

Ime in priimek _____

Ulica in hišna številka _____

Poštna številka in pošta _____



POSLOVNI NAČRT

za dejavnost:

Ime podjetja _____

Naslov podjetja _____

Svetovanje pri pripravi poslovnega načrta:

Velenje, _____

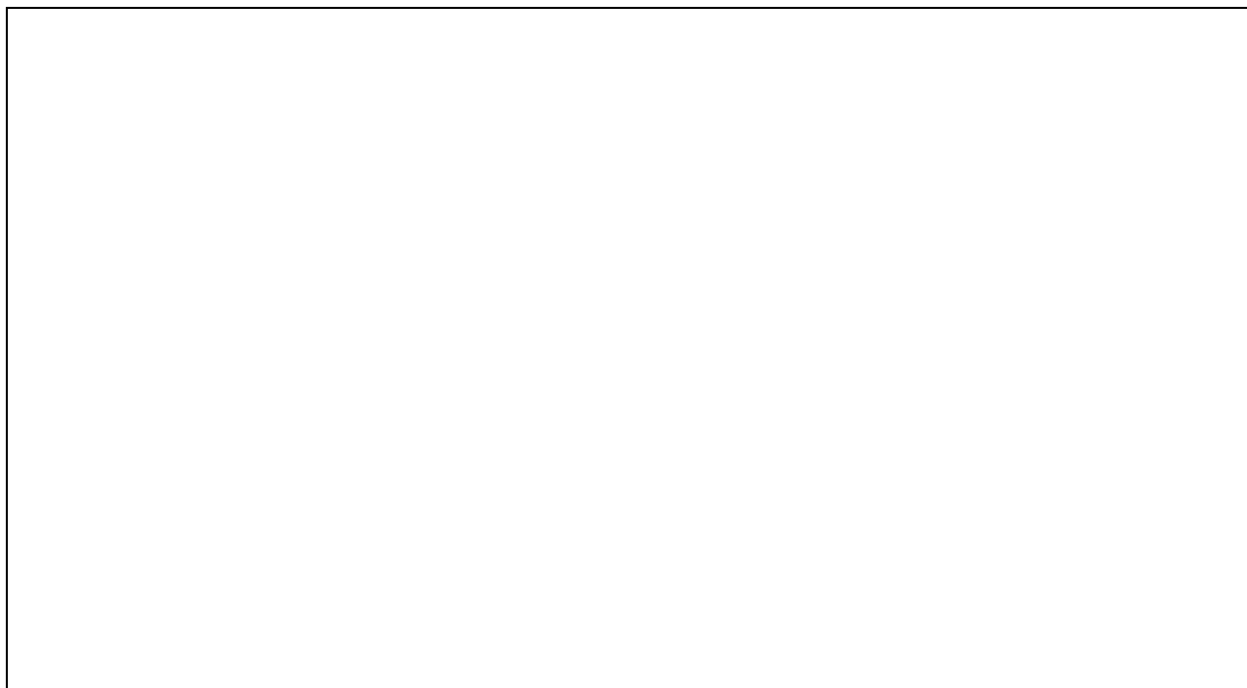
VSEBINA	Stran	
1	POVZETEK.....	3
1.1	Kratka predstavitev podjetja in panoge	3
1.2	Priložnosti in strategija.....	3
1.3	Ciljni trgi in projekcije	4
1.4	Konkurenčne prednosti	4
1.5	Ekonomika, dobičkonosnost in možnost žetve	5
1.6	Management team	5
1.7	Pridobivanje finančnih sredstev	5
2	INDUSTRIJSKA PANOGA, PODJETJE, PROIZVODI/STORITVE	6
2.1	Industrijska panoga	6
2.2	Podjetje.....	6
2.2.1	Datum registracije podjetja (če je že znano).....	6
2.2.2	Sedež podjetja	6
2.2.3	Pravno organizacijska oblika	6
2.2.4	Ustanovitelji/lastniki in njihovi deleži	7
2.2.5	Poslovno področje delovanja	7
2.2.6	Cilji pri razvoju podjetja	7
2.2.7	Poslanstvo podjetja	7
2.3	Proizvod/storitev	7
3	TRŽNE RAZISKAVE IN ANALIZA.....	8
3.1	Analiza ciljnih kupcev.....	9
3.3	Analiza konkurence.....	10
4	NAČRT TRŽENJA (MARKETINŠKI NAČRT).....	10
4.1	Celotna marketinška strategija	10
4.2	Določanje cen.....	11
4.3	Prodajna politika	11
4.4	Politika poprodajnih storitev in garancija	11
4.5	Oglaševanje in promocija.....	12
4.6	Distribucija.....	12
5	NAČRT, DIZAJN IN RAZVOJ	12
5.1	Status razvoja in bodoče naloge	12
5.2	Težave in tveganja.....	13
5.3	Izboljšave proizvoda in novi proizvodi	13
5.4	Stroški (predračun za dizajn in razvoj).....	13
5.5	Vprašanje industrijske lastnine.....	13
6	PROIZVODNI IN IZDELAVNI NAČRT	14
6.1	Proizvodni cikel.....	14
6.2	Geografska lokacija.....	15
6.3	Zgradbe in oprema	15
6.4	Kakovost.....	16
6.5	Strategija in plan.....	17
6.6	Načrt zaposlovanja	17
6.7	Načrt nabave.....	17
6.8	Načrt logistike	18
6.9	Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja	18
7	MANAGEMENT, ORGANIZACIJA POSLOVANJA IN LASTNIŠTVO.....	19
7.1	Organizacija in ključno vodilno osebje	19
7.2	Nagrajevanje managementa in lastništvo	19
7.3	Profesionalni svetovalci in storitve	20
7.4	Drugi investitorji	20
7.4.1	Prilivi in odlivi za prvi mesec poslovanja.....	21
8	KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI.....	22
9	TERMINSKI PLAN	23

1 POVZETEK

1.1 Kratka predstavitev podjetja in panoge (v kateri panogi je, kdaj je bilo oziroma bo podjetje ustanovljeno)

1.2 Priložnosti in strategija (jasna predstavitev ideje, zakaj je ta ideja poslovna priložnost in kje je njena konkurenčna prednost, kdo bo izvedel to priložnost, kako si bo podjetje zagotovilo vstop in hiter prodor na trg)

- 1.3 Ciljni trgi in projekcije** (katere so glavne skupine kupcev, kako jih nameravate pridobiti, informacija o obsegu in stopnji tržnih segmentov ali niš, ocena količin in vrednoti pričakovane prodaje, pričakovan tržni delež, cenovni razred, kratek povzetek trendov v vaši panogi)



- 1.4 Konkurenčne prednosti** (nakažite konkurenčne prednosti, ki jih imate ali jih boste ustvarili, slabosti in ranjivosti konkurentov, drugi pogoji v panogi, ki vam lahko pomagajo)



- 1.5 Ekonomika, dobičkonosnost in možnost žetve** (bruto dobiček, operativni dobiček, pričakovana donosnost, kako trajni se zdijo profiti, ustrezní časovni okvir za dosego točke preloma in pozitivnega denarnega toka)

- 1.6 Management team** (predstavitev glavnega podjetnika in ključnih članov teama, splošne izkušnje v managementu in izkušnje v upravljanju in vodenju ljudi)

- 1.7 Pridobivanje finančnih sredstev** (vsota lastnega financiranja, kreditnega financiranja, vsota morebitnih dolgov, kakšna bo glavna uporaba tega financiranja, sredstva ZRSZ: »Namen poslovnega načrta je pridobitev subvencije Zavoda RS za zaposlovanje za samozaposlitev, v obliki izplačila enkratnega zneska v višini štirih minimalnih plač. Ta sredstva bom porabil/a za izplačilo plače in plačilo prispevkov za socialno zavarovanje. V podjetju bom zaposlen/a najmanj dve leti.«)

2 INDUSTRIJSKA PANOGA, PODJETJE, PROIZVODI/STORITVE

2.1 Industrijska panoga (predstavite sedanje stanje panoge, napovedi za to panogo za naslednja leta, nove proizvode in nova dogajanja v panogi, nove trende v panogi)

2.2 Podjetje

2.2.1 Datum registracije podjetja (če je že znano)

2.2.2 Sedež podjetja

2.2.3 Pravno organizacijska oblika

2.2.4 Ustanovitelji/lastniki in njihovi deleži

--

2.2.5 Poslovno področje delovanja

Šifra dejavnosti po SKD* Dejavnost

* SKD = Standardna klasifikacija dejavnosti

2.2.6 Cilji pri razvoju podjetja

--

2.2.7 Poslanstvo podjetja

--

2.3 Proizvod/storitev (podrobno opišite proizvod/storitev podjetja, katere potrebe zadovoljuje, v čem je njegova posebnost, edinstvenost, katere dodatne storitve so

povezane s proizvodom, kakšen je status proizvoda / storitve v panogi, v kateri razvojni fazi je proizvod / storitev v času pisanja poslovnega načrta, prikažite priložnosti za razširitev proizvodne linije ali možnosti za razvoj sorodnih proizvodov / storitev, kakšne so poslovne priložnosti in kako jih uresničiti,...)

3 TRŽNE RAZISKAVE IN ANALIZA

3.1 Analiza ciljnih kupcev (kdo so, kje so, kriteriji odločanja kupcev pri izbiri proizvoda / storitve, odzivanje kupcev na spremembe cene, kakovosti, dobav, dodatnih storitev)

3.2 Opis ciljnega trga (obseg trga, delovanje trga v preteklosti, napovedana rast / padec trga vsaj za naslednja 3 leta in kaj vpliva na rast / padec trga, posebnosti trga, ovire za vstop na trg)

ANALIZA NOTRANJEGA OKOLJA

PREDNOSTI:

-
-
-
-
-
-
-
-

SLABOSTI:

-
-
-
-
-
-
-
-

ANALIZA ZUNANJEGA OKOLJA

PRILOŽNOSTI:

-
-
-
-
-
-
-
-

NEVARNOSTI:

-
-
-
-
-
-
-
-

- 3.3 Analiza konkurence** (kdo so glavni konkurentje, lastnosti konkurence, prodaja in dobiček konkurentov, analiza prednosti in slabosti konkurentov, vstop novih konkurentov na ciljni trg)

4 NAČRT TRŽENJA (MARKETINŠKI NAČRT)

- 4.1 Celotna marketinška strategija** (opišite splošno marketinško strategijo in strategijo podjetja, ki izhaja iz raziskave trga in ocene trga. Vsebuje naj: katere ciljne skupine kupcev bodo izbrane za začetni prodajni napor, katere ciljne skupine kupcev pridejo na vrsto pozneje, kako pritegniti kupce, ki sedaj kupujejo pri konkurentih, uporaba inovativnih ali nenavadnih marketinških pristopov, katere lastnosti proizvoda oz. storitve, npr. ceno, kvaliteto, način dostave, način dobave, garancijo, bodo poudarjene za zagotavljanje prodaje)

- 4.2 Določanje cen** (kakšna bo temeljna strategija določanja cen, primerjava cen s cenami konkurentov, kakšna je politika rabatov in raznih popustov za različne skupine kupcev, prilagajanje spremembam tržnih okoliščin s cenami)

- 4.3 Prodajna politika** (kje in kako se bodo prodajali proizvodi / storitve, kakšno prodajno osebje zaposliti, usposabljanje prodajnega osebja, ponudba prodajnih pogojev za različne skupine kupcev, uporaba distributerjev ali prodajnih predstavnikov, višina marže, ki bo namenjena maloprodajni mreži, trgovini na malo, trgovini na debelo)

- 4.4 Politika poprodajnih storitev in garancija** (s katerimi storitvami za kupce se bo pospeševalo prodajo, kakšne bodo garancije potrošnikom, kako bo organizirana servisna mreža in oskrba z rezervnimi deli)

4.5 Oglaševanje in promocija (kateri oglaševalski mediji se bodo uporabili, kako pogosto, proračun za oglaševanje in druge oblike promocije)

4.6 Distribucija (metode prodaje in prodajne poti, stroški transporta)

5 NAČRT, DIZAJN IN RAZVOJ

5.1 Status razvoja in bodoče naloge

5.2 Težave in tveganja

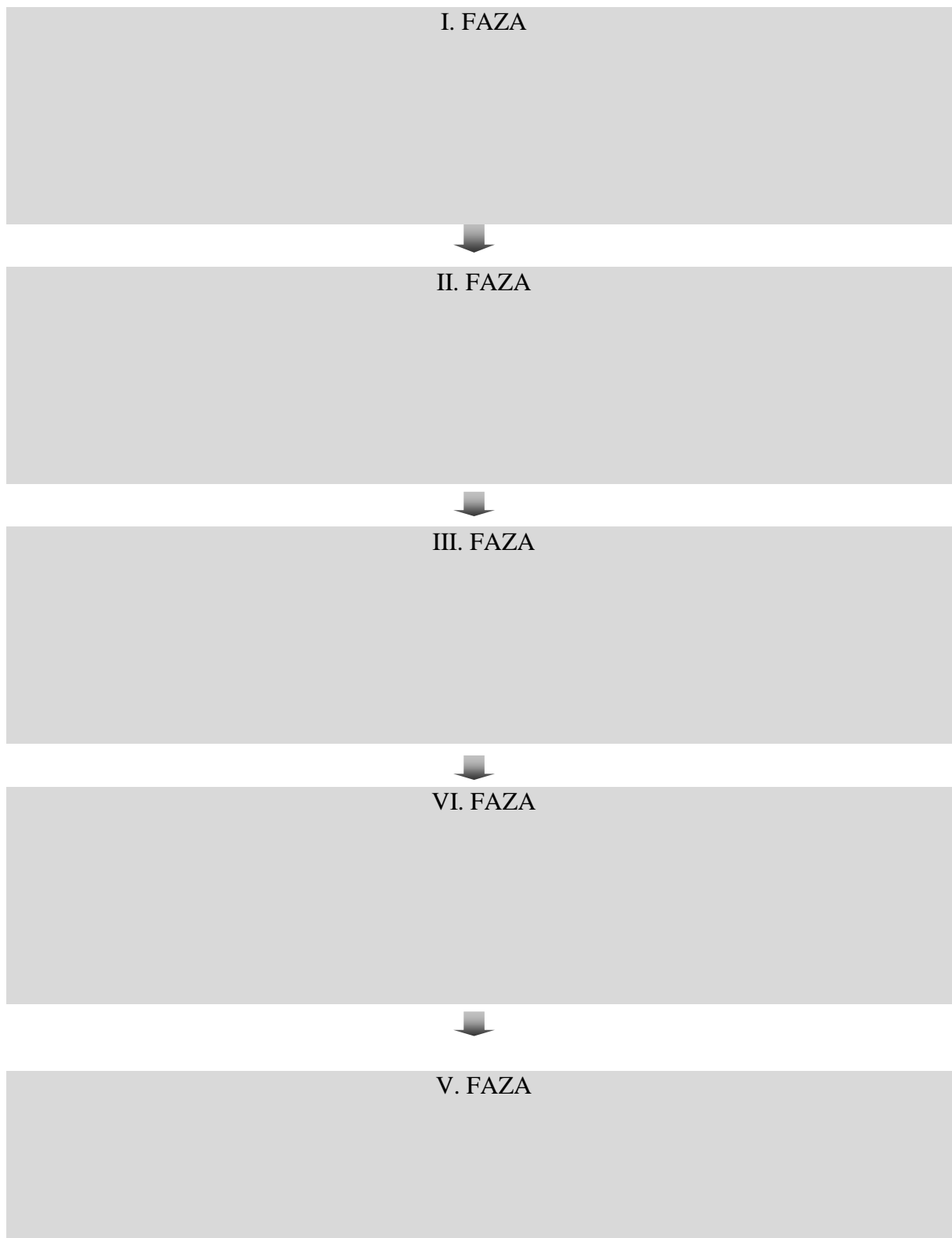
5.3 Izboljšave proizvoda in novi proizvodi

5.4 Stroški (predračun za dizajn in razvoj)

5.5 Vprašanje industrijske lastnine (patenti, blagovne znamke, pravice do intelektualne lastnine)

6 PROIZVODNI IN IZDELAVNI NAČRT

6.1 Proizvodni cikel (čas za izdelavo posamezne faze in zaostanke, ki označujejo osnovni proizvodni cikel v podjetju, reševanje vprašanja sezonskih nihanj brez resnih motenj)



6.2 Geografska lokacija (mikrolokacija, lastni / najeti poslovni prostori, prednosti / slabosti lokacije glede na delovno silo (razpoložljivost, cena delovne sile), bližino kupcev in / ali dobaviteljev, dostop do transportnih poti, dostop do infrastrukture, lokalni davki in uredbe)

6.3 Zgradbe in oprema (ocena potrebnih poslovnih prostorov in opreme, kako in kdaj nabaviti novo opremo za izboljšave, nakup ali najem opreme, stroški in način financiranja nove opreme, usklajenost obsega prodaje in kapacitete prostorov in opreme)

Poslovna lokacija in prostori

Lokacija:

Obseg v m²:

Osnovna in obratna sredstva

SREDSTVA	nabavna vrednost v SIT		SKUPNA VLAGANJA	
	že vloženo	potrebne naložbe	v SIT	v %
OSNOVNA SREDSTVA				
ZGRADBE				
OPREMA				
SKUPAJ OSNOVNA SREDSTVA:				
GIBLJIVA SREDSTVA				
Trajna gibljiva sredstva				
SKUPAJ GIBLJIVA SREDSTVA:				
SKUPAJ SREDSTVA:				

6.4 Kakovost (kontrola kakovosti, proizvodna kontrola, kontrola zalog, postopki kontrole kakovosti za minimizacijo problema reklamacij in drugih pritožb kupcev)

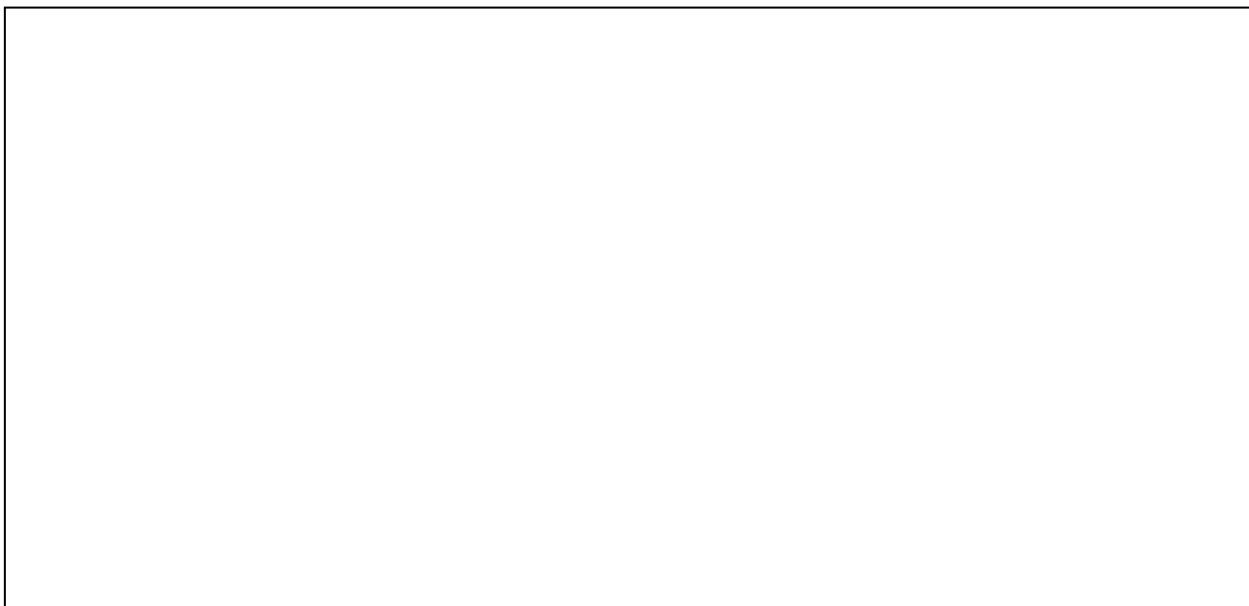
6.5 Strategija in plan (lastna proizvodnja ali kooperanti, prednosti lastne proizvodnje ali kooperantov, kdo so kooperanti in / ali dobavitelji)

6.6 Načrt zaposlovanja (potrebe po osebju, zahtevane zmožnosti, znanje, izkušnje, posebne reference, način zaposlovanja (opredelitev delovnih mest, iskanje kadrov, izbor primernih kandidatov), nagrajevanje, izobraževanje in usposabljanje osebja)

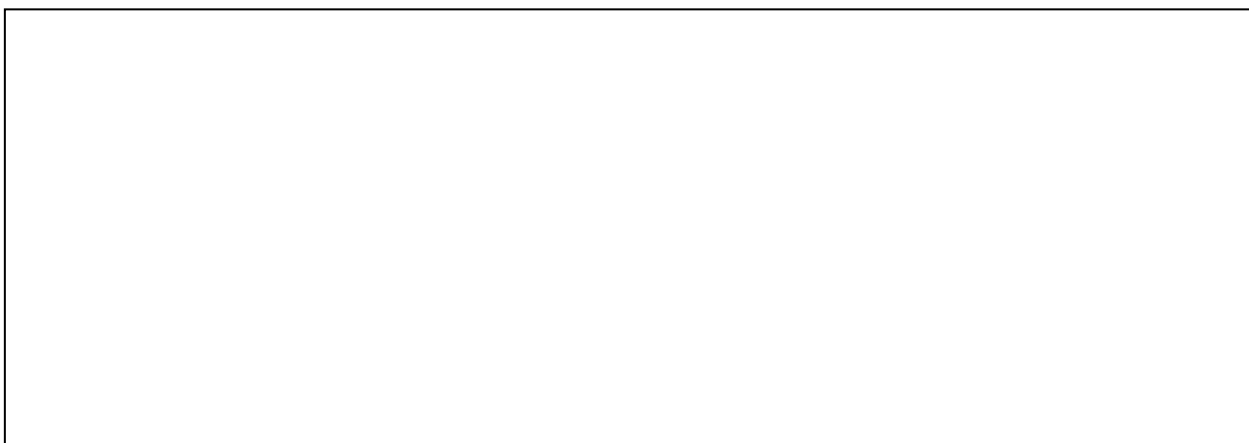
6.7 Načrt nabave (opredelitev ključnih nabavnih potreb in zahtev za dobave, izbor dobaviteljev, plačilni pogoji v nabavi, strategija nabave na dolgi rok)

Dobavitelj

Rok plačila v dneh



6.8 Načrt logistike (organizacija notranje in zunanje logistike, upravljanje zalog surovin in delov)

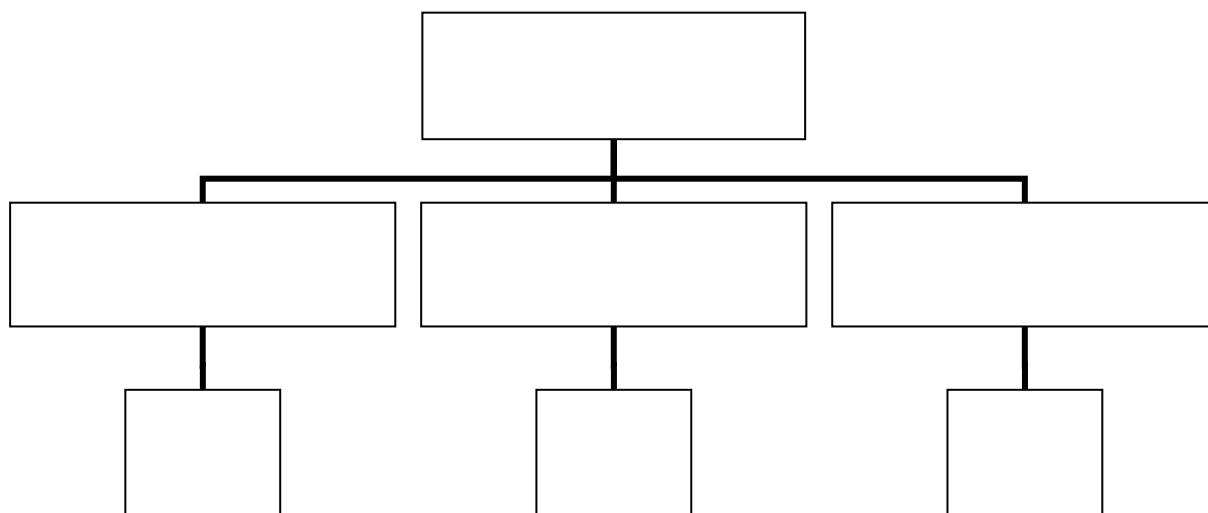


6.9 Pravne zahteve, dovoljenja in vprašanja okolja (lokacijska, zdravstvena dovoljenja, licence, odobritve, ki se tičejo zaščite okolja, zakonski in drugi predpisi, ki urejajo delovanje posla, potencialne bodoče spremembe, ki bodo vplivale na naravo in časovni okvir poslovne priložnosti)



7 MANAGEMENT, ORGANIZACIJA POSLOVANJA IN LASTNIŠTVO

7.1 Organizacija in ključno vodilno osebje (kdo so, njihove sposobnosti, izkušnje, izobrazba, prejšnja delovna mesta, njihova vloga v novem podjetju)



7.2 Nagrajevanje managementa in lastništvo (plača, premije, provizije, udeležba v dobičku, solastništvo)

7.3 Profesionalni svetovalci in storitve (pravni zastopniki, računovodski servis, oglaševalska agencija, bančna organizacija)

7.4 Drugi investitorji (opišite vse druge investitorje v vašem podjetju, število in odstotek dobička, ki ga posedujejo, kdaj so dobili te deleže)

7.4.1 Prilivi in odlivi za prvi mesec poslovanja

PRILIVI IN ODLIVI ZA PRVI MESEC POSLOVANJA	MESEC _____
<i>PRILIVI</i>	
I.1. Prihodki od prodaje	
I.2 Lastna sredstva	
I.3 Ostali prejemki	
<i>ODLIVI</i>	
<i>II.1. Stroški materiala</i>	
II.1.a Stroški osnovnega materiala	
II.1.b Pomožni material	
II.1.c Drobní inventar	
<i>II.2 Str. delovne sile</i>	
II.2.a Prispevki v zvezi z zavezancem	
II.2.b Bruto osebni dohodki zaposlenih	
II.2.c Delovršna pogodba, študentsko delo	
II.2.d Malica	
II.2.e Zaščitna sredstva	
II.2.f Dnevnice in drugi str. del. sile	
<i>II.3 Ostali stroški</i>	
II.3.a Stroški električne en. in ogrevanja	
II.3.b Stroški reklame	
II.3.c Stroški transporta	
II.3.d Stroški najemnine	
II.3.e Stroški knjigovodskih storitev	
II.3.f Stroški komunalnih storitev	
II.3.g Drugi stroški storitev	
II.3.h Stroški reprezentance	
II.3.h Drugi stroški poslovanja	
II.3.j Bančne storitve	
<i>III.4 Investicija v osnovna sredstva</i>	
<i>III.5 Investicija v gibljiva sredstva</i>	
SKUPAJ	

- 8 KRITIČNA TVEGANJA IN PROBLEMI** (opredelite ključna tveganja v poslu po posameznih področjih, ocenite intenzivnost tveganja in možne ukrepe za njihovo omiljenje (izkušnje, zagnanost za posel, podpora družine, zagonski kapital, zaposleni, panoga, trg, konkurenca, uporaba proizvoda, stroški, dobavitelji, distribucija, prodaja, odvisnost od enega kupca, sezonska nihanja, tehnologija, zakonodaja / regulacija, management, finance, denarni tok, ipd))

- 9 **TERMINSKI PLAN** (terminski načrt mora podati temeljne mejnike ali roke, ki so kritičnega pomena za uspeh posla. vključiti je potrebno dovolj detaljne podatke, da je razvidno kaj je potrebno storiti, kdo naj to stori in do kdaj (registracija podjetja, najem prostorov, zaposlitev, začetni kapital, razvit proizvod, tržni poskus, patenti / licence, strateško partnerstvo, prve pošiljke, doseg prodaje, število zaposlenih, dosežen dobiček, razvoj novega proizvoda, preskus novosti, dobave novosti, dodatni kapital, poplačilo kreditov, nova lokacija, ipd). načrtujte realistično, z zadostnim časom, da lahko brez pretirane napetosti uresničite potrebne dejavnosti. terminski načrt predstavite v obliki preglednice ali ganttovega časovnega grafikona.)

