

Projekt podnikatelského plánu založení maloobchodní prodejny XY

Bc. Andrea Zajacová

Diplomová práce
2010

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav financí a účetnictví
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Andrea ZAJACOVÁ**
Osobní číslo: **M08423**
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Finance**

Téma práce: **Projekt podnikatelského plánu založení maloobchodní prodejny XY**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Na základě kritické literární rešerše zpracujte literární prameny zaměřené na problematiku zakládání podniků a podnikatelských plánů.

II. Praktická část

- Analyzujte podnikatelské prostředí ve Slovenské republice.
- Vypracujte projekt podnikatelského plánu založení maloobchodní prodejny XY.
- Navrhněte doporučení pro nově založenou maloobchodní prodejnu XY.

Závěr

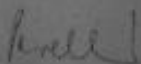
Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- [1] FOTR, J., SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
[2] JAZDEKOVÁ, A. Podnikatelské minimum: Praktická příručka nielen pre podnikateľov a zamestnávateľov. 1. vyd. Bratislava: Maradi, 2009. 96 s. ISBN 978-80-970065-0-1.
[3] STAŇKOVÁ, A. Podnikáme úspěšně s malou firmou. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2007. 200 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
[4] VEJDĚLEK, J. Jak založit nebo jak převzít podnik. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 232 s. ISBN 80-7169-234-4.
[5] WAGNEROVÁ, E., ŠEBESTOVÁ, J. Podnikání v malé a střední firmě. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2007. 221 s. ISBN 978-80-7248-441-6.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Aleš Skopalík
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 29. března 2010
Termín odevzdání diplomové práce: 3. května 2010

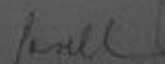
Ve Zlíně dne 29. března 2010



doc. Dr. Ing. Drahomira Pavelková
děkanka



L.S.



doc. Dr. Ing. Drahomira Pavelková
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně

.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasaňuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Táto diplomová práca je zameraná na vypracovanie projektu podnikateľského plánu založenia maloobchodnej predajne XY.

V teoretickej časti sú spracované poznatky o podnikaní a podnikateľských plánoch. V práci sú popísané princípy, výhody, nevýhody, či požiadavky na podnikanie. Zvlášť je kladený dôraz na postup spracovania podnikateľského plánu, pričom sú popísané jeho jednotlivé časti.

V praktickej časti je prevedená analýza podnikateľského prostredia na Slovensku. Na základe analýzy je spracovaný projekt podnikateľského plánu založenia maloobchodnej predajne XY.

V závere práce sú navrhnuté odporúčenia pre nového podnikateľa a zároveň jeho novo otvorenú maloobchodnú predajňu.

Kľúčová slova: analýza trhu, malé a stredné podniky, marketingový plán, obchod, podnik, podnikanie, podnikateľský plán, podnikateľský zámer

ABSTRACT

This diploma work is focused on project of development business plan for new retail shop XY.

Knowledge's about business and business plans, principles, benefits, disadvantages and requirements are described in the theoretical part. Thesis is mainly concentrated on processing a business plan, as well his generally parts are defined.

In the practical section of this master thesis is at first made analysis of current business environment in Slovakia. On the ground of analysis is made project of development business plan for new retail shop XY.

My master thesis ends with my suggestions and recommendations for new businessman and also for his new established retail shop.

Keywords: business plan, small and medium enterprises, enterprise, business, marketing plan

Ďakujem Ing. Skopalíkovi za odbornú pomoc, pripomienky a vedenie tejto diplomovej práce. Zároveň by som chcela poďakovať svojej rodine za podporu, trpezlivosť a cenné rady.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 ROZHODOVANIE STAŤ SA PODNIKATEĽOM	13
1.1 DEFINÍCIA PODNIKATEĽA.....	13
1.2 PODNIKANIE	13
1.2.1 Požiadavky na podnikanie	15
1.2.2 Prínosy podnikania.....	16
1.2.3 Hrozby a prekážky v podnikaní.....	16
1.3 VÝBER FORMY PODNIKANIA	17
1.3.1 Faktory výberu formy podnikania.....	17
1.4 MALÉ A STREDNÉ PODNIKY (MSP)	19
2 PODNIKATEĽSKÝ PLÁN	21
2.1 ÚČEL A ZMYSEL PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU	21
2.2 POŽIADAVKY NA PODNIKATEĽSKÝ PLÁN	23
2.3 PLÁNOVANIE.....	24
2.4 ŠTRUKTÚRA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU	25
2.4.1 Sumár	26
2.4.2 Popis podnikania.....	27
2.4.3 Marketing	27
2.4.4 Miesto podnikania.....	28
2.4.5 Majetková a finančná štruktúra podniku	29
2.4.6 Management	32
2.4.7 Kritické miesta.....	33
2.4.8 Hlavné projekty podporujúce podnikateľský plán.....	33
2.4.9 Základné časové etapy	34
2.4.10 Analýza rizika	34
3 ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI	36
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
4 ZAMESTNANIE VERZUS PODNIKANIE	38
5 ANALÝZA PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA V SR	42
5.1.1 NADSME: Podporné programy	49
5.1.2 Pomoc Európskej únie	50
5.1.3 Programy štátnej podpory	51

5.2	VÝVOJ NEZAMESTNANOSTI.....	52
6	PROJEKT PODNIKATELSKÉHO PLÁNU ZALOŽENIA MALOOBCHODNEJ PREDAJNE XY	54
6.1	ROZHODOVANIE O FORME PODNIKANIA	54
6.2	SUMÁR	55
6.3	POPIS PODNIKANIA	56
6.3.1	Zdroje konkurenčnej výhody a faktory úspechu.....	59
6.3.2	Produkt, služba a elektronický obchod	60
6.4	MARKETINGOVÁ ANALÝZA A PLÁN.....	62
6.4.1	Analýza PEST.....	62
6.4.2	Analýza trhu	64
6.4.3	Marketingové ciele a marketingová stratégia	72
6.4.4	Rozpočet na marketingové aktivity.....	74
6.5	MIESTO PODNIKANIA.....	74
6.6	MAJETKOVÁ A FINANČNÁ ŠTRUKTÚRA PODNIKU	75
6.6.1	Tvorba ceny služby	76
6.6.2	Tvorba ceny tovaru	79
6.6.3	Zdroje financovania projektu.....	80
6.6.4	Zakladateľský rozpočet.....	81
6.6.5	Plán likvidity	82
6.6.6	Plán ziskov a strát	88
6.7	MANAGEMENT.....	89
6.8	KRITICKÉ MIESTA	90
6.9	HLAVNÉ PROJEKTY PODPORUJÚCE PODNIKATEĽSKÝ PLÁN	92
6.10	VPLYVY SOCIÁLNEJ ZODPOVEDNOSTI ZA FIRMU	93
6.11	ZÁKLADNÉ ČASOVÉ ETAPY	93
7	NÁVRHY A DOPORUČENIA PRE ZAČÍNAJÚCEHO PODNIKATEĽA.....	96
	ZÁVĚR	100
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	103
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	106
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	108
	SEZNAM SCHÉMAT.....	109
	SEZNAM TABULEK	110
	SEZNAM PŘÍLOH	111

ÚVOD

Každý študent po ukončení školy uvažuje o smere kam sa vydať. Niektorí inklinujú k podnikaniu, iní sa chcú radšej zamestnať. Ja som študentka, ktorá končí univerzitu a patrí práve do tej prvej skupiny. Vždy som chcela vo svojej budúcnosti pracovať na niečom vlastnom, na niečom, čo má pre mňa naozajstnú hodnotu. Pri podnikaní má človek priestor pre vlastnú kreativitu, slobodu v rozhodovaní, má možnosť venovať sa niečomu, čo ho skutočne zaujíma, i keď na druhej strane podnikanie so sebou nesie väčšie riziká.

V mojom rozhodnutí som podporovaná nielen rodinným zázemím, vlastnou motiváciou, ale hlavne školou, ktorá mi poskytla teoretické a praktické znalosti a zručnosti v oblastiach, ktoré potrebujem, aby som vedela založiť a viesť vlastný podnik.

Aby som sama sebe potvrdila možný úspech a reálnosť podnikateľskej myšlienky, ktorú mám, rozhodla som sa spracovať podnikateľský plán. Zároveň mi plán slúži ako výborný nástroj na objektívne zhodnotenie podnikateľského nápadu a podáva prehľadný a jasný pohľad na jednotlivé činnosti a body, ktoré je nutné si uvedomiť pri štarte podnikania.

Podstatou môjho podnikateľského plánu nie je len splnenie sna, resp. venovanie sa činnosti, ktorú robím s nadšením. Ide predovšetkým o vytvorenie zaujímavého a príjemného miesta pre oddych a relax ľudí s podobnými záujmami, kde sa budú radi vracieť. Podnikanie je situované práve do mesta, kde absentuje podobné miesto a predajňa.

Cieľom tejto práce je spracovanie podnikateľského plánu, ktorý poskytne objektívny pohľad na podnikateľskú myšlienku.

Práca je rozčlenená na niekoľko základných častí. V prvej teoreticky priblížim podstatu podnikania, formy podnikania a sústredím sa najmä na popis podnikateľského plánu. V úvode praktickej časti odôvodním, prečo chcem podnikat. Následne prevediem analýzu podnikateľského prostredia zhodnotím jeho stav a vhodnosť pre nového začínajúceho podnikateľa. Po výbere formy podnikania sa už budem orientovať len na samotný projekt podnikateľského plánu na otvorenie maloobchodnej predajne a centra kreatívnych kurzov.

Na záver navrhнем pre začínajúceho podnikateľa odporúčenia do budúcnosti a zhrniem spracovávanú tému.

Verím, že táto práca bude prínosom nielen pre mňa, ale aj iných ľudí, ktorý zvažujú podnikanie alebo už podnikajú a hľadajú len inšpiráciu pre spracovanie podnikateľského plánu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ROZHODOVANIE STAŤ SA PODNIKATEĽOM

Rozhodovanie stať sa podnikateľom je veľmi závažným rozhodnutím v živote človeka. Niektorí sa s myšlienkou podnikat' pohráva celý život, iní sa rozhodne podnikat', ďalší zase nad podnikaním ani neuvažuje. Každý človek je iný a pre niekoho je istota pracovného miesta a zárobku dôležitejšia než realizácia vlastného podnikania. Ten, kto sa rozhoduje, či podnikat' alebo nie, musí zvážiť všetky pre a proti, ktoré mu takýto biznis ponúka. V nasledujúcich častiach teoretickej časti práce, sa budem snažiť čo najpresnejšie vykresliť, čo všetko znamená byť podnikateľom a aké sú výhody, či nástrahy tohto rozhodnutia. Verím, že vďaka týmto informáciám sa čitateľ bude vedieť lepšie rozhodnúť a následne si vypracovať podnikateľský plán.

1.1 Definícia podnikateľa

Na začiatok je podstatné ozrejmiť si základné pojmy ako sú podnik, podnikateľ a podobne. Existuje množstvo definícií podnikateľa. Podľa obchodného zákonníka podnikateľ je:

- osoba zapísaná v obchodnom registri,
- osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia,
- osoba, ktorá podniká na základe onoho než živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov,

fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa zvláštnych predpisov. [28][29]

Napriek množstvu literatúry neexistujú jednotné charakteristiky podnikateľov. Journal of Small Business Management ich charakterizuje ako „*osoby, ktoré profitujú na základe iniciatívy a riskovania*“ a iné zdroje definujú podnikateľov ako „*osoby, ktoré využívajú iniciatívy k uchopeniu tržných príležitostí za účelom dosiahnutia zisku*“. [9],[14], [15]

1.2 Podnikanie

Podnikanie je definované podľa obchodného zákonníka ako: „*súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové*

hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoju povahu majú na tento účel slúžiť“[28],[29]. Podnikanie okrem toho musí byť činnosť, ktorá je sústavná a samostatná a musí byť vykonávaná v mene podnikateľa, na jeho zodpovednosť a účet a musí sledovať účel dosiahnutia zisku.

Pri rozhodovaní byť či nebyť podnikateľom, neexistuje žiadna presná schéma ako sa rozhodnúť. Pomôcť nám však môže nasledovný obrazec, ktorý popisuje určité aspekty rozhodovacieho procesu pri založení podniku.

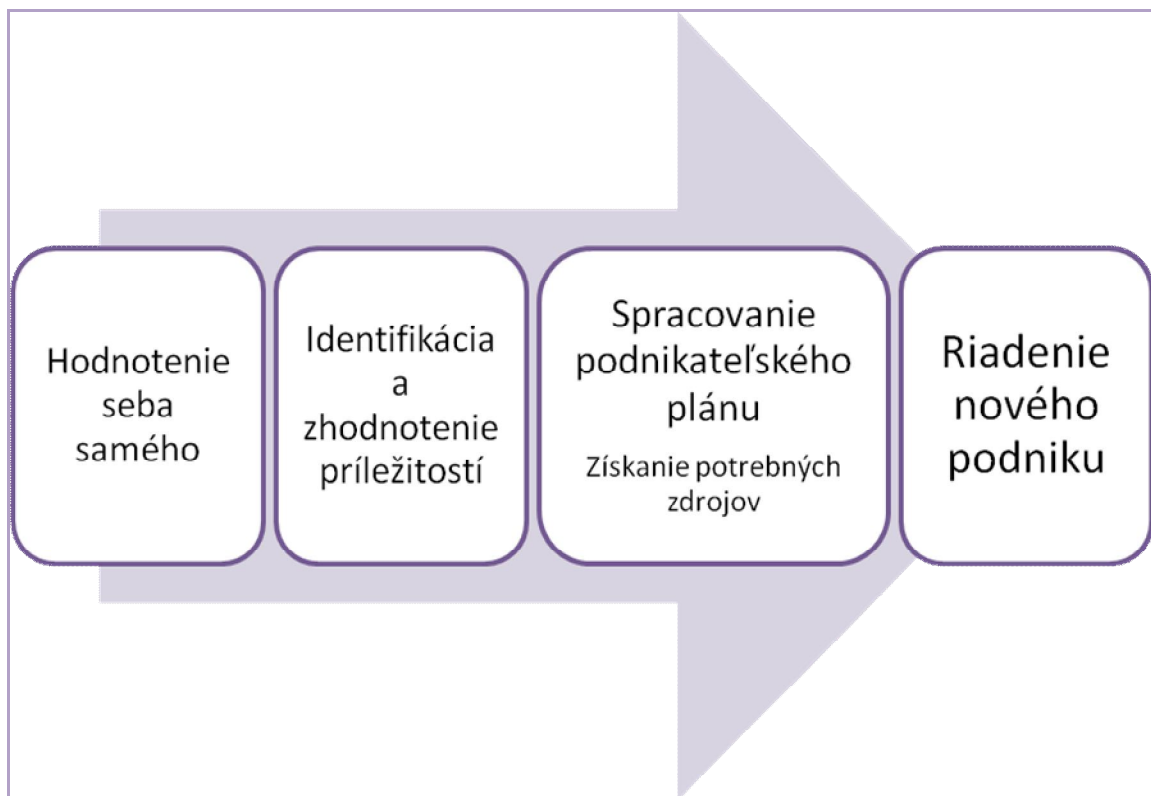


Schéma 1 Rozhodovací proces pri založení vlastného podniku [Vlastné spracovanie]

Vcelku sa potenciálny podnikateľ môže pôvodne nachádzať v nasledovných situáciách:

- **Má zamestnanie a istotu pracovného miesta.** Otázkou je, či chce svoje zamestnanie opustiť a začať s niečím novým, s čím napríklad nemá dostatok skúseností?
- **Stratil zamestnanie.** Podnikanie môže byť v tomto prípade vhodným spôsobom ako sebe a svojej rodine zabezpečiť finančné prostriedky, respektíve ako vyjsť z nepriaznivej životnej situácie.

- **Má zamestnanie, príp. dôchodok, ale rád by si realizoval svoje predstavy.** Daný človek si chce finančne polepšiť, prípadne si chce overiť, či by sa uplatnil ako podnikateľ.

Podnikať môžeme buď:

- s výrobkami alebo službami, ktoré už na trhu existujú, ale dopyt je zlý alebo neúplne uspokojovaný,
- s novými výrobkami alebo službami vyrábanými alebo poskytovanými s využitím už známych technológií,
- s výrobkami, vyrábanými novými technológiami či novými službami.

Každý z týchto spôsobov má svoje výhody i nevýhody. Ponúkanie už existujúcich produktov je spájané s najmenším rizikom, pretože situáciu na danom trhu je možné celkom jednoducho predpovedať. Riziko je ale v tomto prípade spojené s konkurentmi, ktorí už na trhu existovali pred nami a majú určité skúsenosti a zabehnuté postupy a stratégie.

Pri ponuke nových produktov a služieb, poskytovaných a vyrábaných už známou technológiou, nie je jednoduché predpovedať aké reakcie novinka vyvolá.

Ponuka úplne nových produktov a služieb, je najrizikovejšou aktivitou, ktorá však môže viesť k mimoriadnemu úspechu. Tu ideme s vyšším rizikom, ale môžeme vychádzať s vyšším ziskom.

Pri rozhodovaní sa o produkte, službe, ktorú chceme ponúkať, teda v prípade, že ešte nie sme rozhodnutí, nám často môže pomôcť náhoda, ale nápad môže vzniknúť aj pozorovaním neuspokojených potrieb v bežnom živote, pri prevádzkovaní koníčkov, rekreácii, práci na záhrade či úpravách na dome alebo byte, či pozorovaním zamestnancov, kolegov pri práci vo firme. Nápad môže vzniknúť na výstave, veľtrhu, na pracovných poradách, seminároch, pri obchodných rozhovoroch, či na káve s priateľmi. [11],[14]

1.2.1 Požiadavky na podnikanie

Na podnikanie sa stále kladú vyššie kritéria a požiadavky. Človek ak chce byť podnikateľom musí spĺňať v prvom rade z právneho hľadiska:

- vek minimálne 18 rokov,
- bezúhonnosť,
- spôsobilosť na právne úkony.

Okrem týchto predpokladov, ktoré vychádzajú zo zákona, podnikateľom by mala byť osoba odvážna, cieľavedomá, ambiciózna, pracovitá, originálna, nekonvenčne myslíaca, zdravo tvrdohlavá, veriaca v svoj cieľ, silná bojovať s neúspechmi, problémami, obetavá, sebavedomá, pripúšťajúca chyby, ochotná sa poradiť a hlavne dôkladne pripravená. Nie každý chce podnikáť, nie každý je stavaný na to byť podnikateľom. Preto prvým krokom je, aby si človek uvedomil svoje duševné a fyzické predpoklady.[1], [4], [30]

1.2.2 Prínosy podnikania

Možnosti, ktoré človeku podnikanie prináša, môžeme zhrnúť do nasledovných bodov:

- možnosť kontrolovať svoj osud,
- možnosť odlíšiť sa od väčšiny pevne firemne previazaných ľudí,
- možnosť plne rozvinúť svoj potenciál,
- možnosť dosiahnuť nadpriemerných ziskov a zaistiť si tak vysoký životný štandard,
- možnosť prospievať svojmu sociálnemu okoliu a spoločnosti.[9], [30]

1.2.3 Hrozby a prekážky v podnikaní

V procese zvažovania začatia podnikania, musíme zvážiť okrem prínosov aj možné ohrozenia a prekážky. Najvšeobecnejšími prekážkami v podnikaní sú:

- nedostatočné finančné prostriedky, ktoré sú vo väčšine prípadov najväčším problémom a brzdou malého a stredného podnikania;
- psychologické prekážky.

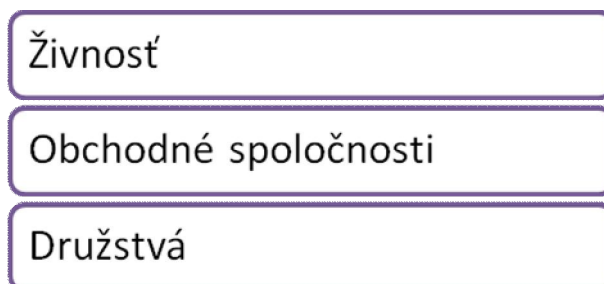
Podnikanie je ohrozené hlavne:

- konkurenčnou rivalitou,

- absenciou kupujúcich,
- silnými dodávateľmi,
- nedostatočným ziskom,
- nedostatkom prevádzkového kapitálu,
- problémami s účtovníctvom,
- personálnym zlyhaním. [14]

1.3 Výber formy podnikania

V prípade, že už sme sa rozhodli, že chceme podnikat', je rozhodujúce vybrať si formu podnikania. Základné formy podnikania v SR sú:



Obrázok 1 Základné formy podnikania

[Vlastné spracovanie]

Analýza a popis jednotlivých foriem podnikania je veľmi rozsiahla činnosť, preto ich nebudem bližšie rozoberať. Všetky potrebné informácie sú dostupné v obchodnom zákonníku č. 513/1991 Zb. z 5. novembra 1991.[1], [26], [27]

1.3.1 Faktory výberu formy podnikania

Pri rozhodovaní o forme podnikania treba vziať v úvahu nasledovné skutočnosti:

- **daňové zaťaženie,**

- **nutná výška štartovacieho a budúceho kapitálu**- formy podnikania sa líšia od schopnosti generovať štartovný kapitál, podľa výšky kapitálu, ktorý potrebujeme, a spôsobmi ako ho obstaráme, sa javia niektoré formy ako výhodnejšie,
- **kontrola nad firmou**- pri partnerstve sa čiastočne vzdávate časti kontroly nad firmou, záleží na nás do akej miery sme ochotní sa s niekým deliť o úspechy, či neúspechy,
- **náklady na založenie**- hlavne treba zvážiť náklady na právnu asistenciu, lebo niektoré právne formy sú veľmi komplikované bez právnej asistencie,
- **manažérske predpoklady**- je nutné zvážiť, či sme sami schopní byť podnikateľom, manažérom, či sme fyzicky i psychicky schopný na takúto hlavne v počiatkoch náročnú prácu,
- **následníctvo vo firme**- v tomto prípade záleží, či hodláme v budúcnosti prenechať firmu rodine, rodinným príslušníkom, pretože niektoré formy podnikania sú výhodnejšie v ohľade jednoduchšieho prevodu vlastníckych práv.

Je dôležité si uvedomiť, na aké podnikanie sa chystáme, či hodláme vytvoriť väčšiu firmu a pod. Všetky konkrétne a detailné informácie o jednotlivých právnych formách podnikania sú uvedené v obchodnom zákonníku č. 513/1991 Zb. z 5. novembra 1991.

Všeobecne možno konštatovať existenciu nasledovných dvoch foriem podnikania:

- a) výlučné vlastníctvo**, ktoré predstavuje vlastníctvo jednou osobou. Pravdepodobne najrozšírenejší spôsob hlavne z dôvodu neobmedzenej rozhodovacej právomoci. Umožňuje ponechať si celý zisk, ktorý vznikne po úhrade všetkých nákladov spojených s podnikaním, a to môže byť podstatne vyššia čiastka než sú vysoké platy v danej ekonomike.
- b) forma partnerstva**, ktorá predstavuje spojenie dvoch a viacerých osôb, ktoré spolu vlastnia firmu za účelom dosiahnutia zisku. Partneri sa podieľajú na zisku, na nákladoch spoločne podľa dohody, ktorá by mala byť podpísaná písomne. [9] ,[15]

1.4 Malé a stredné podniky (MSP)

V rámci tejto práce sa budem venovať aj popisu malých a stredných podnikov, keďže podnikateľský plán je orientovaný na založenie práve malého podnikania.

V žiadnej krajine neexistuje jedna formálna definícia malých a stredných podnikov. Jedna z najpoužívanejších na Slovensku hovorí, že :

- Malé a stredné podniky (odteraz MSP) majú relatívne malý podiel na trhu a prakticky nemôžu nijakým spôsobom významnejšie ovplyvniť trh,
- MSP sú riadené vlastními- podnikateľmi, rodinami vlastníkov, resp. spoluvlastníctvom a nie sprostredkovane cez formálnu štruktúru manažmentu,
- MSP sú nezávislé podniky, netvoria časť iného väčšieho podniku. [7]

Iné definície hovoria, že malý podnik je ten, kde:

- manažment firmy je nezávislý. Manažéri firmy sú obvykle i vlastními firmy,
- kapitál poskytol a podnik vlastní jednotlivec alebo malá skupina,
- rozsah malého podniku nemá obmedzenú dolnú hranicu počtu osôb a neprekračuje 20 osôb,
- oblasť prevádzkovania je spravidla miestna. Majitelia a pracovníci žijú v jednej komunite. Trh však nemusí byť lokálny.

A stredný podnik:

- je nezávislý v tom zmysle, že nie je časťou väčšieho podniku,
- zamestnáva 20 až 500 osôb,
- trh, na ktorom podnik operuje, je primárne regionálne až celoštátny a podnik na ňom nemá dominantné postavenie.[14]

Zákon č.100/1995 i štátnej podpore malým a stredným podnikom zadefinoval pojem malých a stredných podnikov na základe kvantitatívneho kritéria, tj. podľa počtu zamestnancov.

Tabuľka 1 Rozdelenie malých a stredných podnikov v SR[7]

Počet zamestnancov	Pojem
Od 1 do 24	Malý podnik
Od 25 do 500	Stredný podnik
501 a viac	Veľký podnik

V súčasnosti sa uplatňuje už len členenie podľa odporúčania Európskej komisie 2003/361/EC, s účinnosťou od 1.1.2005, ktoré je zobrazené v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 2 Rozdelenie malých a stredných podnikov podľa EÚ [7]

Od 1.5.2005	Počet zamestnancov	Ročný obrat	Ročná bilancia
Stredný podnik	do 250	50 mil.€	43 mil.€
Malý podnik	do 50	10 mil.€	10 mil.€
Mikro podnik	do 10	2 mil.€	2 mil. €

2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V prípade, že sme sa rozhodli podnikat', je veľmi užitočné a podstatné a taktiež odporúčané spracovať podnikateľský plán. Podnikateľský plán nezaručí úspech našej myšlienky, ale môže pomôcť sprehľadniť realizáciu daného zámeru, či odhaliť chyby, resp. nereálnosť daného nápadu. Prínos plánu je vysoký. [3]

„Dobre spracovaný a pravidelne aktualizovaný podnikateľský plán je zároveň najdokonalejším možným návrhom na financovanie podniku.“ [3]

2.1 Účel a zmysel podnikateľského plánu

Na začiatok, prečo podnikateľský plán je niečo, čo by ste mali skutočne urobiť:

- Zostavením podnikateľského plánu zaujmeme objektívny a kritický postoj k projektu.
- Podnikateľský plán je vo svojej konečnej podobe operačným nástrojom, ktorý keď dobre využívate, pomôže vám efektívne a úspešne riadiť váš podnik.
- Prostredníctvom podnikateľského plánu predkladám svoje zámery iným účastníkom. Je to dôležité najmä pri zostavovaní návrhu financovania, respektíve pri získavaní finančných zdrojov.

Objektívny pohľad na podnikateľský plán nám umožní vidieť jeho slabé a silné stránky, vytipovať potreby, ktorý by sme normálne mohli prehliadnuť, včas zaistiť sľubné obchodné príležitosti a nájsť najvhodnejšie cesty k určeným cieľom. Podnikateľský plán nám umožní vidieť problémy skôr, než sa rozrastú do nezvládnuteľných rozmerov, určiť ich príčiny a nájsť vhodné riešenia. Umožní nám dokonca sa niektorých úplne vyvarovať. Ukáže nám realnosť budúceho podnikania a taktiež finančné prostriedky, ktoré sú nutné na jeho štart.

Podnikateľský plán je nutný najmä zo štyroch dôvodov:

- **Pri zakladaní podniku:** podnikateľský plán núti zakladateľa dôkladne premyslieť všetky dôležité aspekty podnikania, logicky a objektívne posúdiť otázky spojené so založením a fungovaním podniku. Hneď od začiatku podnikania sa treba riadiť plánom. Pomôže nám to vyvarovať sa hrubých chýb a ušetrí nám veľa sklamaní, času a peňazí.

Minimum by mal byť kapitálový rozpočet, ktorý hovorí o výške prvotnej investície potrebnej pre rozbeh podnikania a detailný plán peňažných tokov na najbližší rok.

- **Pri získavaní kapitálu od komerčných bánk:** v prípade žiadosti o bankový úver, podnikateľský plán veľmi nepotrebujeme. Banky si v súčasnosti uvedomujú a akceptujú, že malí podnikatelia sú predovšetkým odborníkmi svojho remesla. Postačí, ak podnikateľ banke poskytne informácie, z ktorých si banka dokáže rámcový plán sama zostaviť. Podmienkou takéhoto zákaznicky orientovaného prístupu sú priaznivé podnikateľské výsledky v minulosti. Banka sa bude chcieť prostredníctvom plánu uistiť, že budeme schopní úver splácať. Základným predpokladom pre získanie bankového úveru je podnikateľská minulosť v dobe nie kratšej ako dva roky. V prípade začínajúceho podnikateľa s podnikateľským plánom v ruke, nie je možné predpokladať, že v slovenských komerčných bankách pochodí.
- **Pri získavaní kapitálu od privátnych investorov:** podnikateľský plán a osobu, ktorá ho predkladá, investori zvyknú označovať za najdôležitejšie prvky pri rozhodovaní o spolufinancovaní. Nezáleží na tom, čo sa jedná o rozbiehajúcu sa alebo zabehnutú firmu s dlhoročnou históriou. úlohou plánu je v tomto prípade informovať investorov, že Vaše strategické ciele majú reálny základ, a že ich s ohľadom na Vaše obchodné.
- **Pri implementácii stratégie:** plán slúži ako užitočný nástroj pre sledovanie a riadenie chodu podniku. Nestačí, ak ho v januári zostavíte a v decembri vytiahnete zo zásuvky, aby ste porovnali reálne výsledky s plánovanými.

„Podnikateľský plán a osobu, ktorá ho predkladá, investori zvyknú označovať za najdôležitejšie prvky pri rozhodovaní o spolufinancovaní.“ [30]

Preto by sme si mali v podnikateľskom pláne zodpovedať na nasledovné otázky:

- aký je predpokladaný rozsah produkcie a výrobná kapacita, v prípade výrobného podniku,
- aké musím mať materiálové vstupy, výrobné priestory, dlhodobý majetok, obežný majetok atď.,
- aký veľký kapitál potrebuje na začiatku a pri odštartovaní prevádzky,

- ako získame tento kapitál a za akých podmienok,
- aké máme vlastné finančné možnosti, prípadne partnerov,
- aká je kvalita ľudského potenciálu, ktorý môžem využiť,
- či je možné očakávať primeraný finančný výnos.

Veľa podnikateľov, či manažérov považuje podnikateľský plán za zbytočnosť. Obhajujú sa tým, že dané informácie majú „v hlave“. Ale podnikateľský zámer sa spracováva pred založením podniku, ale i počas, pri každej zmene. Potom je jednoduchšie a prehľadnejšie zrovnávať dosiahnuté s plánovaním, hodnotiť kritéria, ciele a vytvoriť a realizovať stratégiu. Plán je písomný dokument, ktorý je základom pre podanie žiadosti. [15]

2.2 Požiadavky na podnikateľský plán

Spracovaný podnikateľský plán by mal spĺňať určité predpoklady, a to:

- byť jednoduchý a nezachádzať do technických a technologických detailov, lebo plán musí byť zrozumiteľný pre investorov, bankárov...,
- byť prehľadný a jednoduchý,
- nepresahovať rozsah 50 strán A4,
- byť čo najrealistickejší a najvierohodnejší,
- nebyť príliš pesimistický a zároveň príliš optimistický, pohľad by mal byť reálny,
- orientovať sa na budúcnosť,
- demonštrovať výhody produktu,
- demonštrovať dôvody a prínosy daného projektu (podniku, výrobku)
- preukázať schopnosť firmy hradiť úroky a splátky z prípadného bankového úveru.

[2], [5], [16], [30]

Podnikateľský plán sa väčšinou skladá z troch hlavných častí:

- z popisnej časti, v ktorej sú uvedené súvislosti, predpoklady a plánované aktivity,
- z číselnej časti, ktorá dokumentuje účinok predpokladov a aktivít na počet zamestnancov podniku, obrat, investície, likviditu a zisky,
- prílohy, ktorá obsahuje obrázky, grafy, štúdie trhu, podrobné výpočty, zmluvy a ďalšie dôležité podklady.

2.3 Plánovanie

Plánovanie je činnosť, postup zisťovania a chronologického spracovania informácií až po konečné zostavenie plánu. Neexistuje presný postup, či návod ako ho zostaviť, ale užitočnými pre nás môžu byť určité zásady, ktoré je nutné dodržiavať a boli uvedené už v predchádzajúcich bodoch, či všeobecná štruktúra podnikateľského plánu ktorú uvádzam veľmi detailne opísanú v nasledujúcej kapitole.

Čo je dôležité je uvedomiť si, že plánovanie je činnosť, ale plán je výsledok tejto činnosti. Výsledkom rozhodovacieho procesu je rada krokov:

- rozhodnutie začať podnikat', uvedomujem si motív, víziu, predstavy,
- v čom chcem podnikat',
- analyzujem svoje schopnosti a možnosti, svoje silné a slabé stránky,
- analýza a prieskum trhu,
- analýza konkurencie v danom odvetví,
- výber sídla firmy,
- výber dodávateľov,
- finančný plán, vypracovanie dokumentu podnikateľského zámeru.

Veľmi dôležitou súčasťou prípravných prác je spracovanie zakladateľského rozpočtu, v ktorom špecifikujem a kvantifikujem finančné prostriedky potrebné k zahájeniu podnikateľskej činnosti a k jej stabilizácii.



Schéma 2 Postup prípravných prác na rozpočte [15]

2.4 Štruktúra podnikateľského plánu

Ako som už spomínala, plán obsahuje nasledovné tri hlavné časti:

- popisnú časť, v ktorej sa uvedú súvislosti, predpoklady a plánované aktivity,
- číselnú časť, ktorá zdokumentuje účinok predpokladov a aktivít na počet zamestnancov podniku, obrat, investície, likviditu a zisky,
- a podporné dokumenty, resp. prílohy, ktoré obsahujú grafy, štúdie trhu, podrobné výpočty, zmluvy a ďalšie dôležité dokumenty.[15]

Štruktúra plánu je tvorená týmito šiestimi hlavnými časťami:

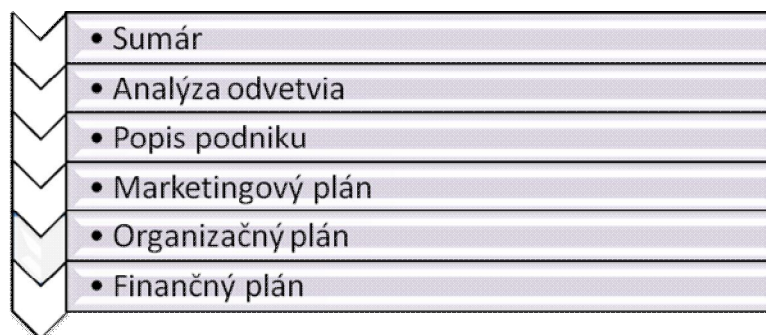


Schéma 3 Štruktúra podnikateľského plánu [Vlastné spracovanie]

Detailnejšiu štruktúru podnikateľského plánu uvádzam v nasledovných podkapitolách.

2.4.1 Sumár

Na sumár je kladený veľký dôraz, pretože práve jemu venuje možný investor, či banka najväčšiu pozornosť. Jeho podstatné časti, ktoré je dôležité spomenúť v tejto časti sú uvedené nasledovne v jednotlivých bodoch.

- Meno firmy, adresa sídla, kontakt.
- Meno, adresa a spojenie na kľúčových zakladateľov.
- Stručný popis podnikateľského plánu.
- Charakteristika produktu, resp. služby, ktoré sú náplňou podnikateľského zámeru.
- Stručný popis cieľovej skupiny zákazníkov na trhu.
- Stručná charakteristika štartovnej stratégie a najdôležitejších etáp ich implementácie s naznačením rozhodujúcich časových bodov.
- Strategické zameranie firmy na obdobie budúcich 3 až 5 rokov, vrátane jej dlhodobých cieľov, spôsobov dosiahnutia týchto cieľov i uvedenie fázy podnikateľskej činnosti, v ktorej sa práve firma nachádza.
- Zhodnotenie manažérskych a iných schopností, ktoré môžu zaručiť úspech podnikateľského plánu.

- Sumarizácia existujúcich a potrebných finančných prostriedkov.
- Hypotetická rozvaha.

Dĺžka prvej časti by nemala presiahnuť 2-3 strany.

2.4.2 Popis podnikania

V tejto časti je nutné zdôrazniť charakteristiku odvetvia podnikania v mikroekonomickom prostredí, podnikateľské prostredie, aká je podpora regiónu, kraja či lokality.

Okrem odvetvia popísať aj obor a jeho špecifikácie, pričom vhodné sú aj trendy rozvoja tohto odvetvia do budúcnosti, napr. na obdobie 2-3 roky.

V popise podnikania by sa mali zdôvodniť naše rozhodnutie, prečo vlastne chceme podnikat'. Aké sú naše motívy, ktoré faktory nám môže zaručiť úspech v podnikaní, či vyjadrenie, čo si vlastne od podnikateľského plánu sľubujeme. [5], [6], [9], [11], [14], [15]

2.4.3 Marketing

Táto časť podnikateľského plánu je veľmi rozsiahla. Skladá sa z troch hlavných častí, ktoré sú výskum trhu a analýza trhu, ďalej analýza konkurencie a na záver náš konkrétny marketingový plán. Nemusí byť striktne členená na tieto časti, ale obsahovo by ich mala obsahovať.

Následne uvádzam určité otázky, body, problémy, ktoré by sme mali v rámci týchto častí preriešené.

Výskum trhu a analýza dát

V rámci výskumu trhu odporúčané overiť si nasledovné body:

- Kto sú potenciálni kupujúci nášho produktu? Kde sa nachádza naša tržná medzera? Najlepšie je, ak sa dostatočne presne a podrobne charakterizuje tržný segment a jeho charakteristiky, čiže lokálna demografia, príjmová skupina, sociálne postoje, veľkosť domácnosti.

- Aký veľký je celkový trh pre daný produkt? Je dopyt po produkte v nejakej závislosti na ekonomickom cykle? Aká je elasticita dopytu? Substitučné a komplementárne produkty.
- Aký je nákupný cyklus produktu? Akú veľkú rolu hrá sezónnosť? Ide o produkt dlhodobej alebo krátkodobej spotreby?
- Aký veľký bude alebo má byť tržný podiel?
- Prieskum trhu ako fáza v rámci ktorej získavame informácie o objeme a vývoji dopytu, o typoch zákazníkov, o ponuke konkurencie a dodávateľoch, a to v rámci zvoleného oboru.

Analýza konkurencie

V rámci analýzy konkurencie je dôležitý zistiť, kto sú naši konkurenti, aké sú ich mená a akčný rádius. Ďalšie body, ktoré treba analyzovať a overiť:

- silné a slabé stránky každého z konkurentov,
- očakávaný odhad ich reakcie na vstup nového hráča,
- charakteristika súčasných a budúcich dodávateľov a ich zdrojov.

Marketingový plán

Každý podnikateľ by si mal spracovať analýzu SWOT pre seba i pre svojich konkurentov a s meniacimi podmienkami ju priebežne meniť. V rámci marketingového plánu navrhne ako chceme osloviť našich potenciálnych zákazníkov. Aké sú naše akčné programy.[1], [2], [3], [6], [9], [15]

2.4.4 Miesto podnikania

Miesto podnikania je nutné zmapovať. Dôležité je zistiť, aká je dosiahnuteľnosť miesta z hľadiska dopravnej infraštruktúry, možnosť parkovania. Následne taktiež zistiť aká je obvyklá cena stavebného pozemku alebo obvyklá výška nájmu za 1 m². V tejto časti je nutné spomenúť aj nasledovné dva body:

- Vzdialenosť dodávateľov- zhodnotiť kvalitu tovaru, celkový počet dodávateľov, podmienky, spoľahlivosť, či náklady a skladová kapacita.
- Situácia na trhu práce z hľadiska potreby pracovníkov.

2.4.5 Majetková a finančná štruktúra podniku

Táto časť je jednou z najdôležitejších v podnikateľskom pláne, pretože nám reálne ukáže aké finančné prostriedky musíme vložiť do podnikania a ako tieto prostriedky získame. Následne získame reálny obraz toho, aká je návratnosť daného projektu.

Finančné výkazy sú dôležité nielen pre majiteľov, podnikateľov, ale taktiež pre externých užívateľov, ktorý nahliadajú do finančných výkazov.

Prvé veci, ktoré musí začínajúci podnikateľ previesť je prepočet peňažných prostriedkov, ktoré bude potrebovať na zahájenie podnikania. Ide o peňažné prostriedky na nákup zariadenia, nájomné, atd. V ďalšom kroku je možné pristúpiť k zostaveniu súvahy, výkazu príjmov a výdavkov a výsledovky.

Spracovať rozpočet je nedeliteľnou súčasťou podnikateľského plánu. Jeho cieľom je špecifikácia a kvantifikácia potrebných zdrojov: súpis potrebného dlhodobého majetku, obežného majetku, predpokladaný rozsah výnosov, nákladov a zisku vo variantoch, zostavenie očakávaného toku peňažnej hotovosti a prepočet predpokladanej návratnosti vložených prostriedkov.

- Ďalšie položky, ktoré sú dôležité a ich výška ešte nie je presne istá, pretože sme ešte neobdržali faktúry sú platba za elektrinu, telefón, písacie potreby, pohonné hmoty, poistenie, či poštovné a balné. Zároveň je nutné evidovať počiatočné platby a príjmy, ktoré podnik odštartujú, čiže úvery z banky, pôžičky od priateľov, finančná podpora, platby za leasing, strojné zariadenie, počiatočné licenčné poplatky, právne poplatky, inštalačné náklady, počiatočné zásoby. Nasledovne uvádzam detailne rozpísané položky, ktoré by plán mal obsahovať.
- Tržby: tržby z obchodnej činnosti a ich vývoj v 2-3 rokov.

- Počiatočné prevádzkové prostriedky: ich štartovná výška pre zaplatenie zamestnancov, nákup surovín, spotreba energií a platenie úrokov z úverov pre tým, než podnikanie začne produkovať výnosy.
- Výdaje na obstaranie aktív.
- Cash flow: ako sa bude vyvíjať cash flow v čase a štruktúre v závislosti na predpokladaný vývoj tržieb a vyplývajúcu potrebu zaistenia pracovného kapitálu v prevádzkovej činnosti.
- Predbežný výkaz výnosov a nákladov: hneď ako je stanovená prognóza tržieb. Je nutné spracovať plán nákladov na materiál, zamestnancov a ďalšie náklady vrátane správnej réžie.
- Prepočet základných pomerových ukazovateľov: a ich porovnanie s hodnotami odvetvia a oboru.
- Výpočet bodu zvratu: stanovenie výšky tržieb, od ktorej dochádza k vytváraniu zisku.
- Plán financovania podľa jednotlivých zdrojov:

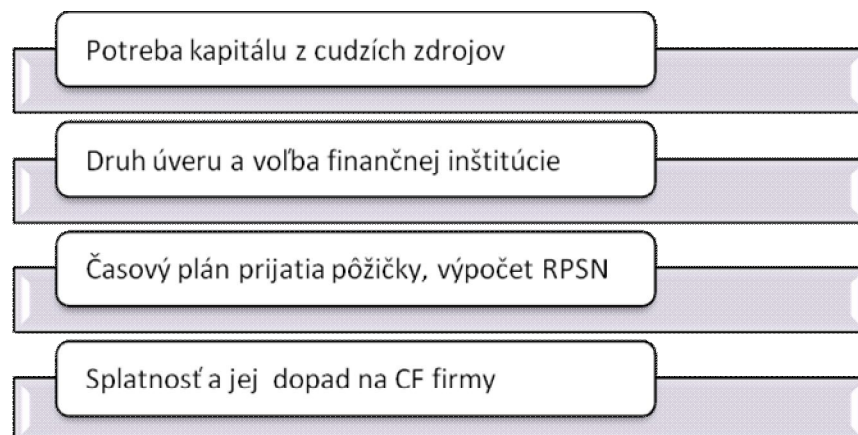
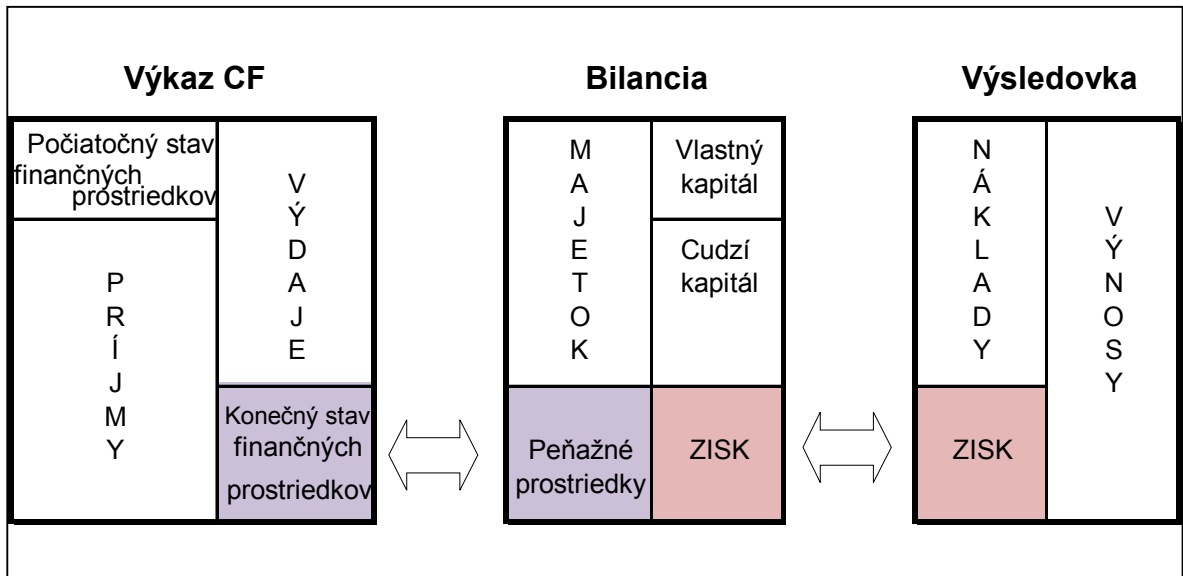


Schéma 4 Plán financovanie podľa typu zdroja [Vlastné spravovanie]

Táto časť, ktorá sa týka financií by mala obsahovať štyri hlavné časti, ktoré sú zobrazené v schéme č.5. Dôležitá je prepojenosť údajov z finančných výkazov, ktorú som znázornila do nasledovnej grafickej podoby. [6], [9], [11], [14], [15]

Schéma 5 Nutnosť prepojenia údajov z finančných výkazov [Vlastné spracovanie]



Finančný rozpočet a plánovanie sú spracovávané väčšinou na obdobie 3-5 rokov.

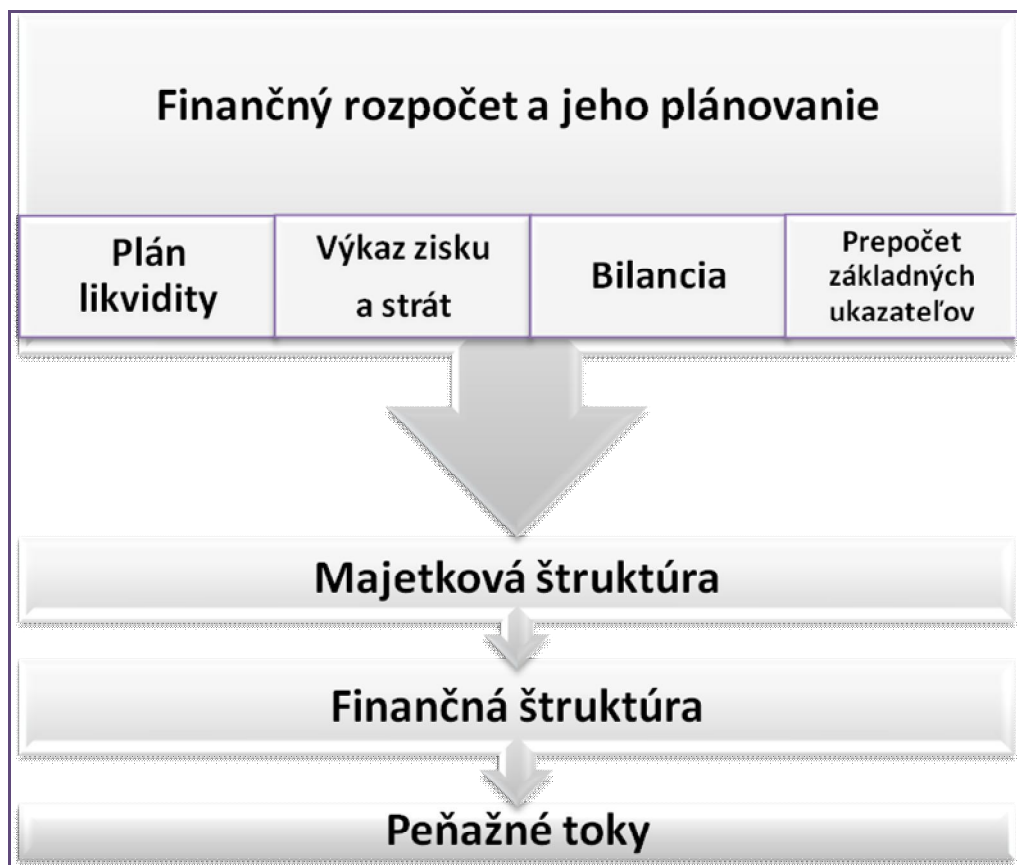


Schéma 6 Časti majetkovej a finančnej štruktúry podnikateľského plánu [VS]

Veľa podnikateľov využíva pomerové ukazovatele. Pomerové ukazovatele predstavujú vzťah medzi dvoma údajmi danými do pomeru v absolútnych hodnotách. Následné hodnoty firma musí sledovať pri svojej hospodárskej činnosti. Podľa oblasti finančnej analýzy členíme pomerové ukazovatele na:

- ukazovatele likvidity,
- ukazovatele rentability,
- ukazovatele aktivity,
- ukazovatele zadlženosti,
- ukazovatele cash flow.

Ich výhodou je najmä to, že podnik môže pomocou nej zostavovať analýzu časového vývoja hospodárenia spoločnosti. Môžeme sledovať, či je firma schopná splácať záväzky, či je firma solventná, čím je možné vo firme platiť a za čo je nutné vo firme zaplatiť. [1], [2], [3], [4], [5], [6], [9], [11], [14], [15]

2.4.6 Management

V rámci časti: management sa orientujeme najmä na popis pracovníkov, ich zodpovednosti, definujeme aká bude organizačná štruktúra. Konkrétne sú tieto časti vypísané v nasledovných bodoch.

- Kľúčový pracovníci: pokiaľ nie sú rodinní príslušníci, tak ich charakteristiky.
- Predpokladaná potreba zamestnancov.
- Hrubý prepočet mzdových prostriedkov.
- Organizačná štruktúra a postavenie jednotlivých ľudí v nej, čiže uviesť aké bude rozloženie právomoci a zodpovednosti medzi líniové a štábne útvary. Mali by sme presne popísať aká bude náplň jednotlivých funkčných miest. Odporúčané je zobrazit' základné organizačné schémy.

2.4.7 Kritické miesta

V tejto časti podnikateľského plánu by sme mali zohľadniť faktory, ktoré môžu istým spôsobom ohroziť naše podnikanie teraz i v budúcnosti. Sledovať by sa mali najmä:

- Možné riziko nepriaznivého vývoja na úseku surovín alebo energetických zdrojov.
- Vplyv konkurencie produkcie z nízko nákladových krajín.
- Náklady vstupu na trhy EU.
- Základné spôsoby práce s jednotlivými druhmi podnikateľských rizík a alternatívne stratégie reakcie na najdôležitejšie rizikové faktory. [1], [2], [3], [4], [5], [6], [9], [11], [14], [15]

2.4.8 Hlavné projekty podporujúce podnikateľský plán

Pod projektmi, ktoré podporujú podnikateľský plán sú rôzne žiadosti o dotácie podpory malého podnikania, stav a plán vývoja nových produktov, či plán zmeny. Čiže ako do budúcnosti plánujeme naložiť s firmou, či plánujeme predaj a podobne.

Veľa podnikateľov, resp. začínajúcich podnikateľov sa rozhodlo pre podnikanie najmä z dôvodu možnosti získania určitej podpory v podnikaní, ktoré im pomôže v štarte. Všetky podobné podpory a impulzy je potrebné v tejto časti poznamenať.

Túto časť veľa spracovateľov považuje za zbytočnú, ale napriek tomu ju treba spracovať. Je určite dôležitým bodom, pretože znázorňujeme ako sa podnikateľ bude snažiť o ochranu životného prostredia, šetrenie energií, či ako sa bude starať o zdravie a bezpečnosť seba i svojich zamestnancov. Neopomenuteľnou súčasťou je aj vyzdvihnutie možnosti zapojenia sa do rôznych sociálnych projektov lokálnej komunity, ak je taká možnosť a úmysel. Konkrétne body, ktoré v tejto časti môžeme zmieniť sú uvedené v nasledovných bodoch.

- Životné prostredie, čiže venovať sa popisu spôsobov kontroly znečisťovania a dodatočné náklady s tým súvisiace. Následne, či bude firma využívať recykláciu, resp. aké požiadavky sa na firmu v tejto oblasti kladú. Popis by sa mal venovať i forme likvidácie odpadkov vrátane elektro odpadu.

- V ďalšej časti by sa mal spracovateľ venovať popisu opatrení k úspore energií a alternatívnych zdrojov energie a možnosti ich využitia.
- Produkt, čiže bezpečnosť produktu a požadované normy z hľadiska zdravej výživy, chemického zloženia, spôsobu užívania a ďalších aspektov. Ako bude zabezpečená ochrana pri manipulácii s daným výrobkom.
- Starostlivosť o zákazníkov, to znamená, či zamestnávateľ bude poskytovať zamestnancov príspevok na stravovanie, či bude uvažovať nad vzdelávaním zamestnancov, resp. akú zdravotnú starostlivosť bude zamestnancov poskytovať.
- Zapojenie firmy do sociálnych projektov lokálnej komunity. Spracovateľ môže v tejto časti zmeniť, či bude sponzorovať lokálne športové tímy, resp. či uvažuje nad darmi vzdelávacím a kultúrnym inštitúciám. Spracovateľ môže zväžiť i účasť na rôznych projektoch, napr. v projektoch ochrany životného prostredia.

2.4.9 Základné časové etapy

V záverečnej časti plánu spracujeme do prehľadnej podoby časový plán s najdôležitejšími etapami jednotlivých aktivít. Časový plán je možno spracovať pomocou niektorých techník ako sú sieťové grafy, rozhodovacie stromy alebo techniky projektového plánovania s vyznačením rozhodujúcich kontrolných bodov. Ak nemáme dostupné špeciálne programy, je možné spracovať časový harmonogram i pomocou MS Excelu a tabuľky, pričom je nutné čo najpresnejšie popísať naše kroky. [1], [2], [3], [11], [14]

2.4.10 Analýza rizika

Po rozhodnutí, že ideme podnikat' a po spracovaní podnikateľského plánu, je ešte podstatné zväžiť riziko.

Analýza rizika podnikateľských subjektov má za úlohu zvýšiť pravdepodobnosť ich úspechu a minimalizovať nebezpečenstvo neúspechu. Analýza rizika tvorí určitú záverečnú fázu prípravy podnikateľského subjektu, keď už sú vyjasnené body ako základné prvky podniku, umiestnenie podniku, či prepočítané určité kritéria efektívnosti a pod.

Cieľom analýzy rizika je:

- zistenie, ktoré faktory sú významné a najviac budú ovplyvňovať riziko pri realizácii projektu, napr. nákladové položky,
- zistenie aké veľké riziko je prijateľné alebo neprijateľné,
- zistenie akými opatreniami je možno znížiť riziko na prijateľnú mieru.

3 ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Podnikanie je činnosť, ktorá si na začiatku vyžaduje splnenie určitých právnych podmienok ako bezúhonnosť, právna spôsobilosť, dosiahnutie veku 18 rokov. Okrem toho by mal podnikateľ spĺňať osobnostné predpoklady ako sú cieľavedomosť, organizačné schopnosti, svedomitosť a podobne.

Podnikanie človeku prináša možnosti plne rozvinúť svoj potenciál, kontrolovať svoj čas, prospievať svojmu sociálnemu okoliu a spoločnosti, či dosiahnuť nadpriemerných ziskov. Na druhej strane stoja nevýhody ako vyššie riziko, či vyššia zodpovednosť.

Po rozhodnutí, že chceme naozaj podnikat' nasleduje výber právnej formy, ktorými sú: živnosť, obchodné spoločnosti a družstvo.

Veľmi užitočné a odporúčané je spracovanie podnikateľského plánu, ktorý je práve predmetom tejto diplomovej práce. Má hlavných šesť častí. Sú to sumár, analýza odvetvia, popis podniku, marketingový plán, organizačný plán a finančný plán.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ZAMESTNANIE VERZUS PODNIKANIE

Rozhodovací proces pri založení podniku je u niekoho kratší, u niekoho dlhší. Záleží o koho ide, aké má daný človek osobné predpoklady, aké má predstave o budúcom zamestnaní a podobne. Rozhodnutie podnikat' väčšinou vznikne z nejakého podnetu, z nejakej zmeny. Určité dôvody sú uvedené v teoretickej časti v kapitole č. 1.

Tento proces vývoja môjho názoru, resp. postoja na to, čo budem po absolvovaní školy robiť je zobrazený v schéme č.7. Vzhľadom k tomu, že sa prikláňam práve na stranu podnikania, záverom môjho rozmýšľania a váhania bolo, že musím spracovať podnikateľský plán, ktorý mi dá presnejší a detailnejší pohľad na túto podnikateľskú myšlienku.

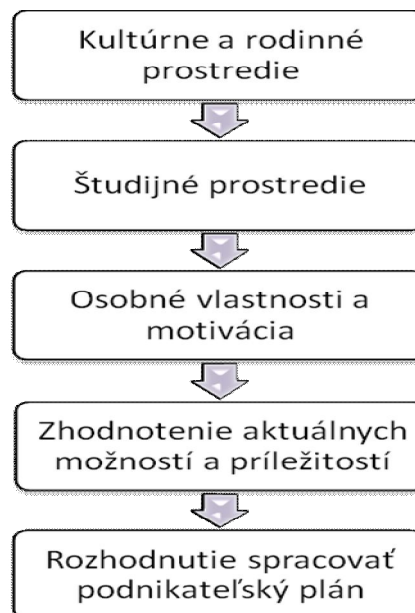


Schéma 7 Popis vývoja rozhodnutia spracovať podnikateľský plán

Rozhodovací proces: byť, či nebyť podnikateľom je v mojom prípade poznačený niekoľkými faktormi, ktoré mi v tomto prípade, ukazujú cestu kam mám vykročiť. Zhrnula by som ich do nasledovných troch bodov:

- **Kultúrne a rodinné prostredie**, v ktorom som vyrastala a stále žijem. Veľký podiel na mojom rozhodnutí majú moji rodičia, ktorí ma vždy podporovali a viedli k samostatnému a zodpovednému konaniu, mysleniu a práci. Inšpiráciu som získala aj

od otca, ktorý v roku 1993 založil so spoločníkmi malý biznis, z ktorého vyrástla veľká firma.

- **Študijné prostredie**, resp. vplyv školy a univerzity. Univerzita má v tomto bode najväčší význam, pretože ma naučila ekonomickému mysleniu. To bolo ďalším dôležitým kameňom pri budovaní rozhodnutia podnikat'.
- **Osobné vlastnosti a motivácia**, ktoré považujem za veľmi prínosné pri práci. Sú nimi najmä: ochota pracovať, dávať do práce maximum, precíznosť, dôkladnosť, organizačné schopnosti, plánovanie činností v čase a veľká motivácia vytvoriť, budovať a zveľaďovať vlastný podnik. Navyše rada pracujem neustále na nových úlohách a nemám problém zvládať stresové situácie. Rada by som pracovala na niečom, čo aj do budúcnosti má pre mňa jasný význam.

Vzhľadom k tomu, že podnikanie, ale aj zamestnanie prináša niekoľko výhod a nevýhod, rozhodla som sa niekoľko z nich spracovať do tabuľky pre lepšiu vizualizáciu tohto porovnania. Nasleduje schéma s výhodami podnikania a zamestnania a následne schéma s nevýhodami podnikania a zamestnania.

V prípade výhod, zamestnanie prináša človeku väčšiu istotu v príjme a taktiež v stálosti zamestnania. Človek prichádza do práce vždy väčšinou vo fixnou pracovnom čase, čiže po skončení tejto doby, ide pokojne domov a nemusí sa viac o prácu starať. Samozrejme, sú výnimky, kedy zamestnaní sa musia práci venovať i doma, napr. manažéri, učitelia, či iní, ktorí si musia vopred pripraviť materiály, či jednoducho majú práce veľmi veľa.

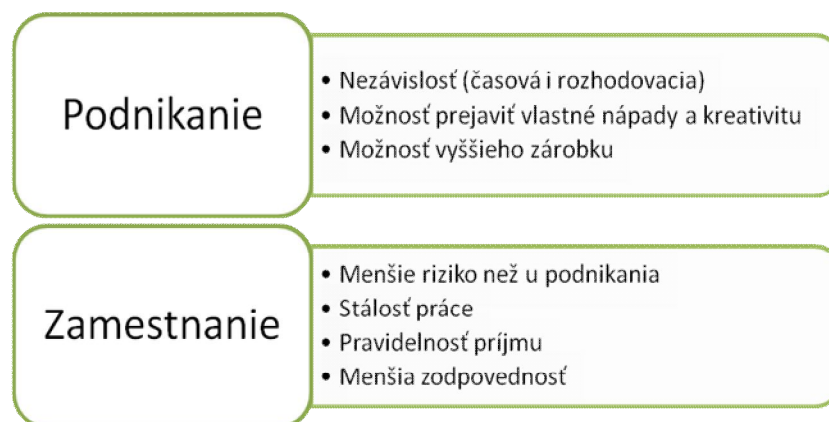


Schéma 8 Výhody podnikania a zamestnania [VS]

Čo však považujem za dôležité spomenúť je, že pri podnikaní si riadime osud samy, to znamená, že našu budúcnosť ovplyvňuje naše vlastné pričinenie a nie nadriadený, či majiteľ firmy. Preto sa nám v podnikaní nemôže stať, že nás niekto prepustí, ale zato sa podnik môže dostať do finančných, či iných problémov, ktoré by mohli ovplyvniť jeho budúcnosť.

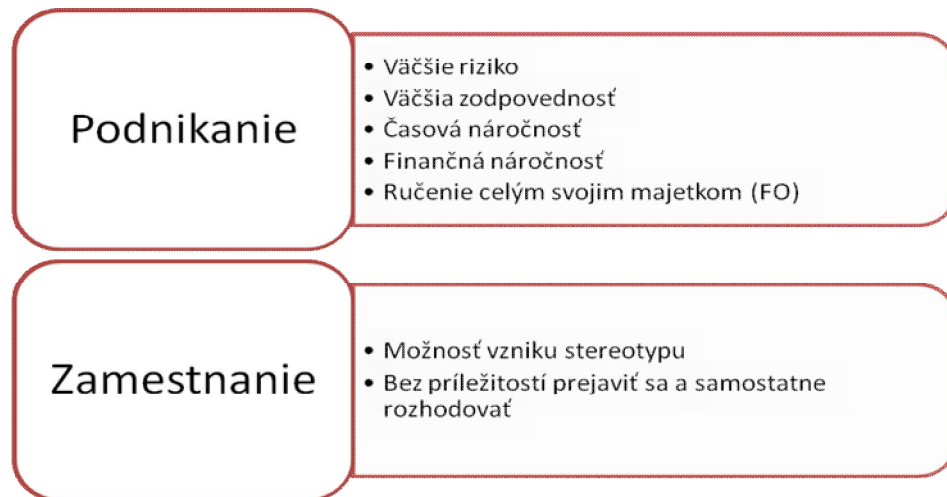


Schéma 9 Nevýhody podnikania a zamestnanie [VS]

V zamestnaní nesíme vyššie riziko a s tým súvisiacu aj väčšiu zodpovednosť, zároveň však môžeme dosiahnuť vyšších zárobkov.

Nevýhody podnikania istým spôsobom prevyšujú nevýhody zamestnania. Je to spôsobené najmä časovou, psychickou a finančnou náročnosťou podnikania, minimálne v prvých mesiacoch, či rokoch. V zamestnaní nám však hrozí pocit nenaplnenia, možnosť, že nebudeme môcť prejavíť svoj talent, kreativitu, nápady a s tým všetkým súvisiacu možnosť vzniku stereotypu.

Celkovo by som ešte na záver výhody podnikania, ktoré ma ovplyvnili pri rozhodnutí byť podnikateľom zhrnula v nasledovných bodoch:

- mám možnosť byť sama sebe pánom,
- získam priestor pre vlastnú kreativitu,
- získam určitú časovú nezávislosť,
- môžem pracovať v oblasti, ktorá ma zaujíma,

- som pánom vlastného času, resp. môj podnik= moje termíny,
- môžem si splniť vlastné sny a ciele,
- môžem si prakticky vyskúšať vedomosti, ktoré som získala počas štúdia.

Na záver tejto kapitole by som zhrnula môj postoj. Uvedomujem si závažnosť rozhodnutia byť podnikateľom, taktiež časovú, finančnú a psychickú náročnosť rozhodnutia, ale som ochotná urobiť maximum k dosiahnutiu želaného výsledku. Práve pre to som sa rozhodla spracovať tento podnikateľský zámer, v ktorom spracujem svoju podnikateľskú myšlienku a zároveň si overím jeho reálnosť, respektíve jeho úspešnosť v dlhodobejšom horizonte. Pri pozitívnom výsledku projektu, začnem podľa časového harmonogramu uskutočňovať jednotlivé kroky.

V nasledujúcej kapitole prevediem analýzu podnikateľského prostredia pre nový začínajúci podnik a ekonomické vplyvy, ktoré na podnik pôsobia.

5 ANALÝZA PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA V SR

To čo v prvom rade ovplyvňuje podnikateľské prostredie a činnosti podnikov, je vytvorený legislatívny rámec v danej krajine. Prehľad právnych predpisov uľahčuje podnikateľom a tiež záujemcom o podnikania orientovať sa v právnych predpisoch v rôznych oblastiach súvisiacich s vykonávaním podnikateľskej činnosti. Na stránkach ministerstva spravodlivosti SR¹ je sprístupnená databáza komplexného informačného systému JASPI, kde je rýchly a prehľadný prístup k právnym predpisom vydaným v Zbierke zákonov od roku 1945, aktualizovaným zneniam zákonov, vyhláškam a nariadeniam, ako aj ďalším dokumentom, ktoré jednotlivé podnikateľské subjekty potrebujú pre výkon práv a povinností.

Na Slovensku je pomer MSP na celkom množstve podnikov až 99% a neustále prevláda trend rastu MSP. Napriek tomuto faktu, stále pretrvávajú určité negatíva pri vývoji podnikateľského prostredia. Dôvodom tomu je často sa meniacia legislatíva, neprehľadnosť v zmenách, problém v dostupnosti kapitálu, korupcia a neznalosť občanov. Ľudia nevedia o možnostiach, ktoré majú k dispozícii, nevedia o možnostiach financovania svojho podnikania, majú veľké obavy pred podnikaním, obávajú sa neúspechu. Dôležité je spomenúť, že živnostníci tvoria významnú časť MSP, čím sa významne podieľajú na celkovej zamestnanosti. Vývoj počtu živnostníkov na celkovej zamestnanosti je zobrazený v grafe č.1.

V rokoch 1998 až 2005 je zaznamenaný zvyšujúci sa podiel živnostníkov na celkovej zamestnanosti v SR, v rokoch 2005 až 2008 došlo síce k poklesu, ale nie výraznému, pokles začal prudšie, ale postupne sa zmenšoval.

V rokoch 2003 a 2004 došlo v ekonomike našej krajiny výrazným reformám. Z týchto reforiem vyplývajúce zmeny, ovplyvnili všetky podnikateľské subjekty, ale na akékoľvek zmeny podnikateľského prostredia sú vždy najcitlivejšie práve malé podniky. Ako začínajúci malý podnikateľ nezískate bankový úver. Ako začínajúci podnikateľ nemáte vôbec čím ručiť a jedinou možnosťou získania pôžičky je cez centrá RPIC.

¹ <http://jaspi.justice.gov.sk/>



Graf 1 Podiel živnostníkov na celkovej zamestnanosti v % [Vlastné spracovanie, zdroj: NADSME]

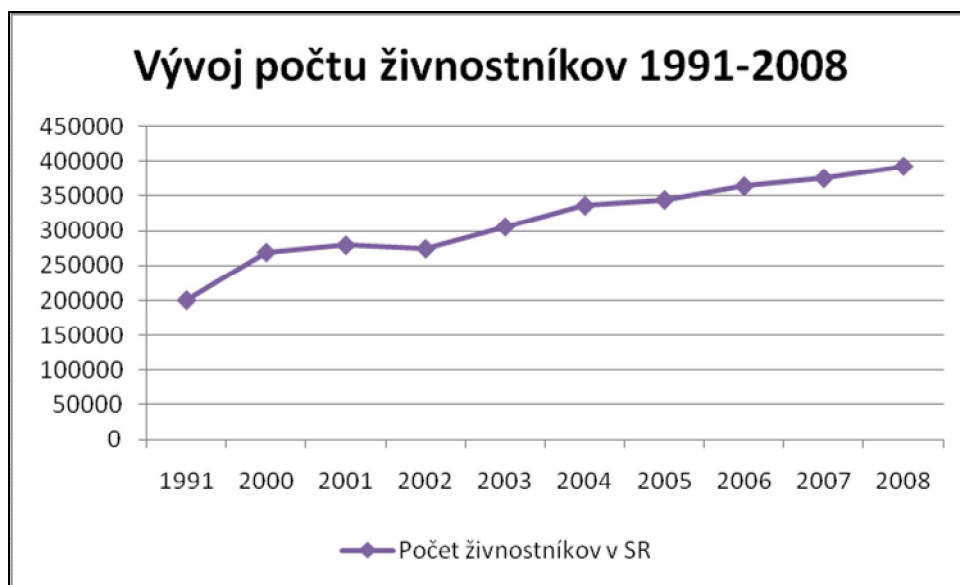
Celkový počet živnostníkov sa neustále zvyšuje. K menšiemu poklesu došlo v roku 2002 oproti roku 2001. Tento vývoj je prehľadne zobrazený v grafe č.2 a zmeny v počte živnostníkov sú percentuálne zobrazené v tabuľke č.3. I Keď sa celkový počet živnostníkov zvyšuje, na celkovej zamestnanosti ich podiel klesá, čo môže byť spôsobené zvýšeným počtom vytvorených pracovných miest.

Tabuľka 3 Vývoj počtu živnostníkov na Slovensku [Vlastné spracovanie, zdroj: NADSME]

Vývoj počtu živnostníkov v SR		
ROK	Počet živnostníkov v SR	Zmena v počte živnostníkov
		%
1991	200817	*
2000	269323	34,1%
2001	279597	3,8%
2002	274630	-1,8%
2003	306356	11,6%
2004	336640	9,9%
2005	344870	2,4%
2006	364184	5,6%
2007	375382	3,1%
2008	392841	4,7%

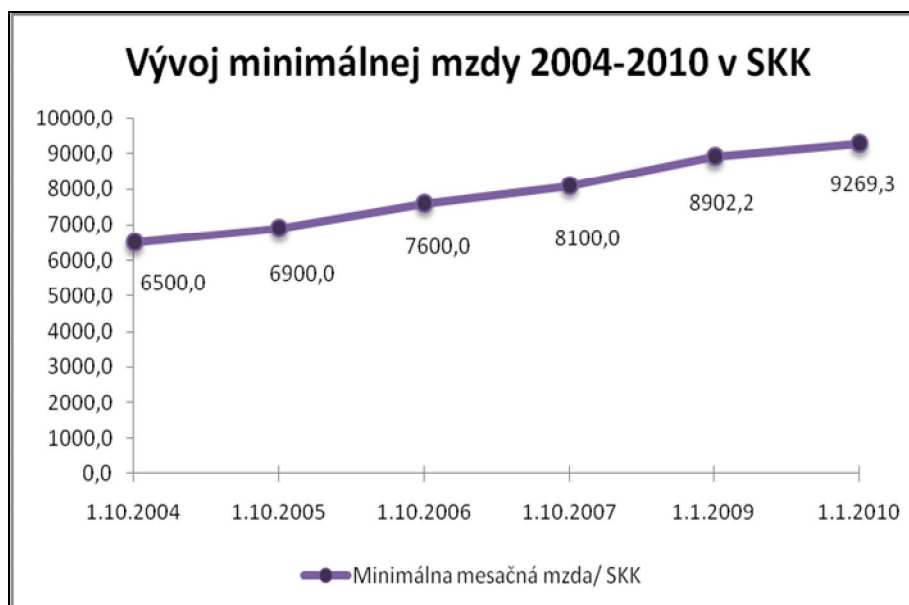
Samozrejme je viditeľný najväčší nárast v období 1991-2000, kedy počet narástol až o 34%., napriek tomu, ak by sme porovnali obdobie 2000-2008, tento počet narástol až o 45%.

Vzhľadom k tomu, že ešte nie sú dostupné presné čísla za rok 2009, spracovala som len do roku 2008.



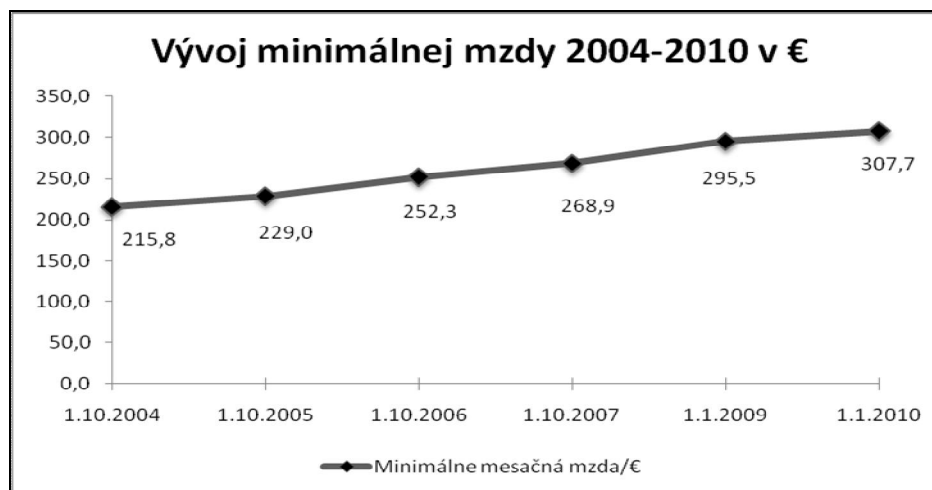
Graf 2 Vývoj počtu živnostníkov v SR[VS, zdroj: NADSME]

Minimálna mzda na Slovensku sa od januára 2010 zvýši na 307,7 eura (9269,32 SK), teda o 4,1 % (Október 2009). Naposledy sa minimálna mzda zvyšovala v januári 2009. Problémom však je to, že výška minimálnej mzdy je viazaná na viac ako štyridsať predpisov a jej nárast zvýši podnikateľom odvody a náklady na zamestnávanie. Rast výšky najmenšieho platu sa dotkne najmä živnostníkov, ktorí platia sociálne a zdravotné poistenia. Asociácia zamestnávateľských zväzov a Republiková únia zamestnávateľov tento krok vlády kritizovala hlavne z dôvodu, že zvyšovanie nákladov podnikateľov v čase, keď na Slovensku pre hospodársku krízu rastie nezamestnanosť, nie je najvýhodnejšie. Prehľad vývoja minimálnej mzdy od roku 2004 v prepočte na SKK, je uvedený v nasledovnom grafe. Keďže v roku 2009 a 2010 už bolo na Slovensku zavedené EURO, sumy sú prepočítané na Slovenskú korunu podľa platného konverzného kurzu.



Graf 3 Vývoj min. mesačnej mzdy v rokoch 2004-2010 v SKK [Vlastné spracovanie, zdroj: NADSME]

V grafe je viditeľný nárast minimálnej mzdy v priebehu. Vývoj minimálnej mesačnej mzdy je zobrazený aj v mene EURO, nakoľko od roku 2009 je menou Slovenska práve EURO.



Graf 4 Vývoj min. mesačnej mzdy v rokoch 2004-2010 v € [Vlastné spracovanie, zdroj: NADSME]

Percentuálne zmeny v jednotlivých obdobiach a teda percentuálne zmeny v minimálnych mzdách sú zobrazené v nasledovnej tabuľke č.4.

Tabuľka 4 Rast minimálnej mzdy [Vlastné spracovanie]

Rast minimálnej mzdy	
%	
Porovnávané roky	Zmena
2005/2004	6,2%
2006/2005	10,1%
2007/2006	6,6%
2009/2007	9,9%
2010/2009	4,1%

Najbližšie by malo k zmene minimálnej mzdy dôjsť v roku 2011. Minimálnu mzdu má na Slovensku 2-3 p% zamestnancov. Pre živnostníkov však platí, že vymeriavací základ na výpočet odvodov od 1.1.2010 nebude minimálna mzda, ale 44,2% z priemernej mzdy na Slovensku vykázananej pred dvoma rokmi, ale pre prípad začínajúceho podnikateľa, ktorý pred začiatkom podnikateľa vlastne nemal žiadnu mzdu, platí, že odvody si vypočíta podľa minimálnej mzdy, preto práve z tohto dôvodu je nutné spomenúť vývoj minimálnej mzdy.

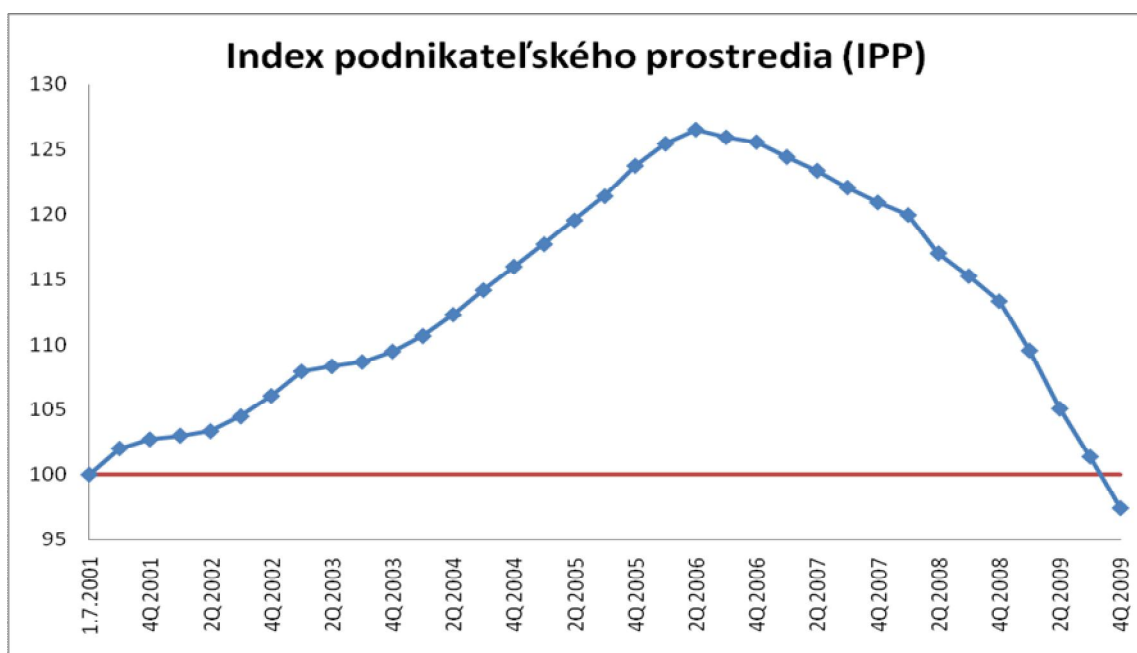
Keďže vzrástla, vzrastie aj výška odvodov, ktorú musí začínajúci podnikateľ zaplatiť.

Štatistický úrad SR vykonal na začiatku roku 2010 prieskum. Ten sa zameriaval najmä na pohyby a zmeny priemerných miezd v jednotlivých odvetviach. Mzdy v maloobchode vzrástli o 3,7% v roku 2009 oproti roku 2008. Naopak došlo k poklesu tržieb v maloobchode, čo je však pravdepodobne spôsobené nižším dopytom v dôsledku zhoršenej situácie na trhu práce. Je však dôležité podotknúť, že tržby v predajniach s tovarom pre kultúru a rekreáciu rástli o 4%, čo môže byť istým znamením, že ľudia začínajú míňať viac peňazí za voľno časové aktivity.

Rozvoj MSP je jednou z priorít ekonomického rozvoja nášho hospodárstva. Inštitúcie sa snažia najmä o minimalizovanie administratívnych a legislatívnych bariér pred zahájením podnikania. Momentálne túto situáciu analyzujem a taktiež sa snažím získať čo najväčšie množstvo informácií o tom ako podnikat', kde získať financie a podobne. Z vlastných skú-

seností vidím, že nie vždy sa stretnem s pozitívnym a ochotným prístupom. Legislatívne a administratívne činnosti ma ešte len čakajú, preto neviem posúdiť, či je situácia zjednodušená. Na základe menšieho prieskumu medzi živnostníkmi a podnikateľmi som zistila, že pred začiatkom podnikania, ale i počas podnikania musíte prejsť práve spomínanými administratívnymi a legislatívnymi bariérami.

Vzhľadom k tomu, že v máji 2004 SR vstúpila do Európskej Únie a tak začali všetky slovenské podniky súťažiť o svoju budúcnosť aj s podnikmi v celej EÚ, sa politika podpory podnikania MSP snaží zlepšovať podnikateľské prostredie v SR s cieľom čo najviac ho priblížiť k podnikateľskému prostrediu v EU. Forma podpory podnikania v SR je v rôznych podobách. Môžeme medzi ne zaradiť podporu finančnú, informačnú, vzdelávaciu podporu a ďalšie.



Graf 5 Vývoj indexu podnikateľského prostredia [VS, zdroj: www.alianciapas.sk]

Podnikateľská aliancia Slovenska pravidelne od roku 2001 ho monitoruje a hodnotí v štvrt'ročných intervaloch kvalitu podnikateľského prostredia v SR prostredníctvom vlastného indexu podnikateľského prostredia, tzv. IPP. Pomocou IPP sledujeme celkový vývoj podnikateľského prostredia a tiež čiastkové pohyby v kvalite jeho jednotlivých zložiek ako sú napr. zmeny v legislatíve, či v úrovni infraštruktúry.

Aktuálna hodnota 97,4 bodu, čiže v poslednom štvrtroku 2009 opäť klesla. V porovnaní s predchádzajúcim rokom je to o 3,91%. Táto hodnota sa tak po prvýkrát od roku 2001 dostala pod hodnotu 100 bodov. Tento pokles a vývoj IPP je viditeľný aj v nasledujúcom grafe.

Najväčšie poklesy zaznamenali položky:

- Vymáhateľnosť práva a funkčnosť súdництва, ktorá klesla o 11,86%.
- Efektívnosť hospodárenia štátu a prístup k štátnej pomoci s poklesom o 11,43%.
- Funkčnosť politického systému v štáte s poklesom o 9,82%.

Ďalšie body, ktoré podnikatelia kritizujú sú najmä:

- Nárast korupcie na úradoch.
- Vysoký výskyt byrokracie a prietáhov v konaniach na úradoch.
- Zlé uplatňovanie princípu rovnosti pred zákonom.
- Zhoršovanie spoľahlivosti a platobnej disciplíny obchodných partnerov.

Naopak pozitívne hodnotené boli:

- Stálosť a predvídateľnosť hodnoty výmenného kurzu.
- Kvalita a dostupnosť výrobných vstupov a pracovnej sily.

Európska komisia kladie veľký dôraz na program pôžičiek pre malé a stredné podniky. Považuje ich za pilier hospodárstva EÚ a preto komisia i jednotlivé členské štáty prijímajú opatrenia v snahe uchrániť pracovné miesta a stimulovať produkciu.

V súvislosti s podporou podnikateľského prostredia sa rôzne inštitúcie a agentúry snažia o sprehľadnenie možností podpory podnikania. Jednou z najvýznamnejších je agentúra NADSME (Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania). Agentúra v tejto súvislosti spracúva prehľad najnovších informácií o štátnej podpore a iných programoch podpory financovaných zo zdrojov štátneho rozpočtu, o pomoci zo zdrojov Európskej únie, o poradenských, informačných a vzdelávacích službách pre podnikateľov a ďalších aktivi-

tách zameraných na rozvoj podnikania v Slovenskej republike. V nasledovnej podkapitole uvádzam stručný prehľad jednotlivých podporných programov. Všetky potrebné informácie sú dostupné z internetovej stránky www.nadsme.sk.

5.1.1 NADSME: Podporné programy

Následne uvádzam veľmi stručný prehľad podporných programov uvádzaných podľa NADSME. Podrobnejší popis je uvedený v prílohe a taktiež dostupný na stránkach NADSME².

- **Mikropôžičkový program.** Výška pôžičky sa pohybuje od 1 659,70 Eur do 49 790,88 Eur, ktorú poskytuje Ministerstvo hospodárstva SR v spolupráci s vybranými RPIC, BIC a Fondom Fondov. Poskytuje sa malým zamestnávateľom do max. 50 zamestnancov s dobou splatnosti od 6 mesiacov do 4 rokov., pričom sa môže poskytnúť odklad splátok istiny maximálne na 6 mesiacov. Splátky sú mesačné a úroková sadzba je v súčasnosti 3% ročne (úroková sadzba určená ako súčet základnej sadzby ECB a marže vo výške 2%).
- **Finančné investície.** Fond Fondov, s.r.o., ktorý zastrešuje fungovanie 7 fondov (Fond štartovacieho kapitálu, Regionálny fond štartovacieho kapitálu, Fond INTEG, Fond SISME, Fond Seed Capital, k.s., Slovenský rozvojový fond, a.s., Slovenský rastový kapitálový fond, a.s.) a mikroúverový fond, ktorého prostriedky poskytuje formou úverov podnikateľom vybraných okresov Bratislavského a Trnavského kraja. Detaily poskytovania financií z fondov nebudem bližšie rozoberať, pretože to nie je témou tejto práce a taktiež z dôvodu, že poskytované finančné prostriedky spadajú len na Trnavský a Bratislavský kraj.
- **Program investičnej pripravenosti.** MSP využívajú často len veľmi obmedzenú škálu možností ako financovať svoju činnosť a rozvoj firmy. Investičné fórum je praktický

² www.nadsme.sk

dvojfázový program, ktorý pomáha MSP získať potrebné financie pre ich rozvojové plány.

- **Schéma podpory účasti MSP v 7. rámcovom programe Európskej únie pre výskum a technologický rozvoj.** Podpora Ministerstva hospodárstva SR v spolupráci s RPIC, BIC, PI/TI a APVV.
- **Ďalšie programy.** Program „Podpory MSP prostredníctvom siete inkubátorov a implementácia metódy Research-based spin.off“, Program vzdelávanie, školení a poradenstva pre vybrané skupiny záujemcov o podnikanie, Program „Monitoring a výskum v oblasti MSP“, Program Národného webového sídla pre MSP www.msponline.sk, Podporný program „Pomoc MSP na trhu EU“, Operačný program konkurencieschopnosť a hospodársky rast.

5.1.2 Pomoc Európskej únie

Hlavnou podporou z EÚ predstavujú štrukturálne fondy a Kohézny fond. Obe tieto typy fondy podporujú hospodársky rozvoj a vytváranie pracovných miest.

a) Štrukturálne fondy

- Európsky fond regionálneho rozvoja: prispieva k financovaniu pomoci na posilnenie ekonomickej a sociálnej súdržnosti odstraňovaním regionálnych rozdielov cestou podpory rozvoja a štrukturálneho prispôsobenia sa regionálnych ekonomík,
- Európsky sociálny fond: prispieva k posilňovaniu ekonomickej a sociálnej súdržnosti zlepšovaním podmienok pre zamestnanosť a tvorbu pracovných príležitostí, podporou vyššej úrovne zamestnanosti a väčšieho počtu a lepších pracovných miest, a to cestou podpory politik členských krajín s cieľom dosiahnuť plnú zamestnanosť, kvalitu a produktivitu práce, propagovať sociálne začleňovanie vrátane prístupu znevýhodnených ľudí k práci, a znižovať národne, regionálne a miestne rozdiely.

b) Kohézny fond

Kohézny fond slúži na realizáciu štrukturálnej politiky EU. Nie je radený medzi štrukturálne fondy, lebo jeho základnou bunkou je štát a nie regióny ako to platí u štrukturálnych fon-

dov. Krajiny, ktoré sú oprávnené čerpať z Kohézneho fondu, by mali mať HDP na obyvateľa nižší ako 90% priemeru EU. Projekty z Kohézneho fondu môžu byť spolufinancované zo strany Európskej komisie až do výšky 85 percent. Kohézny fond financuje projekty v oblasti životného prostredia a dopravnej infraštruktúry s investičnými nákladom nad 10 mil. EUR.

5.1.3 Programy štátnej podpory

Podnikatelia môžu o pôžičku požiadať aj Úrad práce v regióne a požiadať o finančnú podporu za účelom zamestnávania (vytvárania nových pracovných miest). S účinnosťou od 1.3.2009 platí novelizovaný zákon č. 5/ 2004 o službách zamestnanosti, ktorý umožňuje finančnú podporu pre zachovanie zamestnanosti, podporu novovytvorených pracovných miest, podporu kompenzácie cestovného do práce a iné.

Pomoc ponúka aj Slovenská záručná a rozvojová banka, a. s. (SZRB). Tá na podporu riešenia situácie vzniknutej v dôsledku finančnej krízy poskytuje pre malé a stredné podniky spotrebné úvery za výhodnejších podmienok oproti komerčným bankám. Za týmto účelom poskytuje SZRB tzv. „mikropôžičky“ do výšky cca 50 tis. € , pričom ručenie rieši so žiadateľom individuálne a tiež nevyžaduje históriu subjektu. To znamená, že žiadateľ pred požiadanim nemusí podnikat' stanovené obdobie, ako je to v podmienkach komerčných bánk. Poskytovaním mikropôžičiek prostredníctvom Mikropôžičkového programu sa zaoberá a Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP). Táto poskytuje prostredníctvom svojich regionálnych zastúpení pôžičky vo výške od 1,66 tis. € do 50 tis. € za obdobných podmienok ako SZRB.

Prostredníctvom Úradu práce a Európskeho Sociálneho Fondu máme možnosť získať nenávratný finančný príspevok na podnikanie. Jeho výška je daná podľa lokality, v ktorej chcete podnikat'. V súčasnosti platí výnimka, ktorá hovorí, že tento príspevok nezíska len tri mesiace nezamestnaný človek, ale aj znevýhodnený občan, ktorým je napr. aj čerstvý absolvent. Táto výnimka platí len do Novembra 2010. V Žiline je výška príspevku na úrovni 2497 EURO.

5.2 Vývoj nezamestnanosti

Miera nezamestnanosti sa v decembri 2009 zvýšila na 12,66 percenta. Najväčšia nezamestnanosť je v Banskobystrickom, Prešovskom a Košickom kraji. Nezamestnanosť v Žilinskom kraji je pod celorepublikovou úrovňou mieri nezamestnanosti. .

Za pozitívne sa považuje fakt, že Slovenskou menou je Euro, čo nám v rámci regiónu (Českej republiky, Maďarska a Poľska) vytvára určité výhody. Sú nimi najmä kurzová stabilita, nepomerne lacnejšie transakčné náklady v medzinárodnom obchode (absencia konverzných nákladov, lacnejšie prevody v rámci eurozóny).

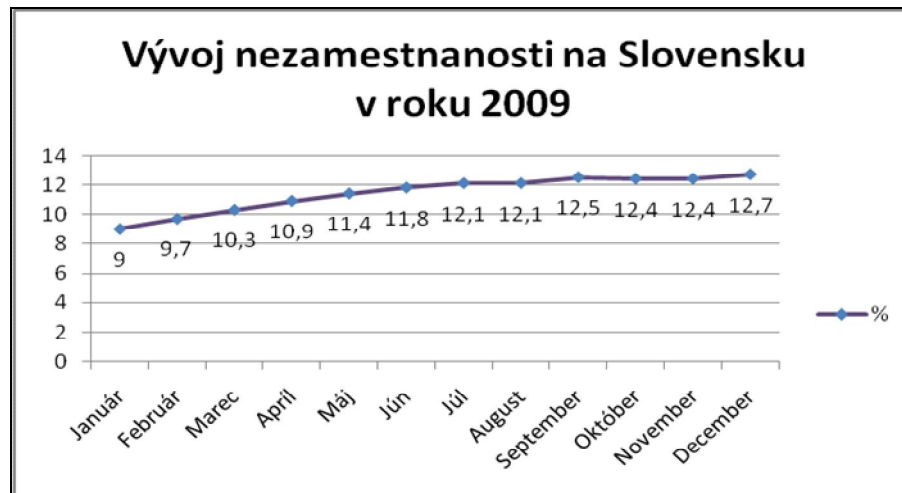
V januári 2010 podľa analýz EU vyplynulo, že nezamestnanosť v EU sa dostala na najvyššiu úroveň vôbec v rámci celej existencie EU. Tento fakt primäl EU zamyslieť sa nad formami podpory absolventov, nezamestnaných a podobne. Cieľom pripravovaného návrhu je zriadiť európsky nástroj mikrofinancovania v oblasti zamestnanosti a sociálneho začleňovania pod názvom Progress. Prostredníctvom tohto nástroja by okrem iného mohli podporu získať znevýhodnené osoby vrátane mladých, ktorí chcú rozvíjať vlastný podnik. Stanovisko Európskeho parlamentu k tomuto návrhu prerokuje Rada až v marci 2010 (Január 2010).

Prehľad vývoja nezamestnanosti v roku 2009 uvádzam v nasledovnej tabuľke č.5.

Tabuľka 5 Vývoj nezamestnanosti v roku 2009 [SU SR]

2009	Január	Február	Marec	Apríl	Máj	Jún
%	9	9,7	10,3	10,9	11,4	11,8
Počet osôb	269 465	289 608	311 763	325 648	336 926	348 628
2009	Júl	August	September	Október	November	December
%	12,1	12,1	12,5	12,4	12,4	12,7
Počet osôb	355 862	355 041	368 021	368 982	373 413	379 553

Je viditeľný nárast z 9% v Januári 2009 na 12,7 % v Decembri 2009. Miera nezamestnanosti sa zvýšila najmä v období Marec- Máj 2009. Vývoj nezamestnanosti je prehľadne zobrazený aj v nasledujúcom grafe č.6.



Graf 6 Vývoj nezamestnanosti v roku 2009 [SU SR]

Príchodom krízy, zamestnávateľia museli prepustiť nadbytočných zamestnancov. Vzhľadom k tomu, že situácia sa mení a vo firmách vznikajú síce nové, ale počtom aj tak obmedzené pracovné miesta, firmy vyberajú nových zamestnancov veľmi pozorne a dôkladne. Orientujú sa najmä na kvalifikáciu, praktické skúsenosti, orientáciu v danom obore. Tým, že podniky vyberajú veľmi dôkladne toho najlepšieho, situácia pre budúceho uchádzača nie je pozitívna.

6 PROJEKT PODNIKATELSKÉHO PLÁNU ZALOŽENIA MALOOBCHODNEJ PREDAJNE XY

Ešte pred samotným podnikateľským zámerom uvádzam podkapitolu, v ktorej odôvodňujem, pre akú formu podnikania som sa rozhodla. Nato nasleduje samotný podnikateľský plán, ktorého podstatou je založenie maloobchodnej predajne na predaj výtvarných potrieb pre kreatívne techniky., ktorý bude v budúcnosti doplnený o ponuku kreatívnych kurzov. Konkrétne a detailné informácie o projekte sú uvedené v jednotlivých častiach podnikateľského plánu počínajúc sumárom.

6.1 Rozhodovanie o forme podnikania

Moje výsledné rozhodovanie bolo medzi spoločnosťou s ručením obmedzeným a živnosťou. Po zvážení všetkých faktorov som sa rozhodla pre podnikanie len na živnosť bez vytvorenia obchodnej spoločnosti. Je to najmä z týchto dôvodov:

- nedostatočné finančné možnosti,
- väčšia šanca získania nenávratného finančného príspevku ako SZČO než obchodná spoločnosť,
- rozdielne finančné náklady v prípade založenia živnosti a s.r.o.

Pri založení s.r.o. je nutný základný kapitál o výške 5000 EURO, pričom pri jednoosobovej s.r.o. je potrebné splatiť celý vklad pri založení. Keďže som študent, resp. budúci absolvent moje finančné možnosti nie sú vysoké a po analýze podmienok pre začínajúci podnik, som zistila, že mám najlepšiu možnosť získať akurát podporu vo forme nenávratného finančného príspevku od Úradu Prácu z Európskeho Sociálneho Fondu. Na základe konzultácii s príslušnými pracovníkmi mi odporučili, aby som žiadala len o podporu v živnosti a nie pri zakladajúcej s.r.o.. V prípade živností boli schválené takmer všetky žiadosti, ale v prípade obchodných spoločností bol pomer neschválených ku celkovým žiadostiam omnoho vyšší než u živnostenského podnikania.

Náklady som založením s.r.o. sú omnoho vyššie než sú pri založení živnosti, hlavne z dôvodu, že u obchodnej spoločnosti je nutnosť registrácie do obchodného registra, pričom

u živnostenského oprávnění je to dobrovolné. Při založení živnosti je nutné uhradit poplatky za vydání živnostenského listu a 3€ za každý jeden predmet činnosti, poplatok za výpis z registra trestov a notárske overenia. Náklady súvisiace so založením sú vyššie minimálne o poplatok za podanie návrhu na zápis do OR v sume 331€.

V prípade výberu živnosti je akurát väčšie riziko v ručení, pretože v tomto prípade ručím celým majetkom ako FO. V prípade s.r.o. ručí spoločnosť svojím majetkom.

6.2 Sumár

Podnikateľský plán predstavuje založenie maloobchodnej predajne, ktoré je sprevádzané otvorením internetovej stránky, elektronického obchodu a následne i centra kreatívnych kurzov. Adresa sídla je centrum mesta Žilina.

Spracovateľ podnikateľského plánu: Bc. Andrea Zajacová

Ponúkaným tovarom v predajni sú výtvarné potreby pre rôzne kreatívne techniky ako sú maľba na hodváb, maľba na sklo, decoupage, výroba sviečok, či mydla.

Mojim cieľom je vytvorenie príjemného miesta, kde sa môžu stretávať ľudia podobného zamerania, pretože do budúcnosti plánujem aj poskytovanie kreatívnych kurzov a tvorivých dielní.

Otvorenie predajne je viazané na získanie nenávratného finančného príspevku, ale predpokladám časové obdobie na koniec roku 2010 až začiatok roku 2011. Ponuka kreatívnych kurzov vznikne až po pár týždňoch fungovania a existencie predajne.

Mojím hlavným cieľom z počiatku bude získanie dostatočného množstva stálych zákazníkov. Do budúcnosti plánujem účasť na Výstave kreativity, na Staromestských slávnostiach v Žiline, taktiež možné zväčšenie priestorov, či presťahovanie predajne na atraktívnejšie miesto.

Uvedomujem si psychickú i finančnú náročnosť vedenia vlastného podnikania, ale v mojej snahe bude vynaložiť maximum síl a všetkých poznatkov, ktoré som získala počas štúdia na VŠ, aby sa tento podnikateľský plán skutočne naplnil a aby bol v budúcnosti úspešný.

Na financovanie podnikania využijem nenávratný finančný príspevok, vlastný zdroj financovania a externý zdroj financovania v podobe mikropôžičky.

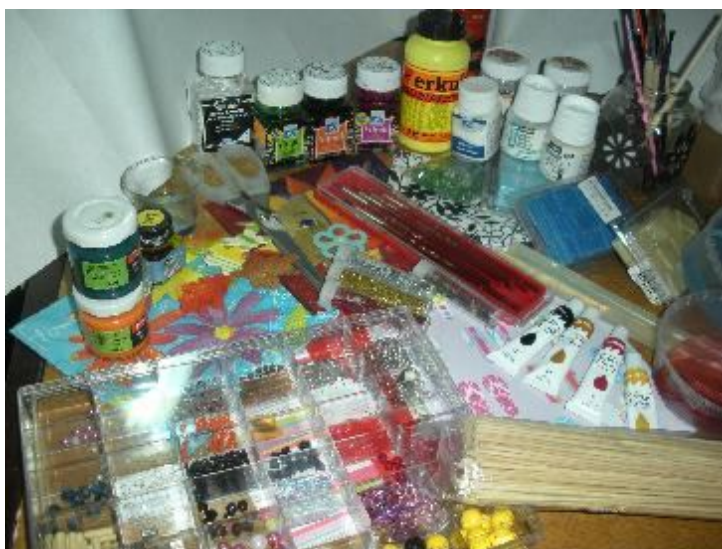
Podnikanie bude prevádzaná len v rámci rozsahu voľnej živnosti. Podnikateľský subjekt vedie jednoduché účtovníctvo a nie je platcom DPH, vzhľadom k tomu, že predajňa bude orientovaná na maloobchodný predaj a zákazníkmi bude retail.

Všetky podstatné náležitosti a konkrétne detaily sú rozpísané v jednotlivých častiach podnikateľského plánu, ktorý nasleduje po tejto úvodnej kapitole.

6.3 Popis podnikania

Ponúkaným produktom sú potreby pre výtvarné techniky. Hlavným produktom sú potreby a materiál pre rôzne kreatívne hobby techniky a doplnkovým produktom sú pomôcky a materiál pre rýdzo umelecké smery. Nie je mojím zámerom vytvorenie strohej predajne s potrebami, ale vytvorenie príjemného miesta pre ľudí s kreatívnymi dušami, ktorí sa budú cítiť na tomto mieste veľmi príjemne a pohodlne. Popri vytvorení predajne, plánujem do budúcnosti ďalšie dva zámery, a to vytvoriť internetový obchod a vytvoriť centrum kreatívnych kurzov, dielni šikovných rúk a podobne.

Predávané výrobky patria medzi spotrebné výrobky, ktoré majú jednorazový, krátkodobý i dlhodobý charakter, záleží na druhu výrobku. Nedá sa jednoznačne rozlíšiť, pretože je to veľmi široký sortiment.



Obrázok 2 Výtvarné kreatívne potreby [VS]

Výrobný sortiment je tvorený rôznymi značkovými radami výrobkov a výrobný sortiment je rozčlenený podľa jednotlivých kreatívnych, či umeleckých techník.

Sortiment bude dodávaný zo zahraničia od renomovaných dodávateľov, ktorých mená v oblasti výtvarných techník sú veľmi známe. Jednu časť sortimentu a konkrétne potreby na výrobu šperkov, čiže korále, kamene,...by som rada dodávala od jedného českého výrobcu. S niektorými dodávateľmi som už v kontakte, máme predbežne dohodnutú spoluprácu. Žiadna forma spolupráce ešte nie je zmluvne dohodnutá, keďže moje podnikanie ešte fyzicky neexistuje a ku dohodám potrebujem poskytnúť informácie ako sú IČO, sídlo podnikania a podobne.

Na začiatku je hlavným cieľom vytvorenie predajne v centre mesta Žilina, resp. v jednom z dvoch obchodných centier, ktorých otvorenie je plánované na 3.štvrt'rok roku 2010. Žilina je centrom Žilinského regiónu, kde sa situácia na podnikanie považuje za priaznivú. Podpora regiónu tkvie v podpore výlučne finančnej a to prostredníctvom rôznych programov na získanie finančnej podpory, resp. poskytnutia úverov. Existuje možnosť získania nenávratného príspevku na financovanie pre znevýhodneného občana, ktorým je i absolvent VŠ. V súčasnosti je výška tohto príspevku 2497 Euro pre Žilinu, pričom existujú presné pravidlá jeho využitia. Viac o financovaní a fin. pláne v časti: Finančný plán.

Sezónnosť bude mať určite vplyv na objem predaných výrobkov. Keďže sú v ponuke materiály a výrobky vyslovene určené na obdobie Vianoc, Veľkej Noci, či iných špeciálnych príležitostí, práve v týchto obdobiach predpokladám zmeny v žiadanom množstve výrobkov. V celkovej ponuke výrobkov sú výrobky, ktoré sa väčšinou využívajú celoročne, ale časť bude orientovaná len na spomenuté príležitosti. Druhý bod, ktorý považujem za dôležitý spomenúť pri sezónnosti je fakt, že ľudia si dajú k ručným prácam, hobby aktivitám väčšinou, keď im počasie nedovoľuje iné aktivity. Čiže očakávam väčší objem predaja v čase jesene až začiatku jari. V tomto prípade by som rada riešila prípadný znížený dopyt v letných mesiacoch, častejšími tvorivými dielňami, resp. pobytmi, ktorých náplňou by boli práve tvorivé dielne.

V každom prípade existujú zákazníci, ktorí sa venujú týmto činnostiam bez ohľadu na ročné obdobie, či teplotu vzduchu.

Odvetvie podnikania patrí medzi nevýrobné odvetvie národného hospodárstva. Čo sa týka sektoru, náleží do terciálneho sektoru. Podnikanie bude vykonávané na základe voľných živností:

- Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom (živnosti)
- Kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému prevádzkovateľom živnosti- veľkoobchod
- Technicko-organizačné zabezpečenie školení, kurzov, seminárov, výstav, kultúrno - spoločenských podujatí a workshopov v rozsahu voľnej živnosti
- Vyučovanie v odbore umenia- výroba ľudovo remeselných výrobkov a suvenírov
- Výroba a predaj úžitkových, upomienkových predmetov, suvenírov a bižutérie
- Reklamná a propagačná činnosť
- Sprostredkovateľská činnosť
- Organizovanie voľného času detí rozsahu voľnej živnosti
- Vydavateľská činnosť v rozsahu voľnej živnosti
- Administratívne práce
- Školiaca činnosť v rozsahu voľnej živnosti

Podnikanie bude mať sídlo v Žiline v Žilinskom regióne. E-shop bude ponúkať dodanie výrobku po celej Slovenskej, neskôr i Českej republike, pričom bude existovať možnosť osobného odberu tovaru objednaného na internete v predajni.

Prostredie podniku považujem za vhodné pre začínajúce podnikanie. Mesto Žilina je veľmi živé, má veľa občanov v produktívnom veku, tak isto sú v blízkom okolí umelecké školy a ich študenti by mohli byť potenciálnymi zákazníkmi.

V regióne absentuje podobné miesto, kde je možnosť kúpy kreatívnych výtvarných potrieb. Tieto výrobky je možné kúpiť cez internet, kde je malý výber. Predpokladám, že o takýto

typ obchodu bude záujem. V prvom rade pre to, že v Žiline podobná predajňa nie je a v druhom rade, že myšlienka je i vo vytvorení príjemného a prehľadného e-shopu. Z časového hľadiska, prvotne bude spustená predajňa a elektronická stránka na propagáciu predajne. Následne podľa časového harmonogramu bude otvorený e-shop a i spomínané centrum kreatívnych kurzov.

Od podnikateľského plánu si sľubujem objektívny pohľad na realnosť a možný úspech tohto podnikateľského nápadu.

6.3.1 Zdroje konkurenčnej výhody a faktory úspechu

Zdrojom konkurenčnej výhody predajne sú:

- zaujímavosť a dobré prevedenie podnikateľskej myšlienky,
- neprítomnosť obdobnej predajne a internetového obchodu v žilinskom regióne,
- vytvorenie zaujímavého a príjemného centra pre kreatívne produkty, výrobky, činnosti a ľudí, ktorí radi trávia voľný čas kreatívnymi technikami,
- vhodne zvolená stratégia získavania si nových zákazníkov a stratégia udržania si stávajúcich zákazníkov,

Faktory, ktoré môžu zaručiť úspech v tomto obore podnikania sú nasledovné:

Zvyšujúci sa záujem ľudí o kreatívne činnosti a kreatívne techniky
Umiestnenie predajne na frekventované miesto
Široký sortiment, ktorý bude v ponuke na internete i v predajni
Možnosť kúpy tovaru na internete s možnosťou osobného odberu
Vhodne zvolená marketingová kampaň
Vytvorenie stratégie na zabezpečenie návratu klienta späť do predajne
Ponuka kreatívnych kurzov a tvorivých dielní

Schéma 10 Faktory [Vlastné spracovanie]

Za tržnú medzeru považujem práve stav v meste Žilina a Žilinskom regióne, kde sa obdobná predajňa vôbec nenachádza. Toto je jeden z najhlavnejších dôvodov, prečo som sa osobne nakoniec rozhodla pre túto myšlienku, aj ju zrealizovať po absolvovaní VŠ. Jednou podstatnou vecou taktiež bolo, že tieto kreatívne činnosti sú moje veľké hobby a zároveň, že vždy som chcela vyučovať tieto techniky ďalej. V okolí sledujem, že sa zvyšuje záujem o ručne robené výrobky, resp. o hobby činnosti, ktoré súvisia s výrobou ručne robených výrobkov, pričom v Žilinskom kraji, resp. Žiline absentuje predajňa s podobným tovarom a taktiež miesto pre kreatívne kurzy.

Taktiež pripúšťam možnosť, že v budúcnosti by sa v predajni mohli ponúkať aj ručne vyrobené výrobky. Sama by som tam rada ponúkala svoju tvorbu v oblasti maľovania na sklo vitrážovými farbami, čiže sklenené maľované svietniky a iné maľované sklenené ozdoby.

6.3.2 Produkt, služba a elektronický obchod

1. Ponúkanými **produktmi** budú materiál a potreby pre rôzne kreatívne výtvarné hobby techniky, pričom sortiment bude tvorený niekoľkými značkovými radami a členení bude aj podľa jednotlivých techník.



Obrázok 3 Ponúkaný sortiment- koráliky [VS]

2. **Služba**, ktorú budem ponúkať sú kreatívne kurzy najmä pre začiatočníkov, ale i pokročilých. Výučba bude prebiehať priestoroch predajne mimo otváracích hodinách, čiže so-

botu poobede, nedeľu, resp. v prípade veľkého záujmu pracovné dni po 18:00 hodine v. V tvorivých dielňach a na kurzoch majú ľudia možnosť vyrobiť krásne veci, ktorých príklady sú uvedené na nasledovných fotkách. Prvý obrázok je ručne maľovaná hodvábná šatka.



Obrázok 4 Ručne maľovaná hodvábná šatka [VS]

Ďalším výrobkom, ktorý si účastníci môžu na kurzoch vytvoriť sú rôzne maľované sklenené výrobky.



Obrázok 5 Ručne maľovaný sklenený svietnik [VS]

Kreatívne kurzy, ktoré plánujem ponúkať sú nasledovné:

- paplet (papierové pletenie),
- maľovanie na sklo,
- plstenie,
- fimo hmota,
- drôtovanie,
- krakelovanie,
- výroba šperkov,
- servítková technika,
- výroba sviečok,
- maľba na hodváb.

Techniky budú priebežne menené podľa záujmu, či podľa aktuálnych trendov. Ďalšie vzory výsledných diel pomocou jednotlivých techník sú uvedené v prílohe č. v závere tejto práce.

3. Internetová stránka a e-shop. Na samotné vytvorenie internetového obchodu sa využije už existujúci voľne dostupný redakčný systém Magento, ktorý bude upravený podľa vlastných potrieb. Tento systém je ponúkaný pod open source OSL 3.0 licenciou, ktorá dovoľuje produkt sťahovať, meniť a používať zdarma. Systém Magento bol vybraný na realizáciu tohto internetového obchodu práve preto, pretože momentálne patrí medzi najrýchlejšie sa rozvíjajúce a najlepšie open source redakčné systémy.

6.4 Marketingová analýza a plán

V rámci marketingovej analýzy som previedla analýzu trhu, všetkých dostupných informácií, ktoré mi môže pomôcť zistiť, kto je môj potenciálny zákazník, kto je moja konkurencia, akú marketingovú stratégiu zvoliť.

6.4.1 Analýza PEST

Vplyvy **politického a legislatívne prostredia** by sa dali v prípade začínajúceho podnikateľa do niekoľkých bodov:

- ochrana spotrebiteľa,
- daňová politika,
- regulácia exportu a importu,

- členstvo v Európskej Únii. V prípade zmien v oblasti exportu a importu môžu nastať problémy s dodávkami, keďže niektorí dodávatelia sú zo zahraničia a i tí, ktorí ponúkajú svoj tovar prostredníctvom zástupcu na Slovensku, či v Čechách môžu potenciálne zmeniť svoje podmienky.

Ekonomické vplyvy sú v zhrnuté v týchto oblastiach:

- kúpna sila,
- inflácia,
- nezamestnanosť,
- vývoj cien energií, či vstupných surovín.

V prípade zvýšenia nezamestnanosti, je možné, že sa zníži počet zákazníkov. Nárast nezamestnanosti by však musel byť pravdepodobne výraznejší, aby efekt poklesu zákazníkov bol viditeľnejší.

Medzi **socio- kultúrne** vplyvy radím je nutné zaradiť najmä prístup k práci a k voľného času. Keďže predmetom podnikania sú práve voľno časové aktivity je nutné sledovať trend tohto faktoru, resp. využívanie voľného času. Podstatnými bodmi sú taktiež:

- demografický vývoj,
- úroveň vzdelania,
- štruktúra príjmov,
- výber životného štýlu,
- postoje, názory.

Medzi **technologické vplyvy** je nutné zaradiť:

- zmeny technológií,
- nové objavy,
- vládna podpora R&D.

6.4.2 Analýza trhu

Potenciální klienti sú obsiahnutí v troch hlavných skupinách podľa dôvodu návštevy predajne. Prvú skupinu tvoria ľudia, ktorí sa živia umením, ručnými prácami, či sú študenti umelecky zameraných stredných a vysokých škôl. Druhú skupinu tvoria ľudia, pre ktorých je kreatívna činnosť len hobby, záujmom a venujú sa jej vo svojom voľnom čase. Patria sem najmä mamičky na materskej, deti, študenti, pre ktorých je takáto aktivita spríjemnením voľných chvíľ a prejavom kreatívnej duše, ktorú v sebe nosia. Veľmi malé percento potenciálnych zákazníkov tejto skupiny, budú tvoriť ľudia v dôchodcovskom veku, ktorí sa venujú klasickým ručným prácam a často sa dozvedia od mladších rodinných príslušníkov o nových zaujímavých ručných technikách. Tretiu skupinu predstavujú umelecké školy, resp. školy s umeleckým zameraním, ale i klasické stredné školy, kde nakupujú potreby na výtvarnú výchovu alebo kurzy, taktiež tu spadajú študenti týchto umelecky zameraných škôl.

Podľa spôsobu predaja výrobkov by som rozčlenila klientov do 3 skupín:

- klienti, ktorí prídu do reálnej predajne,
- klienti z e-shopu, ktorým objednávky doručujeme,
- klienti, ktorí si tovar objednávajú z e-shopu, ale osobne si výrobky vyzdvihnú v predajni a zaplatia ho taktiež v predajni pri osobnom odbere.

V budúcnosti počítam i s veľkoobchodným predajom, čiže ďalšími zákazníkmi budú umelecké školy, papiernictvá.

Potenciálny klient je predovšetkým človek, ktorý má záujem o takýto typ činnosti. Je ochotný zaplatiť určitú sumu za tovar, ktorý mu dovoľuje kreatívne sa realizovať, resp. umelec, ktorý potrebuje daný výrobok alebo materiál na umeleckú tvorbu. Keďže toto nie je typ produktu bežnej spotreby, ani produkt nevyhnutný k životu, ale určitá vec na vyše. Za potenciálneho klienta považujem človeka s minimálne priemerným platom, ktorý ma určité financie navyše, aby si zadovážil dané výrobky, resp. zabezpečený človek s voľným časom a chuťou tvoriť. Tiež predpokladám, že potenciálnymi zákazníkmi môžu byť ľudia, ktorí nenakupujú tovar pre seba, ale pre známych, rodinu ako dar, či pozornosť.

Na základe určitého vyčlenenia príjmovej skupiny, by som stanovila, že potenciálny klient bude pochádzať zo strednej vrstvy. Zákazník bude človek, ktorý po úhrade všetkých nákladov na živobytie, utratí časť peňazí za hobby aktivity, či záujmové činnosti. Určite nebudú klientmi ľudia s minimálnou mzdou, pretože si myslím, že si nemôžu dovoliť navyše kupovať takýto typ výrobkov. Zákazník bude pravdepodobne človek, ktorý po úhrade všetkých nákladov, je ochotný utrať časť svojich peňazí za hobby aktivity, či záujmové činnosti. Predpokladám, že zákazníkmi nebudú ľudia, ktorí svojou mzdou akurát pokrývajú svoje životné náklady.

Potenciálny zákazník pochádza bude z minimálne jednočlennej domácnosti až po viacčlennú domácnosť, kde sú ľudia v produktívnom veku i deti, či ľudia v dôchodkovom veku. Lepší prehľad by poskytla analýza trhu, ale vzhľadom k rozsahu tejto práce je ju nemožné vykonať. Respektíve bude vykonaná dodatočne v budúcnosti.

Zákazníci v predajni budú väčšinou zo Žiliny a blízkeho okolia a z oblasti Žilinského regiónu. Zákazníci internetového obchodu budú ľudia zo Slovenska i Česka. Dopyt po kreatívnych kurzoch taktiež predpokladám len zo Žiliny a okolitých miest a obcí.

Za najväčšie riziká a ohrozenia považujem príchod konkurencie a nezujem o dané výrobky a služby. Za veľmi pozitívne naopak, možnosť získanie zákazníkov, keďže v žilinskom regióne nie je žiaden výraznejší konkurent, preto v tom vidím určitú konkurenčnú výhodu. Presnejšie moje príležitosti a hrozby, či silné a slabé stránky zobrazuje nasledujúca SWOT analýza.

Tabuľka 6 SWOT analýza začínajúceho podnikateľa [Vlastné spracovanie]

	Osobné silné stránky	Osobné slabé stránky
Interné	<ul style="list-style-type: none"> • Praktické zručnosti v danej oblasti • Osobné vlastnosti a schopnosti • Odborná kvalifikácia (management, financie) • Motivácia pre samozamestnanie • Skúsenosti s predajom v predajni a komunikáciou so zákazníkom 	<ul style="list-style-type: none"> • Minimálne obchodnícke schopnosti • Chýbajúca kvalifikácia v obore hobby art • Nedostatočné finančné možnosti
Externé	Trhové šance/príležitosti	Trhové riziká
	<ul style="list-style-type: none"> • Stúpajúci dopyt o hobby art aktivity • Priaznivý ekonomický vývoj • Jedinečnosť predajne v meste • Jedinečnosť ponuky kreatívnych kurzov v meste 	<ul style="list-style-type: none"> • Príchod nových konkurentov • Nezískanie dôvery zákazníka • Nepriaznivý ekonomický vývoj • Zlá voľba sortimentu

1. Interná analýza

Osobné silné stránky

- Praktické zručnosti. Danej oblasti predaja, čiže kreatívnym technikám sa venujem už vyše 5 rokov a intenzívne sledujem trendy v tejto oblasti. Absolvovala som i akreditované kurzy. Pre získavanie informácií som navštívila i Výstavu Kreativity v Prahe a taktiež rôzne iné predajne s obdobným tovarom.
- Odborná kvalifikácia (management, financie, ekonomika). Počas štúdia som nadobudla rôzne vedomosti a znalosti, ktoré môžem využiť pri založení podnikania, či pri jeho vedení.
- Motivácia pre samo zamestnanie. Po dôkladnom analyzovaní som si zvolila práve podnikanie pred zamestnaním sa.
- Osobné vlastnosti a schopnosti: dobré organizačné schopnosti, pracovitosť, svedomitosť, zodpovednosť.
- Skúsenosti s predajom v predajni a kontaktom so zákazníkmi a to konkrétne pozícia recepčnej v hoteli, či predajca v predajni kvetinárstva.

Osobné slabé stránky

- Minimálne skúsenosti s obchodovaním.
- Chýbajúca kvalifikácia v obore hobby art.
- Nedostatočné finančné možnosti.

2. Externá analýza

Trhové šance/príležitosti

- Stúpajúci záujem o hobby art aktivity, zároveň i zvyšujúci sa záujem ľudí o voľno časové aktivity.
- Priaznivý ekonomický vývoj, ktorý môže ovplyvniť i ceny, či formy dodania.

- Jedinečnosť predajne v meste. Tento fakt považujem za veľmi podstatný, lebo v meste Žilina sa síce nachádzajú predajne papiernictiev, ale ich ponuka v oblasti kreatívnych potrieb je minimálna až nulová. Personál predajní, ktoré majú pár kusov z oblasti kreatívnych techník, nevie poradiť a nie je pravdepodobne ani zaučená v danej oblasti.
- Jedinečnosť ponuky kreatívnych kurzov v meste, či regióne.

Trhové riziká

- Príchod nových konkurentov, ktorý môžu ohroziť existenciu predajne.
- Nezískanie resp. strata dôvery zákazníka.
- Nepriaznivý ekonomický vývoj, ktorý môže ovplyvniť ceny surovín, či podmienky predaja a dodania. Môžu nastať aj problémy v politickom vývoji, ktoré môžu ovplyvniť kvalitu spolupráce s dodávateľmi v zahraničí.
- Zlá voľba sortimentu v predajni.

Všetky body SWOT analýzy pre najväčšieho konkurenta sú spracované v nasledujúcej tabuľke č.7.

Tabuľka 7 SWOT analýza najväčšieho konkurenta [Vlastné spracovanie]

Interné	Osobné silné stránky	Osobné slabé stránky
	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilita • Firma má predajne umiestnené prevažne v obchodných centrách Praktické zručnosti v danej oblasti • Dlhoročná spolupráca so zákazníkmi • Možnosť uplatnenia zľavy na základe študentského preukazu • Priaznivé finančné možnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Chýbajúci tovar v predajni • Vyššie ceny tovaru • Nezaujímavá predajňa bez nápadu • Neochota personálu
Externé	Trhové šance/príležitosti	Trhové riziká
	<ul style="list-style-type: none"> • Stúpajúci dopyt o hobby art aktivity • Priaznivý ekonomický vývoj 	<ul style="list-style-type: none"> • Príchod nových konkurentov • Nezískanie dôvery zákazníka • Nepriaznivý ekonomický vývoj • Nespokojnosť zákazníkov

Detailne popísaná analýza SWOT je uvedená v nasledovných bodoch.

1. Interná analýza

Osobné silné stránky

- Praktické zručnosti a skúsenosti v danej oblasti. Firma pôsobí už niekoľko rokov na Slovenskom trhu.
- Dlhoročná spolupráca so zákazníkmi. Firma má vytvorené určité meno medzi zákazníkmi.
- Možnosť uplatnenia zľavy na základe študentského preukazu EURO 26.
- Priaznivé finančné možnosti.
- Stabilita.
- Firma má predajne umiestnené prevažne v obchodných centrách.

Osobné slabé stránky

- Chýbajúci tovar v predajni. Predajňa má často prázdne police a predajňa pôsobí dojmom „vyrabovania“.
- Vyššie ceny tovaru.
- Nezaujímavá predajňa bez nápadu.
- Nie príliš ochotný a príjemný personál.

2. Externá analýza

Trhové šance/príležitosti

- Stúpajúci záujem o hobby art techniky a voľno časové aktivity.
- Priaznivý ekonomický vývoj.

Trhové riziká

- Príchod nového konkurenta.

- Nezískanie si, resp. strata dôvery zákazníka.
- Nespokojnosť zákazníkov.
- Nepriaznivý ekonomický vývoj, ktorý môže ovplyvniť výšku cien surovín, výšku plátov, či zamestnanosti. Všetko to vplýva na predaj tohto typu tovaru, pretože tovar nie je nevyhnutný k životu, ale predstavuje formu voľno časovej aktivity.

Veľkým ohrozením by mohol byť príchod konkurenta presne z danej hobby art oblasti, ktorým môže byť práve firma Da Vinci, ktorá má otvorené predajne v Bratislave v OC Aupark, či OC Polus. V 3. Štvrtroku roku 2010 je plánované otvorenie OC Aupark v Žiliny. Práve sem je možnosť príchodu Da Vinci a tým vytvorenia konkurencie. Da Vinci je firma, ktorá ponúka potreby a materiál na kreatívne výtvarné hobby techniky už niekoľko rokov, má finančnú stabilitu, lepšie finančné možnosti, zároveň i isté stabilné postavenie a povedomie u zákazníkov. Momentálne (Január 2010) otvorila dve nové prevádzky, jednu v Bratislava a druhú v Nitre v OC Aupark.

Z pohľadu konkurencie v rámci celej Slovenskej republiky pre predajňu, už existuje viac konkurentov. Nepovažujem ich však za možné ohrozenie, lebo sa nachádzajú v iných väčších, či menších mestách Slovenska. Jedna predajňa je v Bratislave, jedna v Senci, ďalšie v Košiciach, či Prešove. V každom prípade, chcem sledovať ich aktivity a novinky, aby som dokázala na ne v prípade reagovať.

Tabuľka 8 Prehľad predajní podľa miest [VS]

Mesto	Počet predajní
Michalovce	1
Šamorín	1
Prešov	3
Bratislava	3
Nitra	1
Zvolen	2
Košice	1

Na slovenskom trhu je väčšie množstvo konkurentov. Najvýznamnejší konkurenti, ktorý predstavujú väčšie stabilné spoločnosti sú napr.: Da Vinci , Koh-i-noor, Umton...

Predpokladám, že reakcie konkurentov nebudú veľmi viditeľné. Jediné v čom vidím isté ohrozenie, sú ceny. Konkurenti sú na trhu už dlhšiu dobu a majú zabehnuté predajne. Preto očakávam, že si môžu dovoliť o isté percento znížiť ceny, resp. pripraviť marketingové aktivity na zvýšenie povedomia zákazníkov o ich firme. Ohrozenie vidím v tom, že firmy sú už stabilné a majú svoj okruh zákazníkov, čo môže znamenať, že zákazníci ich možno nebudú chcieť opustiť.

Výrobky predávané v tomto obore podnikania sa predávajú s veľmi vysokou ziskovou maržou, pretože ich výrobné ceny sú veľmi nízke a v prípade nižších ziskových marží by to tento typ obchodovania neprežilo. Výrobky nepredstavujú žiaden typ luxusného výrobku, i keď výrobky nie sú ani výrobky bežného života a hlavne nie nevyhnutného.

Na základe týchto sledovaní som došla k nasledovným záverom:

- v Žilinskom kraji absentuje predajne zameraná len rýdzo na umelecké výtvarné činnosti a hobby kreatívne činnosti,
- v Žilinskom kraji absentujú kreatívne kurzy,
- v Žilinskom kraji existujú tvorivé dielne v menších obciach, ale sú ťažko dostupné.

Všetky získané informácie som získala pomocou pozorovania, dokazovania, pomocou vlastných skúseností a na základe analýzy konkurentov a ich ponuky a metód, ktoré používajú na propagáciu výrobkov a kurzov.

Osobne som prešla rôzne predajne v Bratislave a Senci. Absolvovala som kreatívne kurzy a taktiež som sa zúčastnila výstavy kreativity 2010 v Prahe v apríli 2010.

Dodávatelia sú po väčšinou zo zahraničia. Na každý typ sortimentu, resp. na každú techniku som oslovila dodávateľov, ktorý sa venujú výroby výrobkov len k danej technike. Niektorí dodávatelia majú na Slovensku zastúpenie, ale vzhľadom k tomu, že niektoré techniky sú málo známe, výber je veľmi nízky.

Tabuľka 9 Prehľad možných budúcich dodávateľov [Vlastné spracovanie]

Prehľad dodávateľov					
Firma	Oblasť predaja	Minimálna výška objednávky	Zľava z MOC	Platba	Poznámka
Basicgrey	Scrapbooking	250\$(1.objednávka) 100\$	*	*	*
Stoklasa	Textilná galantéria	*	*	*	*
Marabu	Hobby art material	*	*	*	*
Alea Mosaic	Mozaika	100,00 €	*	*	*
Folia	Hobby art material	*	*	*	*
Pemic	Knihy	150,00 €	30%	Dobierka/ Vopred	Bezplatná dodávka objednávky do 48 hodín
Efco	Hobby art material	*	*	*	*
Pebeo	Hobby art material	2000 Kč	*	Prvé 3 objednávky vopred	Možnosť poradenstva a predĺženia doby splatnosti
Panduro	Hobby art material	£150,00	35%	*	Výška zľavy závisí od vstupnej objednávky, ktorá je následne nemenná
		£250,00	40%		
		£500,00	45%		

Kvalita tovaru je veľmi vysoká, dodávatelia sú dlhoročne pôsobiaci na trhu s kreatívnymi umeleckými potrebami. Každý dodávateľ má iné podmienky dodania a platby. Niektorí dodávatelia požadujú platbu vopred, pričom väčšinou je minimálny odber cca. 100-150 EURO. Zľava z MOC sa pohybuje v oblasti 30-40%, ktorá často závisí od celkovej výšky objednávky, čiže so zvyšujúcou sa objednávkou sa zvyšuje i zľava z MOC. Väčšina oslovených dodávateľov umožňuje formu objednávanie cez internet, kde sa prihlasujem pod osobným číslom a heslom.

Dodávatelia majú sklady v rôznych štátoch EU, ale ja sa budem orientovať najmä na Poľsko a Nemecko.

Mojim úmyslom bolo priniesť na Slovensko značku, ktorá tu ešte nie je. Rada by som získala exkluzívne zastúpenie v niektorých oblastiach týchto techník. V niektorých prípadoch to však nejde. Napr. pri maľbe na hodváb existujú mnohé značky farieb, ale jedny z najlepších

a najkvalitnejších sú zastúpené značkou MARABU, pričom táto nemecká značka má už na Slovensku zastúpenie.

Čo sa týka dodávateľa knižných publikácií z oblasti hobby, oslovila som knižný veľkoobchod PEMIC. Ponúka bezplatnú dodávku objednaného tovaru do 48 hodín, pričom rabat z MOC je 30%. Limit objednávky je 150 EURO v MOC. Táto suma je vyhovujúca, pretože plánujem prvotný nákup knižných publikácií približne v hodnote 150 EURO v MOC. Ponúkajú práve knihy z vydavateľstva TOPP, ktorá sa orientuje na hobby knihy.

Keďže umiestnenie obchodu by malo byť v centre mesta, resp. v obchodnom centre, kde je vysoký nájom, budem sa snažiť minimalizovať skladový priestor, resp. si zabezpečím skladový priestor v iných priestoroch. Mojm plánom na začiatku nie je objednať veľké zásoby. Keďže som začínajúci podnikateľ, neviem s úplnou presnosťou určiť, ktorý výrobok sa bude predávať a ktorý nie., preto nechcem riskovať, že mi na sklade zostane veľké množstvo nepredajného tovaru.

Možnosť doobjednania je bezproblémová, preto to budem riešiť následne do objednávkami požadovaných výrobkov. Po istej dobe, keď si overím, ktoré typy výrobkov zákazníci preferujú, budú sa moje skladové zásoby podľa dopytu zvyšovať, ale takisto iba do určitej výšky, aby moje skladové náklady neboli vysoké a taktiež aby nedošlo k vypršaniu doby použitia a tým pádom vzniku nepredajných zásob.

6.4.3 Marketingové ciele a marketingová stratégia

Začínajúci podnik je na začiatku v zlej a nevýhodnej pozícii. Je kapitálovo slabý, dosť zraniteľný, relatívne malý. Z toho vyplýva, že na začiatku budú moje marketingové metódy obmedzené. Dôležité budú dve veci, prvá je získanie nových zákazníkov a druhá udržanie si stávajúcich zákazníkov.

Na získanie nových zákazníkov chcem v prvých dňoch otvorenia predajne ponúknuť poukážku na 10% zľavu na budúci nákup pre všetkých, ktorý v predajni nakúpia v ľubovoľnej sume. Podmienky budú upravené a stanovené v aktuálnom čase, ale nákup sa bude vzťahovať na určitú minimálnu sumu, pravdepodobne 10-20 EURO.

Mojim marketingovým cieľom je oslovenie, čo najväčšieho počtu ľudí, aby prišli do tejto predajne, aby odišli spokojní a samozrejme sa vrátili. Rada by som ich oslovila najmä mojm

osobným prístupom, ktorý v iných značkových predajniach nemajú. V rámci zvýšenia atraktivity predajne, po čase ponúknem i predaj cez internet a taktiež kreatívne kurzy. Verím, že zákazníci ocenia aj nákup cez internet, kedy si budú môcť daný tovar vyzdvihnúť osobne na predajni. Rada by som okrem kreatívnych kurzov organizovala aj tvorivé dielne, v pri ktorých sa neplatí lektor, ale len spotrebovaný materiál, väčšinou v sume cca. 5 EURO, záleží od techniky.

Následne po zisku nových zákazníkov bude dôležité udržanie si týchto zákazníkov. Na tento účel by som chcela využiť marketingový koncept navrhnutý Conradom Levinsonom, tzv. Guerrilla marketing. Princípom je využívanie pravidla 60/30/10, kde 60% marketing. investícií smeruje do stálych zákazníkov, 30% do potenciálnych a 10% do ostatných. Čiže orientácia väčšiny úsilia smeruje na udržanie si stávajúcich zákazníkov a hlavným cieľom je zisk a nie predaj. GM využívajú najmä menšie firmy, ktoré takto dokážu bojovať proti veľkým firmám, kde hrajú hlavnú rolu peniaze. Ďalšie techniky, ktoré využíva GM sú napr. virtuálny marketing (email, ICQ, Facebook...), parazitovanie na konkurencii, živé reklamy v uliciach, plagáty, grafity a podobne. Je to systém s nižšími nákladmi za dosiahnutia maximálneho výsledku s minimálnym vkladom. Určite využijem na komunikáciu so zákazníkmi email, ICQ, SKYPE. Taktiež využijem vytvorenie skupiny na Facebooku. Do budúcnosti zvažujem i formu propagácie vo forme „Yves Rocher“, či iných firiem, kedy zákazníkov istý čas zbiera body za nákupy, keď po čase si môže za istú sumu vybrať niektorý z darčiekov.

V rámci internetovej stránky, na ktorej vznikne i vstup pre e-shop, bude k dispozícii blog a diskusia. Na internetovej stránke so budú môcť záujemcovia prezrieť rôzne techniky, postupy techník, video postupy. Bude existovať možnosť on-line prihlášky na kreatívny kurz.

Rada by som využila aj minimalistickú formu mystery shoppingu, pričom by som využila známych, ktorý nakupujú v podobných predajniach, ale napr. v Senci, Bratislave, či v iných mestách.

Chcela by som taktiež využiť reklamu na rôznych blogoch a stránkach venovaných kreatívnej činnosti. Jednou z nich je napr. www.artmama.sk.

6.4.4 Rozpočet na marketingové aktivity

Na marketingovú propagáciu som v prvom mesiaci vyčlenila 60 €. V ostatných mesiacoch to už bude v sume 30 €. Podľa prepočtov nákladov potrebných na e-shop a internetovú stránku, mesačná suma určená na túto oblasť je cca 5,5 €. Táto suma bola zaokrúhlená na 6 €, pre prípad pohybu cien hore. S internetovou stránkou súvisí reklama na iných www stránkach ako sú napr. www.artmama.sk, kde mesačný poplatok za uverejnenie banneru je 7 €. Náklady súvisiace s e-shopom a internetovou stránkou budem zahŕňať do správy pri prepočtoch plánu likvidity. Do rozpočtu na marketingové aktivity ďalej bude patriť:

- reklama v regionálnom periodiku,
- reklamné letáky,
- brigádnik pre rozdávania reklamných letákov,
- reklama na iných internetových stránkach.

Táto suma je stanovená ako 30 €, ale v každom mesiaci sa bude určite meniť. Niektoré výdaje, ako na umiestnenie reklamného banneru, či reklama v novinách, zostane fixná, ale rozdiel sa môže využiť na ďalšiu formu propagácie.

Tabuľka 10 Rozpočet na e-shop [VS]

Eshop		
/EURO/		
	ROČNE	MESAČNE
Registrácia domény	15	1,25
Webhosting	51	4,25
Prevádzkovanie	0	0
SPOLU	66	5,5

6.5 Miesto podnikania

Pre predajňu je vhodná lokalita v centre alebo v širšom centre mesta Žilina. Veľmi výhodnou lokalitou by bolo umiestnenie v obchodnom centre. Predajňa musí byť dosiahnuteľná pre bežných chodcov, ale aj pre autá. V prípade obchodného centra je parkovanie vyriešené, ale v prípade samostatnej predajne, nepredpokladám, že v rámci prenájmu priestorov budú

poskytované aj miesta na parkovanie pre zákazníkov. Výška nájmu sa pohybuje zhruba 300 EURO na mesiac pre centrum a pre obchodné centrum.

Aj napriek umiestneniu predajne v centre, nie do obchodného centra, nepredpokladám, že by parkovanie robilo problém. Koncom roka budú v centre otvorené dve veľké obchodné centrá, kde bude možnosť parkovania zdarma a v prípade, že by zákazník tam nezaparkoval, stále má možnosť využiť platené parkovisko v blízkosti.



Obrázok 6 Plánované umiestnenie predajne v centre mesta Žiliny [Vlastné spracovanie, zdroj: www.zilina.sk]

6.6 Majetková a finančná štruktúra podniku

Ide o peňažné prostriedky na nákup zariadenia, nájomné, atď. V ďalšom kroku je možné pristúpiť k zostaveniu súvahy, výkazu príjmov a výdajov a výsledovky.

Dôležité je v tejto časti spomenúť, že všetky údaje, ktoré sú uvedené v tejto časti sú získané buď na základe reálnej situácie (výška odvodov, poisťovné a podobne) alebo na základe odhadu podľa najlepšieho vedomia a svedomia. Odhady boli vykonané na základe pozorovania a analýz. Dôvod, prečo je dôležité toto poznamenať je, že niektoré čísla môžu byť v realite iné, keďže spracovateľ tejto práce je študent, ktorý nemá praktické skúsenosti s predajom tohto typu výrobku.

Keďže mojím cieľom bolo zistiť čo najpresnejšie čísla, navštívila som niekoľko kurzov, predajní, aby som získala predstavu o forme predaja, o charaktere zákazníkov a frekvencii ich návratu do predajne.

6.6.1 Tvorba ceny služby

Pre výšku ceny služby, ktorú v predajni budem ponúkať, čiže kreatívne kurzy, odvodzujem od troch základných faktorov, a to:

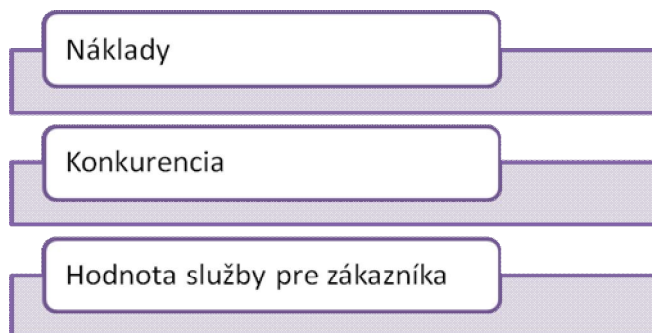


Schéma 11 Faktory pre stanovenie výšky ceny služby [VS]

Stanovenie presnej výšky nákladov, ktoré sú nutné na danú službu, je veľmi náročné. Na kurze sú totiž použité určité materiály, farby, ktoré sa nedajú presne rozpočítať na ml. Niektoré kurzy budú v starostlivosti externých lektorov, takže tieto presné sumy bude najlepšie prepočítať až v priebehu fungovania podnikania.

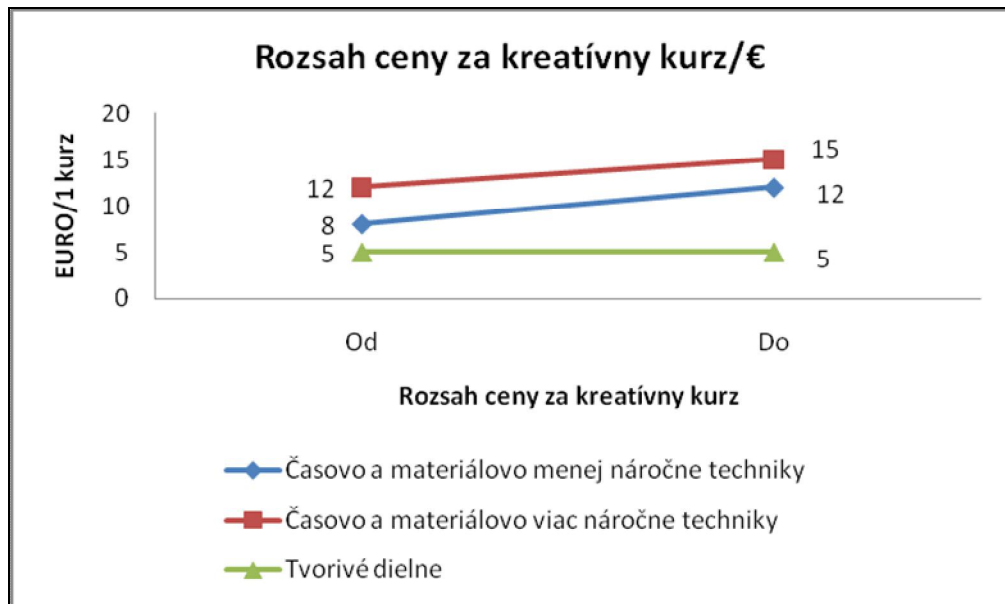
Predbežne počítam, že v hodnote nákladov bude výška nájmu rozpočítaná na konkrétny počet hodín, v ktorých prebieha daný kurz, ďalej výška energií rozpočítaná na konkrétny počet hodín, v ktorých prebieha daný kurz a samozrejme materiál potrebný na zabezpečenie priebehu kurzu. Tieto náklady aktuálne nemôžem presne vyjadriť, ale suma by mala byť max. v sume 5 EURO na jedného účastníka. Cena jedného kurzu bude fixná, pričom celkový príjem sa vypočíta prenásobením počtu účastníkov touto fixnou čiastkou.

Pri zohľadňovaní konkurencie v stanovovaní ceny služby, som vychádzala najmä už z existujúcej ponuky kreatívnych kurzov. Po porovnaní som zistila, že priemerná suma, ktorú uhradí zákazník za 3 hodinový kurz je 20-35 EURO, v závislosti od typu vyučovanej techniky a taktiež od náročnosti potrebného materiálu.

Vzhľadom k tomu, že som začínajúci podnikateľ výšku poplatku za jeden kurz nebudem stanovovať na vysokú úroveň, ale na nižšiu až priemernú.

Hodnota služby pre zákazníka je dôležitý faktor. Predstavuje hornú hranicu ceny, ktorú je zákazník ochotný zaplatiť.

Preto rozdiel medzi cenou kurzu a nákladmi na jeho prevedenie nesmie byť príliš veľký rozdiel, aby zákazníka nevystrašila a neodradila príliš vysoká cena. Na základe už spomenu-tých faktorov sa cena za kurzy bude pohybovať v nasledovných rozsahoch.



Graf 7 Prehľad predpokladaných cien za kreatívne kurzy zobrazené v rozsahu [VS]

Samozrejme výška záleží od dĺžky kurzu a ako som spomínala od nákladov potrebných na zabezpečenie kurzu. Dĺžka kurz je zväčša 3 hodiny, v niektorých prípadoch 4 hodiny. Kurzy, ktoré poskytuje konkurencia sa pohybujú v sume 15-35 EURO v Bratislave a v iných mestách väčšinou od 15 EURO.

Počet účastníkov jednotlivých kurzov bude ovplyvnený veľkosťou priestoru. Predpokladám, že kurzy budú určené pre 6-10 účastníkov. V prípade väčšieho záujmu, budem organizovať viac kurzov v rôznych časových termínoch.

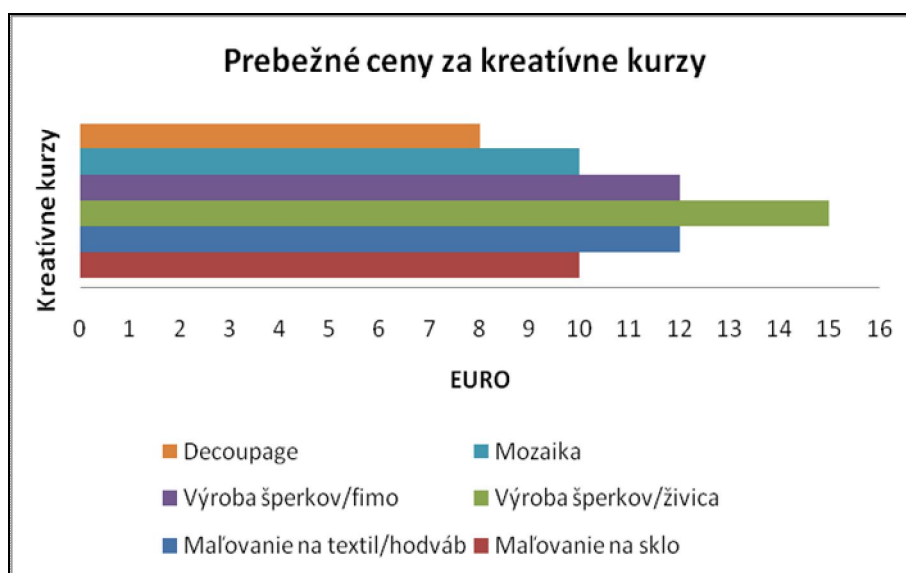
V nasledovnej tabuľke je viditeľné, koľko eur budem za aký kurz požadovať.

Jeden z najnákladnejších je práca so živicom, lebo tá je finančne i časovo najnáročnejšia. Decoupage je servítková technika, ktorá je veľmi obľúbená a taktiež cenovo nenáročná.

Tabuľka 11 Predpokladané ceny za kreatívne kurzy na 1 osobu

Kreatívny kurz	Predbežná cena za kurz na 1 osobu
Maľovanie na sklo	10
Maľovanie na textil/hodváb	12
Výroba šperkov/živica	15 €
Výroba šperkov/fimo	12 €
Mozaika	10 €
Decoupage	8 €

Pre lepšiu vizualizáciu zobrazujem porovnanie jednotlivých techník vzhľadom k ich cene pre 1 osobu aj v grafe.



Graf 8 Predbežné ceny za jednotlivé kreatívne kurzy v EURO [VS]

Rada by som ponúkala aj individuálne kurzy, pre tých čo takéto techniky zaujímajú. Cena takéhoto doučovania sa bude odvíjať od aktuálneho stavu, od konkrétnych požiadaviek zákazníka, od náročnosti konkrétnej techniky.

Cena tvorivých dielní je odlišná od kreatívnych kurzov, pretože pri tvorivých dielňach sa hradí len materiál, ktorý sa použije, suma bude fixná čiastka podľa typu techniky, väčšinou okolo 5 EURO.

V prípade veľkého záujmu, resp. usporiadania tvorivej dielne vo väčšom obsadení, by som rada využila na prenájom priestory na ZŠ, resp. SŠ.

6.6.2 Tvorba ceny tovaru

Výška ceny tovaru sa bude odvíjať od nasledovných parametrov:

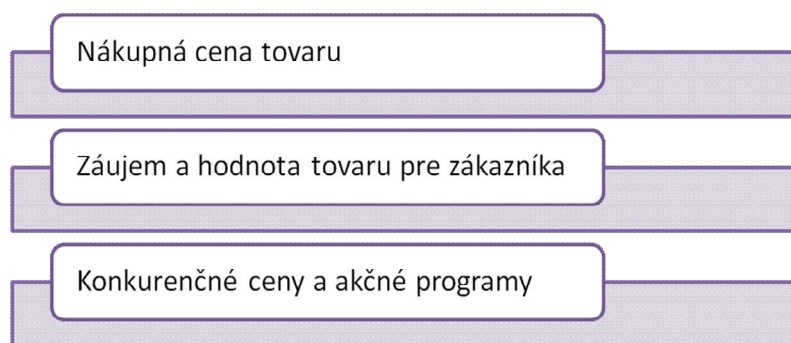


Schéma 12 Faktory pre stanovenie ceny tovaru [VS]

Väčšina dodávateľov poskytuje zľavu 30-40% z MOC. Cenu budem určite prispôbovať podľa situácie na trhu, napr., podľa konkurenčných cien, podľa záujmu o jednotlivé výrobky. Rada by som ponúkala rôzne začiatocnicke sety na jednotlivé techniky, ktoré by boli vytvorené na predajni a nie priamo od výrobcu. Ceny takýchto setov sú od výrobcov relatívne vysoké a nie vždy obsahujú to, čo si zákazník praje. Preto by som vytvárala sety podľa požiadaviek zákazníkov. Pri servítkovej technike chcem taktiež vytvoriť sety rôznych servítkov v dobrej cene, ktorá zákazníka osloví a tým kúpi väčšie množstvo než by kúpil po kusoch.

Je dôležité sledovať najmä ceny predajní, ktoré v okolí ponúkajú podobný tovar. Určite je mojim cieľom vytvoriť pre zákazníka také prostredie a taký systém nákupu, ktorý mu bude vyhovovať, s ktorým bude spokojný a bude sa chcieť znovu vrátiť.

Dôležité je v prípade ceny tovaru rozdeliť cenu na cenu:

- v predajni,
- na internete.

Cena na internete bude pravdepodobnejšie nižšia, pretože podľa mojich analýz a sledovaní som zistila, že pri porovnaní cien je cena na internete vo väčšine prípadov najvýhodnejšia než v predajni.

V prípade, že niektorý tovar sa nepredáva a nie je oň záujem, vytvorila by som motivačný program na oslovenie zákazníkov, resp. by som usporiadala tvorivú dielnu práve na túto techniku, aby sa minuli zásoby. Podľa mojich pozorovaní je viditeľné, že človek po oboznámení sa s technikou, je väčšinou nadšený a teší sa na vlastné výtvary, preto jeho prvé kroky väčšinou vedú do predajne na nákup potrebného materiálu.

6.6.3 Zdroje financovania projektu

Na financovanie projektu chcem využiť tri zdroje, pričom jeden je vlastný, ostatný sú externé.

Prvý zdroj financovania je môj vstupný podnikateľský kapitálový vklad, ktorý činí 2500 EURO. Druhým zdrojom je nenávratný finančný príspevok získaný prostredníctvom Úradu práce zo zdrojov Európskeho Sociálneho Fondu, ktorý je v súčasnosti v ZA vo výške 2497 EURO.

Tabuľka 12 Rozčlenenie nenávratného príspevku [VS]

Výška nenávratného príspevku pre Žilinu			
€	2497		
Použitie	1/3	832,3	Nájom
	1/3	832,3	SP a ZP
	1/3	832,3	Ostatné

Celkový popis rozčlenenia príspevku je viditeľný v tabuľke č.12. Podmienky a presné informácie sa dozvie konkrétny žiadateľ pri absolvovaní prípravy na získanie tohto finančného nenávratného príspevku.

Tretí zdroj financovania je využitie mikropôžičkového programu prostredníctvom RPIC, kde by som si v úvode rada požičala sumu 1400 EURO, pričom v tomto prípade je nutné ručenie v minimálnej výške úveru, ktoré však je konkrétne zjednávané podľa konkrétneho

klienta. Rada by som využila možnosť 6 mesačného odkladu splátok. Úver je spracovaný do úverového plánu podľa rokov.

Úroky sú platené ročne, pričom anuity sú hradené mesačne. Mesačná anuita je vo výške 29,16 EURO . Priemerná výška mesačného úroku je 2,21 EURO, pričom celková suma za úroky za 4 roky je 106,55 EURO.

Tabuľka 13 Úverový plán pre [VS]

Úverový plán				
/EURO/				
ROK	Anuita	Úrok	Úmor	DLH
				1400,00
1	376,64	42,00	334,64	1065,36
2	376,64	31,96	344,68	720,69
3	376,64	21,62	355,02	365,67
4	376,64	10,97	365,67	0,00
SPOLU		106,55		

Údaje vypočítané v úverovom rámci boli použité v pláne likvidity, ale v mesačných sumách nakoľko plán likvidity je počítaný pre 12 mesiacov.

6.6.4 Zakladateľský rozpočet

Prvým dôležitým rozpočtom je zakladateľský rozpočet.

Na základe najlepších odhadov a podkladov som spracovala vstupnú kapitálovú potrebu. Najvyššia položka predstavuje obežný majetok, ktorý bude v predpokladanej výške cca. 2000 EURO. Ďalším vyšším nákladom sú investície, ktoré v sume 1237 EURO predstavujú napr. zariadenie, elektronické zariadenie a iné náklady ako sú poplatky za telefón, internet a podobne. Menšou časťou sú náklady nábehovej fáze v sume 705 EURO, ktoré predstavujú najom, reklamu a mzdové odvody. Najmenšou, ale i tak dôležitou časťou sú náklady založenia, čiže poplatky notárovi, poplatky za kolky a podobne, celkovo v sume 104 EUR0.

Celková kapitálová potreba je vysoká a vzhľadom k dostupným zdrojom financovania by som odporúčala získať dodatočné zdroje financovania, pretože aktuálne dostupné zdroje

pokrývajú vstupné náklady približne na ich úrovni. A v prípade vyšších nákladov, by možno podnikateľ mal problém prekryť všetky náklady.

Detailný zakladateľský rozpočet je uvedený v prílohe v závere práce nakoľko je príliš rozsiahle a zobrazenie v práci je následne neprehľadné.

6.6.5 Plán likvidity

Vzhľadom k tomu, že som úplný začiatčník podnikateľ a nemám skúsenosti, je pre mňa veľmi zložitá odhadnúť výšku tržieb. Vychádzam z toho, že denne do predajne prídu zákazníci, ktorý spravia väčší nákup a zákazníci, ktorý kúpia len drobnosti. Keďže nechcem počítať so zbytočne nadhodnotenými tržbami, budem počítať radšej s nižšími sumami. Tieto prepočty budú jednoduchšie a hlavne presnejšie po prvých mesiacoch pôsobenia.

Pri výpočtoch som vytvorila štyri skupiny zákazníkov a to zákazníci, ktorý nakúpia v sume:



Obrázok 7 Odhadnuté výšky nákupov (skupiny) [VS]

Predpokladám, že predajňu navštívia najmä zákazníci, ktorý nakúpia za menšie sumy. Všetky sumy a počty zákazníkov sú odhadované podľa mojich pozorovaní a návštev podobných predajní. Predpokladám, že predajňa bude v mesiaci, ktorý má tridsať dní otvorená dvadsať pracovných dní a štyri soboty, ale v sobotu len po pol dni, preto spolu len dvadsaťdva dní.

V každom mesiaci budú tržby iné, záleží to od:

- počtu návštevníkov,
- počtu kreatívnych kurzov,
- počtu tvorivých dielní,

- počtu dní, v ktorých bude predajňa otvorená,
- faktorov ako sú počasie, či sviatky.

Tabuľka 14 Predpokladaná výška mesačných tržieb v predajni [VS]

Denná návšteva		
Výška nákupu	Počet kupujúcich	SPOLU/€
1 €	10	10
5 €	5	25
10 €	2	20
15 € a viac	1	15
Predpokladaná denná tržba/€		60
Počet dní v mesiaci		22
Predpokladaná mesačná tržba/€		1320

Predpokladaná suma za predaj v predajni je 1320 EURO. Suma predaná v e-shope bude pravdepodobne nižšia. V e-shope je však obmedzenie nákupu minimálne nad 8 EURO. Pri nákupe nad istú sumu, nebude zákazník uhrádzať poštovné (50 EURO).

Objemy predaja na e-shope budú na začiatku pravdepodobne veľmi nízke. Predpokladám, že mesačne bude len zhruba 6 objednávok v rôznych objemoch s minimálnou výškou 8 EURO.

Tabuľka 15 Predpokladaná výška mesačných tržieb v e-shope [VS]

Počet uskutočnených objednávok		
Výška nákupu	Počet kupujúcich	SPOLU/€
8 €	3	24 €
15 €	1	15 €
20 €	1	20 €
30 €	1	30 €
Predpokladaná mesačná tržba/€		89 €

Celková predpokladaná suma je 89 EURO za mesiac, aspoň na začiatku. Predpokladám, že po pár mesiacoch sa táto odhadovaná čiastka môže zvýšiť, najmä ak zákazníci bude využívať on-line objednávania tovaru s osobným odberom v predajni. Tento spôsob je výhodný aj pre mňa, lebo dostanem zaplatené pri predaji osobne a nemusím sa preto obávať nezaplatenia a nepreberania zásielky cez dobierku.

Prepočty tržieb pre kurzy sú uvedené v nasledovnej tabuľke. Kurzy sa budú platiť buď vo pred alebo priamo na mieste.

Tabuľka 16 Predpokladaná výška tržieb za kreatívne kurzy [Vlastné spracovanie]

Kreatívny kurz	
Priemerná cena/€	15
Počet účastníkov	6
SPOLU 1 kurz/€	90
Počet kurzov/mesiac	8
SPOLU/€	720

Kurzy začnú prebiehať až v marci, preto s touto sumou počítam pri prepočtoch až v marci 2011.

Mojim vstupným vlastným podnikateľským vkladom je suma 1500 EURO. Okrem tejto sumy počítam aj s nenávratným finančným príspevkom, ktorý je v podobe dotácie zo štátneho rozpočtu v sume 2497 EURO. Z tejto sumy uhradím odvody do sociálnej a zdravotnej poisťovne v sume 58,8 EURO mesačne:

- 14% z MVZ (ZP) v sume 44,74 EURO mesačne,
- 4,4% z MVZ (dobrovoľne SP- nemocenské) v sume 14 EURO mesačne.

Finančný príspevok má svoje presné pravidlá na čo môže byť využití. Jedna tretina môže byť využitá na dôvody, preto si z danej tretiny uhradím až 14 mesiacov povinného zdravotného a dobrovoľného sociálneho poistenia- nemocenské. Po 12 mesiacoch dobrovoľného sociálneho poistenia si už budem platiť celé sociálne poistenie, ktoré je v sume:

Sociálne poistenie je dobrovoľné pre prvý rok podnikania. Ja som sa rozhodla, že si uhradím minimálne nemocenské, ktoré je 4,4% z MVZ. MVZ je minimálny vymeriavací základ, čo je v súčasnosti minimálna mzda o výške 319,58 EURO.

Druhá tretina z nenávratného príspevku môže byť použitá na nájom priestorov. Mesačný náklad na nájom predpokladám približne 200 EURO, lebo nájom v centre v priestoroch s rozlohou 19 – 35 m² sa pohybujú od 120- 350 EURO. Čiže pri priemernej sume 200 EURO za nájom, mi jedna tretina z finančného príspevku uhradí nájom na 4 mesiace a niekoľko dní. Možnosť je u prenajať si priestory v podnikateľskom inkubátore v Žiline, kde je nájomné nižšie, hlavne pre prvý rok. Ale momentálne majú v inkubátore plný 100% stav, čiže to nie je možné. Možné je len zaradiť sa do poradovníka.

Tabuľka 17 Rozčlenenie nenávratného príspevku pre ZA [VS]

Výška nenávratného príspevku pre Žilinu			
€		2497	
Použitie	1/3	832,3	Nájom
	1/3	832,3	SP a ZP
	1/3	832,3	Ostatné

Tretia tretina finančného príspevku môže byť využitá na zariadenie predajne, resp. na majetok, ktorý je nevyhnutný k podnikaniu. V mojom prípade to bude najmä pokladnica, nábytok do predajne, prípadne software, ktorý je nutný pre predajňu.

Príspevok nesmie byť v žiadnom prípade využitý na nákup tovaru, resp. dlhodobého majetku, ktorý nie je určený vyslovene na účely podnikania. Suma, ktorú môžem využiť je 832,3 EURO. Táto suma pokrýva približne 86% predbežných nákladov na vybavenie predajne.

Vstupné náklady na zariadenie predajne sú uvedené v tabuľke č.17. Celkové vstupné náklady na zariadenie predajne, pokladničný software je 957 EURO. Táto suma bude navýšená v januári o sumu 110 EURO, kedy bude doplnený nábytok potrebný pre prevádzanie kreatívnych kurzov.

Tabuľka 18 Vstupné náklady na vybavenie a SW [VS]

Vstupné náklady na vybavenie a software			
/EURO/			
Položka	Počet	€/ks	SPOLU
Regale	8	15	120
Predajny pult	1	100	100
Stolička	1	20	20
Stojany	1	170	170
Pokladna + doplnky + SW	1	497	497
Ostatné	1	50	50
SPOLU			957
Pre kurzy a dielne	Počet	EURO/ks	SPOLU
Stôl na kurzy	2	15	30
Stoličky	10	8	80
SPOLU			110

Okrem uvedených investícií v každom mesiaci počítam s fixnou čiastkou 50 EURO, ktorá bude slúžiť pre prípadné nákupy vybavenia potrebného pre vedenie kurzov, napr. varná kanvica, fén, stojany na hodváb a podobne.

Podľa stanovených cien a predpokladanej úrovne tržieb, tržby z predaja činia cca 1200-1300 EURO na mesiac. V niektorých mesiacoch predpokladám zvýšenie, v iných zníženie. Najmä pre Veľkou Nocou a Vianocami predpokladám pokles. Iné príjmy zastupujú príjmy za služby, čiže za kreatívne dielne. Pre podnikanie nevyužívam žiadnu formu pôžičky, či externého zdroju financovania, okrem nenávratného finančného príspevku, ktorý je dotáciou zo štátneho rozpočtu.

Prvý mesiac budú náklady najvyššie, pretože je nutné zariadiť predajňu, ale i nakúpiť tovar. Ten je v prvom mesiaci odhadovaný v približnej výške 2200 EURO, v ostatných mesiacoch táto suma je v sume 200 EURO. Vo februári je väčší nárast až na 700 EURO z dôvodu nákupu materiálu pre kreatívne kurzy

K zníženiu rizika som sa rozhodla pre poistné pre prípad krádeže, ktoré je v sume 50€ mesačne ako výška poistného. Na správu je vyčlenená suma 16 EURO mesačne, ktorá zahŕňa poplatky za internetovú stránku, e-shop a na režijný materiál ako je papier, kancelárske potreby a podobne. Na marketing je v prvom mesiaci vyčlenená suma 60 EURO, v ostatných 30 EURO. Odôvodnenie tejto výšky je v kapitole....

Výška splátok úveru je nulová, pretože nepočítam s externým spôsobom financovania. Súkromné výbery sú v odhadovanej čiastke 100 EURO. V iných výdavkoch v sume 104 EURO sa nachádzajú výdavky na cestovné v odhadovanej čiastke 50 EURO a výdavky na telefón a internet v čiastke 54 EURO mesačne.

Vzhľadom k rozsahu a veľkosti plánu likvidity, túto tabuľku uvádzam až v prílohe č.II. Pre náhľad uvádzam prvé 4 mesiace plánu likvidity.

Plán likvidity		2010			
		NOV	DEC	JAN	FEB
/EURO/		1.mesiac	2.mesiac	3.mesiac	4.mesiac
A	Stav pohotových peň. Prostriedkov /pokladnica, BU)	0	4100	4288	4437
B	Peňažné príjmy	7717	1169	1289	1409
	Tržby z predaja	1320	1169	1289	1409
	Iné príjmy	0	0	0	0
	Podnikateľské kapit. vklady	2500	0	0	0
	Pôžičky	1400	0	0	0
	Dotácia (zo štátneho rozpočtu)	2497	0	0	0
A+B	Disponibilné prostriedky	7717	5269	5577	5846
C	Výdavky	3617	980	1140	1380
	Osobné náklady (mzdy, soc. zabezpečenie)	130,80	130,80	130,80	130,80
	Nákupné výkony (materiál.)	2000	300	400	700
	Nájom, vedľajšie náklady	200	200	200	200
	Správa	16	16	16	16
	Marketing	60	30	30	30
	Investície (nákup materiálu, leasingové splátky)	957	50	110	50
	Splátky úveru	0	0	0	0
	Poistky	50	50	50	50
	Nákladové úroky	0	0	0	0
	Súkromné výbery	100	100	100	100
	Iné výdavky ()	104	104	104	104
D	VÝSLEDOK	4100	4288	4437	4466
	Vyrovnanie kontokorentným úverom	0	0	0	0
	LIKVIDITA (Zostatok na účte)	4100	4288	4437	4466

Obrázok 8 Plán likvidity na 4 mesiace (výrez) [VS]

Rozhodla som sa ako SZČO využiť stravovanie prostredníctvom jedálnych kupónov a uplatniť si do nákladov celých 100% z hodnoty jedálnych kupónov a to 3,60 € na jeden

deň. Pri 20 dňovom pracovnom mesiaci, je ich výška 72 EURO, ktorá je zahrnutá v osobných nákladoch spolu so sociálnych a zdravotným zabezpečením.

6.6.6 Plán ziskov a strát

V pláne zisku a strát sú uvedené predpokladaná výšky nákladov a výnosov. Výsledok hospodárenia bez dane je kladný. Samozrejme sú to odhady, kedy ide o 100% naplnenie kurzov a taktiež aktívny predaj v predajni. V prípade, že v predajni nikto nenakupuje, výsledok by bol pravdepodobne negatívny. Výpočet obdobného problému, teda výpočet pesimistickej varianty plánu sa rozsahovo nevmestí do diplomovej práce, ale do budúca bude určite pre účely zníženia rizika vypracovaný.

Plán ziskov a strát			
/EURO/			
Položka	1.ROK	2.ROK	3.ROK
Tržby z predaja tovaru/ výrobkov a služieb	22219	23330	24496
Náklady na predaný tovar	6500	6825	7166
MARŽA	15719	16505	17330
OSTATNÉ VÝNOSY Z PODNIKOVEJ ČINNOSTI	5760	8640	8640
Náklady			
Osobné náklady (zahŕňajú hrubé mzdy a odvody poistného vo výške 35,2% z hrubých miezd)	1570	2376	2376
Nájom	2400	2400	2400
Opravy a udržiavanie	114	114	114
Poistky	600	600	600
Spotreba režijného materiálu - kancelárske potreby,..	100	100	100
Spotreba pohonných hmôt	0	600	600
Leasingové splátky	0	2000	2000
Reklama, reprezentačné náklady	390	410	430
Komunikačné poplatky - telefón, fax, internet	540	540	540
Náklady na poradenstvo, právne služby..	100	100	100
Odpisy	0	0	0
Nákladové úroky pri úveroch	21	37	27
Manká a škody	100	100	100
Ostatné náklady	600	600	600
NÁKLADY SPOLU	6535	9977	9987
VH BRUTTO (bez dane z príjmu)	14944	15168	15983

Obrázok 9 Plán ziskov a strát [VS]

Dôležité je aj pripomenúť, že výška nákladov, výdajov bola stanovená na základe presných čísiel získaných z dostupných zdrojov, ale niektoré položky ako napr. tržby, či príjmy sú stanovené podľa odhadu, keďže spracovateľ práce je ešte študent a nemá praktické skúsenosti a môže dané údaje získať len pomocou sledovania a analýze aktuálnej situácie.

Práve z tohto dôvodu bolo stanovenie výšky tržieb veľmi náročnou časťou práce. Skutočné a reálne čísla budú v aktuálnom čase doplnené do všetkých výkazov, ktoré boli v tejto práci spracované.

6.7 Management

Celkové riadenie a organizovanie podnikania je na mne. Na začiatku počítam len s jednou výpomocou, rodinným príslušníkom.

Neskôr rátam, že bude nutné prijať jedného zamestnanca do predajne. Požiadavky na zamestnanca budú nasledovné:

- minimálne stredoškolské vzdelanie,
- záujem, resp. skúsenosti s ponúkaným tovarom veľkou výhodou,
- bezúhonnosť,
- zodpovednosť,
- samostatnosť,
- príjemné vystupovanie.

V predajni by mala byť osoba, ktorá daných kreatívnym technikám rozumie, vie dobre poradiť a je ochotná a príjemná. V záujme zvyšovania kvalifikácie, by som pravidelne robila školenia a zvyšovanie vzdelania v danej oblasti. Určite je možné prijať zamestnanca, ktorý dané znalosti v tomto obore nemá, ale bude preškolený a naučí sa potrebné veci, resp. absolvuje odborné kurzy. Na získanie pracovníka využijem len regionálne www stránky a regionálnu inzerciu.

Všetko ostatné v rámci podnikania si vediem a spracovávam sama. Pre oblasť účtovníctva a daní mám poradcu, ale nebudem si najímať žiadneho ekonóma, či účtovníka. Keďže do budúcnosti predpokladám, že do predajne zamestnám predajcu, ja sa budem viac orientovať na:

- predaj,
- získavanie väčších zákazníkov,

- veľkoobchodný predaj a
- na účtovníctvo a finančné záležitosti.

Rozhodla som sa podnikat' ako SZČO. Do budúcnosti počítam s vytvorením obchodnej spoločnosti a prechod z jednoduchého účtovníctva na podvojný, ale v súčasnosti vzhľadom k finančným možnostiam, plánujem podnikanie len na živnosť. Celkové odôvodnenie výberu formy podnikania je uvedené v predchádzajúcich kapitolách.

Keďže plánujem otvorenie kreatívnych kurzov, budem potrebovať na výučbu lektorov. S niektorými lektormi už mám zavreté ústne dohody, ale zatiaľ nie je zmluvne nič zaistené. Lektori kreatívnych kurzov budú nutný v týchto oblastiach:

- paplet (papierové pletenie), maľovanie na sklo, plstenie, fimo hmota, drôtovanie, kralovanie, výroba šperkov, servítková technika, výroba sviečok, maľba na hodváb.

Ja pokryjem výučbu kurzov:

- maľovanie na sklo, maľovanie na hodváb, dekorovanie textilu, výroba šperkov zo živice a tvorivé dielne.

Kreatívne kurzy nie sú akreditované, ale do budúcnosti plánujem akreditovať niektoré z kurzov. Predajňa bude otvorená podľa nasledovného harmonogramu:

Tabuľka 19 Otváracie hodiny predajne [VS]

DEŇ	O/Z	Otváracie hodiny	Poznámka
Pondelok	OTVORENÉ	9:00- 18:00	-
Utorok	OTVORENÉ	9:00- 18:00	-
Streda	OTVORENÉ	9:00- 18:00	-
Štvrtok	OTVORENÉ	9:00- 18:00	-
Piatok	OTVORENÉ	9:00- 18:00	-
Sobota	OTVORENÉ	8:00- 13:00	Časový priestor pre kreatívne kurzy v poobedných hodinách
Nedeľa	ZATVORENÉ	-	Časový priestor pre kreatívne kurzy

6.8 Kritické miesta

Na konci roku 2010 sú v pláne mesta Žiliny otvorenia dvoch veľkých obchodných centrách priamo v centre mesta. Jedným z nich je Aupark. Aupark už existuje v Bratislave a má svoju

filozofiu. Má vymedzené obchody, reštaurácie, ktoré má vo svojich priestoroch. Keďže zvažujem prenájom práve v tomto priestore, obávam sa príchodu konkurencie, práve do tohto obchodného centra, pretože v Bratislava v OC Aupark sú dvaja silní konkurenti v tejto oblasti. V prípade, že by sa tieto dva obchody otvorili aj v OC Aupark Žilina, vytvorilo by to mojej predajni silnú konkurenciu. Ich výhodou by bolo zázemie stabilných spoločností s dlhšou existenciou. Ja však môžem ponúknuť individuálny osobný prístup a keďže sa sama venujem týmto činnostiam aj osobné skúsenosti a znalosti. Obchodné centrum je otvorené každý deň, vrátane víkendu, čiže tržby sú očakávané vyššie, pričom umiestnenie mimo obchodného centra môže znamenať nižšie tržby.

Za veľké riziko považujem nezáujem o takýto tovar, o kurzy, o kreatívne techniky. V tomto prípade by obchod neprosperoval a pravdepodobne by dlho neprežil. V mojom záujme bude ľudí presvedčiť o zaujímavosti rôznych techník.

Ďalším významným nebezpečenstvom je nárast cien materiálu. Ceny materiálu ovplyvňujú veľmi výrazne predajnú cenu. Tento tovar sa nepredáva vo veľkom objeme, aspoň nie v maloobchode. Zákazník si kúpi napr. kus z každého typu tovaru, čiže prirážka na výrobku musí byť vyššia, než na tovare, ktorý sa predáva veľkoobjemovo.

Celkovo za kritické body považujem nasledovné:

- vplyv konkurencie,
- nedostatok zákazníkov, čiže nízke tržby,
- nepriaznivý ekonomický vývoj,
- nepriaznivý vývoj úseku surovín.

Veľkým rizikom by bola hospodárska kríza, zhoršenie ekonomického prostredia, negatívne ekonomické udalosti, čo by mohlo viesť k nasledovným veciam:

- zníženie miezd, čiže ľudia by mohli mať nižšie zárobky a nižšie financie na nákup daného typu tovaru,
- zvyšovanie nezamestnanosti,
- už spomínané zvyšovanie cien surovín potrebných na výrobu materiálu,

- znížený záujem obyvateľstva o voľno časové aktivity.

Veľké riziko vidím aj v tom, že ľudia sa prestávajú venovať tradičným technikám, ručnej výrobe a kupujú si moderné veci a žijú konzumným spôsobom života. Niektorých tieto techniky vôbec nezaujímajú, ale podľa dotazníka, ktorý som urobila, som zistila, že väčšina oslovených by sa rado venovala nejakej takejto technike, ale nemá o nich dostatok informácií, resp. ich považujú za ťažké a zložité. Uviedli, že ak mali dostupné informácie, určite by sa technikám venovali.

6.9 Hlavné projekty podporujúce podnikateľský plán

Po ukončení školy ako absolvent, mám v pláne v pozícii znevýhodneného občana požiadať Úrad práce v Žiline o nenávratný príspevok k začatiu podnikania. V Žilinskom regióne sa táto podpora nachádza vo výške cca 2497 EURO. Tieto prostriedky môžu byť využité na nákup zariadenia predajne, software, hardware, resp. úhradu SP a ZP. Príspevok sa člení na tri tretiny, pričom môžu byť spomenutá na konkrétne už spomenuté účely:

- tretina na zaplatenie odvodov do SP a ZP,
- tretina na uhradenie nájmu,
- tretina na vybavenie a na nákup software, či iných nevyhnutností priamo naviazaných na predmet živnosti.

Príspevok nemôže byť využitý na nákup tovaru alebo vecí, ktoré priamo nesúvisia so živnosťou. Taktiež sa na tento príspevok viaže schéma de Minimis, ktorá stanovuje presné pravidlá, na čo sa nemôže využiť príspevok ako celok. Sú to napr. chovy živých zvierat, či produkcia potravín.

Na doplnenie finančných zdrojov využijem vlastné úspory, prípadne si požičiam od rodičov. Neskôr ak by som mala záujem o väčší projekt, napr. rozšírenie predajne, či presťahovanie, budem uvažovať o pôžičke z centra RPIC.

Do budúcnosti je mojím hlavným cieľom doplnenie predajne o ponuku kreatívnych kurzov. V rámci žilinského kraja sa podobné kurzy hlavne pre dospelých neorganizujú. Na začiatok by som začala s jednou technikou a postupne pridávala nové techniky a taktiež začala spo-

lupracovať s inými inštruktormi týchto kurzov. Do budúca uvažujem i o kreatívnych a tvorivých víkendoch pre ľudí, ktorí sa chcú tieto techniky naučiť, či sa v nich zdokonaľiť alebo sa len chcú stretnúť s ľuďmi podobného zamerania a myslenia.

6.10 Vplyvy sociálnej zodpovednosti za firmu

V predajni sa budeme snažiť o šetrenie životného prostredia a to najmä formou separovaného odpadu.

V oblasti energií nemáme dostupné riešenie, resp. formu aké alternatívne zdroje energie využiť. V celkovej prevádzke predajne, či pri prevádzkovaní kreatívnych kurzov nie je veľká spotreba elektrickej energie. Celkovo sa najviac využije elektrina, pretože v predajni je nutné osvetlenie.

Pri práci s materiálmi, ktoré môžu ohroziť zdravie budú vždy využité ochranné pomôcky. Platí to najmä pri manipulácii s farbami, kde sú vyžadované rukavice. Pri práci s mozaikovou fugovacou hmotou zase ochranné rúško, pretože prach z danej hmoty je jedovatý.

V prípade zamestnanca, zamestnanec získa príspevok na zamestnanie a i ďalšie vzdelávanie v danej oblasti.

Do budúcnosti je možné uvažovať i o zapojení firmy do sociálnych projektov lokálnej komunity, kde by bola možnosť účasti na projektoch ochrany životného prostredia.

6.11 Základné časové etapy

Stručný prehľad činností som zhrnula do nasledovnej tabuľky č.19, ale porobný časový harmonogram je uvedený v tabuľke v prílohe práce.

V období posledných mesiacov roku 2009 a začiatku 2010 som rprevádzala spracovanie podnikateľského plánu. Navštevovala som iné predajne, kreatívne kurzy, ktoré sú prevádzané inými firmami. Snažila som zistiť, čo najväčšie množstvo informácií o konkurencii. Niekoľkokrát som navštívila aj predajňu v Žiline, ktorá je síce papiernictvo, ale má určitú časť sortimentu práve umelecké potreby, ale viac orientované na umelcov, než na kreatívne techniky.

Taktiež som v tomto období navštívila Úrad Práce v Žiline, kde som sa informovala ohľadne možnosti získania nenávratného finančného príspevku.

Okrem týchto návštev ma v apríli 2010 čakala aj Výstava Kreativita v Prahe. Po absolvovaní štátnych záverečných skúšok sa prihlásim na Úrad práce. Následne si požiadam o nenávratný finančný príspevok na podnikanie.

V júni sa zúčastním semináru na podporu žien v podnikaní, v Bratislave ktorý organizuje Organizácie na podporu žien v podnikaní.

V nasledujúcich mesiacoch sa zúčastním odbornej prípravy pre začínajúceho podnikateľa, ktorý je podmienkou získania nenávratného finančného príspevku. V priebehu letných mesiacoch absolvujem rekvalifikačný kurz: Ľudovomelecké remeslá a art hobby. Tento kurz považujem za veľmi dôležitý hlavne z dôvodu, že následne môžem sama vyučovať dané remeslá a hobby aktivity. Okrem týchto činností budem postupne hľadať vhodný prenájom a taktiež navštívim RPIC v Považskej Bystrici, kde sa najskôr informujem a následne i požiadam o mikropôžičku pre začínajúceho podnikateľa.

Koncom októbra predpokladám získanie finančného príspevku. Po schválení príspevku, obdržím príspevok na bankový účet do tridsať dní. V týchto dňoch už bude zahájená príprava predajne, grafického návrhu internetovej stránky a e-shopu.

Následne v novembri otvorenie predajne a samozrejme i webovej stránky. O mesiac potom spustenie e-shopu. Rada by som ešte v novembri, resp. decembri usporiadala predvianočnú tvorivú dielňu.

V priebehu nasledujúcich 2-6 mesiacov predpokladám otvorenie kreatívnych kurzov (predpokladám min. vo februári 2011). Pre výučbu kurzov sú predbežne vyhradené dni: sobota poobede a nedeľa, resp. každý pracovný deň po 18:00 hodine, ak by bol veľký záujem. Kurzy budú prebiehať väčšinou v 3-hodinových blokoch, čiže predbežne počítam v sobotu 1 kurz a v nedeľu 1 kurz. Ponuku prispôbim podľa záujmu.

V apríli 2011 by som sa rada zúčastnila Výstavy kreativity, ktorá sa koná v Prahe už niekoľko rokov po sebe.

V lete 2011 plánujem v lete zorganizovat denné letné kurzy pre deti, resp. tvorivé dielne, čiže mesiac.- dva pred tým predpokladám prípravu na tieto letné tvorivé dielne.

Tabuľka 20 Časový harmonogram [VS]

2010		2011	
1	Spracovanie podnikateľského plánu	1	Otvorenie kurzov kreatívnych techník
2			
3			
4			
5			
6	Žiadosť o nenávratný príspevok	6	Usporiadanie letných kurzov pre deti
7	Absolvovanie prípravy pre získanie nenávratného finančného príspevku na podnikanie + Získanie finančného príspevku		
8			
9			
10	Otvorenie predajne	10	
11		11	Vianočné tvorivé dielne
12	Spustenie e-shopu	12	

V období pred Vianocami, Veľkou Nocou, Halloween-om a inými udalosťami a sviatkami by som rada zorganizovala kurzy a tvorivé dielne orientované na túto tematiku.

Detailný časový harmonogram je uvedený v závere práce v prílohe.

7 NÁVRHY A DOPORUČENIA PRE ZAČÍNAJÚCEHO PODNIKATEĽA

Začínajúci podnikateľ je v nevýhodnej pozícii. Nemá dostatočné finančné zdroje a nemá praktické skúsenosti s predajom podobného tovaru. Práve finančná otázka je z najhlavnejších problémov, s ktorými sa musí začínajúci podnikateľ popasovať. Podnikateľ chce využiť okrem vlastných zdrojov, aj externý zdroj vo forme mikropôžičky a nenávratný finančný príspevok. Napriek tomu, že podnikateľ predbežne spočítal svoju vstupnú finančnú potrebu a taktiež i formu prefinancovania, bolo by pre podnikateľa výhodné, ak by našiel iný spôsob prefinancovania.

Niekoľko návrhov, ktoré by istým spôsobom mohli znížiť vstupné náklady, sú napr. uchádzanie sa o vstup do podnikateľského inkubátora, kde je výška nájmu nižšia než napr. v centre mesta. Bohužiaľ po aktuálnej analýze, spracovateľ práce zistil, že inkubátor v Žiline je momentálne plne obsadený. To sa však môže v priebehu mesiacov zmeniť, keďže uprednostňujú nové firmy, než tie čo sú v inkubátore dlhšiu dobu. Preto by bolo určite užitočné navštíviť inkubátor a informovať sa o možnostiach.

Zároveň by podnikateľ mohol pouvažovať o franchisingu, ktorý by v závislosti od dohody, mohol znamenať pre začínajúceho podnikateľa nižšie náklady, ale na druhej strane aj stratu istej formy samostatnosti. Podnikateľ by teda musel dodržiavať podmienky a filozofiu franchisora, ale zase by práve týmto spôsobom mohol vyriešiť vstupnú finančnú otázku.

Okrem finančnej otázky, by sa mal podnikateľ usilovať o to, aby sa dostal do povedomia zákazníkov. Predajňa bude novinkou na trhu, nebude mať žiadnu históriu, ľudia ju nebudú poznať. Podnikateľ by mal navštevovať rôzne veľtrhy a workshopy, kde môže získať inšpirácie a zároveň sa sám môže v budúcnosti zúčastniť podobných podujatí. Okrem toho môže využiť rôzne tradičné podujatie v Žilinskom regióne, kde sa môže zúčastniť a prispieť svojou tvorbou. Taktiež určite odporúčam inzerciu v regionálnych periodikách, ktoré sú veľmi obľúbené a majú vysokú čítanosť, napr. Žilinské Noviny.

Podstata návratu zákazníka je najmä v jeho spokojnosti s tovarom a zároveň aj so službami. V prípade kreatívnych kurzov je nutné zabezpečiť kvalitnú výučbu, čoho predpokladom je výborný lektor.

Predajňa ponúka tovar, ktorý nie je bežnej spotreby. Odporúčala by som podnikateľovi, aby umiestnil predajňu na frekventované miesto, kde predajňu môže vždy objaviť nový zákazník. Niektoré predajne a typy tovaru si vyžadujú umiestnenie na frekventované miesto a zároveň tým aj vyššiu investíciu do nájmu. Keďže vstupné finančné možnosti nie sú sto-percentné, podnikateľ môže o presťahovaní predajne uvažovať do budúcnosti v čase, keď bude mať predajňa svojich stálych zákazníkov, resp. sa jej bude dariť natoľko, aby mohla platiť vyššie náklady na nájom, resp. za väčšie priestory.

Vzhľadom k tomu, že spracovateľom je žena, odporúčam zaregistrovať sa do organizácie na podporu podnikania žien. Momentálne daná organizácia organizuje stretnutia pre ženy, ktoré o podnikaní uvažujú, čiže určite stojí za to, navštíviť podobné podujatie, kde sa môže uchádzač dozvedieť o rôznych formách podpory zo strany štátu a iných dôležitých informáciách, ktoré sú pre začínajúceho podnikateľa veľmi dôležité.

Podnikateľ zatiaľ nepočíta s veľkoobchodným predajom, jedine ako s víziou do budúcnosti. V prípade, že sa podnikateľovi bude dariť a bude môcť v budúcnosti zamestnať predajcu do predajne, môže sa začať orientovať na veľkoobchodný predaj a oslovovať potenciálnych zákazníkov ako sú napr. umelecké školy, papiernictvá a podobne. Zároveň by v prípade záujmu mohol uvažovať aj o rozšírenie časového priestoru na kreatívne kurzy a tvorivé dielne.

Podnikateľ môže zvažovať aj otvorenie prevádzky v inom meste, kde neexistuje podobná predajňa. Tento bod súvisí aj s kreatívnymi kurzami, ktoré by mohol podnikateľ ponúknuť aj v iných menších mestách, napr. v okolí Žiliny. Veľmi zaujímavou lokalitou by určite bola Bytča, kde sa často konajú aj rôzne tradičné podujatia a žije tam široké spektrum ľudí. Prenájom priestorov by v tomto prípade mohol byť zabezpečený prostredníctvom Gymnázia v Bytči.

Mojím ďalším odporúčením je, aby sa podnikateľ orientoval najmä v úvode len na zopár techník, čiže by v predajni poskytoval široký výber z každej z nich. V začiatkoch určite nebude začínajúci podnikateľ schopný nakúpiť veľké množstvo tovaru. Zároveň by to určite ani nebol dobrý nápad, keďže zatiaľ nedokáže predpovedať, ktorý tovar pôjde, resp. ktorá technika je najviac obľúbená.

Ráznejším riešením je možné spojenie s konkurenciou, resp. odkúpenie konkurenčnej predajne v inom meste alebo priamo v Žiline, čím by sa rozšírilo pôsobenie podnikateľa a odstránila konkurencia.

Podľa finančných výkazov, ktoré sú spracované vo finančnom pláne podnikateľského plánu, je viditeľné, že hospodársky výsledok by mal byť pozitívny. Samozrejme táto suma je odhadovaná podľa predbežných prepočtov. V skutočnosti je možné, že táto suma bude nižšia, resp. vyššia. Každopádne by podnikateľ vzhľadom k vysokého výsledku hospodárenia mohol zvážiť ako by znížil základ dane a tým aj svoju daňovú povinnosť najmä v prvých rokoch pôsobenia. Podnikateľ by si mohol napríklad zakúpiť automobil, čiže by ho mohol odpisovať.

Taktiež by podnikateľ mohol uvážiť odklad otvorenia predajne a počkať, kým bude mať dostatok vlastných zdrojov na financovania, čím by sa nemusel zaväzovať a v tomto smere riskovať. Podnikateľ by v tomto prípade už nezískal nenávratný finančný príspevok, ktorý môže získať ako znevýhodnený občan, čiže absolvent po úspešnom zložení štátnych záverečných skúšok, resp. aj ako nezamestnaný minimálne tri mesiace.

Návrhy sú prehľadne zhrnuté v nasledovnej schéme.

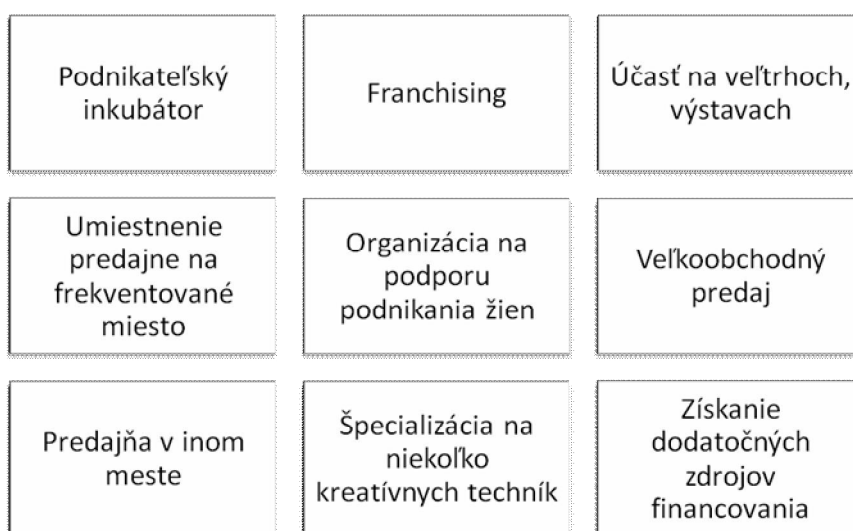


Schéma 13 Návrhy pre začínajúceho podnikateľa [VS]

Podnikateľ by mohol prevádzkovať len elektronický obchod a kreatívne kurzy. Týmto by sa zbavil najnákladnejšej mesačnej položky, čiže nájmu a kurzy by mohol prevádzať v školských zariadeniach, kde sú nájom veľmi nízke.

Celkovo hodnotím výsledok práce ako pozitívny a v budúcnosti vidím možnosť uplatnenia tohto podnikateľského nápadu. Je určite dôležité pre možného podnikateľa pouvažovať nad inými možnosťami prevedenia tejto podnikateľskej myšlienky, teda nad uvedenými odporúčaniami.

Podnikateľovi taktiež odporúčam navštíviť poradenské centrá pre podnikateľovi a poradiť sa s kompetentnými ľuďmi o tomto podnikateľskom pláne.

ZÁVĚR

Záverom mojej práce som presvedčená, že som cieľ práce naplnila. Na základe teoretických a praktických poznatkov som analyzovala podnikateľské prostredie na Slovensku. Na vypracovanie analýzy som využila dostupné informácie, zdroje a metódu pozorovania. V analýze som sa orientovala najmä na podnikateľské prostredie, do ktorého by mal potenciálny podnikateľ vstúpiť. Zároveň som odôvodnila svoje rozhodnutie byť podnikateľom a taktiež definovala dôvody výberu formy podnikania.

Na základe analýzy som spracovala projekt podnikateľského plánu založenia maloobchodnej predajne XY.

Podnikateľský plán som rozčlenila na niekoľko hlavných častí. V prvej som projekt sumarizovala. Po sumári nasledoval podrobný popis podnikania so zameraním sa na popis ponúkaného produktu, ponúkanej služby, zdrojov konkurenčnej výhody a faktorov, ktoré môžu zaručiť úspech v podnikaní.

Následne som väčší priestor poskytla marketingovej analýze, ktorá zahŕňala analyzovanie konkurencie, dodávateľov a zákazníkov. Využila som analýzu SWOT a analýzu PEST.

V úvode marketingovej časti som definovala, kto môže byť potenciálny klient, v akej príjmovej a vekovej skupine sa nachádza a aké akčné programy na jeho získanie a udržanie využijem. Na to som popísala dodávateľské podmienky, ktoré jednotlivý väčšinou zahraniční dodávatelia poskytujú. V závere tejto časti som analyzovala konkurenciu. Navštívila som niekoľko predajní s obdobným tovarom, aby som získala, čo najviac informácií o potenciálnych konkurentoch a následne som pre najväčšieho konkurenta spracovala SWOT analýzu. Na základe analýzy som stanovila marketingový cieľ a stratégiu.

Nasledujúca časť bola orientovaná na popis miesta podnikania, ktorým je mesto Žilina.

Na základe získaných informácií som v ďalšej časti diplomovej práce spracovala finančný plán, ktorý bol tvorený niekoľkými bodmi. V úvode to bolo stanovenie ceny tovaru a služby, na základe ktorého bolo možné odhadnúť budúce denné a mesačné príjmy v predajni a príjmy zo služieb.

V ďalších častiach finančného plánu nasledoval popis zdrojov financovania, zakladateľský rozpočet, plán likvidity na obdobie 12 mesiacov a na záver plán ziskov a strát na obdobie 3 rokov.

Výsledky finančných výkazov boli pozitívne, čiže by sa podnikateľ nemal dostať do finančných ťažkostí, ale ako to bude naozaj sa overí až v realite pri skutočnom fungovaní predajne, kedy bude možné všetky finančné údaje spracovať na základe reálne uskutočnených operácií a aktivít. V každom prípade by podnikateľ v úvode svojho podnikania mal uvažovať o získaní dodatočného zdroja financovania.

Po finančnom pláne nasledoval plán managementu, kde som vysvetlila spôsob vedenia predajne. Do budúcnosti uvažujem i o zamestnancovi, preto som popísala, aké sú predbežné podmienky prijatia.

V záverečných častiach podnikateľského plánu boli priblížené kritické miesta projektu a časové etapy, podľa ktorých plánujem jednotlivé kroky projektu uskutočniť. Projekt je podporovaný najmä finančne a to nenávratným finančným príspevkom, ktorý môže pomôcť začínajúcemu podnikateľovi k ľahšiemu štartu.

V závere práce som novému podnikateľovi navrhla odporúčenia a návrhy, ktoré môže využiť v budúcnosti ako možný spôsob zlepšenia fungovania predajne, či dosiahnutia skoršieho úspechu. Boli nimi napr. uchádzať sa o miesto v Podnikateľskom inkubátore v Žiline, účasť a veľtrhoch, či do budúcnosti odporúčania typu presťahovania predajne na zaujímavejšie miesto alebo otvorenie novej prevádzky.

Z dôvodu podpory môjho podnikateľského nápadu a predstavenia nápadu aj iným ľuďom, som sa zúčastnila s týmto podnikateľským nápadom súťaže: Nejlepší podnikateľský záměr 2009/2010, ktorého vyhlasovateľom bolo Technologické inovační centrum v Zlíne. S projektom som síce postúpila do druhého kola, ale výsledok súťaže v čase odovzdávania práce ešte nebol známy. Napriek tomu, považujem túto skúsenosť za veľmi prínosnú a komunikácia s hodnotiteľmi z poroty mi určite vnukla množstvo inšpirácií.

Výsledky mojej práce budú slúžiť najmä pre moje osobné účely, pretože myšlienka podnikateľského plánu je skutočná a rada by som ju v budúcnosti zrealizovala.

Na základe tejto diplomovej práce som dosiahla lepší a objektívnejší pohľad na môj podnikateľský nápad. Pomocou podnikateľského plánu a i zapojením sa do spomínanej súťaže som nadobudla množstvo informácií, ktoré by som inak možno prehliadla.

Verím, že okrem mňa samej ako autorky, bude táto práca slúžiť aj ako pomôcka alebo inšpirácia pre iných, ktorý by radi podnikateľský plán spracovali, či nad podnikaním zatiaľ len uvažujú.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán : Průvodce pro malé a střední podnikatele*. 1. vyd. Praha : Readers International Prague, 1993. 136 s. ISBN 80-901454-1-8.
- [2] FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [3] H.BANGS ML., David. *Průvodce podnikatelským plánováním : Plánování jako klíčový faktor úspěchu v podnikání*. 1. vyd. Praha : Pragma, 1996. 118 s. ISBN 80-7205-047-8.
- [4] JAZUDEKOVÁ, Alena. *Podnikatelské minimum : Praktická příručka nielen pre podnikateľov a zamestnávateľov*. 1. vyd. Bratislava : Maradi, 2009. 96 s. ISBN 978-80-970065-0-1.
- [5] KORÁB, Vojtěch, MIHALISKO, Marek. *Založení a řízení společnosti*. Brno : Computer Press, 2005. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.
- [6] KRAUSOVÁ, Jaruše. *Zakladatelský finanční záměr firmy : Do kapsy*. 1. vyd. Slaný : Melandrium, 2007. 144 s. ISBN 978-80-86175-54-6.
- [7] MAJKOVÁ, Monika. *Možnosti financovania malých a stredných podnikov v SR : Analýza štandardného a alternatívneho financovania malých a stredných podnikov v podmienkach SR*. 1. vyd. Brno : Tribun EU, 2008. 204 s. ISBN 978-80-7399-590-4.
- [8] SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2008. 256 s. ISBN 978-80-247-2424-9.
- [9] STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha : C.H.Beck, 2007. 200 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- [10] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing : Cesta k trhu*. Zlín : EKKA, 1992. 254 s. ISBN 80-900015-8-0.
- [11] STRUCK, Uwe. *Přesvědčivý podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha : Management Press, 1992. 140 s. ISBN 80-85603-12-8.

- [12] TOMEK, Gustav, VÁVROVÁ, Věra. *Marketing od myšlenky k realizaci*. 1. vyd. Praha : Professional Publishing, 2007. 308 s. ISBN 978-80-86946-45-0.
- [13] VALACH, Josef. *Finanční řízení podniku*. 2. aktualiz. vyd. Praha : EKOPRESS, 1999. 324 s. ISBN 80-86119-21-1.
- [14] VEJDĚLEK, Jiří. *Jak založit nebo jak převzít podnik*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 232 s. ISBN 80-7169-234-4.
- [15] WAGNEROVÁ, Eva, ŠEBESTOVÁ, Jarmila. *Podnikání v malé a střední firmě*. 1. vyd. Karviná : Slezská univerzita v Opavě, 2007. 221 s. ISBN 978-80-7248-441-6.

Internetové zdroje:

- [16] *Ako podnikat' - Domov* [online]. [2009] [cit. 2009-10-03]. Dostupný z WWW: <http://www.akopodnikat.sk/>.
- [17] *Einfo.sk - Efektívne informácie - Hlavná stránka* [online]. [2008] [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.einfo.sk/>>.
- [18] *EuroInfo* [online]. 2007 , 4.10.2009 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroinfo.gov.sk/index/index.php>>.
- [19] *Európska únia - portál o EÚ | Euractiv.sk* [online]. 2003 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.euractiv.sk/>>.
- [20] *Európsky portál pre MSP* [online]. [2007] , 30.09.2009 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/enterprise/sme/index_sk.htm>.
- [21] *Hlavna stranka | MSP online* [online]. 2008 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.msponline.sk/>>.
- [22] *Najjednoduchšia cesta k dotáciám - eDotacie.sk* [online]. [2005] , 4.10.2009 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.edotacie.sk/>>.
- [23] *Pletení z papíru* [online]. 2006, 21.03.2010 [cit. 2010-03-21]. Pletení z papíru. Dostupné z WWW: <<http://www.pletenizpapiru.cz>>.

- [24] *Regionálne poradenské a informačné centrum Považská Bystrica* [online]. 2007 , 4.10.2009 [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.rpicpb.sk/>>.
- [25] *SAShE.sk - slovenský handmade design. Predávaj svoje výrobky aj ty!* [online]. 2009, 23.03,2010 [cit. 2010-03-23]. SAShE.sk - slovenský handmade design. Predávaj svoje výrobky aj ty!. Dostupné z WWW: <<http://www.sashe.sk/>>.
- [26] *Szčo, podnikanie, odvody, prevádzka firmy, podnikateľ - Podnikam.SK* [online]. [2009] , 3.10.2009 [cit. 2009-10-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikam.sk/>>.
- [27] *Ústredný portál verejnej správy* [online]. [2007] [cit. 2009-10-04]. Dostupný z WWW: <<http://portal.gov.sk/Portal/sk/Default.aspx>>.

Iné zdroje:

- [28] Informácie a dokumenty zo Živnostenského úradu a Úradu práce v Žilina
- [29] Obchodný zákonník č. 513/1991 Zb. z 5. novembra 1991
- [30] Sprievodca úspešného podnikateľa: Ako na to?
- [31] Zákon č.100/1995 o štátnej podpora malým a stredným podnikom
- [32] Živnostenský zákon č. 455/1991 Z. z. v znení neskorších predpisov

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

APVV	Agentúra pre vedu a výskum
BIC	Podnikateľské inovačné centrá
CF	Cash Flow
CPK	Centrá prvého kontaktu
DPH	Daň z pridanej hodnoty
ECB	Európska Centrálna Banka
EU	Európska Únia
FO	Fyzická osoba
HDP	Hrubý domáci produkt
MOC	Maloobchodná cena
MSP	Malé a stredné podniky
NADSME	Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania
OR	Obchodný register
PI/TI	Podnikateľské/Technologické inkubátory
PO	Právnická osoba
RPIC	Regionálne poradenské a informačné centrá
SZČO	Samostatne zárobkovo činná osoba
SZRO	Slovenská Záručná Rozvojová Banka
SR	Slovenská republika
SU SR	Štatistický Úrad Slovenskej republiky

s.r.o. Obchodná spoločnosť s ručením obmedzeným

VS Vlastné spracovanie

VŠ Vysoká škola

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázok 1 Základné formy podnikania [Vlastné spracovanie]</i>	17
<i>Obrázok 2 Výtvarné kreatívne potreby [VS]</i>	56
<i>Obrázok 3 Ponúkaný sortiment- koráliky [VS]</i>	60
<i>Obrázok 4 Ručne maľovaná hodvábna šatka [VS]</i>	61
<i>Obrázok 5 Ručne maľovaný sklenený svietnik [VS]</i>	61
<i>Obrázok 6 Plánované umiestnenie predajne v centre mesta Žiliny [Vlastné spracovanie, zdroj: www.zilina.sk]</i>	75
<i>Obrázok 7 Odhadnuté výšky nákupov (skupiny) [VS]</i>	82
<i>Obrázok 8 Plán likvidity na 4 mesiace (výrez) [VS]</i>	87
<i>Obrázok 9 Plán ziskov a strát [VS]</i>	88
<i>Obrázok 10 Výroba šperkov [25]</i>	116

SEZNAM SCHÉMÁT

<i>Schéma 1 Rozhodovací proces pri založení vlastného podniku [Vlastné spracovanie].....</i>	14
<i>Schéma 2 Postup prípravných prác na rozpočte [15].....</i>	25
<i>Schéma 3 Štruktúra podnikateľského plánu [Vlastné spracovanie]</i>	26
<i>Schéma 4 Plán financovanie podľa typu zdroja [Vlastné spracovanie]</i>	30
<i>Schéma 5 Nutnosť prepojenia údajov z finančných výkazov [Vlastné spracovanie]</i>	31
<i>Schéma 6 Časti majetkovej a finančnej štruktúry podnikateľského plánu [VS].....</i>	31
<i>Schéma 7 Popis vývoja rozhodnutia spracovať podnikateľský plán</i>	38
<i>Schéma 8 Výhody podnikania a zamestnania [VS].....</i>	39
<i>Schéma 9 Nevýhody podnikania a zamestnanie [VS]</i>	40
<i>Schéma 10 Faktory [Vlastné spracovanie].....</i>	59
<i>Schéma 11 Faktory pre stanovenie výšky ceny služby [VS]</i>	76
<i>Schéma 12 Faktory pre stanovenie ceny tovaru [VS]</i>	79
<i>Schéma 13 Návrhy pre začínajúceho podnikateľa [VS].....</i>	98

SEZNAM TABULEK

<i>Tabuľka 1 Rozdelenie malých a stredných podnikov v SR [7]</i>	20
<i>Tabuľka 2 Rozdelenie malých a stredných podnikov podľa EÚ [7]</i>	20
<i>Tabuľka 3 Vývoj počtu živnostníkov na Slovensku [Vlastné spracovanie, zdroj: NADSME]</i>	43
<i>Tabuľka 4 Rast minimálnej mzdy [Vlastné spracovanie]</i>	46
<i>Tabuľka 5 Vývoj nezamestnanosti v roku 2009 [SU SR]</i>	52
<i>Tabuľka 6 SWOT analýza začínajúceho podnikateľa [Vlastné spracovanie]</i>	65
<i>Tabuľka 7 SWOT analýza najväčšieho konkurenta [Vlastné spracovanie]</i>	67
<i>Tabuľka 8 Prehľad predajní podľa miest [VS]</i>	69
<i>Tabuľka 9 Prehľad možných budúcich dodávateľov [Vlastné spracovanie]</i>	71
<i>Tabuľka 10 Rozpočet na e-shop [VS]</i>	74
<i>Tabuľka 11 Predpokladané ceny za kreatívne kurzy na 1 osobu</i>	78
<i>Tabuľka 12 Rozčlenenie nenávratného príspevku [VS]</i>	80
<i>Tabuľka 13 Úverový plán pre [VS]</i>	81
<i>Tabuľka 14 Predpokladaná výška mesačných tržieb v predajni [VS]</i>	83
<i>Tabuľka 15 Predpokladaná výška mesačných tržieb v e-shope [VS]</i>	83
<i>Tabuľka 16 Predpokladaná výška tržieb za kreatívne kurzy [Vlastné spracovanie]</i>	84
<i>Tabuľka 17 Rozčlenenie nenávratného príspevku pre ZA [VS]</i>	85
<i>Tabuľka 18 Vstupné náklady na vybavenie a SW [VS]</i>	86
<i>Tabuľka 19 Otváracie hodiny predajne [VS]</i>	90
<i>Tabuľka 20 Časový harmonogram [VS]</i>	95

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I	Zakladatel'ský rozpočet	112
Příloha P II	Plán likvidity	113
Příloha P III	Plán ziskov a strát.....	114
Příloha P IV	Časový harmonogram	115
Příloha P V	Kreatívne techniky	116
Příloha P VI	Podporné programy.....	118

Příloha P I Zakladatel'ský rozpočet

Zakladatel'ský rozpočet	
Financovanie počiatocnej fázy podnikania	
/EURO/	
NÁKLADY ZALOŽENIA	
Náklady na zápis do OR, kolky, potvrdenia	33
Notár	56
Iné náklady ()	15
SPOLU	104
NÁKLADY NÁBEHOVEJ FÁZE	
Mzdové náklady a odvody vrátane vlastného podnikateľského platu	131
Poradenstvo	0
Lízing	0
Nájomné	200
Reklama a reprezentačné výdavky	60
Dane	0
Poistné	50
Rezerva	0
Iné náklady ()	264
SPOLU	705
INVESTÍCIE	
Budovy, pozemky	0
Iné náklady	60
Stroje, prístroje a zariadenia vrátane vedľajších výdavkov	497
Patenty, licencie, franšizingové poplatky	0
Inventár	460
Dopravné prostriedky	0
Iné náklady	220
SPOLU	1237
OBEŽNÝ MAJETOK	
Materiál a výrobky	2000
SPOLU	2000
DLHOVÁ SLUŽBA	
Úroky z počiatocného úveru	0
Splátky úveru	0
SPOLU	0
KAPITÁLOVÁ POTREBA	4045

Příloha P II

Plán likvidity

Plán likvidity		2010												2011											
		NOV	DEC	JAN	FEB	MAR	APR	MÁJ	JUN	JÚL	AUG	SEPT	OKT	NOV	DEC	JAN	FEB	MAR	APR	MÁJ	JUN	JÚL	AUG	SEPT	OKT
		1. mesiac	2. mesiac	3. mesiac	4. mesiac	5. mesiac	6. mesiac	7. mesiac	8. mesiac	9. mesiac	10. mesiac	11. mesiac	12. mesiac	1. mesiac	2. mesiac	3. mesiac	4. mesiac	5. mesiac	6. mesiac	7. mesiac	8. mesiac	9. mesiac	10. mesiac	11. mesiac	12. mesiac
	/EURO/	0	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761	0	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761
A	Stav pohotových peň. Prostriedkov /pokladnica, BU)	7717	1169	1289	1409	1409	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	7717	1169	1289	1409	1409	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129
B	Peňažné príjmy	1320	1169	1289	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1320	1169	1289	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409	1409
	Tržby z predaja	0	0	0	0	720	720	720	720	720	720	720	720	0	0	0	0	720	720	720	720	720	720	720	720
	Iné príjmy	2500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Podnikateľské kapit. vklady	1400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Pôžičky	2497	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2497	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotácia (zo štátneho rozpočtu)																								
A+B	Disponibilné prostriedky	7717	5269	5577	5846	6595	7643	8592	9612	10631	11751	12770	13890	7717	5269	5577	5846	6595	7643	8592	9612	10631	11751	12770	13890
C	Výdavky	3617	980	1140	1380	1080	1180	1109	1109	1109	1109	1009	1109	3617	980	1140	1380	1080	1180	1109	1109	1109	1109	1009	1109
	Osobné náklady (mzdy, soc. zabezpečenie)	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	130,80	
	Nákupné výkony (materiál.)	2000	300	400	700	400	500	400	400	400	300	400	300	2000	300	400	700	400	500	400	400	300	400	300	400
	Nájom, vedľajšie náklady	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Správa	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Marketing	60	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	60	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Investície (nákup materiálu, leasingové splátky)	957	50	110	50	50	50	50	50	50	50	50	50	957	50	110	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Splátky úveru	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Poisťky	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Nákladové úroky	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Súkronné výbery	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Iné výdavky 0	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
D	VÝSLEDOK	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761	12780	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761	12780
	Vyrovnávanie kontokorentným úverom	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	LIKVIDITA (Zostatok na účte)	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761	12780	4100	4288	4437	4466	5514	6463	7483	8502	9622	10641	11761	12780

Příloha P III Plán ziskov a strát

Plán ziskov a strát			
/EURO/			
Položka	1.ROK	2.ROK	3.ROK
Tržby z predaja tovaru/ výrobkov a služieb	22219	23330	24496
Náklady na predaný tovar	6500	6825	7166
MARŽA	15719	16505	17330
OSTATNÉ VÝNOSY Z PODNIKOVEJ ČINNOSTI	5760	8640	8640
Náklady			
Osobné náklady (zahŕňajú hrubé mzdy a odvody poistného vo výške 35,2% z hrubých miezd)	1570	2376	2376
Nájom	2400	2400	2400
Opravy a udržiavanie	114	114	114
Poistky	600	600	600
Spotreba režijného materiálu - kancelárske potreby,..	100	100	100
Spotreba pohonných hmôt	0	600	600
Leasingové splátky	0	2000	2000
Reklama, reprezentačné náklady	390	410	430
Komunikačné poplatky - telefón, fax, internet	540	540	540
Náklady na poradenstvo, právne služby..	100	100	100
Odpisy	0	0	0
Nákladové úroky pri úveroch	21	37	27
Manká a škody	100	100	100
Ostatné náklady	600	600	600
NÁKLADY SPOLU	6535	9977	9987
VH BRUTTO (bez dane z príjmu)	14944	15168	15983

Příloha P V Kreativne techniky

Fimo hmota



Výroba šperkov



Obrázok 10 Výroba šperkov [25]

Krakovanie (decoupage)



Mozaika



Příloha P VI Podporné programy

Táto príloha je čerpaná zo stránok agentúry NADSME³.

Mikropôžičkový program

Výška poskytovanej pôžičky je od 1 659,70 Eur do 49 790,88 Eur. Vykonávateľom programu programu je Národná agentúra pre rozvoj MSP a poskytovateľom pomoci Ministerstvo hospodárstva SR. Spolupracujúcimi inštitúcia sú RPIC, BIC a Fond Fondov, s.r.o., Bratislava.

A. Predmet a účel podpory

Dôležitým nástrojom riešenia otázky zamestnanosti v regiónoch Slovenska je rozvoj podnikateľských aktivít. Jednou z hlavných bariér vzniku a rozvoja malých podnikov je sťažený prístup malých a stredných podnikateľov (MSP) k voľným zdrojom oproti možnostiam väčších podnikov. Predmetom Mikropôžičkového programu je sprístupnenie úverových zdrojov malým podnikateľom za výhodnejších podmienok. Cieľom programu je umožniť rozvoj malých podnikov, zvýšiť mieru prežitia malých podnikov a prispieť k udržaniu zamestnanosti a tvorbe nových pracovných miest v jednotlivých regiónoch SR.

B. Prijemca podpory

Prijemcami pomoci sú fyzické alebo právnické osoby v zmysle § 2 ods. 2 Obchodného zákonníka, ktoré sú registrované a sídlia na území Slovenskej republiky a zamestnávajú do 50 zamestnancov.

C. Forma a rozsah podpory

Podpora spočíva v poskytnutí pôžičky s úrokovou sadzbou na úrovni referenčnej sadzby. Maximálna výška pôžičky pre investičné projekty a projekty zamerané na nákup zásob obchodného charakteru je 49 790,88 Eur (1,5 mil.Sk), minimálna výška pôžičky je 1 659,70

³ www.nadsme.sk

Eur (50 tis.Sk) a lehota splatnosti je od 6 mesiacov do 4 rokov pri úrokovej sadzbe určenej ako súčet základnej sadzby Európskej centrálnej banky a marže vo výške 2 % p.a.).

Poskytovateľ si v prípade zmien na finančnom trhu vyhradzuje právo upraviť úrokové sadzby z úveru, resp. upraviť mechanizmus stanovenia úrokovej sadzby, prípadne vykonať ďalšie zmeny podmienok programu.

D. Podmienky poskytnutia podpory

Program je určený malým podnikateľom zamestnávajúcim do 50 zamestnancov. Žiadateľ musí byť držiteľom živnostenského listu alebo koncesie, alebo iného oprávnenia na podnikateľskú činnosť. K žiadosti o mikropôžičku sa priloží vypracovaný podnikateľský plán, ktorý musí byť v súlade s potrebami regiónu špecifikovanými RPIC/BIC a musí predstavovať realizovateľný zámer. Podnikateľ musí preukázať svoju bezúhonnosť výpisom z registra trestov.

E. Poskytnutie mikropôžičky

Po splnení podmienok programu a schválení podnikateľského zámeru mikropôžičkovým výborom je mikropôžička poskytnutá na základe zmluvy štandardnou formou využívanou aj pri komerčných úveroch, t.j. náklady na realizáciu schváleného podnikateľského plánu sú uhrádzané podľa predložených účtovných dokladov, podľa podmienok stanovených v zmluve o poskytnutí mikropôžičky. Mikropôžičky poskytujú spolupracujúce inštitúcie.

Finančné investície

Fond fondov, s.r.o.

Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania v roku 1994 založila spoločnosť FOND FONDOV, s.r.o. (do roku 2006 obchodný názov Seed Capital Company, s.r.o.) za účelom spravovania Fondu štartovacieho kapitálu, ktorý bol financovaný z národného programu PHARE. Poslaním spoločnosti Fond fondov je prostredníctvom finančných investícií zo spravovaných fondov napomáhať vzniku a rozvoju malých a stredných firiem v Slovenskej republike. Cieľom spoločnosti je investovať prostriedky fondov tak, aby výnosy plynúce z investovania mohli byť použité na rozvoj ďalších projektov, čím sa zabezpečí revolvingový charakter fondov.

Spoločnosť zabezpečuje nasledovné služby:

1. Poskytuje finančné prostriedky na podporu vzniku a rozvoja malých a stredných podnikov.
2. Poskytuje odborné konzultácie žiadateľom o financovanie týkajúce sa predkladaných projektov, ako aj poradenstvo firmám nachádzajú im sa v portfóliu spoločnosti Fond fondov.
3. Vyhľadáva vhodných partnerov na spolufinancovanie projektov, pre ktoré žiadatelia požadujú vyššiu finančnú čiastku ako je maximálna povolená hranica jednotlivých fondov.
4. Zastrešuje systém Slovak Business Angels Network (SBAN) na podporu malého a stredného podnikania formou Business Angels investovania na platforme párovania vhodných podnikateľských dopytov a ponúk investorov. V súčasnosti Fond fondov, s.r.o., zastrešuje fungovanie siedmich fondov rizikového kapitálu s rozdielnymi investičnými stratégiami a Mikroúverový fond, ktorého prostriedky poskytuje formou úverov podnikateľom vybraných okresov Bratislavského a Trnavského kraja.

Rizikový kapitál

Rizikový kapitál predstavuje finančné prostriedky vkladané investorom do základného imania obchodných spoločností. Rizikový kapitál možno použiť na financovanie začatia podnikateľskej činnosti, jej rozvoj alebo ďalšiu expanziu. Investor rizikového kapitálu pritom ako protihodnotu za poskytnutie určitého objemu finančného kapitálu nadobúda podiel na základnom imaní spoločnosti, obvykle menšinový, a zúčastňuje sa na prijímaní základných rozhodnutí firmy, ale bežný chod spoločnosti ponecháva na realizátoroch podnikateľského zámeru. Investícia vo forme rizikového kapitálu je niekoľkoročný proces súžitia podnikateľského subjektu s investorom rizikového kapitálu.

Fondy rizikového kapitálu

Fond štartovacieho kapitálu

Fond štartovacieho kapitálu bol založený v roku 1995. Postupne nadobudol podobu revolvingového fondu. Finančné prostriedky tohto fondu majú umožniť vznik a rozvoj malých a stredných podnikov na území celej SR.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: 6 639 Eur (0,2 mil.Sk), maximálna výška: 663 878 Eur (20 mil.Sk) a preferovaná výška: 199 166 - 265 551 Eur (6 - 8 mil.Sk).

Prípustné odvetvia financovania:

Priemyselná výroba, výrobné služby (doprava, stavebná činnosť, opravárenské a servisné činnosti), inovatívne podniky a aktívny cestovný ruch.

Regionálny fond štartovacieho kapitálu

Regionálny fond štartovacieho kapitálu bol vytvorený v roku 2003 a jeho prostriedky sú určené pre rozvoj malých a stredných podnikateľov v Banskobystrickom, Žilinskom, Košickom a Prešovskom kraji.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: 6 639 Eur (0,2 mil.Sk), maximálna výška: 165 970 Eur (5 mil.Sk) a preferovaná výška: 66 388 - 99 582 Eur (2,0 - 3,0 mil.Sk).

Prípustné odvetvia financovania:

Priemyselná výroba, výrobné služby (doprava, stavebná činnosť, opravárenské a servisné činnosti), obchodné služby a aktívny cestovný ruch (podpora turistického ruchu smerom na Slovensko, prevádzka hotelov, penziónov).

Fond INTEG

Fond INTEG bol zriadený koncom roka 2005 a je určený na podporu inovatívnych projektov spoločností zaradených do technologických inkubátorov Univerzitný technologický inkubátor STU v Bratislave a Technologický inkubátor Inovatech v Sládkovičove.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: neurčená, maximálna výška: 132 776 Eur (4 mil.Sk) a preferovaná výška: 16 597 - 33 194 Eur (0,5 - 1,0 mil.Sk).

Prípustné odvetvia financovania:

Inovatívne projekty z oblasti priemyselnej výroby, výrobných a obchodných služieb a nových technológií.

Fond SISME

Fond SISME začal svoju činnosť koncom roka 2005. Jeho prostriedky sú určené pre inovatívne projekty z oblasti priemyselnej výroby, výrobných a obchodných služieb a nových technológií z celého územia Slovenska.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: neurčená, maximálna výška: 165 970 Eur (5 mil.Sk) a preferovaná výška: 66 388 - 99 582 Eur (2,0 - 3,0 mil.Sk).

Prípustné odvetvia financovania:

Inovatívne projekty z oblasti priemyselnej výroby, výrobných a obchodných služieb a nových technológií.

Fond Seed Capital, k.s.

Fond Seed Capital, k.s., je fond, ktorý vznikol v júni 2006. Jeho prostriedky sú určené predovšetkým pre investície do novo vznikajúcich a inovatívnych malým a stredným podnikov. Fond umožňuje financovať projekty v rámci celého územia Slovenskej republiky.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: 6 639 Eur (0,2 mil.Sk), maximálna výška: 331 939 Eur (10 mil.Sk) a preferovaná výška: 99 582 - 165 970 Eur (3,0 – 5,0 mil.Sk).

Prípustné odvetvia financovania:

Bez obmedzenia

Slovenský rozvojový Fond, a.s.

Slovenský rozvojový fond, a.s., bol založený v júni 2006 Národnou agentúrou pre rozvoj malého a stredného podnikania prostredníctvom Fondu fondov, s.r.o. v spolupráci so Slovenskou sporiteľňou, a.s. a Slovakia Growth Services, a.s. v rámci Programu rizikového kapitálu. V novembri 2007 pristúpila do fondu spoločnosť Kooperatíva poisťovňa, a.s.

Vienna Insurance Group. Cieľom fondu je podporiť fungujúce malé a stredné podniky nachádzajúce sa vo fáze rozvoja z celého územia Slovenskej republiky. Prípustným odvetvím financovania sú malé a stredné podniky.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: neurčená a maximálna výška: 1 659 696 Eur (50 mil.Sk).

Slovenský rastový kapitálový fond, a.s.

Slovenský rastový kapitálový fond, a.s., bol založený Národnou agentúrou pre rozvoj malého a stredného podnikania prostredníctvom spoločnosti Fond fondov, s.r.o. v rámci Programu rizikového kapitálu Ďalším akcionárom SRKF je spoločnosť Wood and Company Financial Services AG. Prípustným odvetvím financovania sú malé a stredné podniky.

Veľkosť investície:

Minimálna výška: neurčená a maximálna priemerná výška jednej investície v kalendárnom roku: 3 319 392 Eur (100 000 tis.Sk).

Formy financovania

Hlavnou charakteristikou investícií spoločnosti Fond fondov je priame investovanie do základného imania firiem. Pri existujúcich spoločnostiach ide o jeho zvýšenie a pri novovznikajúcich firmách o spoločné založenie firmy s peňažným vkladom zo strany spoločnosti Fond fondov. Výhoda tejto formy financovania je v tom, že spoločnosť nemusí splácať úroky a istinu ako je to v prípade čerpania úverových zdrojov. Spoločnosť sa delí s ostatnými spoločníkmi o dosiahnutý zisk, zároveň sa však s nimi delí aj o riziko v prípade neúspechu projektu.

Dĺžka trvania spoluúčasti spoločnosti Fond fondov vo firmách je stanovená individuálne v rozmedzí 1 - 6 rokov. Po uplynutí investičnej periódy spoločnosť Fond Fondov ponúkne svoj obchodný podiel na predaj ostatným spoločníkom, ktorí majú naň garantované predkupné právo. Ďalšou charakteristikou investícií spoločnosti Fond fondov je snaha nadobúdať v zásade len menšinový obchodný podiel na základnom imaní spoločnosti. Spoločnosť Fond fondov môže firmám, v ktorých už má majetkovú účasť, poskytnúť prevádzkové alebo investičné úvery krátkodobého alebo strednodobého charakteru.

Investičné kritériá

Predkladaný podnikateľský plán musí spĺňať nasledovné investičné kritériá, ktorých realnosť je základným predpokladom kladného vybavenia žiadosti:

- návratnosť investície, kvalita manažmentu, zabezpečenosť odbytu, vytvorenie/udržanie pracovných miest, projekt bez negatívneho vplyvu na životné prostredie a inovatívnosť podnikateľského plánu.

Kritériá na žiadateľa

O investíciu sa môžu uchádzať malí a strední podnikatelia, ktorí majú počet zamestnancov do 250, viac ako 50% podiel vlastníctva súkromného charakteru, ročný obrat do 50 mil.Eur alebo celková ročná hodnota aktív v účtovej závierke je najviac 43 mil.Eur. Musia byť ekonomicky nezávislí (podiel iných subjektov ako MSP na základnom imaní a hlasujúcich právach, priamo či nepriamo cez iný MSP nepresahuje 25 %), - podnikajúci vo forme spoločnosti s ručením obmedzeným alebo akciovej spoločnosti so sídlom na území Slovenskej republiky a zaradení do inkubátora InQb STU v Bratislave a Inova Tech Sládkovičove (platí len pre fond INTEG).

Mikroúverový fond

Prostriedky fondu sú určené malým podnikateľom na začatie, resp. rozvoj podnikateľských aktivít. Zdroje sú poskytnuté formou mikroúverov, pričom je ich možné použiť na nákup hmotného a nehmotného investičného majetku, rekonštrukciu a opravu prevádzkových priestorov, nákup materiálu a nákup tovaru.

Podmienky úveru

-Rozsah mikroúveru: 1 659,70 Eur (50 tis.Sk) - 49 790,88 Eur (1,5 mil.Sk) a úroková miera je fixná počas celej doby trvania úverového vzťahu; vychádza zo základnej úrokovej sadzby Európskej centrálnej banky zvýšenej o 2 % p.a. (aktuálna úroková miera v apríli 2009 je 3,25 % p.a.). Doba splatnosti mikroúveru je od 6 mesiacov do 4 rokov s možnosťou odkladu splátok istiny maximálne na 6 mesiacov.

Kritériá na žiadateľa

Žiadateľ musí byť PO alebo FO s počtom zamestnancov do 50. Musí byť držiteľ živnostenského listu, koncesie alebo iného oprávnenia na výkon podnikateľskej činnosti a zároveň je tu podmienka bezúhonnosti. Poskytovanie úverov je územne rozdelené; v spoločnosti Fond fondov sa môžu uchádzať o mikroúver podnikatelia so sídlom v okresoch Bratislavského kraja a okresoch Trnava, Senica a Skalica. Ak je podnikateľ FO- musí byť občan členského štátu EÚ so sídlom podnikania na území SR; ak právnická osoba - obchodná spoločnosť so sídlom na území SR.

Požadované záruky

Požaduje sa záruka minimálne do výšky poskytnutých finančných prostriedkov, pričom za záruku možno použiť aj predmet úverovania (ak sa jedná o hmotný a nehmotný investičný majetok). Podnikateľ môže poskytnúť osobnú záruku, prípadne môže byť akceptovaná záruka tretej osoby.

Program investičnej pripravenosti

Malé a stredné podniky využívajú často iba veľmi obmedzenú škálu možností, ako financovať činnosť a rozvoj svojej firmy. Investičné fórum je praktický dvojfázový program, ktorý pomáha malým a stredným podnikom získať potrebné financie pre ich rozvojové plány.

Program je určený pre všetky podniky s ambíciou rastu, od začínajúcich podnikateľov po zabehnuté podniky hľadajúce financie na ďalší rozvoj. Účasť na seminároch umožní podnikateľom lepšie sa orientovať v ponuke finančných produktov a ako ich vhodne skombinovať pri financovaní podnikateľských plánov. Zvláštna pozornosť je venovaná novým možnostiam financovania podniku prostredníctvom rizikového kapitálu a Business Angels. Investičné fórum pozostáva z dvoch samostatných častí: seminára určeného pre širokú podnikateľskú verejnosť a neverejnej prezentácie podnikateľských plánov pred panelom expertov.