# Zakládání nové firmy/podnikatelský záměr – osnova

**Termín odeslání práce je 30.11.2020. Rozsah stran nejméně 3 pro jednotlivce, nejméně 5 pro dvojici.**

Cílem studie je posouzení, nakolik je reálný plán udržení a úspěšnosti nově založené firmy.

### 1 Úvod

Vydefinovat, co budu zakládat, jaký typ firmy (výroba, obchod, služby), její název, sídlo, a zdůvodnit, proč jsem si to vybral/a a jaké mám cíle v podnikání.

### 2 Základní postup

Jednotlivé kroky/body řadit do kapitol, každé téma rozepsat a analyzovat

* **analýza a průzkum trhu** (s biopotravinami, kadeřnické služby, výroba židlí…) a nasycenost trhu (zjištění konkurence, zákazníků, definice hrozeb – metoda SWOT, Porterův model 5 sil)
* **marketingový mix** (tj. odbyt výrobků) 4P (cena/price, výrobek/product, propagace/promotion, místo/place), tj. uvést a rozepsat, jaké použiju marketingové nástroje
* **technické řešení projektu** založení firmy (jaký typ právnické/fyzické osoby, ŽL, OR, co je všechno třeba zařídit – ve vztahu k úřadům, vhodné prostory, vybavení), realizace produktů a služeb (tj. co budu prodávat/vyrábět, otvírací doba, služby navíc…), personální zajištění
* **finanční plánování** (zakladatelský rozpočet, rozvaha, odhad nákladů a výnosů…)

### 3 Závěr – posouzení rizik a resumé

Na základě posouzení výše uvedených oblastí se rozhodneme, jestli má smysl firmu zakládat a půjdeme –li do toho nebo ne. Zdůvodnit, proč ano nebo ne.

* Zda je založení podniku vhodně nebo nevhodně načasováno, příležitosti, hrozby
* Jak se v rozhodnutí promítá ekonomická situace a nezaměstnanost
* Co vyplývá z odhadu ročních předpokládaných příjmů a výdajů
* Jaké je předpokládané chování lidí na ekonomický pokles/růst?
* Jaké je zhodnocení konkurenčního prostředí? Boj o zákazníka? Marketingové nástroje

4 Realizace založení firmy

Pokud ze závěrů studie proveditelnosti vyplyne, že je výhodné firmu zakládat, lze začít uskutečňovat konkrétní kroky (založit právnickou/fyzickou osobu, řízení na úřadech, pronájem prostor …).