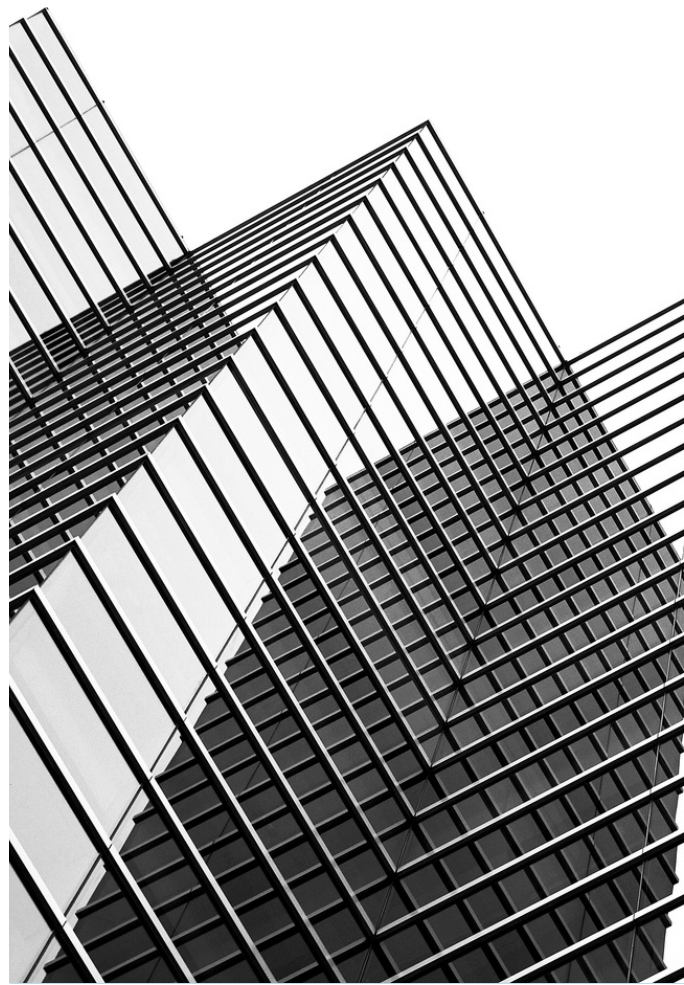




PORADENSTVÍ V OBLASTI MANAGEMENTU  
A FINANČNÍHO ŘÍZENÍ



# BUSINESS PLÁN

*Úvodní list*

01

## Souhrn

--	--

## Jméno společnosti

--	--

## Kontakty

--	--

# BUSINESS PLÁN

*Executive summary*

02

## FINANČNÍ PERSPEKTIVA

--	--

## ROZVOJOVÝ PLÁN

--	--

# STRATEGICKÝ PLÁN

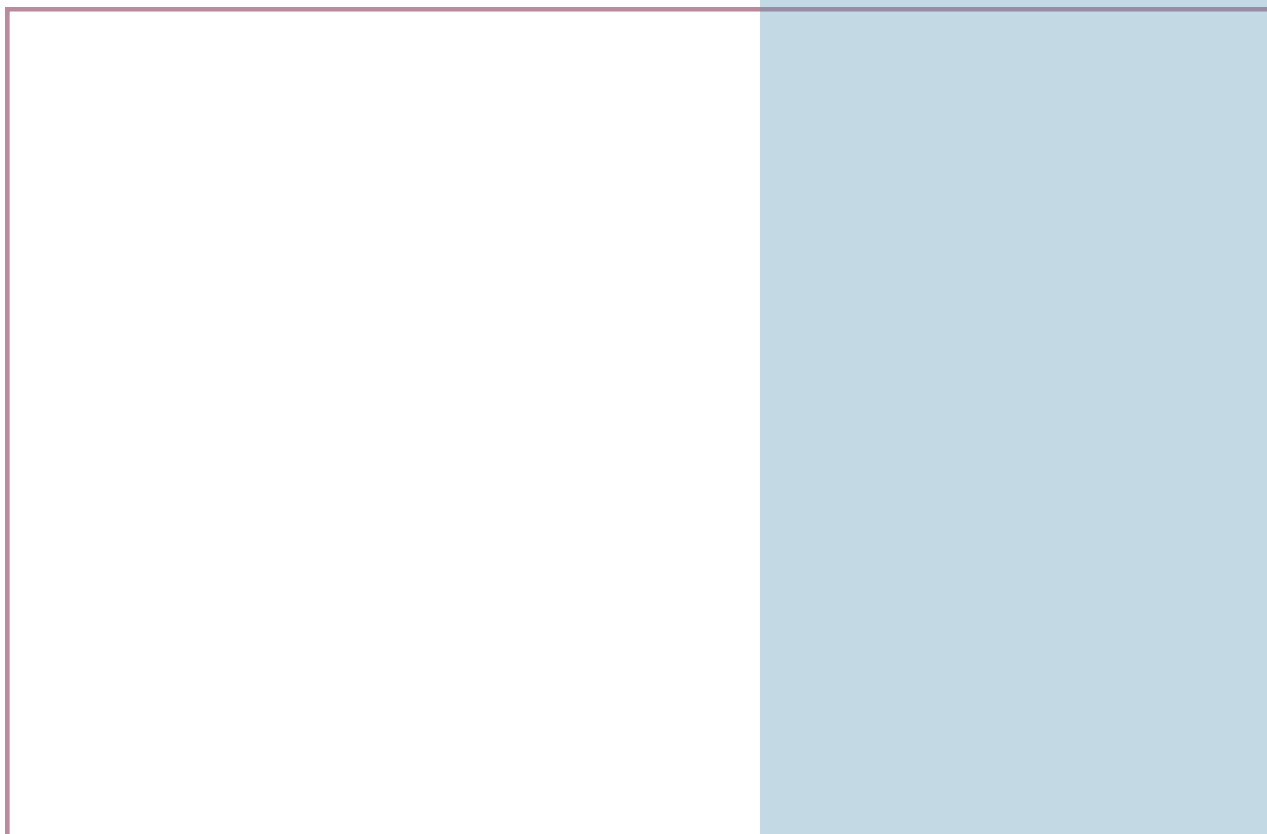
*Strategické cíle*

03

**Vize**

A large, empty rectangular box with a thin dark border, intended for writing the vision statement.

**Mise**

A large, empty rectangular box with a thin dark border, intended for writing the mission statement.

# BUSINESS PLÁN

*Obchodovaná příležitost a prostor na trhu*

04

## Pozice na trhu

--	--

## Zaměření firmy

--	--

## Cílení zákazníka

--	--

## Přidaná hodnota nabízená firmě

--	--

# BUSINESS PLÁN

## Analýza zájmových skupin

05

### Úvod do analýzy zájmových skupin

Stakeholder analýza je postup používaný pro řízení projektů, řešení konfliktů mezi zájmovými skupinami. Jedná se o identifikaci a analýzu subjektů, kteří jsou buď do projektu aktivně zapojeni, nebo jejich zájmy jsou ovlivněny jeho realizací. Často také mohou ovlivnit průběh nebo výsledky projektu. Cílem je posouzení tohoto ovlivnění a naplánování strategie pro jednání se zainteresovanými stranami. Jde o činnost nutnou pro následné řízení zainteresovaných stran.

Identifikace zainteresovaných stran se provádí například mapováním podle otázek:

Kdo chce úspěch (neúspěch)?

Kdo může z výsledku těžit, nebo jej naopak výsledek poškozuje?

Kdo sází na úspěch / neúspěch?

Kdo disponuje užívacími nebo vlastnickými právy?

Kdo nebude moci velmi pravděpodobně uplatnit žádné zájmy?

Kdo disponuje finančními zdroji, relevantními schopnostmi a informacemi?

Kdo je pro výsledek nutný a čí podpory je zapotřebí?

Kdo by mohl realizaci bránit/zabránit?

Zařadit je vhodné i strany, které fakticky kritériím neodpovídají, ale bylo identifikováno riziko, že by se mohly na základě nedostatečných nebo nesprávných informací samy řadit mezi zainteresované strany

# BUSINESS PLÁN

*Analýza zájmových skupin*

06

---

--	--

---

--	--

---

--	--

**Závěr**

--	--

# BUSINESS PLÁN

## Externí analýza - PESTEL

07

### Úvod

PESTEL analýza je metoda, která se používá pro sledování vnějších faktorů, které na organizaci působí. Tedy faktory politické, ekonomické, sociální, technologické, environmentální a právní.

Cílem analýzy je získat přehled o vnějším prostředí, ve kterém organizace působí, a identifikovat faktory, které mohou mít vliv na její činnost. Analýza PESTEL se používá při plánování strategie, při rozhodování o investicích a při řízení rizik. Identifikace faktorů se provádí například mapováním podle otázek: Jaké jsou politické faktory, které mohou ovlivnit organizaci? Jaké jsou ekonomické faktory, které mohou ovlivnit organizaci? Jaké jsou sociální faktory, které mohou ovlivnit organizaci? Jaké jsou technologické faktory, které mohou ovlivnit organizaci? Jaké jsou environmentální faktory, které mohou ovlivnit organizaci? Jaké jsou právní faktory, které mohou ovlivnit organizaci?

### Ekonomické faktory

--

### Sociální faktory

--



# BUSINESS PLÁN

*Externí analýza - PESTEL*

08

## Technologické faktory

--	--

## Environemální faktory

--	--

## Právní faktory

--	--

## Závěr

--	--

# BUSINESS PLÁN

Externí analýza - Porterova analýza 5 sil

09

## Úvod do analýzy 5 sil

Porterova analýza pěti sil je metoda, která se používá k analýze konkurenčního prostředí firmy a jejího strategického řízení. Analýza se zaměřuje na pět sil, které ovlivňují konkurenci v daném odvětví. Tyto síly jsou:

- Konkurence mezi stávajícími firmami v odvětví
- Hrozba vstupu nových konkurentů na trh
- Síla odběratelů
- Síla dodavatelů
- Hrozba náhrady produktů

Cílem analýzy je identifikovat tyto síly a určit, jaký vliv mají na ziskovost a konkurenceschopnost firmy. Analýza se používá při plánování strategie, rozhodování o investicích a řízení rizik. Identifikace faktorů se provádí například mapováním podle otázek: Jaká je síla konkurence v daném odvětví? Jaká je hrozba vstupu nových konkurentů na trh? Jaká je síla odběratelů? Jaká je síla dodavatelů? Jaká je hrozba náhrady produktů?

## Konkurence mezi stávajícími firmami v odvětví

## Hrozba vstupu nových konkurentů na trh

# BUSINESS PLÁN

*Analýza 5 sil*

10

## Síla odběratelů

--	--

## Síla dodavatelů

--	--

## Hrozba náhrady produktů

--	--

## Závěr

--	--

# BUSINESS PLÁN

*Interní analýza*

11

## Vybavenost zdroji

--	--

## Místo poskytování služeb

--	--

## Doprava a logistika

--	--

## Používaná technologie

--	--

# BUSINESS PLÁN

SWOT ANALÝZA

12

---

--	--

---

--	--

---

--	--

---

--	--

# BUSINESS PLÁN

SWOT ANALÝZA

13

## SILNÉ STRÁNKY - S

--	--

## SLABÉ STRÁNKY - W

--	--

## PŘÍLEŽITOSTI - O

--	--

## RIZIKA - T

--	--

# BUSINESS PLÁN

*Kritické faktory úspěchu - BSC*

14

## FINANČNÍ PERSPEKTIVA

--	--

## ZÁKAZNICKÁ PERSPEKTIVA

--	--

## INTERNÍ PROCESY

--	--

## VZDĚLÁVÁNÍ A RŮST

--	--

# BUSINESS PLÁN

*Závěr*

15



# BUSINESS PLÁN

*Poznámky*

16

Large empty rectangular area for notes, divided into a white left half and a light blue right half.



FACEBOOK  
BFC GROUP



LINKED IN  
BFC GROUP



INSTAGRAM  
BFCGROUP.CZ



TELEFON  
777024810



E-MAIL  
INFO@BFCGROUP.CZ



WHATSAPP  
777024810