**Metodický pokyn k vypracovaniu podnikateľského plánu z odborných predmetov**

**Podnikateľský zámer** vyjadruje základnú predstavu o podnikateľskej činnosti a *má odpovedať na nasledovné otázky:*

* Aký druh podniku cestovného ruchu budeme prevádzkovať ?
* Kde bude zariadenie cestovného ruchu lokalizované ?
* Komu budeme ponúkať naše služby ? ( Aká bude naša cieľová skupina ? ) o Aké druhy tovarov a služieb budeme ponúkať ?
* Aká bude organizačno-právna forma nášho podniku ?

**Podnikateľský plán** rozvíja podnikateľský zámer a jeho úlohou je dať odpoveď na otázku, či má podnikateľský zámer *reálne šance na dosiahnutie podnikateľského úspechu*.

Východiskom spracovania podnikateľského plánu je rozvinutie podnikateľského zámeru, rozpracovanie cieľov podniku cestovného ruchu a analýza okolia podniku a trhu cestovného ruchu.

Podnikateľský plán má nasledovnú štruktúru:

1. Východiská projektu o charakteristika okolia podniku o podnikateľské príležitosti
2. Charakteristika podniku o typ, kategória, trieda, názov podniku o právna forma o lokalizácia a dopravná dostupnosť o rozsah poskytovaných služieb
   * predpokladaná výška základného imania
3. Marketingová analýza o analýza podniku o analýza zákazníka o analýza konkurencie o analýza dodávateľov
   * analýza silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození ( SWOT analýza )
4. Marketingová koncepcia o poslanie podniku o segment trhu o produkt o distribúcia o komunikácia o cenová politika
5. Organizačná štruktúra a personálne zabezpečenie
6. Finančný plán podniku o súpis majetku o odpisy o plán výkonov ( tržieb ) o plán nákladov
   * finančný plán na obdobie najmenej 3 rokov
7. Záver, zhodnotenie podnikateľského zámeru
8. Prílohy

**Kontrolné otázky a pokyny k jednotlivým častiam podnikateľského plánu, ktoré Vám poslúžia pri zostavovaní podnikateľského plánu:**

# Východiská projektu

***Charakteristika okolia podniku***

Aký potenciál má cieľové miesto (prírodný, kultúrno-historický), v ktorom chcete vykonávať podnikateľskú činnosť? Je potrebné opísať tento potenciál.

***Podnikateľské príležitosti***

Prečo ste sa rozhodli založiť si daný druh podniku vo Vami určenom cieľovom mieste? Čo Vám vytvára podnikateľské príležitosti?

# Charakteristika podniku

***Typ*** – Aký typ podniku budete zakladať? (napr. ubytovacie, stravovacie, športové a iné)

***Z podnikateľskej činnosti sú vylúčené nasledovné typy zariadení (z dôvodu nekomplexnosti produktu a častého opakovania): kaviareň, čajovňa, čokoládovňa, cukráreň, palacinkáreň, zmrzlináreň, pizzeria, zariadenia rýchleho stravovania, bar, reštaurácia a.i. tohto typu – môžu byť, ak sú súčasťou iného zariadenia, nie ako hlavná podnikateľská činnosť.***

***Pri voľbe podnikateľskej činnosti sa môžete zamerať na súčasné trendy v cestovnom ruchu, napr. vidiecky CR, agroturistika, ekologický CR, wellnes, a.i.***

***Je potrebné, aby ste svoju podnikateľskú činnosť situovali do Bratislavského regiónu CR.***

***Kategória*** – Aký druh ubytovacieho alebo iného zariadenia zakladáte? (napr. hotel, penzión, športovo-rekreačné zariadenie, kultúrno-spoločenské, cestovná kancelária atď). - Kategória= druh zariadenia

***Trieda*** – Určuje sa len v prípade ubytovacích zariadení. Podľa Vyhlášky MH SR o kategorizácii a klasifikácii ubytovacích zariadení uveďte počet hviezdičiek v súlade s Vyhláškou.

Aký štandard vybavenosti a rozsah poskytovaných služieb budete ponúkať?

***Názov podniku*** = slovné vyjadrenie bez symbolov a iných zákonom nedovolených znakov

- je potrebné, aby žiak okrem názvu podniku uviedol v podnikateľskom pláne aj logo podniku (originál)

***Právna forma*** – živnosť, s. r. o.

***Lokalizácia a dopravná dostupnosť*** – uveďte presnú adresu zakladaného podniku a možnosti dopravného spojenia, príp. parkovania pre Vášho zákazníka

***Rozsah poskytovaných služieb*** – Aké základné a doplnkové služby budete ponúkať? (len vymenovať, presný popis produktu, t.j. balíku služieb uvediete v časti Marketingová koncepcia - Produkt)

***Predpokladaná výška základného imania, vkladu podnikateľa*** = ZI, vlastný vklad podnikateľa do podnikania (prípadné ďalšie zdroje uveďte v časti Finančný plán)

# Marketingová analýza

Je potrebná na vytvorenie správnej marketingovej stratégie.

***Analýza podniku*** – ide o analýzu interného prostredia podniku ( k čomu patrí podrobný popis interiéru, štýlu podniku, ... ); je potrebné uviesť kapacitu Vášho podniku, stručne poukázať na najdôležitejšie silné a slabé stránky Vášho podniku, ktoré sa prejavia v časti SWOT analýza.

Vizualizáciu podniku je potrebné uviesť v prílohe.

***Analýza zákazníka*** – Analýza zákazníka nadväzuje na časť Segment trhu; v analýze zákazníka popisujete zvolenú metódu prieskumu trhu (napr. dotazníkový prieskum, pozorovanie), určujete konkrétny spôsob realizácie prieskumu a vzorku respondentov, na ktorej ste prieskum realizovali. Ak prieskum trhu nebudete realizovať a vychádzate len z vlastných skúseností, úvah, externých zdrojov informácií,... je potrebné ich uviesť a popísať.

Ak si zvolíte dotazníkový prieskum, anketu, je potrebné ich vzor uviesť v prílohe.

***Analýza konkurencie*** – Kto predstavuje Vašu konkurenciu na začiatku Vášho podnikania? (uveďte názov a sídlo). Aké silné a slabé stránky má Vaša konkurencia?

***Analýza dodávateľov*** – Ktorých dodávateľov na zabezpečenie Vášho produktu (balíku základných a doplnkových služieb) si zvolíte a prečo? Je potrebné uviesť: názov dodávateľa, adresa, čo bude dodávať a na základe akých kritérií ste si ho vybrali.

***Analýza silných a slabých stránok, príležitostí a ohrození (SWOT analýza)*** – Je tvorená z:

1. an. Externého prostredia – ide o identifikáciu príležitostí a rizík
2. an. Interného prostredia – t.j. an. silných a slabých stránok

Je potrebné, aby žiak vypracoval SWOT analýzu v podobe matice a uviedol slovenský aj anglický názov.

Tento pojem pochádza zo 4 anglických slov:

***S = Strenghts*** = sila, silné stránky podniku

Sú konkurenčnou výhodou, ktorá existuje vo vnútri podniku.

***W = Weaknesses*** = slabosť, slabé stránky podniku, sú nevýhodou

***O = Opportunities*** = príležitosti pre Váš podnik, ktoré poskytuje okolie podniku, priaznivá situácia v podnikovom okolí

***T = Threats*** = hrozby pre Váš podnik vyplývajúce z okolia podniku, nepriaznivé aspekty v okolí podniku

V prvých dvoch bodoch hodnotíte silu podniku, resp. slabosti podniku, v druhých dvoch bodoch sa zameriavate na prostredie, ktorého vplyvy môžu buď pozitívne ovplyvniť činnosť podniku ( príležitosti ) alebo negatívne ( hrozby ).

**Zostavenie SWOT analýzy musí vychádzať z predchádzajúcich analýz.**

# Marketingová koncepcia

***Poslanie podniku*** – hovorí o podniku, t. j. čím budete, akí budete; vyjadruje účel a zmysel existencie podniku

***Segment trhu*** – ak ste realizovali marketingový prieskum, v časti segment trhu popíšete jeho výsledky, t. j. percentuálne vyhodnotenie, z čoho určíte, kto bude Vaším potenciálnym zákazníkom

Ak ste prieskum nerealizovali, mali by ste aspoň popísať, kto bude podľa Vás Vašim zákazníkom a na základe čoho si to myslíte.

V prílohe je potrebné uviesť vyhodnotenie jednotlivých otázok dotazníka, ankety koláčovými diagramami a ich percentuálny a slovný popis.

***Produkt***

* v tejto časti je nevyhnutný *podrobný popis produktu* cestovného ruchu a jeho jednotlivých úrovní, t. j. všeobecný, očakávaný, širší produkt
* ***všeobecný produkt*** – jadro produktu, tvoria ho služby, ktoré účastníci považujú za samozrejmosť napr. penzión \*\* - ubytovacie služby- presný popis izby, priestorov zodpovedajúcich \*\* podľa Vyhlášky MH SR o kategorizácii ubytovacích zariadení - stravovacie služby - .....
* ***očakávaný produkt*** – produkt, ktorým sa producent služieb odlišuje od konkurencie a vytvára mu konkurenčnú výhodu
* ***širší produkt*** – „niečo navyše“, čo zákazník neočakáva, čo mu poskytuje dodatočný úžitok, zážitok

Pri vypracovaní produktu uveďte potrebné prílohy.

***Distribúcia***

* je potrebné uviesť, ktoré distribučné cesty podnik na ceste k zákazníkovi využije
* podnik môže zabezpečovať predajné aktivity sám, využívať služby sprostredkovateľov alebo aj tieto možnosti kombinovať
* ak sa rozhodnete pre nepriamu distribučnú cestu, to znamená zapojenie sprostredkovateľa do realizácie produktu, musíte rozhodnúť o počte sprostredkovateľov
* distribučná cesta začína vždy od producenta služieb
* dôležité je distribučnú cestu naznačiť schémou a určiť na základe čoho ste dospeli k rozhodnutiu o voľbe distribučnej cesty

***Komunikácia***

* komunikáciu tvoria nasledovné základné nástroje: reklama, podpora predaja, public relations a osobný predaj
* je potrebné zvoliť správnu kombináciu konkrétnych nástrojov, prostriedkov propagácie vzhľadom na produkt, ktorý ponúkate a spotrebiteľa, ktorého chcete osloviť
* je potrebné uviesť každý nástroj komunikácie samostatne, k nemu zvolené prostriedky komunikácie a spôsob jeho použitia na trhu
* do prílohy je potrebné zaradiť konkrétne návrhy prostriedkov komunikácie napr. plagát

***Cenová politika***

* cenu je potrebné stanoviť reálne, aby ju akceptoval spotrebiteľ
* je potrebné zostavenie cenníku na Vami poskytovaný produkt (potrebné uviesť aj v prílohe)
* v tejto časti je dôležité určiť cenovú stratégiu, ktorú ste sa rozhodli použiť na začiatku Vášho podnikania a svoje rozhodnutie odôvodniť, prípadne uviesť predpokladanú zmenu cenovej stratégie počas podnikania.

# Organizačná štruktúra a personálne zabezpečenie

* Aké pracovné pozície vytvoríte vo Vašom podniku? o Aká je prevádzková doba Vášho podniku?
* Máte dostatočný počet zamestnancov vzhľadom k pracovnej dobe a kapacite Vášho podniku?
* Uvažujete iba o interných (vlastných) zamestnancoch alebo budete spolupracovať aj s externými pracovníkmi?
* Na základe týchto úvah vytvorte organizačnú štruktúru (schéma) a stručne popíšte práva, povinnosti a úlohy (náplň práce) jednotlivých pracovníkov.
* V schéme organizačnej štruktúry uveďte počet pracovníkov pre jednotlivé pracovné pozície

**Finančný plán podniku**

• **súpis majetku:** Aký majetok budete pri Vašom podnikaní potrebovať? Aká je jeho obstarávacia cena? Uveďte aj majetok, ktorý ste získali iným spôsobom ako nákupom, napr. darovaním (uveďte reálnu hodnotu), dedením.

Súpis majetku uveďte do tabuľky , ktorá pozostáva z nasledovných častí:

* názov majetku, obstarávacia cena, počet kusov, cena spolu (je potrebné dodržať formálnu stránku úpravy tabuľky a jednotiek)
* zachovajte členenie majetku na dlhodobý a krátkodobý majetok

• **odpisový plán:** Ktorý majetok uvedený v súpise majetku budete odpisovať? Uveďte zvolenú metódu odpisovania (rovnomerné alebo zrýchlené odpisy). Sú účtovné odpisy totožné s daňovými odpismi? (*kvôli zjednodušeniu výpočtov odporúčam, aby sa účtovné odpisy rovnali s daňovými – nezabudnite to v práci uviesť!)*

- Uveďte zákon, podľa ktorého ste postupovali pri odpisovaní

Výpočty odpisov uvádzajte v prílohe!

**Plán odpisov** vypracujte vo forme tabuľky: v EUR

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Názov majetku | Obstarávacia cena | Odpisová skupina | Odpisy v 1. roku | Odpisy v 2. roku | Odpisy v 3. roku |
|  |  |  |  |  |  |
| Spolu | x | x |  |  |  |

* **plán výkonov (tržieb):** v Podnikateľskom pláne uveďte tabuľku plánu výnosov, výpočty uvádzajte v prílohe. Vzor Plánu výkonov (tržieb)

v EUR

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Druh | 2021 | 2022 | 2023 |
| Základné služby |  |  |  |
| Doplnkové služby |  |  |  |
| Spolu |  |  |  |

Aké druhy tržieb predpokladáte? (z ubytovania, zo stravovania, z doplnkových služieb, atď.) Aká je kapacita ubytovania, stravovacích priestorov? Aký je Váš odhad využitia kapacity? Uveďte, či je Vaše zariadenie v prevádzke celoročne (365 dní) , alebo sezónne (Koľko dní?). Koľko EUR priemerne minie 1 zákazník? ( napr. v prípade stravovacích služieb vychádzajte z cien uvedených v jedálnom a nápojovom lístku). Aká je priemerná cena za ubytovanie? Aký je podiel tržieb z doplnkových služieb na celkových tržbách?

Pri stanovení výšky cien vychádzajte zo štruktúry produktu, ktorý ponúkate a z reálnych cien na trhu!

* **plán nákladov:** v samotnom podnikateľskom pláne uveďte iba tabuľku predpokladaných nákladov, výpočty uvádzajte v prílohe.

Vzor Plánu nákladov v EUR

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Druh | 2021 | 2022 | 2023 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Spolu |  |  |  |

Aké druhy nákladov sa vyskytnú vo Vašom podniku? (mzdové náklady, voda a energia, N na materiál, odpisy, pohonné hmoty, tovar, ostatné prevádzkové N, atď.) Pri každom druhu nákladov uveďte Váš odhad a postup výpočtu!

* mzdové N: Aký je počet pracovníkov uvedený v organizačnej štruktúre podniku? Aká je priemerná mesačná mzda jednotlivých pracovníkov? Mzdové náklady obsahujú aj povinné odvody zamestnávateľa do Sociálnej poisťovne a zdravotných poisťovní za zamestnancov vo výške 35,2% z hrubých miezd!!!
* odpisy: Aké sú vypočítané odpisy za prvé 3 roky podnikania v pláne odpisov?
* N na tovar: Ktoré druhy tovarov (napr. hygienické potreby, kancelárske potreby a.i.) potrebujete na zabezpečenie Vašej podnikateľskej činnosti? Koľko asi minú zákazníci EUR na nákup doplnkového sortimentu (vychádzajte z predpokladaného využitia kapacity).
* N na materiál: Do nákladov na materiál sa uvádzajú suroviny potrebné na výrobu (napr. na prípravu jedál). Súpis majetku obsahuje dlhodobý a krátkodobý majetok. Dlhodobý majetok sa do nákladov dostáva prostredníctvom odpisov. Krátkodobý majetok sa uvádza v prvom roku podnikania ako materiálové náklady. Taktiež dlhodobý majetok, ktorý nespĺňa podmienku OC sa uvádza v 1.roku podnikania v materiálových nákladoch.
* ostatné prevádzkové náklady: v prílohe podrobne rozpíšte štruktúru nákladov, ktoré neboli uvedené v predchádzajúcich položkách (napr. nájomné, telefón, miestne dane a poplatky, atď.)

Pri výpočte predpokladaných výnosov a nákladov zaokrúhlite číselné hodnoty na celé eurá.

• **výsledok hospodárenia:** Aký bude predpokladaný výsledok hospodárenia v prvých 3 rokoch podnikania? Porovnajte náklady a výnosy, prípadnú stratu zapíšte s mínusovým znamienkom, a uveďte v tabuľke. v EUR

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Výsl. hospodárenia | 2021 | 2022 | 2023 |
| Zisk/Strata |  |  |  |