**Osnova Podnikatelského plánu**

*Může být vypracován v českém nebo anglickém jazyce*

**Obecná doporučení**

* Podnikatelský plán musí být srozumitelný a podnikatelská koncepce musí být realistická a konzistentní.
* Jednotlivé kroky realizace podnikatelského záměru musí být sladěné a podložené reálnými a také realizovatelnými předpoklady a fakty (marketing, finance, lidské zdroje, právní zajištění aj.).
* Realizátor musí respektovat a identifikovat rizika, navrhnout variantu pro řešení krizových momentů budoucího vývoje včetně pojištění.
* Realizátor musí identifikovat podnikatelský záměr, který přináší užitek pro cílový segment (zákazníka, produkt, službu) a pro jeho firmu (zisk, reference, obsazení trhu apod.).

**Doporučená osnova –** *realizátor rozpracuje jednotlivé body podle vlastního uvážení a relevantnosti pro projekt,* ***avšak v každém případě ponechá kapitolu 7. Finanční plán***

1. **Realizátor**
	* Historie, reference, hospodářské výsledky, klíčoví lidé.
2. **Produkt/Služba**
	* Výrobky/služby – popis produktu z hlediska zákazníka, jeho výhody a nevýhody, přínosy pro koncového uživatele; sortiment, jakost výrobků, design, technické parametry apod.
3. **Země realizace**
	* Ekonomická situace země a její vývoj, inflační tendence, nezaměstnanost, úroveň příjmů, daňové a celní podmínky, úrokové sazby, technologický rozvoj v zemi, zavádění nových technologií, inovační potenciál země, podnebí, přírodní zdroje, jejich výše a exploatace, politická situace a její předpokládaný vývoz, státní regulace, legislativní podmínky, logistika a další faktory, které mohou ovlivnit podnikatelský plán.
4. **Trh**
	* Způsob vstupu na zahraniční trh – lokální distribuční sítě, obchodní zastoupení, velikosti a míra růstu cílového trhu, shody produktu s potřebami zákazníků, možnosti vymezení se vůči konkurenčním produktům, existence substitutů a komplementů, síla konkurence, platební schopnost zákazníků a další faktory, které mohou ovlivnit podnikatelský plán.
5. **Prodej**
	* Organizace prodeje – popis kroků od prvního kontaktu se zákazníkem až po vyřízení zakázky; kdo u zákazníka rozhoduje o koupi? Jak dlouho zákazníkovi trvá rozhodovací proces? Jaké jsou plánované kroky na podporu prodeje? Kolik pracovníků se bude zabývat odbytem a kolik to bude stát? Jaká je cenová strategie a koncepce reklamy?
6. **Jakost, životní prostředí, bezpečnost**
	* Informace o zajištění kvality během dopravy, nutnost podkladů od dodavatelů, výsledky rozborů, počet zkoušek jakosti, které mají být provedeny, průběh namátkové kontroly, potřebné certifikáty, zajištění podmínek pro ochranu životního prostředí, aspekty platné legislativy při dovozu a při nakládání s odpadem.
7. **SWOT analýza**
8. **Finanční plán**
	* Plán výkazů a ztrát, rozvahy a peněžních toků minimálně po dobu návratnosti projektu; vlastní a cizí zdroje, kurzová rizika, bankovní spojení a další náležitosti. **(NEJDÚLEŽITĚJŠÍ KAPITOLA)**
9. **ZÁVĚR A DOPORUČENÍ**
	* Zde uveďte shrnutí a závěrečná doporučení pro ostatní firmy. Podělte se prosím o své zkušenosti s jednáním s úřady, legislativou, místními partnery aj.