## Podnikatelský plán

Název organizace: Kurz pro radost

Složení týmu, který Podnikatelský plán zpracoval:

Ederová Kateřina, Povolná Michaela, Strádalová Jitka

Jméno mentora: Jiří Hanek

**A. Shrnutí podnikatelského záměru**

**Trh**

**Poptávka a společenský přínos**

**Konkurenční výhoda**

**Obchodní model**

**Osobní motivace**

**Ošetření rizik**

**B. Naše organizace a podnikání**

|  |
| --- |
| **Podnikání a neziskové aktivity** |
| * Výroba porcelánových předmětů + dekorování * Chráněné dílny pro závislé (alkohol, drogová závislost) - jde nám o sociální podnikání * Spolupráce s neziskovými organizacemi * Kurzy dekorování a kreativní tvorby porcelánu pro veřejnost |

**C. Obchodní příležitost a naše řešení**

|  |
| --- |
| Jakou potřebu/nedostatek/nedostupnost pociťuje cílový zákazník, na kterého svým podnikáním míříme? Kdo je tento cílový zákazník? |
| 1. Chráněná dílna  * Zákazníci jsou firmy, malé a střední firmy + korporace * Tito zákazníci chtějí pomáhat, být společensky odpovědní * Zlepšení image * Utratit peníze s vědomím pomoci * Nedostatečná nabídka chráněných dílen v ČR ( zajímavé, atraktivní, funkční a užitečné věci)  1. Porcelánové kurzy  * Zákazníci jsou ti, kteří ve svém volném čase chtějí dělat něco kreativního * Senioři, žáci a studenti, matky na mateřské, široká veřejnost * Naučení nových dovedností a nové zkušenosti * Získání nových přátel * Nedostatek porcelánových kurzů |

|  |
| --- |
| Jaké řešení pro uspokojení zákazníkovy potřeby nabízíme? Jaké má z jeho pohledu přednosti? |
| 1. Chráněné dílny  * Zhotovení zakázky, kterou nám firma zadá * Zlepšení image díky tomu, že budou pomáhat chráněným dílnám * Individuální přístup a jedinečnost produktu * Spolupráce s porcelánkami v Karlovarském kraji v případě náročnějších a rozsáhlejších zakázek  1. Porcelánové kurzy  * Nabízíme materiál na vytvoření jedincem originálního předmětu * Prostory pro tvorbu * Pomoc s navržením předmětu * Individuální přístup * Profesionální vedení * Profesionální technické zázemí |

**D. Náš podnikatelský model**

|  |
| --- |
| **D.1 Základní popis produktu/služeb** |
| **Přínosy produktu (služby):**   |  |  | | --- | --- | | 1. Chráněné dílny  * Zaměstnání menších skupin drogově závislých * Získání praxe a pomoc při návratu na trh práce * Rekvalifikace * Chráněné dílny vede odborní vedoucí, který je seznámen s potřebami cílové skupiny a umí s ní pracovat * Průběh v dopoledních hodinách s běžnou pracovní dobou * Nabízíme zakázky od 500 do 1000 kusů * Návrh autorského práva * Zhotovení vlastního návrhu * Zhotovení dárkového nebo reklamního předmětu | 1. Porcelánové kurzy  * Rozvoj vlastní kreativity * Možnost realizování vlastního předmětu * Poznání práce s novým materiálem a technologiemi * Kurzy jsou pod vedením 2 profesionálních lektorů * Kurzy probíhají v odpoledních hodinách po ukončení práce v chráněné dílně * Prostor je maximálně využívaný | |

|  |
| --- |
| **D.2 Analýza cílových zákazníků a jejich segmentace** |
| Jakou máme cílovou skupinu zákazníků? Proč právě ji? Jak je velká? Čím se řídí při nakupování? Jak často budou produkt potřebovat, kolik jsou ochotni za něj utratit? Proč by měli nakupovat raději u nás než u naší konkurence? Co je zapotřebí, aby si raději zvolili nás?   * Zaměřili jsme se na seniory, děti od 7-12 let a na dospělí lidi, kteří se chtějí naučit s novými materiály. Jsou lidé, kteří neví, co se svým volným časem a my jim chceme ukázat jak kreativně a užitečně se s ním dá naložit. Proto jim chceme nabídnout kurzy za výhodnou cenu s maximální péčí a solidaritou. Nebráníme se rozmanitosti v kreativitě u jedince. Jsme trpělivý, flexibilní, zábavný a kreativní.   **Obchodní model A: Chráněná dílna**  *Jakou máme cílovou skupinu zákazníků?*   * *Malé, střední firmy a korporace*   *Proč právě ji?*   * *Předpoklad zájmu o společenskou odpovědnost*   *Čím se řídí při nakupování?*   * *Kvalitou výrobku, společenským dopadem při spolupráci s námi, odpovídající cenou.*   *Jak často budou produkt potřebovat, kolik jsou ochotni za něj utratit?*   * *Jednou ročně. Jsou schopni utratit od 50 000 až 200 000,-*   *Proč by měli nakupovat raději u nás než u naší konkurence?*   * *Kvalita výrobku. Jsme schopni dodávat malé série. Velké porcelánky malé série odmítají dělat a malé dílny nemají kapacitu a technologické zázemí.*   *Co je zapotřebí, aby si raději zvolili nás?*   * *Dodržení dané kvality produktů a služeb.*   **Obchodní model B: Porcelánové Kurzy**  *Jakou máme cílovou skupinu zákazníků?*   * *děti od 7-12 let, senioři, dospělí lidé*   *Proč právě ji?*   * *Kurzy jsou určené pro lidi s volným časem, pro lidi, kteří chtějí investovat svůj čas do něčeho produktivního, nového a zábavného.*   *Čím se řídí při nakupování?*   * *Možnost setkání s profesionálním zázemím a vedením lektorů.*   *Jak často budou produkt potřebovat, kolik jsou ochotni za něj utratit?*   * *jednou maximálně dvakrát ročně ročně.*   *Proč by měli nakupovat raději u nás než u naší konkurence?*   * *Jsme flexibilní, co se týče požadavku na výrobek, rádi jim pomůžeme s navržením dekoru/výrobku + projdou si celým procesem výroby modelu a popřípadě dekoru pro vlastní výrobek*   *Co je zapotřebí, aby si raději zvolili nás?*   * *Dobrá propagace profesionální dílny.* |
|  |

.

|  |
| --- |
| **D.3. Marketingová a prodejní strategie** |
| Jakým způsob budeme získávat naše zákazníky. Jakým způsobem budeme náš produkt/službu distribuovat. Jaké partnerské kanály používáme/plánujeme používat pro prodej našich produktů? O jakých poprodejních službách případně uvažujeme. |
| 1. Chráněné dílny  * Propagace na webových stránkách, také můžeme psát různým firmám nebo mít popřípadě udělaný stánek n různých akcích. * Výrobky budeme buď dovážet za příplatek nebo si ho firma vyzvedne sama. * Malé, střední firmy a korporace po celé ČR.   B. Porcelánové kurzy   * Pro získání starších zákazníků budeme nabízet kurzy v domovech pro důchodce. * Kurzy budeme nabízet školám * Výrobky bude moct zákazník zakoupit přímo v dílnách * Především Karlovy Vary a přilehlé okolí |

|  |
| --- |
| **D.4. Cena produktu/služby a obchodní model** |
| Na čem budeme vydělávat peníze/za co budou zákazníci platit? Jaký je náš obchodní model (prodej, předplatné, poplatky za užívání apod.)?  1. Chráněná dílna  * Budou nám platit za kvalitu výrobků a za náš vlastní návrh (15000-50000 tis.). * Průměrná cena za výrobek je 350 - 500 korun. * Náklady na firmu jsou dotovány z dotací na podporu znevýhodněných skupin.  1. Porcelánové kurzy  * Peníze budeme vydělávat pomocí kurzů a prodejem zboží. * Zákazníci budou platit kurzy, které se budou konat po dobu 21 dní, 4 hodiny 2x týdně za 4700 korun. * Kurz se bude konat v dopoledních a odpoledních hodinách. Pro školy v pátky od 8:00 - 12:30 za cenu 200 korun, pro seniory v 10:00 - 14:30 a pro ostatní od 15:00 - 17:30. * Kurz pro maximálně 8 lidí a pro školy maximálně 20 dětí (možnost rozdělení do skupin) * Kurzy budou zahrnovat 6 setkání, 2 lektory a zhotovení vlastního výrobku. * Zákazníci budou platit za prostor, materiál, výpaly, glazury, odborní dohled. |

|  |
| --- |
| **E. Analýza konkurence a klíčových trendů** E.1 Analýza konkurence A. Chráněná dílna   * V karlovarském kraji jsou dvě, ale žádná se nezaměřuje na porcelánovou výrobu.   Silné stránky: Existují delší dobu a jsou známí.  Slabé stránky: Nemají individuální přístup.  Vliv na naše podnikání: Bez vlivu.  B. Porcelánové kurzy   * V České Republice jsou takové kurzy málo kde. |
| Kdo: Porcelánová školička Silné stránky: Silné zázemí (porcelánka Thun)  Slabé stránky: Zaměření je jen pro děti.  Vliv na naše podnikání:   * Ohrožují naší nabídku pro školy |

|  |
| --- |
| **E.2 Tržní trendy** |
| *Jaký vývoj očekáváme v nejbližších dvou letech?*   1. Chráněné dílny  * Zapojení závislých lidí do normálního života a do práce. * Vzrůst zájmu firem o společenskou odpovědnost, protože to ocení jejich zákazníci. * Vzrůstající poptávka po celoživotním vzdělávání.  1. *Porcelánové kurzy*  * *Větší zájem o zážitkové kurzy a neformální vzdělávání.* * *Zájem o kreativitu.* * *Snaha o aktivní život seniorů* |

|  |
| --- |
| **E.3 Přidaná hodnota našich produktů/služeb oproti konkurenčním** |
| B. Porcelánové kurzy  **Čím je naše nabídka jedinečná ve srovnání s nabídkou konkurentů?**   * (náš) odborný výcvik * Účastník kurzu nemůže pracovat jinde než u nás, kvůli zázemí. * Profesionální zázemí.   A**.** Chráněné dílny  **Čím je naše nabídka jedinečná ve srovnání s nabídkou konkurentů?**   * Možnost zhotovení malé serie. * Dárkové a reklamní předměty jsou z ušlechtilého materiálu a jsou trvanlivé. |

**F. Naše zdroje**

|  |
| --- |
| **F.1 Klíčoví partneři/dodavatelé a další zdroje** |
| |  |  | | --- | --- | | **Partner** | **Význam** | | 1. **Chráněné dílny** |  | | Porcelánky | Zaměstnání vyškolených zaměstnanců | | Odvykací centra | Pomoc při vyhledávání zaměstnanců | | Pronajímatel prostoru | Zvýhodněné nájemné | | 1. **porcelánové kurzy** |  | | Domovy důchodců, školy | zákazníci, pracovní výchova, výtvarná výchova | | Pronajímatel prostoru | Zvýhodněné nájemné | |

|  |
| --- |
| **F.2 Tým** |
| ***Představte tým, kdo co umí, a kdo co v projektu dělá***   * *Michaela Povolná = práce se závislými, práce na počítači, příprava materiálů* * *Jitka Strádalová = účetnictví, práce s účastníky kurzu, práce s 3D tiskárnou* * *Kateřina Ederová = zařizování spolupráce s organizacemi, práce s účastníky kurzu, výroba forem* |

**G. Analýza rizik a omezení**

1. Chráněné dílny

* Problematický zaměstnanci

opatření: Spolupráce s neziskovou organizací. Vhodná motivace.

1. Porcelánové kurzy

* Představa lidí o náročnosti kurzu.

opatření: Přesvědčit lidi, že to dokáže každý.

**Klíčové předpoklady pro úspěch projektu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Předpoklad** | **Riziko** | **Ošetření rizika** |
| Týmová spolupráce | Nesouhlas na cílech | Společné plánování cílů. |
| Motivace účastníků | Nevhodné chování lektorů | Povzbuzování účastníků a profesní rozvoj lektorů. |
| Těsná spolupráce s porcelánkami při přenosu zaměstnanců. | Zaměstnanci nebudou dostatečně připraveni ( neo koordinovaná spolupráce ) | Postoupení zkoušky pro vstup do porcelánky. Dohoda na požadavcích pro zaměstnance. Následná péče po přestupu. |

**H. Finanční část**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **H.1 Rámcový propočet nákladů**  (Komentář)  Hodnoty jsou uvedené v tis. Kč. | | | | |
| ***Náklad*** | | ***v tis Kč*** | ***Zdroj*** | ***Kdy potřeba?*** |
| **A.** | **Vybavení** |  |  |  |
| *A.1* | Budovy, pozemky (nájem) | *15* | *---* | *---* |
| *A.2* | Stroje, zařízení – vzorníky |  | *půjčka* | *zrealizováno* |
| *A.3* | Dopravní prostředky | *2* | *osobní vozidlo* | *---* |
| *A.4* | Počítač | *5* | *---* | *---* |
| *A.5* | Nábytek | *30* | *Vlastní vklad* | *zrealizováno* |
| *A.6* | Telefony | *vlastní* | *Vlastní vklad* | *zrealizováno* |
| **B.** | **Materiál** |  |  |  |
| *B.1* | První nákup materiálu, surovin | *10* | *půjčka* | *zrealizováno* |
| *B.2* | telefony | *800 kč* | *Vlastní vklad* | *zrealizováno* |
| *B.3* | PHM | *2* | *Vlastní vklad* | *zrealizováno* |
| *B.4* | Reklamní materiál | *1500 kč* | *půjčka* | *zrealizováno* |
| **C.** | **Nájem pro celé přípravné období** |  |  |  |
|  |  | *0* | **---** | **---** |
| **D.** | **Služby** |  |  |  |
| *D.1* | kurzy | *5* | *---* | *---* |
| *D.2* | Licence, registrační poplatky, povolení, | *95* | *půjčka* | *zrealizováno* |
| *D.3* | Vývoj aplikace (služba) | *100* | *půjčka* | *zrealizováno* |
| **E.** | **Peněžní hotovost** |  |  |  |
| *E.1* | Platy pro celé přípravné období + I. měsíc provozu | *4500* | *Vlastní vklad* | *zrealizováno* |
| *E.2* | Rezerva |  | *---* | *---* |
|  | **Celkové počáteční výdaje (tis. Kč)** |  |  |  |
|  | | | | |
|  | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **H.3 Hospodářský výsledek podnikatelské aktivity za rok 2021 a výhled na 2022-2024**  V prvním roce vybavujeme dílnu (od září do prosince)  Hodnoty jsou uvedené v tis. Kč. | | | | | |
|  | | ***2021***  ***v tis Kč*** | ***2022***  ***v tis Kč*** | ***2023***  ***v tis Kč*** | ***2024***  ***v tis Kč*** |
| **A.** | **VÝNOSY CELKEM** | **0** | **1 633 400** | **2 320 600** | **2 740 600** |
| **A.1** | **Celkem za prodej produktů / služeb** | **0** | **955 300** | **1 158 300** | **1 370 300** |
| A.1.1 | Produkt / řada A | 0 | 170 500 | 373 500 | 585 500 |
| A.1.2 | Produkt / řada B | 0 | 507 600 | 784 800 | 784 800 |
| **B.** | **NÁKLADY CELKEM** | **837** | **320** | **475** | **480** |
| **B.1** | **Přímé náklady celkem** | **837** | **0** | **0** | **0** |
| B.1.1 | Náklady na prodané zboží(materiál) | 0 | 120 | 125 | 130 |
| B.1.2 | provize | 0 | 200 | 350 | 350 |
| **B.2** | **Nepřímé náklady celkem** | **50** | **1 180 000** | **1 185 000** | **1 205 000** |
| B.2.1 | Materiál a režie | 0 | 75 | 80 | 100 |
| B.2.2 | Osobní náklady režijních pracovníků | 0 | 850 | 850 | 850 |
| B.2.3 | Nájemné | 45 | 180 | 180 | 180 |
| B.2.4 | pojištění | 5 | 75 | 75 | 75 |
| **C.** | **HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK PODNIKATELSKÉ AKTIVITY** | **-837 000** | **133 400** | **660 600** | **890 600** |

Podnikatelský plán zpracoval/a: Podpis:

Ederová Kateřina

……………………………………………….. ………………………

Povolná Michaela

……………………………………………….. ………………………

Strádalová Jitka

……………………………………………….. ………………………

Datum vyhotovení plánu 15. 5. 2020