadavkách. Táto časť by mala tiež obsahovať systém odmeňovania a spôsob motivácie zamestnancov a manažmentu.

10. Dopad na životné prostredie

Opíšte prípadný vplyv výrobného procesu alebo služieb na životné prostredie – ekologické riziká, nakladanie s odpadmi. Ak výrobný proces alebo dopady z neho budú pre životné prostredie škodlivé, je treba uviesť opatrenia na zníženie nepriaznivého dopadu.

11. Finančné plány

Finančné projekcie, t. j. nižšie uvedené finančné výkazy spracujte za obdobie, počas ktorého dôjde s splateniu finančnej účasti investora. V prípade, že Váš podnik bol činný i v minulosti, finančné výkazy musia byť potvrdené účtovníkom alebo vedením spoločnosti a pečiatkou príslušného Daňového úradu. Finančné plány je nutné spracovať vo forme nasledovných výkazov:

- výkaz ziskov a strát udávajúci prehľad nákladov a výnosov
- súvaha zobrazujúca stav majetku a zdrojov jeho krytia
- výkaz o toku hotovosti zobrazujúci oblasť tokov príjmov a výdavkov.

12. Doklady, prílohy

Je potrebné doložiť nasledovné doklady:

- súvahu a výkaz ziskov a strát za posledné dve zdaňovacie obdobia, potvrdené pečiatkou príslušného Daňového úradu
- potvrdenie (nie staršie ako 1 mesiac) zo sociálnej, zdravotnej poisťovne, ako aj daňového úradu o tom, že podnikateľ nemá záväzky po lehote splatnosti
- potvrdenie o registrácii, resp. podnikateľské oprávnenie (výpis z obchodného registra nie starší ako 3 mesiace, živnostenský list)
- výpis z registra trestov členov štatutárneho orgánu/spoločníkov nie starší ako 3 mesiace.

Podnikateľský plán musí tiež obsahovať doklady, ktoré podporia to, čo ste v texte uviedli. Ide hlavne o:

- presný súhrn prieskumov trhu (vlastných alebo spracovaných špecializovanými subjektmi)
- prípadné fotokópie článkov v novinách, ktoré popisujú potrebu výrobku alebo služby, ktoré plánujete vyrábať
- kópie prospektov alebo ďalších podporných materiálov
- výsledky akýchkoľvek testov výrobku, hlavne pokiaľ ich vykonala nezávislá organizácia
- údaje o predbežných alebo uzatvorených obchodných zmluvách, ktoré sa týkajú dodávok a dodávateľov
- odberateľské zmluvy na výrobky/služby, aj rámcové
- nájomné zmluvy
- cenové ponuky
- projekty.