

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

01 Podnikání – základní pojmy

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



01 Podnikání – základní pojmy: učební list

Obsah:

1. Úvodní příběh
2. Základní pojmy – náklady, výnosy, zisk
3. Definice podnikání

"Nejbohatší člověk na světě je ten, který je nejšťastnější."

Příběh

V jedné vesnici v Orlických horách se žilo celkem pohádkově až na to, že pokud nepršelo, neměli lidé vodu ve vlastních studnách. Radní vyhlásili soutěž na vyřešení zásobování vodou pro celou vesnici. Přihlásili se pouze dva zájemci. Radní podepsali smlouvu s oběma - vždyť trochu konkurence neuškodí.

První se jmenoval pan Václav. Vyráběl celý život pozinkované kbelíky ve výrobním družstvu VELOREX. Byl šikovný, poctivý a pracovitý. Vyrobil si několikalitrové kbelíky, s kterými na vozíku plnil kašnu na náměstí pitnou vodou z nedalekého jezírka. Byla to těžká celodenní práce, ale pan Václav byl šťastný, vydělával si víc než výrobou kbelíků a lidé z vesnice měli vodu pro základní použití i v době, kdy jim vyschly jejich studny.

Druhý byl pan Filip. Daleko mladší než pan Václav. Místo toho, aby začal nosit vodu v kbelících, sestavil si svoji vizi o zásobování vodou pro celou vesnici celoročně. Založil si vlastní podnik, našel 2 investory a během krátké doby položil potrubí, které spojovalo vesnici s jezerem. Použil čerpadla, která vháněla vodu do každé domácnosti. Snížil i cenu za odběr vody oproti panu Václavovi.

Pan Václav zareagoval po svém, uznal soupeřovu nadvládu a jeho systém práce a stal se zaměstnancem Filipova podniku, kde montoval kvalitní pozinkované trubky pro rozvod vody a zastával funkci opraváře. Byl velice spokojený, protože mohl uplatnit svou manuální zručnost, svůj osobitý vztah k materiálu, s kterým si pohrával celý život. Sousedi ho opět oslovovali pane mistře.

Pan Filip si uvědomil, že pokud chce vodu jeho vesnička, budou ji chtít určitě i vesnice sousední. Přehodnotil svůj úkol na podnikatelský plán a začal prodávat svůj systém rychlého, vysokoobjemového a laciného zásobování čistou vodou po celém okolí. Vydělává sice 1 Kč za barel dodané vody, ale těch barelů jsou každodenně tisíce. Filip začal vykonávat funkci podnikatele, který vidí do budoucnosti. Filip věděl, že v krátké době bude potřebovat ještě další partnery a zaměstnance, kteří budou zabezpečovat každodenní chod jeho firmy včetně zabezpečení čistoty a kvality dodávané vody.





Činnostem, které v tomto příběhu provozoval pan Václav a pan Filip se říká **"Podnikání"**. Oba dva pro zabezpečení vody museli ze svých peněz nakoupit pozinkovaný materiál, vyrobit kbelíky, zaplatit práci stavební čety, sehnat vstupní investice ... toto jsou **"Penězožrouti podnikání"** a ekonomové je nazývají **"Náklady na podnikání"**. Radnice za dodanou vodu zaplatila oběma sjednané a dohodnuté peníze - toto jsou **"Penězonosiči podnikání"** a ekonomové je nazývají **"Výnosy z podnikání"**. Rozdíl mezi výnosy z podnikání a náklady z podnikání se nazývá **"Zisk"**, který může být kladný nebo záporný. Filipův podnik vlastní také zásobárnu vody, což jsou **"Aktiva podnikání"**. Filip pro realizaci svého záměru musel sehnat investice, dodavatele potrubí a přijmout zaměstnance. Toto v podnikání nazýváme **"Pasiva podnikání"**.



Definice podnikání:

Podnikání je soustavná aktivita ve využívání pracovních příležitostí bez ohledu na počáteční zdroje, jež máme k dispozici, jejímž účelem je dosažení zisku.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

02 Vlastnosti zaměstnance a podnikatele

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



02 Vlastnosti zaměstnance a podnikatele: učební list

Obsah:

1. Vlastnosti zaměstnance a podnikatele
2. Potřeba zaměstnanců a podnikatelů

Vlastnosti zaměstnance a vlastnosti podnikatele

Pana Václava učili jak v rodině, tak ve škole: "Chod' do školy, dobře se uč, najdi si bezpečnou a jistou práci, dobře placenou, s možností funkčního postupu. Ve stáří se o tvou finanční jistotu postará tvůj podnik (výrobní družstvo) a stát. Stát ve formě důchodu a zdravotní péče a tvůj podnik např. formou levné dovolené, vánočních balíčků, finančních příspěvků ke kulatým narozeninám." - **toto je cesta zaměstnance.**



Pana Filipa učili jak v rodině, tak ve škole: "Chod' do školy, dobře se uč, rozjed' podnikání a staň se úspěšným podnikatelem. To co tvému otci zabezpečil stát a jeho podnik to tobě musí zabezpečit tvé podnikání. Musíš se spolupodílet na své finanční jistotě ve stáří a tuto zodpovědnost nemůžeš nechat jen na státu, popřípadě na svých dětech." - **toto je cesta podnikatele.**



Rozdíl mezi podnikatelem a zaměstnancem je nutno hledat v rozdílu mezi touhou po jistotě a touhou po svobodě. Staneš-li se spokojeným zaměstnancem se zabezpečením svých životních jistot (zaměstnání, pravidelná výplata), zařadíš se mezi šťastné lidi a tím se staneš i bohatým jedincem.

Staneš-li se úspěšným podnikatelem, poznáš svobodu, jakou zná jen velmi málo lidí. Nejde jenom o více peněz a více volného času, ale zejména o svobodnou realizaci svých myšlenek a záměrů. Touha po svobodě (v myšlení, chování, jednání, zaměstnání) ti dává odvahu podnikat dlouhé roky bez stálého zaměstnání a pravidelné výplaty. Je to druh svobody, který měníš za jistotu.

Je-li touha po jistotě důsledkem **strachu** (např. o ztrátu zaměstnání), co je hnací silou touhy po svobodě - je to slovo "**kuráž**". Slovo kuráž pochází z francouzského slova **le coeur - neboli srdce**.

!

Odpověď na otázku, zda chceš být zaměstnancem nebo podnikatelem, najdeš ve svém srdci!



Potřeba zaměstnanců a podnikatelů

Společnost pro své potřeby a zabezpečení svých požadavků potřebuje oba typy lidí - jak zaměstnance, tak podnikatele. V jejím vývoji a podle jejích potřeb zaměření obou typů bylo využíváno i při rozvoji a vzniku jejich profesí s vazbou na jejich uplatňování.

V zemědělském věku byli lidé většinou podnikatelé. Mnozí byli sedláci a pracovali na polích krále. Král jim nic neplatil. Bylo to právě naopak. Sedlák platil králi za právo obdělávat královské pozemky a měl možnost prodávat část své úrody. Mnozí lidé byli řemeslníci. Byli to řezníci, pekaři, kováři, mlynáři atd. Tito lidé byli podnikatelé a ne zaměstnanci. Děti vychované v podnikatelských rodinách obvykle následovaly své rodiče a stávaly se podnikateli.



Teprve v průmyslovém věku vzrostla poptávka po zaměstnancích. V důsledku toho na sebe vzal stát odpovědnost za všeobecné vzdělání, jehož cílem je produkovat zaměstnance. Tzn. lidi, kteří plní příkazy a dělají, co je jim řečeno. Mají pevnou pracovní dobu, existenční jistotu a pravidelnou mzdu. Chybí jim svoboda myšlení, chování a jednání, kterou vyměnili za jistotu finanční a existenční.



V informačním věku má každý možnost si vybrat podle svých možností, vlastností a svých schopností svobodu nebo jistotu. To znamená chovat se, myslet a jednat jako podnikatel nebo jako zaměstnanec. Je to druh metamorfózy - zásadní změny charakteru. Všichni víme, že si housenka přede kuklu, ze které jednoho dne může vyletět motýl. Housenka i motýl mají v přírodě své poslání a funkci a své vývojové fáze. Zrovna tak my máme možnost uplatnění v produktivním věku jako podnikatelé nebo jako zaměstnanci, oba potřební pro tuto společnost.



Podnikatel a zaměstnanec

Jakým způsobem a formou tito dva lidé mají vzájemně komunikovat, spolupracovat a řešit pracovní problémy? Podívejme se například na dvě osobnosti, které jsou nám všem dobře známe: na "Dlouhého" a na "Bystrozrakého". Jsou to naprosto dva rozdílní lidé, kteří mají odlišné potřeby, odlišné zájmy, odlišné myšlení a vyznávají odlišný životní styl s rozdílnými schopnostmi. Oba chtějí úplně něco jiného. Problém není v tom, že bychom byli nerozhodní nebo nespolehliví, ale v tom, že doslova každý z nás je celým souborem různých vlastností, z nichž každý má své vlastní zájmy, přednosti a svůj osobitý přístup k řešení problémů.

Jak by se měl chovat podnikatel a jeho zaměstnanec:

"Vždy ve prospěch firmy nebo společnosti při dodržování platných zákonů, smluv, směrnic a vyhlášek, s respektováním oboustranné etiky."



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

03 Proč samostatně podnikat

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



03 Proč samostatně podnikat: učební list

Obsah:

1. Motivace pro podnikání
2. Jak přijít na dobrou podnikatelskou myšlenku

Motivace pro podnikání

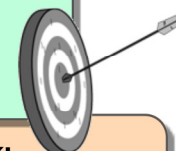
První zakládání podniku je vzrušující zkušeností. Může to být cesta k bohatství a k seberealizaci. Může to být ale také cesta k finančnímu zruinování a osobní bídě. Úspěšné podniky bývají především výsledkem pečlivého průzkumu a plánování. Nadšení, sebedůvěra, odbornost a oddanost věci samé, jakkoli na nich záleží, samy o sobě nestačí. Je třeba pečlivě zvážit alternativy, jak si vydělávat na živobytí. Pro většinu lidí to znamená rozhodnout se mezi:

- zaměstnáním,
- nezaměstnaností,
- samostatným podnikáním.



Co je dobrého na volbě rozhodnutí založit si vlastní podnik? Čeho se budete muset vzdát a co tím získáte? Každopádně získáte svobodu a volnost, kterou vyměníte za jistotu a klid.

Průzkumy naznačují, že většina lidí zahajuje podnikání proto, aby si v první řadě vydělala více peněz při zajištění nezávislosti. Také by vás ale mělo zajímat, co budete dělat a jak to budete dělat. Jednou z největších výhod "pracování sám pro sebe" je příležitost dělat práci, která je zábavou i přínosem zároveň. Splňujete si své sny a dokazujete si, že je umíte realizovat.



Důležitým prvkem při rozhodování jsou vaše povahové vlastnosti a vhodná motivace pro vaše záměry a cíle.



Jak mohu přijít na dobrou podnikatelskou myšlenku



Prioritní a nedůležitější před založením jakéhokoliv podniku je objevit podnikatelskou myšlenku, posoudit ji ve vztahu k vlastním motivacím, zájmům, potřebám, dovednostem a zdrojům. Existuje mnoho podnikatelských příležitostí, z nichž si lze vybrat, počínaje nápady pocházejícími z vašeho domova, jako jsou opravy nábytku, oděvů nebo pěstování dekorativních rostlin, přes nabízení standardních služeb, jako je úklid domácnosti, opravy vozidel, malířství, natěračství, až po provozování obchodu, restaurace, ubytovny a tvorbu www stránek.

Neexistují žádné magické vzorce pro hledání podnikatelského záměru. Nicméně existují postupy pro specifikaci prostorů pro vaše podnikatelské myšlenky. Například:



Podnikatelská myšlenka založená na vlastních dovednostech, koníčcích nebo zájmech:

Napište své zájmy a koníčky, pro které najdete odpovídající podnikatelskou myšlenku.



Řešení problémů:

Hledejte podnikatelskou myšlenku na inzertní části vašeho místního deníku.



Okopírování nebo vylepšení úspěšné cizí myšlenky:

Otestujte již ověřenou podnikatelskou myšlenku.



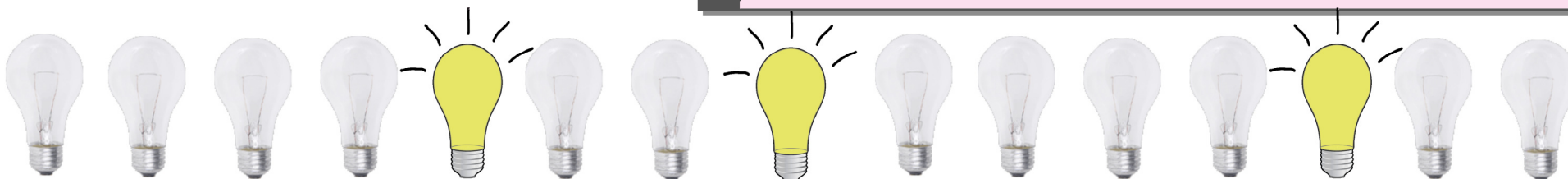
Nová kombinace dvou existujících podnikatelských myšlenek:

Spojit dva nebo několik podnikatelských nápadů.



Nalezení skuliny na trhu:

Identifikace potřeb u jednotlivých částí trhu.



! Počátky podnikání souvisejí:

- s důvodem, proč chci změnu,
- s motivací,
- s podnikatelskou myšlenkou.

Teprve, když jste si zodpověděli tyto počátky vašeho podnikání, řešte jeho další etapy včetně podnikatelského plánu.



Realizace podnikání



Umění rozjezdu podnikání



Proč chci začít podnikat



Založení podniku



Motivace

ZÁKLADY PODNIKÁNÍ



Podnikatelský plán



Myšlenka (podnikatelský záměr)

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

04 Poslání budoucí firmy

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.


Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



04 Poslání budoucí firmy: učební list


Obsah:

1. Vytvořte něco smysluplného
2. Dejte se do práce
3. Umění prezentovat podnikatelskou myšlenku



"Měli byste pozorně sledovat, kam vás vede vaše srdce, a pak si tuto cestu zvolit a věnovat jí veškerou svoji sílu."
chasidské rčení

Umění rozjezdu podnikání je usilovat o to, abyste mohli využít vašich znalostí, nadšení a energie pro vytvoření něčeho úžasného, aniž byste se utopili v moři teorií a zbytečných detailů. **Podstatou podnikání je činnost**, a ne jenom učení se tomu, jak na to. Toto si musíte uvědomovat již v začátcích vašeho podnikání.



V reálném životě není "podnikatel" žádná pracovní pozice. Je to stav mysli lidí, kteří chtějí změnit budoucnost a většinou patří do některé z těchto kategorií:

- Mladí lidé, kteří ve svých garážích a obývacích tvoří nějakou převratnou firmu.
- Opovážlivci ze zavedených firem, kteří se snaží dostat na trh nové produkty a služby.
- Nadšenci, kteří rozjíždí školy, nadace a neziskovky.

Základem jejich úspěchu je přežít fázi, kdy se všichni snaží o racionální uvažování, dodržování základních principů včetně zvládnutí detailní předpovědi o průzkumu trhu a všezahrnující analýzy konkurence.

Před zpracováním podnikatelského plánu vyrobte svůj prototyp nebo položte základy své služby.

Vytvořte něco smysluplného

Pravda je taková, že člověk nikdy neví, jestli dokáže být podnikatel, dokud se jím nestane. Zásadní otázka, kterou byste si měli položit před rozjezdem podnikatelské činnosti je tato:

"Chci vytvořit něco, co má smysl!"

Mezi významy slova "smysl" nalezneme:

- učinit svět lepším,
- zlepšit kvalitu života,
- napravit nějakou hroznou křivdu,
- předejít zániku něčeho skvělého.



SMYSL PODNIKÁNÍ

**Učinit
svět
lepším.**



**Zlepšit
kvalitu
života.**



**Napravit
nějakou
hroznou křivdu.**



**Předejít
zániku něčeho
skvělého.**



Zamyslete se, co vlastně chcete dodávat svým zákazníkům. Sepsáním **poslání vaší budoucí firmy** ve formě podnikatelského plánu je jedním z prvních kroků, které by podnikatel měl provést. Ve firemních posláních lze nalézt velkou sílu a emocionalitu, např.:

- Poctivý sportovní výkon. (Nike)
- Zábava pro celou rodinu. (Disney)
- Myslet. (IBM)
- Pomoc přírodě a společnosti. (Jeseničtí včelařící)

Poslání firmy



Poctivý
sportovní
výkon

Nike

Zábava
pro celou
rodinu

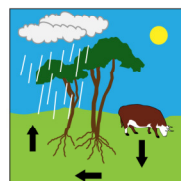


Disney

Myslet



IBM



Jeseničtí včelařící

Pomoc
přírodě a
společnosti



Dejte se do práce

Nejtěžší na rozjezdu je rozjezd sám. Ještě nikdo nezbohatl jen díky plánování toho, kde najde svůj poklad. Vždy byste měli prodávat a ne rozjímat nad prodejními strategiemi. Nebojte se trapasů, nečekejte, až vytvoříte perfektní produkt nebo službu. Nezáleží na tom, jak skvělý začátek budete mít, ale na tom, k jakému konci to dotáhnete. Nepřítelem rozjezdu podnikání je rozjímání o něm. Využívejte principy rozjíždění:



Nedržte se při zdi:

Hleďte daleko dopředu a dejte si za cíl něco velkolepého.



Najděte pár spřízněných duší:

Úspěšné firmy vznikají a nacházejí úspěch díky alespoň dvěma, často i více spřízněným duším. Chce to tým schopných lidí.



Nadchněte a vytočte lidi:

Vaším cílem je vybudit vašeň.
Vzbudit zájem.



Vytvořte něco odlišného:

Sám to chci.
Můj zaměstnavatel to nedokáže nebo nechce dělat.
Jasně, že to jde, kruci.
Určitě existuje lepší způsob.



Využívejte prototypu pro průzkum trhu:

Vyrobte prototyp a začněte ho rychle vylepšovat.





Umění prezentovat podnikatelskou myšlenku

Smyslem prezentace nápadu je vyvolat zájem. Principem prezentace je rychle rozjet svoje vystoupení, vysvětlit co chcete dělat, neztratit se v detailech, vnímat reakce z publika. Dobrá prezentace myšlenky vybudí posluchače k tomu, aby kladli otázky.



Vymáčkňte se už v první minutě.

Základem skvělé prezentace je analýza:

Co náš podnik bude dělat
Co je na naší podnikatelské myšlence zajímavé
Základní informace o naší společnosti
TOP management
Obchodní model

Údernost a smysluplnost!

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

05 Podnikatelský plán

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



05 Podnikatelský plán: učební list

Obsah:

1. Podnikatelské plánování
2. Co je to podnikatelský plán
3. Proč zpracováváme podnikatelský plán
4. Rozsah podnikatelského plánu

Podnikatelské plánování

Plánování obecně se pojí s činností podnikání ve všech jeho stadiích. Je škoda, že většina lidí si plánuje svou dovolenou, ale neplánují si své podnikání. V případě, že se rozhodneme zahájit podnikání bez plánovacího procesu, ocitneme se v podobné situaci jako námořníci na širém oceánu bez kompasu a hvězdné oblohy, kteří hledají zemskou pevninu. Jádrem všech druhů podnikatelských plánů se týká **tří základních otázek**:

Podnikatelský plán si můžeme představit jako silniční mapu a plánovací proces je čtením v mapě.



1

Porozumění: Kde nyní jsme?

Týká se důkladné analýzy situace jak externího tak interního prostředí.

- Porozumění našemu produktu nebo službě.
- Kdo jsou naši zákazníci.
- Naše přednosti a slabiny.

2

Rozhodnutí: Kam chceme jít?

Kam chceme, aby se podnik dostal.

- Chceme vést svoji firmu k růstu.
- Odpovídá tomu náš životní styl.

3

Plánování: Jak se tam chceme dostat?

Abychom docílili vytčených cílů.

- Vytvořit strategie.
- Koordinace marketingu, operací, lidí a financí.
- Vypracovat marketingový plán.
- Vypracovat finanční rozpočet.

Co je to podnikatelský plán



Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením a chodem podniku. Popisuje základní smysl existence firmy, dlouhodobý cíl a cestu k jeho dosažení. Jeho úkolem je objasnit podnikatelské záměry, konkurenci a potřebnost finančních prostředků.

Umožňuje také porovnat plány s realitou.

Slouží jak pro majitele firmy, jejich vedoucí pracovníky, tak i pro investory. Napomáhá například při stanovení životaschopnosti podniku, poskytuje majiteli vodítko pro jeho další plánovací činnost, slouží jako důležitý nástroj při získávání finančních zdrojů a ke kontrole podnikatelských aktivit.

Během posledních let vznikla v České republice celá řada textů týkající se sestavování podnikatelského plánu lišící se většinou svou strukturou.



Proč zpracováváme podnikatelský plán

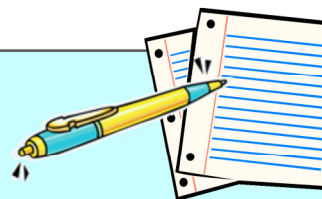
Podnikatelský plán slouží především samotnému podnikateli jako výchozí dokument pro veškeré jeho další podnikové plánování, stanovení cílů, vyjasňuje zdroje a prostředky nutné k realizaci.

Podnikatelský plán je průzkumným materiálem o tom, že společnost ví, čeho a jak chce dosáhnout.

Je základním dokumentem jak pro podnikatele, tak i pro potenciálního investora či banku, neboť popisuje základní smysl existence firmy.

Rozsah podnikatelského plánu

Rozsah podnikatelského plánu závisí do značné míry na typu a náročnosti podnikatelského záměru. U většiny začínajících firem by měl být dostatečný dokument o cca 10 - 20 stranách A4. V dokumentech tohoto typu jednoznačně platí stručnost nade vše a text by měl být maximálně podpořen ověřenými daty, fakty a čísly. Podnikatelský plán je zpravidla dokument střednědobý s pravidelnou aktualizací, což znamená, že by měl být tvořen na období 3 - 5 let v závislosti na typu podnikání a potřebách projektu.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

06 Hlavní části podnikatelského plánu

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

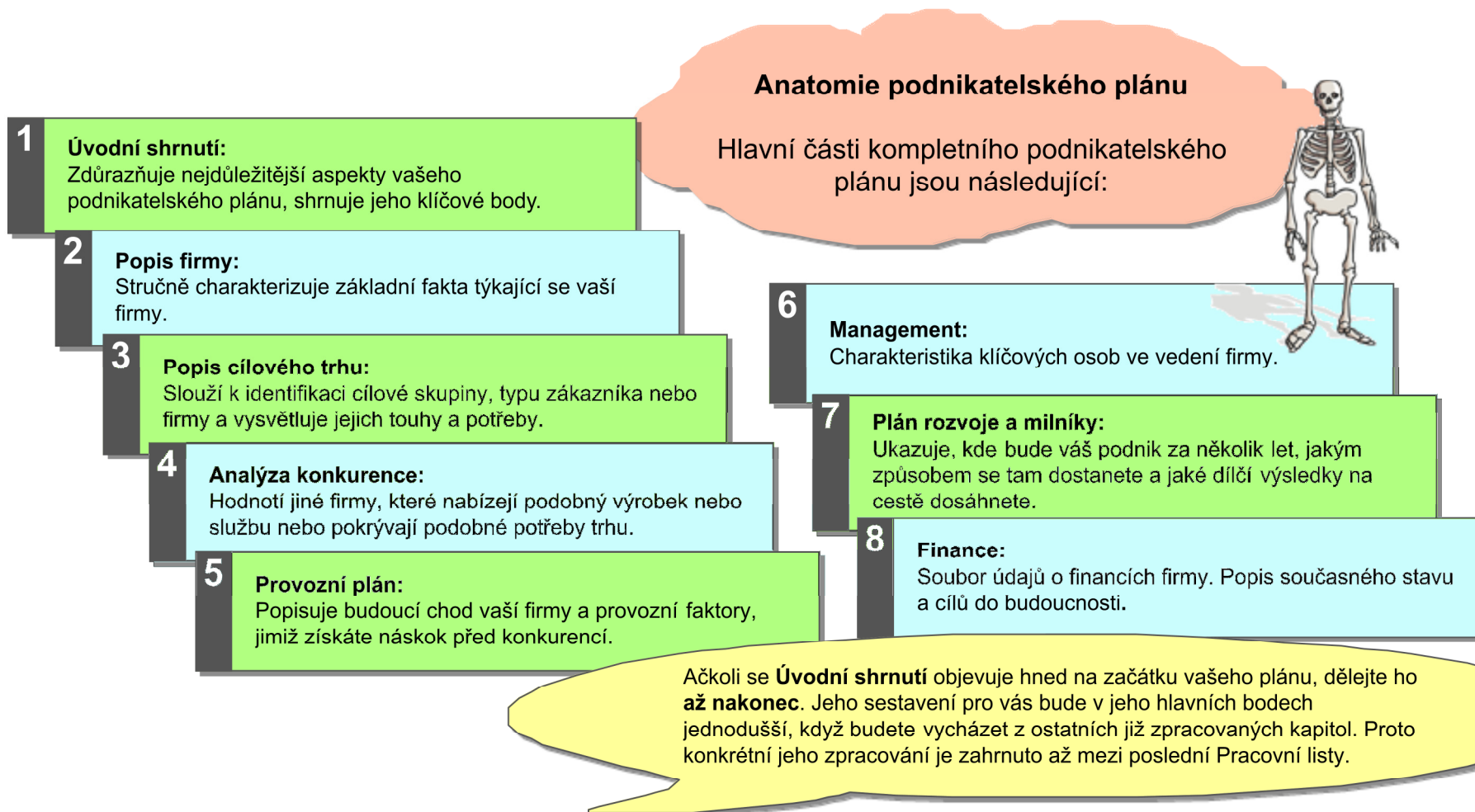
Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky

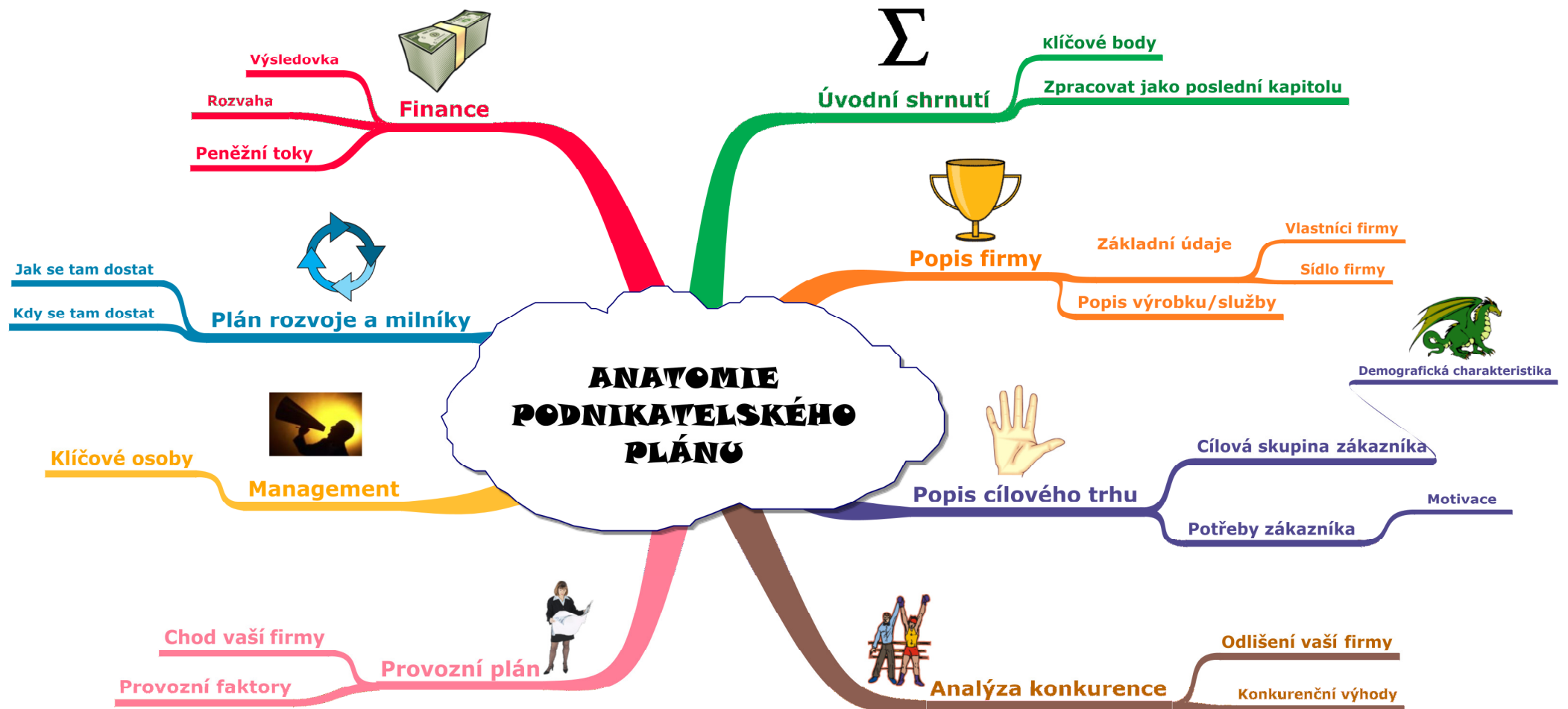


06 Hlavní části podnikatelského plánu: učební list

Obsah:

1. Anatomie podnikatelského plánu
2. Podstata úvodního shrnutí





Podstata Úvodního shrnutí



Úvodní shrnutí je tou nejdůležitější částí vašeho podnikatelského plánu. Investoři a bankovní úředníci se chtějí co nejrychleji zorientovat a porozumět podstatě vašeho podnikání. Vaším cílem je tedy shrnout hlavní komponenty vašeho podnikání a vzbudit ve čtenáři touhu pokračovat ve čtení. Jako ve všech částech podnikatelského plánu musí být data i informace založeny na pravdě. Můžete se přitom zaměřit na ty aspekty vašeho podnikání, které ukážou firmu v tom nejlepším světle.



Úvodní shrnutí poskytuje krátký, bleskový náhled na vaše podnikání. Vyberte z celého podnikatelského plánu ta nejdůležitější fakta a koncepty a podejte je tak stručně, jak je to jen možné.

Úvodní shrnutí by mělo odpovídat na tyto otázky:

Dává základní koncept vašeho podnikání nějaký smysl?
Byla vaše podnikatelská činnost důkladně naplánovaná?
Máte schopný management?
Existuje na trhu mezera, kterou váš výrobek nebo služba zaplní?
Jaké výhody má vaše firma oproti konkurenci?
Jsou vaše finanční plány realistické?
Bude toto vaše podnikání úspěšné?
Dostane investor či věřitel zpátky svoje peníze?

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

07 Etika v podnikání

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



07 Etika v podnikání: učební list

Obsah:

1. Etika a podnikání
2. Společenská odpovědnost



Etika a podnikání

Etika (z řeckého slova **ethos** - mrav) je filozofická disciplína o teorii morálky. Právě tak i řada podnikatelů vnímá, že dlouhodobě zdravá a úspěšná firma vyrůstá jen z pevného zakořenění v etické podnikové kultuře. Firma bez zdravé a etické kultury, kde nikdo nikomu nevěří, kde se lidé bojí, kde se lže a podvádí, nemůže být plně efektivní a nemůže být dlouhodobě úspěšná. Svého spolupracovníka, zákazníka nebo dodavatele nemůžu stále podvádět, strategie "výhra - prohra" vede nakonec k prohře všech zúčastněných. Dá se poměrně jednoduchým experimentem prokázat, jak **důvěra ve firmě** zvyšuje efektivitu všech firemních procesů a tím **snižuje náklady a zvyšuje zisk**. A přitom důvěra je něco, co se nedá koupit - mohou si koupit technologii, know-how, materiály a dokonce i ruce a mozky lidí, ale **nemohu si koupit důvěru**, protože "srdce má své vlastní důvody".

Podnikání, tak jako každá lidská činnost, je životní cesta. Poctivý a myslící člověk stojí každý den na rozcestí a musí se rozhodovat, kterou cestou se vydá. A jako v pohádkách - často ta snadnější cesta se později ukáže jako zhoubná. Zhoubná pro něho, nebo pro jeho okolí, nebo pro lidstvo či planetu Zemi.

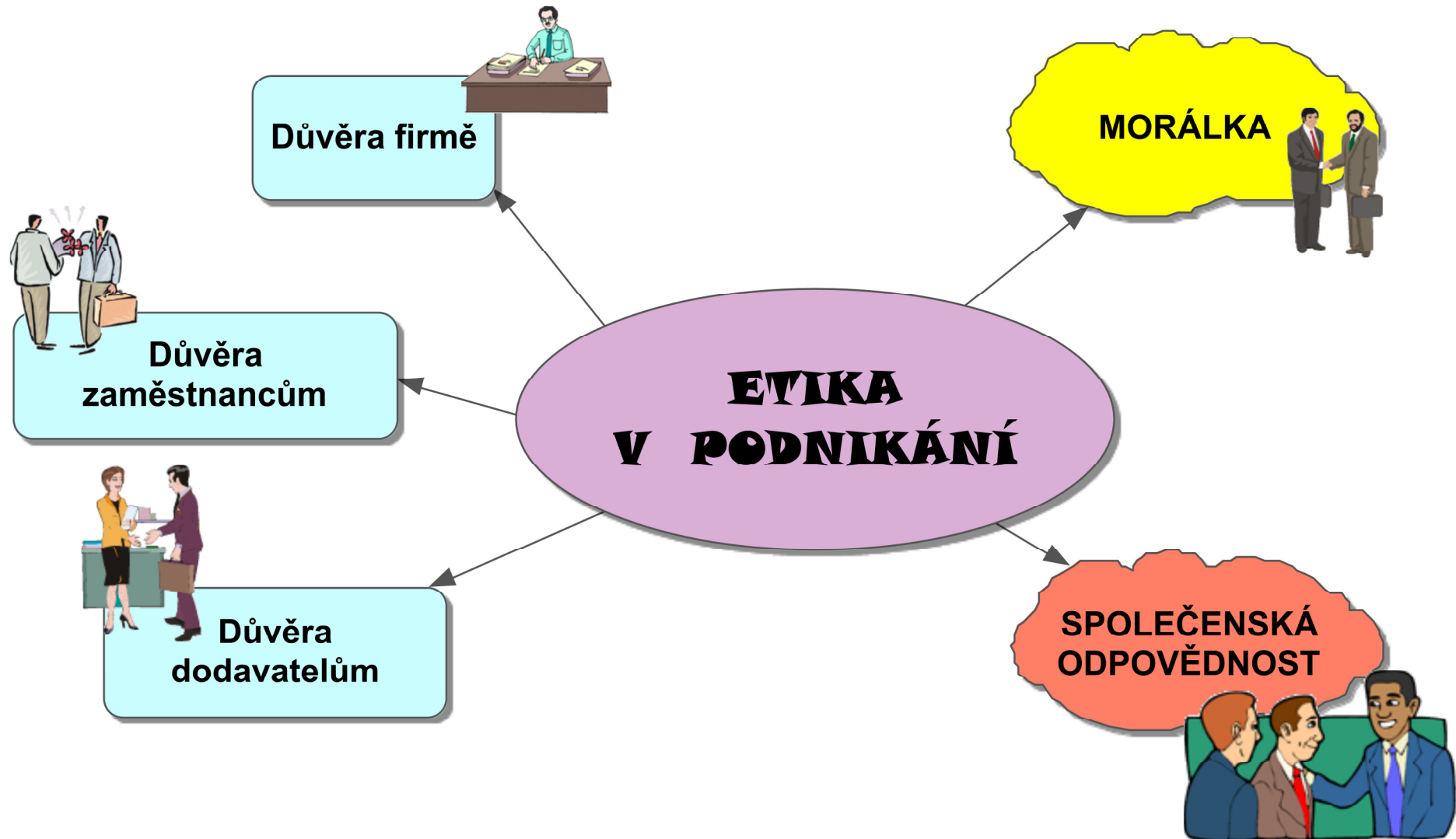
Pilířem podnikatelské etiky je morálka. Morálka by měla mít přednost před samotnou podnikatelskou činností.

Společenská odpovědnost

Malí a střední podnikatelé řeší velmi praktické problémy, co je vlastně **společenská odpovědnost firem**. V povědomí je vnímána jako něco vznešeného, drahého, co si mohou dovolit jen velké firmy.

Společenská odpovědnost je princip, ve kterém se firmy hlásí k širším dopadům svého podnikání a k závazkům, které jdou nad rámec zákona.







Podstata společenské odpovědnosti je v podnikatelské etice. Považovat za etické firmy, které se chovají jako filantropové, jako dárci, jako mediálně zajímaví "dobročinitelé", ale v podstatě se chovají velmi neeticky ke svým zákazníkům, ke svým dodavatelům, partnerům, zaměstnancům, není správné. Společenská odpovědnost je v celkovém etickém kodexu. Co je líbivé, je fajn, ale podle mého přesvědčení je to řádově něco méně významného.

Když se podíváme, co se děje ve **vrcholné politice** u nás a budeme citovat prezidenta Klause, který pravil, že se z politiky vytratily vize a ideje a že politika se stala doménou lobbistů, domníváme se, že tento hodnotový vzorec ovlivňuje politiku, podnikání, společenské klima a dopadá v řadě případů i na jednotlivce podnikatele.



Všechno se dá shrnout do rčení:
"Nedělej druhým to, co nechceš, aby oni dělali tobě."

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

08 Právní formy podnikání

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.


Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



08 Právní formy podnikání: učební list


Obsah:

1. Právní formy podnikání
2. Podnikání jako OSVČ



V případě, že se rozhodneme podnikat, je nutné si ujasnit, **kromě jiného**, jakou **právní formu** podnikání zvolíme. Správné počáteční rozhodnutí nám může ušetřit náklady a čas. V první řadě je nutno si uvědomit, jaké možnosti jsou dány v rámci jednotlivých forem podnikání s odkazem na znění **obchodního zákoníku, který uvádí, že podnikatelem je:**

Podnikání přináší velkou míru svobody, a když se daří, tak i peněz. Všichni však podnikat nemohou, protože rozjet vlastní prosperující podnik či živnost **není nijak jednoduché, přináší četná rizika a musí splňovat vstupní podmínky dané zákonem.**



Osoba zapsaná v obchodním rejstříku:

Platí, že osoba uvedená v obchodním rejstříku je podnikatel. Podnikateli podle této skupiny jsou zejména - obchodní společnosti, družstva a jiné právnické osoby.



Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění:

Podle živnostenského zákona. Jsou to osoby, které provozují ohlašovací nebo koncesovou živnost.



Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů:

Podnikatelé, oprávnění provozovat podnikatelskou činnost na základě zvláštního zákona - advokáti, auditoři, daňoví poradci.



Osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu:

Tvoří fyzické nebo právnické osoby s oprávněním provozovat zemědělskou výrobu.



1 Podnik jednotlivce, který řídí příslušná fyzická osoba - OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)
Tzv. fyzická osoba podnikající na vlastní účet a zodpovědnost (živnostník, samostatně výdělečný, umělec apod.).

2 Sdružení podnikatelů
Několik OSVČ fakturujících pod jedním jménem, jinak převážně samostatní.

3 Podnikání jako obchodní společnost
v.o.s. - veřejná obchodní společnost, sdružení několika OSVČ vystupujících pod jedním jménem
k.s. - komanditní společnost, dva druhy společníků (komandisté ručí do výše svého vkladu a komplementáři ručí celým majetkem)
s.r.o. - společnost s ručením omezeným, právnická osoba ručící určitou upsanou částkou
a.s. - akciová společnost, je vedena správní radou, nejvyšším orgánem je valná hromada akcionářů, ručení formou akcií
SE - evropská společnost

4 Družstvo
Jednotlivci ručící členskými podíly a vystupující převážně jako právnická osoba, vedeno je předsednictvem, nejvyšším orgánem je členská schůze.

5 Nadace, Neziskové organizace, Občanská sdružení apod.
Zvláštní typy podnikatelských subjektů, zpravidla definované zvláštními zákony, často plnící sociální a humanitární funkce.





Průkazem živnostenského oprávnění je **živnostenský list** a k podnikání s koncesní živností je třeba živnostenský list s koncesní listinou.

V rámci projektu VUREES se budeme zabývat pouze podnikáním jako OSVČ.

Podnikání na základě živnostenského oprávnění je nejlépe dosažitelnou formou podnikání, protože vstupní náklady nejsou náročné. Nazýváme ho **osobou samostatně výdělečně činnou - OSVČ**.



Živnost může provozovat jak fyzická, tak právnická osoba, pokud splní podmínky stanovené v živnostenském zákoně. Mezi všeobecné podmínky k **provozování živnosti fyzickými osobami patří:**

- věk 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost,
- bezdlužnost.



K ohlášení živností fyzická osoba připojuje:

- výpis z Rejstříku trestů,
- doklad prokazující odbornou způsobilost,
- doklad o vlastnickém právu k objektům, v nichž je adresa místa podnikání,
- výpis z obchodního rejstříku, je-li v něm již žádající osoba zapsána,
- doklad o zaplacení správního poplatku za vydání živnostenského listu ve výši 1.000,-Kč.



Živnosti se řídí **zákonem 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání** (Živnostenský zákon - bližší informace na www.jakpodnikat.cz)



Vedle těchto podnikatelských subjektů existuje subjekt další - podnikatelé, kteří podnikají na základě zvláštních předpisů. Patří sem např. notáři, lékaři, advokáti, soukromí zemědělci apod. Existují i povolání, v nichž je **soukromé podnikání prakticky vyloučené** (např. horník).



Ohlašovací živnosti



Při splnění stanovených podmínek smějí být provozovány již dnem písemného ohlášení podnikatele podaného příslušnému živnostenskému úřadu na předepsaném formuláři. Má-li ohlášení náležitosti zákona, podnikatel splňuje podmínky stanovené zákonem a netrvá-li překážka provozování živnosti, živnostenský úřad vydá živnostenský list nejpozději do 15dnů ode dne, kdy mu bylo ohlášení živnosti doručeno. Oprávnění provozovat živnost vzniká obvykle **dnem ohlášení**, nebo pokud je v ohlášení uveden pozdější den vzniku živnostenského oprávnění, pak tím dnem. Dokladem o oprávnění k podnikání je **živnostenský list**. Tyto živnosti se dělí na:

Řemeslné - podmínkou provozování živnosti je odborná způsobilost (např. výuční list, maturitní vysvědčení nebo vysokoškolský diplom - holičství a kadeřnictví, truhlářství, zámečnictví, zednické práce, servis automobilů).

Vázané - podmínkou provozování živnosti je jiná odborná způsobilost (např. oprávnění o státním odborném dozoru nad bezpečností práce, osvědčení o puncovníctví a zkoušení drahých kovů, průvodcovství, projektování, vyučování řízení motorových vozidel).

Volné - pokud není jako podmínka provozování živnosti odborná způsobilost stanovena (např. nákup zboží za účelem dalšího prodeje, prodej zboží, úklidové práce).



Koncesované živnosti

Smějí být provozovány na základě koncese, což je souhlas nebo úřední povolení k provozování činnosti, kterou uděluje živnostenský úřad (např. taxislužba, směnárenská činnost, služby soukromých detektivů, pohřební služba, provozování cestovní kanceláře). Průkazem živnostenského oprávnění je živnostenský list s koncesní listinou.

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

09 Popis firmy

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



09 Popis firmy: učební list

Obsah:

1. Název firmy, sídlo firmy
2. Informace o vlastnících firmy
3. Popište fáze a milníky ve vývoji vaší firmy
4. Popište váš výrobek nebo službu
5. Vysvětlete financování vaší firmy

Zatímco Úvodní shrnutí má podat přesvědčivý důkaz o tom, že vaše podnikání bude úspěšné, popis firmy poskytuje základní informace o vašem podnikání, vytváří základní obraz vaší firmy. Cílem je podat bleskové informace o organizační struktuře vaší začínající firmy, o jejím rozvoji a právním postavení. Letmo nahlédnout do zákulisí vašeho oboru podnikání

Měli byste dát najevo, že rozumíte problémům vašeho podnikání v širším kontextu daného odvětví a že s nimi počítáte.

Název firmy, sídlo firmy



V úvodu uveďte všechna budoucí jména spojená s vaší firmou, **včetně formy podnikání**. Vyplňte údaje o hlavním sídle firmy a rovněž adresy všech ostatních poboček včetně skladů.

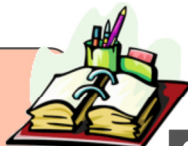
Informace o vlastnících firmy

Kdo bude majitelem vaší firmy. V případě, že máte partnery, musíte uvést, jaké jsou vlastnické vztahy ve firmě. Je také důležité uvést právní postavení firmy. Mohou zde být uvedeny licenční smlouvy, ochranné známky.



Popište fáze a milníky ve vývoji vaší firmy.

V této části máte za úkol prezentovat představu o rozvoji vaší firmy. Základní fáze jsou:



1

Firma v počáteční fázi:

Je vytvořena koncepce podnikání. Výrobek/služba není zatím nabízena na trhu.

2

Rozběh:

Úvodní fáze rozběhu. Firma získává první zákazníky.

3

Expanze:

Zavedená firma nabízí nové výrobky/služby, otevírá nové pobočky. Rapidně roste poptávka.

4

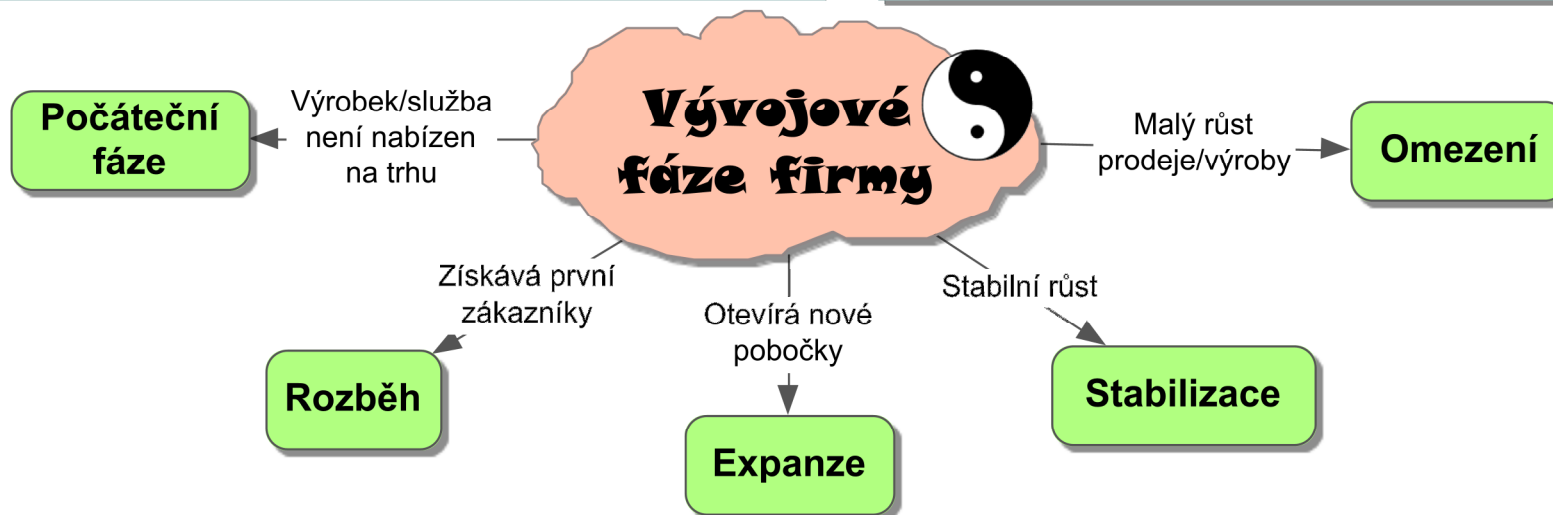
Stabilizace:

Zavedená firma se slušným, stabilním růstem.

5

Omezení:

Malý nebo žádný růst prodeje/služeb.



! Příklady důležitých milníků:



Popište váš výrobek nebo službu.

Popište svůj výrobek nebo službu. Pomocí vhodných detailů načrtněte jeho (její) jasný obraz. Pokud chcete v budoucnosti pozměnit stávající charakter vaší činnosti, předpokládané změny popište. Věnujte pozornost zdravému ekonomickému prostředí a tempu růstu v dané oblasti.



Popisem firmy prezentujete fakta, která jsou potřeba vědět před podrobnějším zpracováním podnikatelského plánu.

Vysvětlete financování vaší firmy.

Cílem této části podnikatelského plánu je stručně objasnit, jak bude vaše firma financována v počátcích rozjezdu podnikání. Vaším úkolem je vyčíslit požadovanou částku a uvést účel, k jakému bude použita. Detailně tuto část rozvedete v dalších kapitolách.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

10 Cílový trh

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



10 Cílový trh: učební list

Obsah:

1. Motivace vašeho zákazníka a jeho chování
2. Velikost vašeho trhu
3. Klíčová část

Váš úspěch závisí na vaší schopnosti vyjít vstříc potřebám a touhám zákazníků. V rámci podnikatelského plánu vás budou zajímat ne konkrétní, jednotlivé osoby, ale **určité typy zákazníků**. Ti budou tvořit váš cílový trh.

Vášim úkolem je popsat v podnikatelském plánu, že:

- tito zákazníci existují,
- víte přesně, kdo jsou a co chtějí,
- je jich dost, aby uživili váš podnik,
- jsou připraveni na vaši nabídku výrobků/služeb a skutečně je koupí,
- je na trhu konkurence.



Je na trhu konkurence

Když ne, tak proč.

Čekají na vaši nabídku

Koupí ji?



CÍLOVÝ TRH

Typy
zákazníků

**Existující
zákazníci**



Víte přesně

**Kdo jsou, co
potřebují**



Je jich dost?

**Uživí váš
podnik**



Vysvětlete motivace vašeho zákazníka a jeho chování

Jsou to zákazníkovi preference a motivace založené na tom, jak vnímá sám sebe, jak a kdy skutečně nakupuje. Při popisu **motivací zákazníka** berte v úvahu:

Co se nejvíc dotýká zákazníků při výběru (cena, kvalita, přednostní)?

Jak dlouho se rozhoduje zákazník, než výrobek/službu koupí?

Kde obvykle nakupuje?

U jakých firem chce nakupovat (velké, malé, důvěryhodné, regionální)?

Jak často výrobek/službu kupuje?

Kdo je klíčovou osobou, která rozhoduje o koupi?

Jak platí (hotově, kreditní kartou, platebním příkazem)?



Berte v úvahu také **organizační faktory**, zvláště při obchodování s jinými firmami. Je typické, zvláště u velkých firem, že mají zpracovaný svůj systém nákupu, který byste měli respektovat.



Určete velikost vašeho trhu

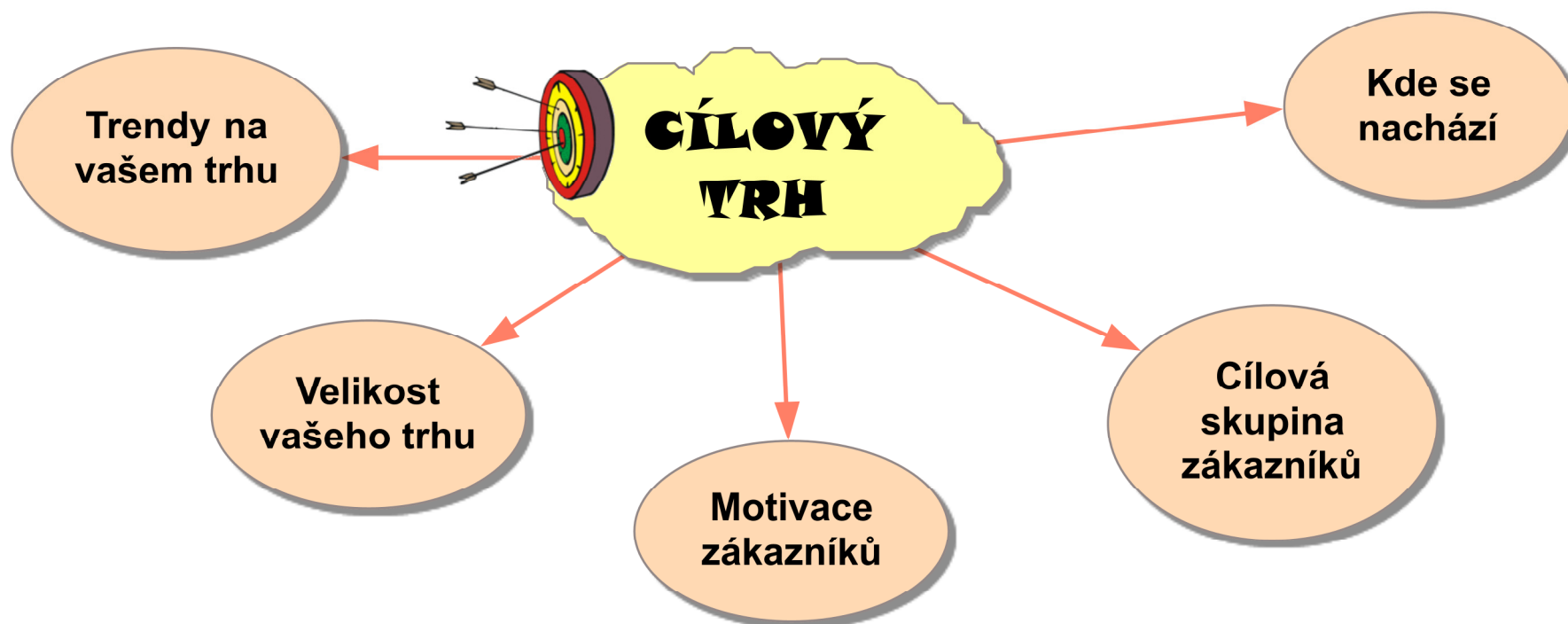
Je váš trh dostatečně velký na to, abyste zde mohli podnikat a dáte, dohromady dostatečný počet zákazníků, kteří vás užijí? A naopak. Není váš trh tak velký, že ho nedokážete dostatečně pokrýt? Pokud je váš trh příliš rozsáhlý, pravděpodobně jste dostatečně nedefinovali jeho specifické rysy k vašim možnostem (např. velikost regionu).

Váš podnikatelský plán bude přesvědčivější se **spolehlivými čísly**, které popíší velikost vašeho cílového trhu. Tento úkol splníte, pokud budou tato čísla pocházet ze spolehlivých zdrojů.



Klíčová část

Klíčovou částí vašeho podnikatelského plánu a tedy i celého podnikání je porozumění vašim zákazníkům - **kdo jsou, co chtějí, jak nakupují**. Tyto informace vám pomohou strukturovat produkt či službu v závislosti na vašem marketingu a zajistit si tak příjmy.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

11 Konkurence

Učební list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



11 Konkurence: učební list

Obsah:

1. Popište vaše konkrétní konkurenty
2. Zdůrazněte, v čem máte převahu nad konkurencí

Tím, že **existuje konkurence**, tak to znamená, že existuje života-schopný trh a zákazníci, kteří budou chtít nakupovat také vaše výrobky nebo služby. I když zkoušíte prodávat nějaký nový druh zboží nebo služeb, který využívá i novou progresivní technologii nebo přístup, musíte počítat s konkurencí.



Když se v podnikatelském plánu objeví věta "**nemáme konkurenci**", ukazuje to, že:

- podnikatel neprozkoumal dostatečně situaci na trhu,
- neexistuje trh pro jeho podnikatelský záměr,
- je to úplná novinka.

Stejně důležité jako znát svou konkurenci je **učit se od ní**. Sledujte, co váš konkurent dobře dělá a co dělá špatně. To vám umožní poskytovat potenciálnímu zákazníkovi lepší služby a využít strategických příležitostí na trhu.



Jaké typy firem s vámi zápasí o přízeň zákazníků a jejich peníze zjistíte **porozuměním vaší konkurenci** a její určení, což pro vás **představuje silné argumenty** a je důkazem, že:

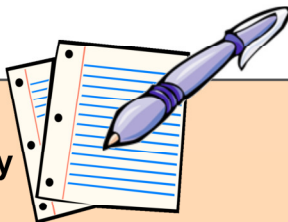
- odlišujete vlastní firmu od ostatních,
- objevili jste faktory, které určují, že zákazník může dát přednost vašemu výrobku nebo službě před jinými produkty,
- odpovídáte na potřeby zákazníků, na které ještě konkurence nezareagovala,
- objevili jste, v čem máte navrch, a jste připraveni zdolat překážky, které vám stojí v cestě.



Čelíte dvěma typům konkurence:

- **Přímé:** Firmy nabízející výrobky nebo služby podobné těm vašim. Zákazníci je vnímají jako přijatelné alternativy.
- **Nepřímé:** Firmy nabízejí jiné výrobky nebo služby než vy. Ty ale naplňují podobnou potřebu.

Popište vaše konkrétní konkurenty



Zaměřte se nyní na konkrétní firmy, které vám konkurují v každodenním boji o zákazníka. Proveďte jejich hodnocení očima zákazníka a všimněte si faktorů, které zvyšují jejich konkurenceschopnost, například:

- Disponují nějakou dobře známou obchodní značkou?
- Byly někdy v historii dominantní firmou na trhu?
- Roste tato firma?
- Uzavřela strategická partnerství s jinými firmami?
- Mají nějaké exkluzivní odběratele?
- Mají svoje www stránky?

Kromě kvality a ceny výrobku nebo služby je při posuzování konkurence ještě mnoho dalších faktorů. Můžeme je shrnout do dvou hlavních kategorií:



Vnímání zákazníka: Jsou to věci, které může vidět zákazník (cena, kvalita, zákaznické služby, společenské povědomí, ochota).



Vnitřní provozní faktory: Věci, které zákazník nevidí (výrobní náklady, marketing, rozpočet, místo podnikání, přístup ke službám, sponzoring).

Tu **nejnebezpečnější konkurenci** představují firmy, které ukrájí největší část koláče zákaznických prostředků - firmy s největším podílem na trhu. Tito konkurenti jsou důležití, protože:



- mají tendenci definovat standardy daného výrobku nebo služby,
- významně ovlivňují zákaznicko vnímání výrobku nebo služby,
- obvykle mají finanční zdroje a použijí je k udržení na trhu,
- mohou snížit cenu výrobku.





Zdůrazněte, v čem máte převahu nad konkurencí

Každá firma **musí mít nějaké výhody** oproti své konkurenci, aby přilákala zákazníky a udržela se na trhu. Typickými přednostmi jsou např.:



cena,
vlastnosti výrobku nebo služby,
přístup k zákazníkovi,
agresivní, efektivní marketingová strategie,
volba typu zákazníka,
dobře známá značka,
exkluzivní partneři,
provozní efektivita,
servis.



Je také užitečné ukázat, jak se stanou **slabé stránky konkurence** silnými stránkami vaší firmy. Je-li vaše firma malá a flexibilní, vysvětlíte, jakou výhodu má v reagování na náhlé změny požadavků trhu.



Uvažujte o vaší **budoucí potenciální konkurenci** a zamyslete se nad překážkami, které bude muset překonat, aby vstoupila na váš trh. Překážky, které se v ekonomické terminologii nazývají "bariéry vstupu na trh", mohou zahrnovat:

- patenty a ochranné známky,
- vysoké náklady na rozjezd firmy,
- nedostatečné technické či odborné know-how,
- nasycení trhu,
- přísné licenční požadavky či omezení.

Zkuste předpovědět, **jaká nová konkurence** se může objevit na trhu, například v horizontu pěti let.

Cílem je najít takovou část trhu, která není dostatečně pokryta nebo která je neuspokojena ve svých požadavcích a na tuto část se zaměřit ve svém podnikatelském plánu.

