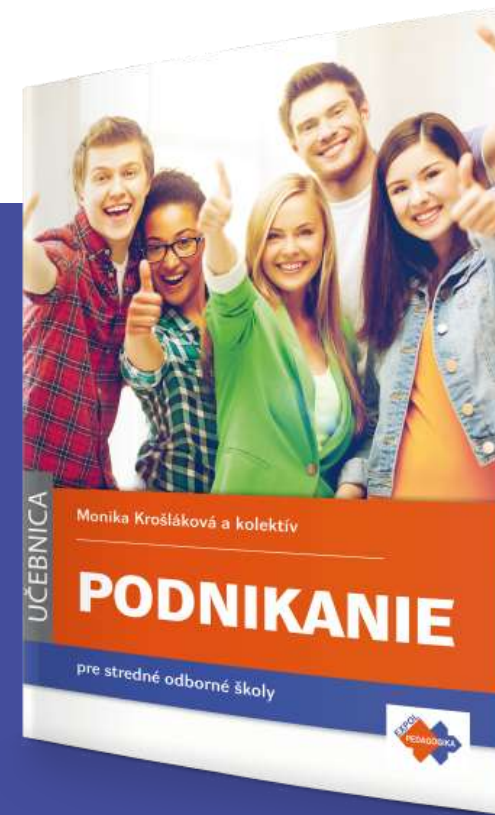


# PODNIKANIE PRE STREDNÉ ODBORNÉ ŠKOLY

MONIKA KROŠLÁKOVÁ A KOLEKTÍV



„Každé podnikanie, ak vedome neslúži verejnosti, je nutne odsúdené na zánik.“

Tomáš Baťa (1876 - 1932), český podnikateľ



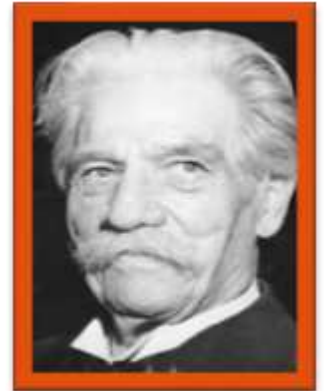
„Šťastie je tajnou prísadou na úspešné podnikanie. Pokiaľ máte šťastnú spoločnosť, budete neporazitelný.“

Richard Branson (1950), britský priemyselník



„Dôvera je pre každé podnikanie prevádzkový kapitál, bez ktorého sa žiadne dielo nepodarí.“

Albert Schweitzer (1875 - 1965), nositeľ Nobelovej ceny za mier



## CITÁTY O PODNIKANÍ

Zdroj: <https://citaty-slavnych.sk/citaty-o-podnikanie/>

# DEFINÍCIA PODNIKANIA A PODNIKU

Podnikanie je definované aj v živnostenskom zákone č. 455/1991 Zb. v znení neskorších predpisov, v ktorom sa živnosť definuje ako „sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok ustanovených zákonom“.

*Podnikanie je opakovaná cieľavedomá činnosť, realizovaná aktivita v praktickom živote s cieľom dosiahnuť zisk, prípadne určitý prínos, úžitok.*

Podnikom je podľa Obchodného zákonníka súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoju povahu majú na tento účel slúžiť.

# POSLANIE PODNIKANIA/PODNIKU

## ČO JE TO POSLANIE?

Vymedziť poslanie firmy znamená zdôvodniť jej existenciu a význam (účel firmy).

- V čom podnikáme?
- Prečo sme tu?
- Aký sme vlastne podnik?
- V čom sme výnimoční?

Najlepšie poslanie vychádza z vízie. Vízia je nákazlivý sen, široko rozšírené prehlásenie alebo slogan, ktoré vyjadrujú potreby danej doby.





**COURAGE IS HALF WAY  
TO SUCCESS**

TOMAS BATA

*Bata*

**Tomáš Baťa  
„Chcem obut' celý svet.“**



Henry Ford a Model T  
*„Automobil pre všetkých.“*



**INGVAR KAMPRAD - ZAKLADATEL' IKEY**  
*„Vytvorit' lepší každodenný život  
pre mnohých ľudí.“*



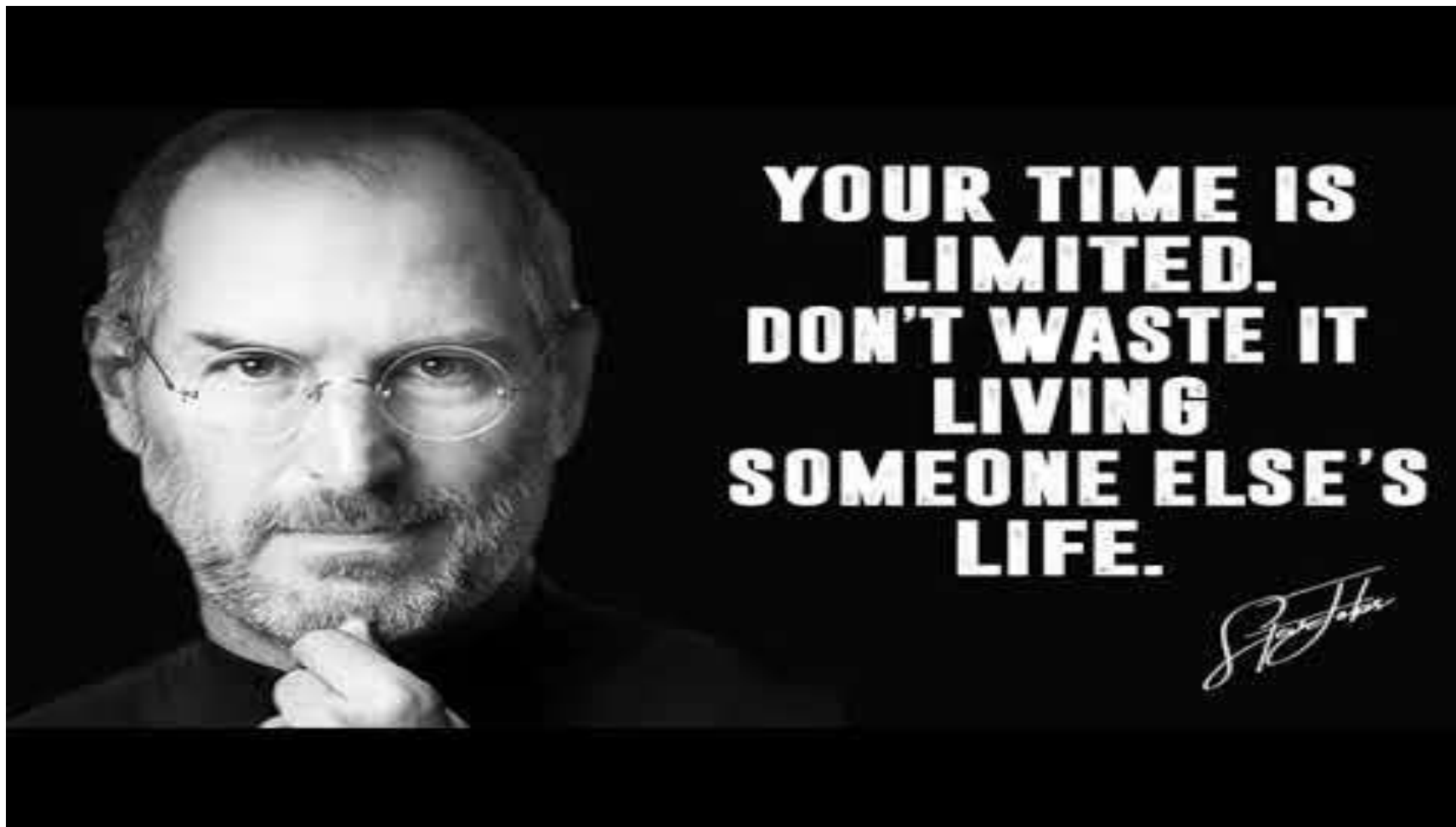
**Akio Morita a walkman**  
**„Hudba so sebou všude.“**





Richard Branson a Virgin Airlines  
*„Cestovanie - zábava.“*

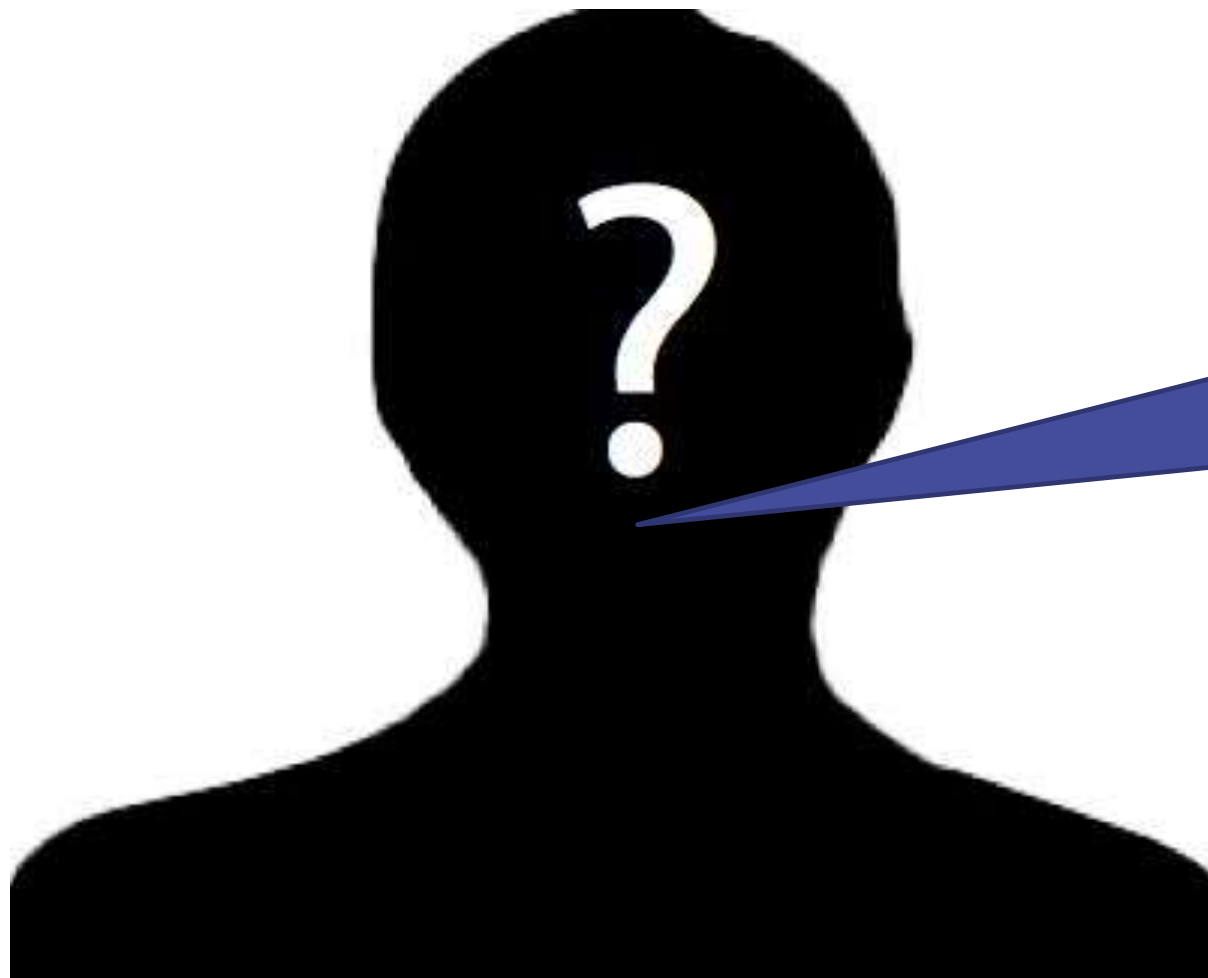
# STEVE JOBS A JEHO VÍZIA



**YOUR TIME IS  
LIMITED.  
DON'T WASTE IT  
LIVING  
SOMEONE ELSE'S  
LIFE.**

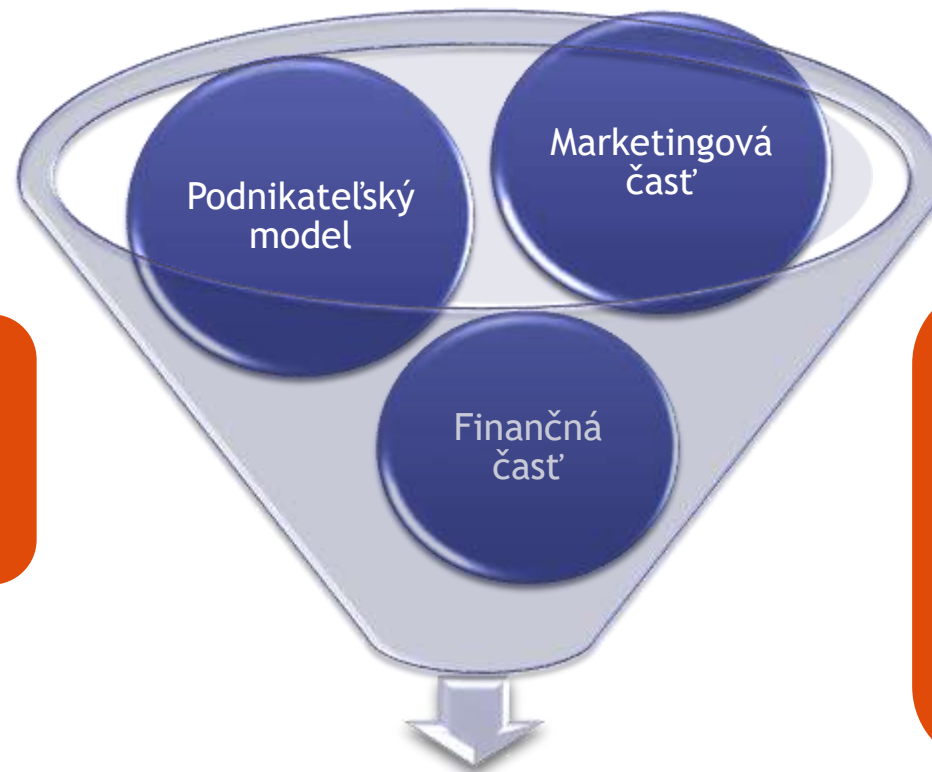
*Steve Jobs*

# POSLANIE VÁŠHO PODNIKANIA



NAPÍŠTE SI  
VLASTNÚ  
VÍZIU.

# ŠTRUKTÚRA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU



Publikácia SBA upozorňuje na tri základné okruhy, ktoré by mal obsahovať každý podnikateľský plán!

V štruktúre podnikateľského plánu sa budú niektoré oblasti prelínať, finálna verzia predmetného dokumentu bude závisieť aj od typu spoločnosti, oblasti podnikania alebo účelu použitia.

**Podnikateľský plán**

# ČASTI PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU

## Podnikateľský model

- Opis podniku
- Opis produktu (výrobku alebo služby), opis projektu

## Marketingová časť

- Marketingový plán
- Výrobný proces
- Organizačný plán
- Dopad na životné prostredie

## Finančná časť

- Investičný plán a kapitálová potreba alebo zakladateľský rozpočet - pri založení podniku
- Analýza rizík - SWOT analýza
- Finančný plán a projekcie

Prílohy a doklady vždy tvoria súčasť podnikateľského plánu!

# EXECUTIVE SUMMARY - ZHRNUTIE PROJEKTU

- Stručný opis spoločnosti a jej podnikateľskej činnosti.
- Základná charakteristika produktu alebo služby.
- Ako sa produkt/služba líši od konkurencie a akú potrebu bude uspokojovať.
- Stručné informácie o konkurencii a trhu, kde sa bude produkt predávať alebo poskytovať služba.
- Základné údaje o lokalizácii firmy, pozemku s komplexom budov, počte zamestnancov.
- Aká finančná čiastka sa požaduje a aká miera návratnosti sa očakáva - prehľad a štruktúra potrebného objemu kapitálu a jeho použitie.
- Základné ciele predkladaného podnikateľského plánu podložené časovým horizontom a stratégie ich dosiahnutia.
- Kvôli lepšej prehľadnosti pre posudzovateľa/investora môže v závere obsahovať grafické zobrazenie bodu zvratu, prípadne tabuľku splátkového plánu.

Executive summary je jedna z najdôležitejších častí podnikateľského plánu. V zhrnutí projektu treba stručne a jasne prezentovať celý podnikateľský plán a kľúčové faktory úspechu celého projektu. Je potrebné jasne zdefinovať ciele projektu a stratégie na ich dosiahnutie.

# POSTUP PRI TVORBE ZHRNUTIA PROJEKTU

- Zhrnutie treba písať ako poslednú časť podnikateľského plánu.
- Píšte ho vtedy, keď ste schopní identifikovať zámer a predpokladaný úspech svojho projektu.
- Tým docielite, že budete mať všetky relevantné informácie pohromade.
- Následne vám to umožní vytvoriť manažérske zhrnutie, ktoré bude obsahovať kľúčové body vášho plánu.
- Zhrnutie by malo reflektovať na požiadavky a tiež na to, kto bude podnikateľský plán posudzovať, či už je to investor, alebo banka.
- Manažérske zhrnutie preto musí urobiť **PRVÝ DOJEM**, tzn., musí byť kvalitne a prehľadne spracované na maximálne 1 - 2 stranách podľa potreby.
- Musí obsahovať jasne definovanú podstatu podniku a ak požadujete kapitál, aj typ financovania.
- Okrem prehľadnosti odporúčame klásť dôraz na správnu štylistiku a gramatiku, ako aj grafické spracovanie, ktoré tiež môže záväžiť pri rozhodovaní.
- Nechajte sa inšpirovať tipmi zo zahraničia alebo navštívte rôzne workshopy a prednášky, ktoré sa zaoberajú touto problematikou.

# OPIS PODNIKU

- identifikačné údaje o spoločnosti - názov, právna forma, sídlo (lokalizácia podnikania a charakteristika spoločnosti), dátum založenia a kontaktné údaje. *Upozornenie* - výber správnej právnej formy podnikania je dôležitý najmä pre novozaložené firmy;
- vývoj podniku - jeho história, účel a príčiny vzniku podniku, štádium rozvoja podnikania (či ide o novovzniknutú, alebo existujúcu spoločnosť). Dôležité je tiež uviesť hlavný predmet podnikania, t. j. stručný popis podnikateľskej činnosti uvedenej vo výpise z obchodného registra. Prehľadne by mal byť zdokumentovaný súčasný stav podniku - počet zamestnancov, obrat, zisk, produkcia a i. (len základné hodnoty, napríklad vo forme tabuľky alebo schémy);
- hlavné ciele podniku, základná filozofia podniku a hlavná motivácia zakladateľov na podnikanie;
- aký je pôvod kapitálu potrebný na rozbeh podnikania - v prípade novozaloženej spoločnosti, keď časť kapitálu je získaná iným spôsobom ako úverom alebo vstupom investora;
- objasnenie vlastníckych vzťahov - kto sú vlastníci podniku a vedúci pracovníci podniku, ich schopnosti a praktické skúsenosti;
- certifikáty (ISO), ocenenia.



# OPIS PRODUKTU

- podrobný opis hlavných produktov - výrobkov alebo služieb, ich funkcie, vlastnosti, využitie a opis sortimentovej skladby. Ak má podnik veľkú sortimentovú škálu, opíše iba hlavné produktové skladby;
- opísať prednosti oproti konkurencii, uviesť porovnanie s konkurenčnými výrobkami alebo službami, hlavne treba opísať ich prednosti oproti konkurenčným výrobkom alebo službám - v čom sú unikátne;
- ak produkt vznikol na základe dlhodobého výskumu a vývoja, je vhodné tento priebeh opísať;
- pripojiť akékoľvek nezávislé ocenenie alebo certifikácie opísovaného výrobku alebo služby;
- uviesť potrebné povolenia, prípadne či podnik disponuje patentom alebo licenciou;
- uviesť informáciu o poskytnutých sprievodných/doplňkových službách k výrobku, ako napríklad servisné služby, pomoc pri inštalácii, garančný servis alebo pozáručný servis, call centrum.

# MARKETINGOVÝ PLÁN

**Proces marketingového plánovania sa skladá zo štyroch fáz:**

- analýza trhu,
- samotný akt plánovania,
- jeho realizácia,
- kontrola.

**Súčasťou časti podnikateľského plánu musí byť:**

- opis celkového trhu a vymedzenie cieľového trhu,
- analýza konkurencie, dodávateľov a odberateľov,
- marketingová stratégia,
- SWOT marketingová analýza,
- plán predaja alebo poskytnutej služby.



# OPIS CELKOVÉHO TRHU A VYMEDZENIE CIEĽOVÉHO TRHU

Zameranie na všetky segmenty je obyčajne neefektívne, preto pri vybraných segmentoch zohľadňujeme:

- veľkosť segmentu,
- jeho rastový potenciál,
- postavenie voči konkurencii,
- jeho silu,
- dosiahnuteľnosť spotrebiteľa.



# ANALÝZA KONKURENCIE, DODÁVATEĽOV A ODBERATEĽOV

## Analýza konkurencie

- Konkurenciou rozumieme súčasných a potenciálnych „hráčov“ na trhu. Náročnosť analýzy je priamo úmerná počtu účastníkov trhu. Informácie možno získať z výročných správ firiem, z webových stránok Finstatu a Indexu podnikateľa, formou priemyselnej špionáže atď. Do úvahy je potrebné zobrať veľkosť firmy, jej silné a slabé stránky, prednosti, kvalitu personálu. Informácie je nutné vyhodnocovať objektívne, aby sme zlou analýzou nepodhodnotili alebo neprecenili potenciálneho konkurenta.

## Analýza odberateľov - zákazníkov

- Keď sme seriózne preskúmali trhové možnosti, musíme svoju pozornosť obrátiť na **zákazníka**. Predpokladáme, že sme spravili správnu segmentáciu, t. j., budeme sa pokúšať o prienik na trh, kde existuje dopyt po našich produktoch. Hlavné parametre, ktoré nás zaujímajú na spotrebiteľovi, sú: vek, pohlavie, kúpna sila, charakteristické správanie, psychologické, kultúrne, osobné faktory.

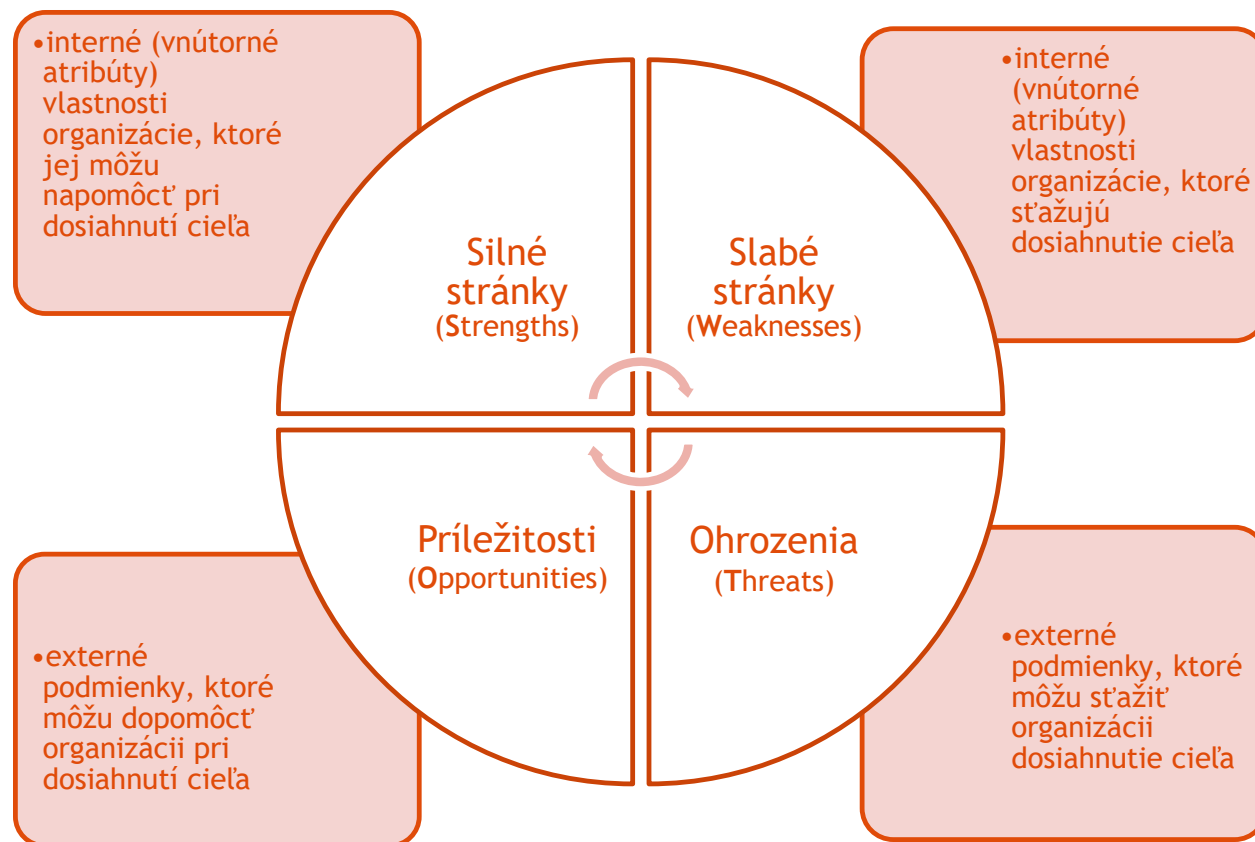
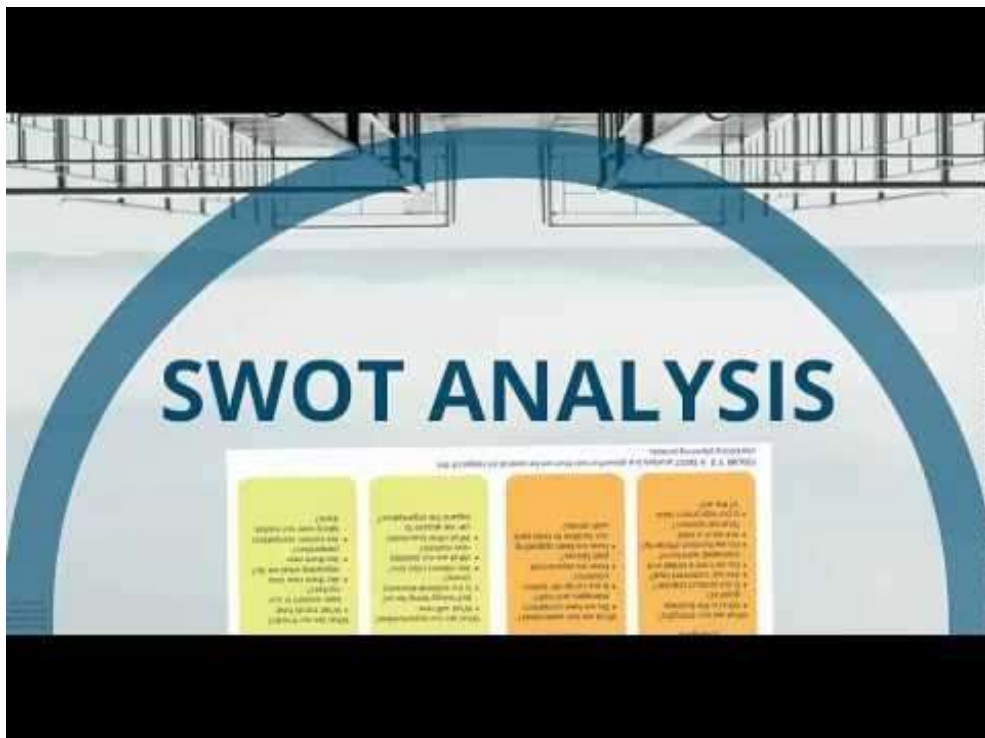
Na záver je dôležité uviesť, že úlohou tejto časti podnikateľského plánu je **definovanie využitia trhového potenciálu, ktorý najlepšie zodpovedá záujmom podniku a možnostiam podnikania.**

# MARKETINGOVÁ STRATÉGIA

- Cieľom je zväžiť marketingovú stratégiu o tom, aký produkt, akým spôsobom a za akú cenu prinesie podnik kupujúcemu, a o spôsobe komunikácie o produkte. Respektíve, ako uspokojiť potreby zákazníka ziskovo.
- Súčasťou je tiež motivácia pracovníkov, a to na všetkých stupňoch, od kúpy surovín až po finálny predaj.
- Cieľom je tiež rozumieť spotrebiteľovi, počúvať ho a pripraviť preňho ponuku, ktorá ho zaujme.



# SWOT ANALÝZA

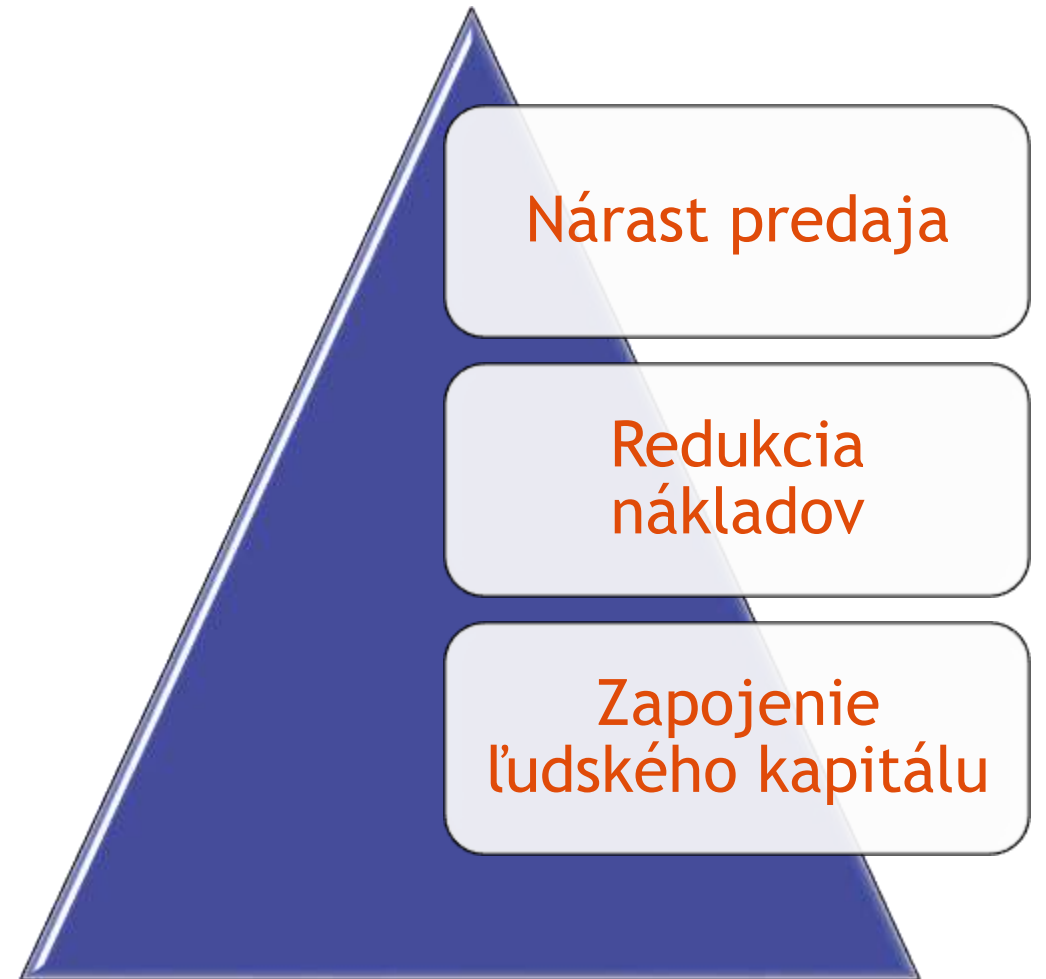


# PLÁN PREDAJA ALEBO POSKYTNUTEJ SLUŽBY

Plán predaja zahŕňa stanovenie cieľa, akou formou, v akom objeme a prostredníctvom koho bude podnik realizovať svoju produkciu. Je potrebné na začiatku vybrať formu predaja. Produkty možno predávať:

- vo svojej **vlastnej podnikovej predajni**,
- **prostredníctvom sprostredkovateľov** (veľkoobchod a maloobchodné predajne tretích osôb) alebo
- využiť modernú formu **predaja na diaľku**.

Predaj na diaľku predstavuje súčasný trend a jeho podiel na maloobchodnom predaji permanentne rastie. Na Slovensku sa odhaduje, že ide o 8 – 10 % z celkového predaja maloobchodným spôsobom, existujú však krajiny, kde je podiel vyšší ako 50 %.

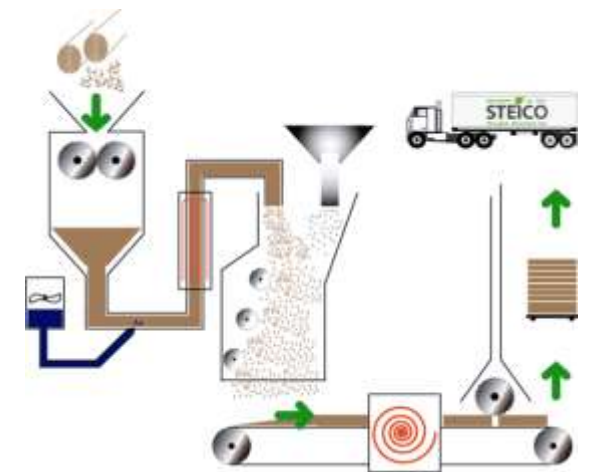


# VÝROBNÝ PROCES

## Obsahuje nasledujúce časti:

- opis výrobného cyklu od nákupu surovín cez výrobu až po distribúciu zákazníkovi,
- použité technológie - optimálny súbor výrobných strojov a zariadení nevyhnutných na zabezpečenie výrobnéj kapacity (je vhodné uviesť, či sú už zabezpečené alebo ich firma plánuje nakúpiť),
- informácie o dodávateľoch a potrebných dodávaných surovinách, výrobkoch a službách,
- podnikateľ v tejto časti môžete uviesť miesto výroby a výrobné kapacity.

Túto časť podnikateľského plánu bude podnikateľ spracovávať len v prípade, že vyrába výrobky!





# ORGANIZAČNÝ PLÁN

## Mal by obsahovať nasledujúce časti:

- organizačná riadiaca štruktúra podniku - pracovné pozície, vzťahy nadriadenosti a podriadenosti, vedenie spoločnosti a zamestnancov,
- pracovná náplň jednotlivých pracovných pozícií,
- počet pracovníkov,
- kritériá ich výberu,
- ich ďalšie odborné školenie,
- charakteristika platov, spôsob motivácie zamestnancov a manažmentu,
- pracovné životopisy vedúcich pracovníkov a vlastníkov podniku,
- podnikateľ by mal demonštrovať svoje technické a manažérske schopnosti, ktoré nadobudol v predchádzajúcich zamestnaniach.

# DOPAD NA ŽIVOTNÉ PROSTREDIE

## V rámci podnikateľského plánu by mal obsahovať nasledujúce časti:

- vplyv výrobného procesu alebo služieb daného podniku na životné prostredie,
- ak výrobný proces alebo jeho časti budú pre životné prostredie škodlivé, treba uviesť opatrenia na zníženie nepriaznivého dopadu,
- náročnosť na prírodné zdroje a energetické zdroje: voda, elektrina, plyn,
- riešenie otázky likvidácie odpadov,
- environmentálne certifikáty.



# ZAKLADATEĽSKÝ ROZPOČET - PRI ZALOŽENÍ PODNIKU

Pri tvorbe investičného plánu by ste si mali odpovedať na nasledujúce otázky:

- Koľko financií budete potrebovať?
- Ako a na čo ich použijete?
- Do čoho investujete?
- Čo ponúkate investorovi a čo, naopak, za to očakávate?
- V závere jasne zhrňte, prečo je zaujímavé investovať do vášho podnikateľského zámeru.



# ANALÝZA RIZÍK - SWOT ANALÝZA

Silné stránky podniku	Slabé stránky podniku
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dobré výsledky hospodárenia podniku: rastúci trend tržieb a ziskovosti, dobrá kapitálová štruktúra, dobrá likvidita, dobrý rating – bezproblémový prístup k bankovému financovaniu, nízky podiel problematických pohľadávok či znehodnotených zásob, diverzifikované portfólio odberateľov/dodávateľov...</li><li>• Špecifiká činnosti podniku: moderná nízkonákladová výroba, výhodná pozícia firmy, dobrá distribučná sieť, výhodné postavenie voči odberateľom/dodávateľom, konkurenčné výhody, dostatočná kapacita...</li><li>• Manažment a zamestnanci podniku: kvalitný manažment a zamestnanci, dobre nastavené motivačné programy, bezproblémové získavanie nových zamestnancov...</li><li>• Marketing podniku: dobré postavenie na trhu, vnímanie značky a produktu/služby, kmeň zákazníkov, efektívne investície do vývoja výrobkov, dobrý obchodný tím (diverzifikovaný – riziko odchodu kľúčového obchodníka...), patenty...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zlé výsledky hospodárenia podniku: nie sú peniaze na investície, napäté vzťahy s dodávateľmi (neskoré platby), banky nechcú poskytnúť ďalší úver (nízka bonita, nie je čo ponúknuť ako zabezpečenie, nie je perspektíva), zlé riadenie pohľadávok a zásob – viazanie cashflow – problémy v likvidite...</li><li>• Špecifiká činnosti podniku: neefektívna výroba, prevádzka alebo využitie aktív; zlé umiestnenie firmy, zastarané neefektívne výrobné postupy a výrobné zariadenia, vysoká energetická a mzdová náročnosť oproti konkurencii; nedostatočná výrobná kapacita, poruchy vo výrobe...</li><li>• Zlé riadenie podniku a neefektívne výkony zamestnancov: vysoká fluktuácia zamestnancov, neskúsenosť, nedostatočný školiaci a vzdelávací proces, koncentrované riadenie firmy.</li><li>• Slabý marketing podniku: nízka diverzifikácia výrobkov či služieb v porovnaní s konkurenciou, nekvalitné výrobky/tovar/služby, pošramotená povesť, predaj zastaraných produktov/služieb; pasívny prístup k zákazníkovi, malá diverzifikácia odberateľov, slabá značka, obmedzený prístup k distribučným kanálom...</li></ul>

# ANALÝZA RIZÍK - SWOT ANALÝZA

Príležitosti na rozvoj firmy	Hrozby pre firmu
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vzťahy s firmami a FO, ktoré ovplyvňujú chod firmy: otvorenie trhu či zlepšenie postavenia na získanie nových zákazníkov; nárast predajov súčasným zákazníkom; využitie problémov konkurencie (likvidné, výrobné, obmedzenie financovania a i.); rozvoj ďalších predajných kanálov (predaj cez internet), zlepšenie logistiky; outsourcing menej dôležitých aktivít; získanie kľúčových zamestnancov konkurencie, prístup k financovaniu, zlúčenie, splnutie či strategické partnerstvo s inou firmou.</li><li>• Zmeny v podnikateľskom prostredí: politické, legislatívne a kontrolné mechanizmy (dane, clá, obmedzenia, podpory, fondy EÚ), všeobecné ekonomické trendy (vývoj úrokovej sadzby a i.).</li><li>• Trendy v spoločnosti (demografické zmeny, zmena konzumného správania spotrebiteľa), vznik novej technológie (nové výrobné postupy, materiály, softvérové riešenie a i.), predaj cez internet, orientácia na nového zákazníka (zmena segmentácie trhu).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vzťahy s firmami a FO, ktoré ovplyvňujú chod firmy: strata významného zákazníka alebo dodávateľa, posilnenie konkurencie (získanie novej technológie - zastaranie vašej technológie, vstup lacnejších náhrad na trh), vstup nového konkurenta na trh, cenová vojna s konkurenciou, silná pozícia konkurencie v distribučných kanáloch, slepá dôvera v kľúčového distribútora našich výrobkov, zvyšovanie cien od dodávateľov, odchod kľúčových zamestnancov, redukcia financovania bánk, dodávateľských limitov od odberateľov, redukovanie poistných limitov poisťovňou (na vaše spoločnosti či vašich odberateľov), ukončenie nájomnej zmluvy bez možnosti obnovy, prípadne extrémny nárast nájomného, rokovania (formálne, neformálne) v neprospech vašej spoločnosti (konkurzný návrh, žaloba a i.), nedostatočná ochrana duševného vlastníctva...</li><li>• Zmeny v podnikateľskom prostredí: politické, legislatívne a kontrolné mechanizmy (ekológia, dane, zrušenie podpory štátu a i.), politická stabilita, vývoj nezamestnanosti (regionálne vplyvy), všeobecné ekonomické trendy (vývoj úrokovej sadzby a i.)...</li><li>• Spoločenské trendy (demografické zmeny, postoj k zahraničným produktom a službám - jazyk, zmena konzumného správania spotrebiteľa - odklon od výrobkov), vznik novej technológie (nové lacnejšie výrobné postupy, technológie umožňujúce vyššiu mieru inovácie, zmena distribučných kanálov vzhľadom na využitie novej technológie, zmena zákazníckeho servisu, zmena materiálu, nové softvérové riešenie a i.), pokles spotreby...</li></ul>

# FINANČNÝ PLÁN A PROJEKCIE

Finančný plán je ucelený dokument, ktorý porovnáva potrebu na podnikateľskú činnosť a disponibilné zdroje. Pozostáva z niekoľkých častí, najdôležitejšie z nich sú:

- zakladateľský rozpočet,
- odhad budúcnosti podniku prostredníctvom finančných projekcií na 3 - 5 rokov finančných plánov na základe odborných odhadov za obdobie splácania úveru, ak bol podnik činný v minulosti, sú potrebné aj údaje za posledné tri roky a priebežné údaje za tento rok, za posledné uzavreté obdobie - kvartál, mesiac, polrok. Finančné plány je nutné spracovať vo forme výkazov,
- súvaha - určuje stav majetku, ako aj jeho krytie z finančných prostriedkov,
- výkaz ziskov a strát - plán nákladov a výnosov,
- výkaz o toku hotovosti - prehľad príjmov a výdavkov cash-flow.





# **PODNIKATEĽSKÝ PLÁN - PRAKTICKÁ APLIKÁCIA KVETY, s. r. o.**

**MONIKA KROŠLÁKOVÁ a KOLEKTÍV**



# EXECUTIVE SUMMARY - OBSAH

1. Opis podniku
  2. Opis produktu
  3. Marketingový plán
  4. Výrobný proces
  5. Organizačný plán
  6. Dopad na životné prostredie
  7. Zakladateľský rozpočet
  8. Finančný plán
- Prílohy / doklady





# NA ČO SI ODPOVEDAŤ NA ZAČIATKU?

- Ako podnikat' - Kvety, právna forma s. r. o.
- V čom podnikat' - kvety, špecifická forma (distribúcia zákazníkom)
- Za čo podnikat' - vlastné prostriedky, cudzie prostriedky, lízing



# TVORBA PODNIKATEĽSKÝCH MYŠLIENOK

1. Nová myšlienka.
2. Kúpte si myšlienku (franchising, priamy predaj, licencia).
3. Požičajte si myšlienku (Spišský Hrhov).
4. Robte niečo, čo už existuje - spoločnosť Kvety, s. r. o., si zvolila túto formu!



# ZAČIATOK - JE POTREBNÉ ROZHODNÚŤ SA



- V čom chceme podnikat'?
- Aké služby budeme poskytovať?
- Kde je cieľový trh?
- Kto bude kupovať naše produkty?
- Kto je konkurencia?
- Aká je naša predajná stratégia?

Odpovede sú v nasledujúcich slajdoch!

# KVETY, s. r. o.

- Kvety, s. r. o., bude podnikat' v činnosti, ktorá už na trhu existuje.
- Pole pôsobnosti: Bratislavský kraj
- Individuálni zákazníci a právnické osoby.
- Konkurencia - spoločnosti, ktoré sa zaoberajú podobnou aktivitou (kvetinárstva v Bratislavskom kraji, e-shop Kvety.sk, Láskykvet.sk - kvety z lásky po celý rok)
- Cieľ: uspokojiť široké potreby zákazníkov
- Poslanie: „Chceme darovať krásu a radosť všetkým.“



# MARKETINGOVÝ MIX



# PRODUKT

- individuálne kvety,
- kytice,
- disponibilný sortiment žiadaných kvetov,
- + špecifické požiadavky.



# CENA

- Tvorba ceny pomocou obchodnej prirážky:
- $NC + 30\% = PC \times 1,2 = PC \text{ s DPH}$
- marža: 23,1 %  
(Marža sa vypočíta ako  $PC - NC / PC$ .)
  
- Príklad: Ak je nákupná cena 10 €, potom PC:  $10 \times 1,3 \times 1,2 = 15,60 \text{ €}$



# DISTRIBÚCIA

- vlastný odber zákazníkmi,
- dodávka zákazníkovi,
- termíny dodávky:  
do 3 h v Bratislave.





# MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

- Reklama - samotná prevádzková jednotka a jej atmosféra, letáky v nákupných centrách, A-panel, billboardy, bigboardy, TV, rozhlas.
- Public relations - spolupráca s fashion blogerkami, účasť na výstavách a veľtrhoch. Slogan, branding.
- Podpora predaja - súťaže prostredníctvom sociálnych sietí a i.
- Navrhnite iné formy komunikácie!

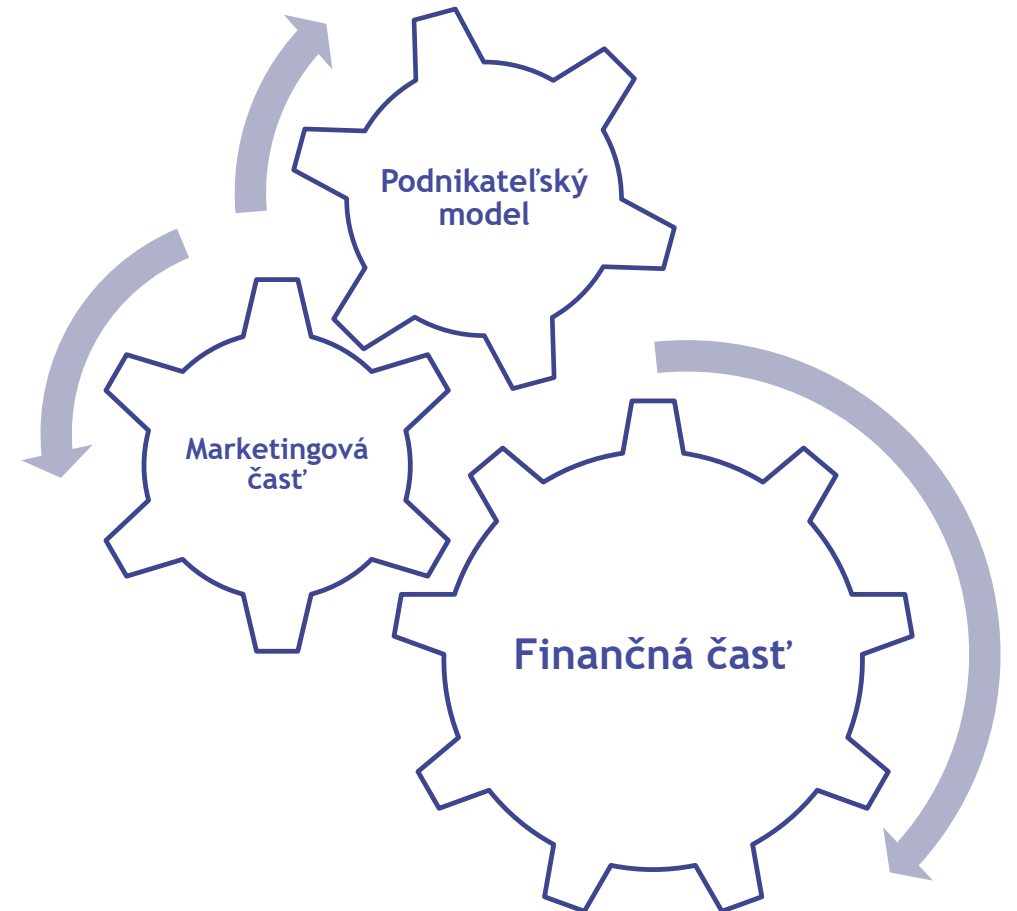


# TVORBA PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU

- Podnikateľská koncepcia musí byť reálna a konzistentná (množstvo predajní kvetov v okolí, širšie ponímaná konkurencia a i.).
- Plán musí byť presvedčivý a zrozumiteľný, bez nezrovnalostí a rozporov (ľudia, štruktúra, podmienky, dodávatelia, zákazníci, financovanie a i.).
- Produkt (kvety) musí prinášať zákazníkovi výhodu v porovnaní s konkurenciou.
- Je dobré zhodnotiť, akú má produkt konkurenčnú výhodu (prečo sme lepší ako konkurencia: ceny, flexibilita, úsmev, atmosféra predajne a iné).

# SWOT ANALÝZA & AKO TO MÁ SPRÁVNE FUNGOVAŤ

	Pomocné (na dosiahnutie cieľa)	Škodlivé (na dosiahnutie cieľa)
Vnútorne	Silné stránky	Slabé stránky
	výrobok v originálnej forme	neznáma spoločnosť
	inovačná schopnosť	slabšie marketingové schopnosti
	kvalifikovaná pracovná sila	
	nízke náklady na prácu	
	výhodná poloha v rámci kraja	
	primerané financovanie	
	schopnosti pracovníkov	
Vonkajšie	Príležitosti	Hrozby
	využívanie moderných technológií	vstup firiem, ktoré ponúkajú podobný sortiment
	odbyt inovatívnou formou	sezónnosť
	flexibilná pracovná sila	vkus zákazníkov
	adaptabilita v ponuke	rastúce ceny vstupov
	rozšírenie trhu	nová firma na trhu
	neuspokojený dopyt - rozvoz	
	rast trhu	



# OTÁZKY, NÁVRHY, KOMENTÁRE





# RADY A TIPY PRE ZAČÍNAJÚCICH PODNIKATEĽOV

PRÍKLADY ÚSPEŠNÝCH PODNIKATEĽOV ZO ZAHRANIČIA A SLOVENSKA



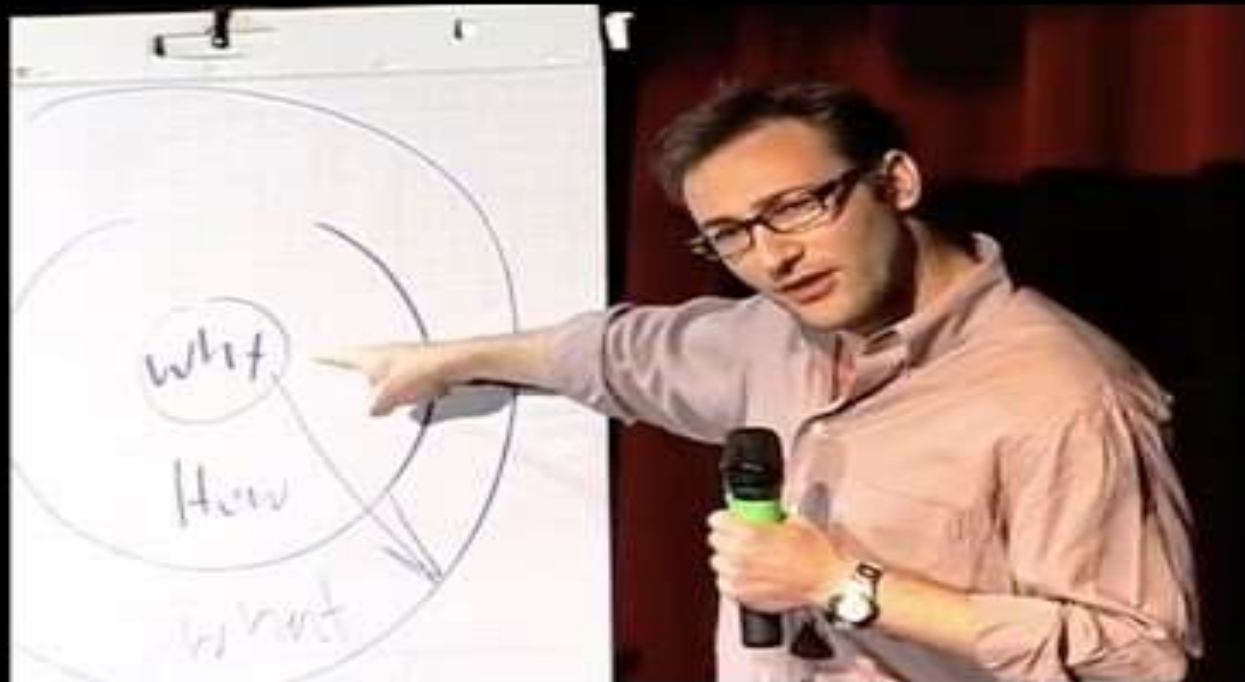
# DESATORO PODNIKATEĽA

1. **Zamerajte sa na jednu vec poriadne** - tzn., radšej robte jednu vec na 100 %, ako by ste robili 10 vecí zle.
2. **Robte to, čo poznáte a čo milujete** - nezačínajte podnikanie len preto, že je to trendové a atraktívne, ale preto, že to naozaj chcete, a robte to, čo milujete. Podnikanie založené na sile a talente má oveľa viac šancí na úspech, nejde pri ňom len o ziskovosť, ale aj užitočnosť a pocit z dobre vykonanej práce. Ak do podnikania nedávate aj vaše srdce, podnikanie nie je odkázané na úspech.
3. **Povedzte to za 30 sekúnd alebo to nehovorte vôbec** - buďte vždy pripravení prezentovať seba a svoje podnikanie pred investormi a potenciálnymi zákazníkmi. Naučte sa uviesť svoje poslanie, služby a ciele jasným a stručným spôsobom. Menej je vždy viac.
4. **Sústred'te sa na to, čo viete, a nechajte si poradiť pri tom, čo neviete** - ako sa hovorí: „Nikto učený z neba nespadol,“ preto sa netrápte tým, že niečo neviete, a obklopte sa úspešnými ľuďmi, podnikateľmi a mentormi, aby sa z vás stal lepší vodca a podnikateľ. Nechajte si poradiť a nebojte sa požiadať o radu, nie každý chce ukradnúť váš biznisový nápad. Snažte sa obklopiť ľuďmi, ktorí majú rovnaké obchodné a osobné záujmy ako vy.
5. **Začnite ako START-UP** - podnikanie nie je len o luxusných kanceláriách, drahých autách a smartfónoch. Vaše financie sú životná krv vašej spoločnosti, preto kontrolujte náklady spoločnosti a veľmi dobre zvážte, do čoho vložíte vaše peniaze. Pokúste sa zachovať nízke režijné náklady a efektívne riadiť peňažný tok vo firme.

# DESATORO PODNIKATEĽA

- 6. Skúška ohňom** - žiadna obchodná taktika ani najlepší obchodný plán nevie na 100 % predpovedať budúcnosť, ale ak ste dokonale pripravení, dokáže vám pomôcť vyvarovať sa chýb. Nikdy neskáčte do nového podnikania bez predchádzajúcej prípravy a plánovania, ale ani nestráňte roky čakaním na rozbeh. Naučte sa poučiť z vlastných chýb a pustite sa do podnikania.
- 7. Nikto vám nedá peniaze len tak** - preto si poriadne pripravte investičný plán a finančné projekcie. Nájdite spôsoby, ako preukázať, že sa do vášho obchodného modelu oplatí investovať. Pred investovaním skúste nájsť svoju vlastnú hodnotu. Ak bude vaša koncepcia úspešná, vaša šanca na získanie kapitálu od investorov sa výrazne zlepší.
- 8. Pracujte na sebe a starajte sa o seba** - je dôležité neustále sa zlepšovať a pracovať na sebe, vzdelávať sa vo veciach a inováciách, aktuálnych trendoch týkajúcich sa podnikania. Okrem toho sa treba starať aj o svoje zdravie a dodržiavať zdravý životný štýl. Len ak sme zdraví a spokojní, zvyšuje sa aj naša produktivita. *Podnikanie je životný štýl, nie profesia!*
- 9. Nepreceňujte sa/nepodceňujte sa** - nesnažte sa preceňovať svoje sily a vyhnite sa preháňaniu pravdy. Snažte sa pravdivo a presne objasniť, čo naozaj chcete, a naopak, čo nie.
- 10. Poučte sa z vlastných chýb a hľadajte vlastné ponaučenie** - uvedomte si, že nie každé podnikanie je okamžite odsúdené na úspech a raketový vzostup. Uvažujte o tom, čo sa stalo a kde nastali chyby. Posúďte, čo by ste urobili inak. Určte, ako využijete tieto náročné lekcie, aby ste vylepšili seba a svoje budúce podnikateľské úsilie. Svoj nápad a podnikanie si otestujte, pretože univerzálny návod na úspech neexistuje.

# AKO KOMUNIKUJÚ ÚSPEŠNÉ PODNIKY A V ČOM TKVIE ICH ÚSPECH PODĽA SIMONA SINEKA



Zdroj: [https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF\\_VuA](https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA)



# ODHAĽTE SVOJE SILNÉ STRÁNKY

## Základné otázky na odhalenie silných stránok:

- V čom ste dobrí a čo vás baví?
- Kde máte kontakty a v akej z oblastí?
- Kto je váš vzor/idol?
- V čom by ste mohli byť užitoční a osožní iným?
- Viete niekomu pomôcť/poradiť?
- Kde a aké sú vaše silné stránky?

## Možnosti, kde sa otestovať:

- **Balance Management test** - 20 €/osoba, kde je dostupná aj 14-dňová free verzia. Je to licencovaný produkt, ktorý vám dá informácie o vašom pracovnom nastavení:

<https://www.balancemanagement.com/subscription/plan?hash=d98lZdJH3t0kOnAhbhRKzMX1OrhjH%252FshL%252FEZYr2DaK4%253D>

- **Test silných stránok** - od autora Jana Mühlfeita, ktorý vyplýva z metodiky Gallup:

<http://silnestranky.sk/test-dospely-bez/>

- **Gallup test silných stránok** - ide o presnejšie zistenie silných stránok vašej osobnosti:

[https://www.gallupstrengthscenter.com/Purchase/en-US/Product?Path=Clifton%20StrengthsFinder&utm\\_source=gsc&utm\\_campaign=201612homepagetest&utm\\_medium=purchasseassessmentbutton](https://www.gallupstrengthscenter.com/Purchase/en-US/Product?Path=Clifton%20StrengthsFinder&utm_source=gsc&utm_campaign=201612homepagetest&utm_medium=purchasseassessmentbutton)

# OSOBNÁ SWOT ANALÝZA

- Vlastné skúsenosti, schopnosti.
- V čom vynikáte.
- Viete nadväzovať kontakty a máte kontakty na vplyvných ľudí?
- Aké máte vlastnosti? Ste vodcovský typ?
- Čo ľudia považujú za vašu silnú stránku?

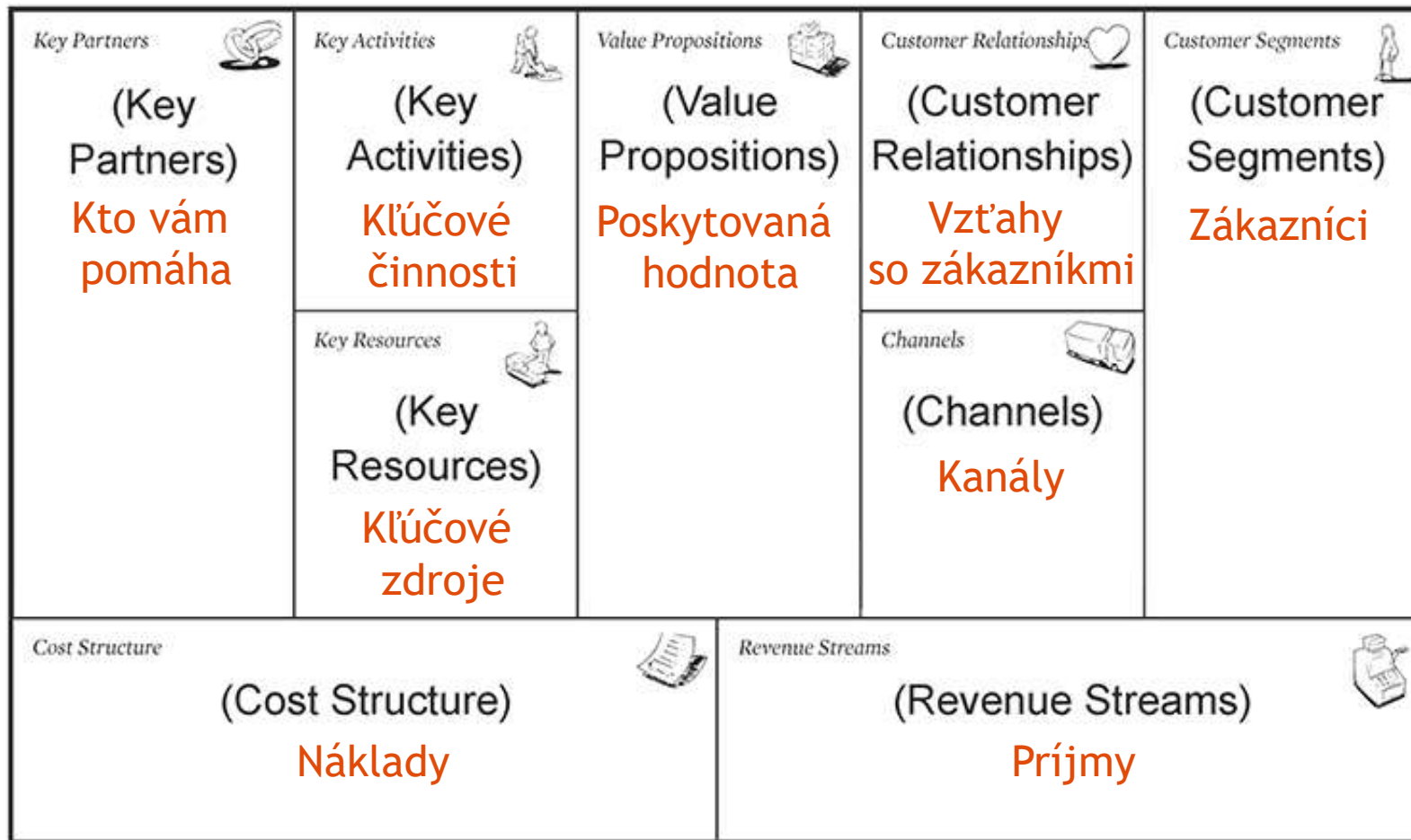
- Nedostatky.
- Akým úlohám sa vyhýbate, pretože sa ich obávate?
- Čo ľudia považujú za vašu slabú stránku?
- Vymenujte svoje zlovyky.
- Viete sa ovládať v stresových situáciách?
- Viete ovládať svoj hnev?



- Dostupné možnosti.
- Ako môžete využiť súčasný trhový rast vo svoj prospech?
- Aké trendy sledujete na miestnom trhu?
- Sledujete, aké nové spoločnosti sa rozvíjajú a vznikajú na trhu?

- Vonkajšie bariéry brániace vám pri podnikaní.
- Môže byť niektorá z vašich slabých stránok hrozbou? Napríklad nedôvera vo vlastné schopnosti.
- Akým prekážkam ste momentálne vystavení?
- Predstavujú zmeny v technológiách riziko pre váš odbor, v ktorom chcete podnikat'?

# OSOBNÝ BIZNIS MODEL - CANVAS MODEL



# DIAGNOSTICKÉ OTÁZKY K OSOBNÉMU MODELU

## Kto ste, čo máte, čo robíte

- Zaujíma vás vaša práca?
- Využívate niektorú svoju dôležitú schopnosť či skúsenosť len málo alebo vôbec?
- Zodpovedajú vaše osobné predpoklady vašim pracovným aktivitám?

## Kanály

- Ako sa o vás zákazníci dozvedia?
- Ako zákazníci hodnotia vaše produkty?
- Dávate zákazníkovi možnosť nakupovať prostredníctvom spôsobov, ktoré uprednostňujú?
- Aké produkty dodávate?
- Ako zaistíte spokojnosť zákazníkov po nákupe?

## Komu a ako pomáhate

- Tešia vás vaši zákazníci?
- Kto je váš najdôležitejší zákazník?
- Je poskytovanie služieb zákazníkovi príliš nákladné?
- Kládie zákazník dôraz na kľúčové vlastnosti a úlohu, ktorú preňho zaistujete?
- Potrebujete nových zákazníkov?
- Ktoré prvky vašich služieb si zákazníci najviac cenia?
- Mohli by ste pridanú hodnotu dodávať zákazníkovi prostredníctvom iného kanálu?
- Teší vás ponúkať zákazníkovi hodnotu, ktorú poskytujete?

# DIAGNOSTICKÉ OTÁZKY K OSOBNÉMU MODELU

## Ako komunikujete - vzťahy so zákazníkmi

- Aký typ vzťahov máte so zákazníkmi podľa ich očakávania vytvoriť a udržiavať?
- Čo je primárnym cieľom vašich vzťahov so zákazníkmi - ich udržiavanie a získavanie nových?
- Zlepšilo by komunikáciu so zákazníkmi vytvorenie používateľskej komunity alebo pripojenie sa k nej? Mohli by ste produkt vytvárať spoločne so zákazníkmi?

## Kto pomáha vám

- Kto sú vaši kľúčoví partneri?
- Pokiaľ vám kľúčový partner chýba, nemali by ste uvažovať o jeho nájdení?

## Otázky k príjmom a nákladom

- Sú vaše príjmy adekvátne poskytovanou hodnotou pre vašich zákazníkov?
- Neakceptujete nízke príjmy iba z dôvodu, že podceňujete hodnotu svojho produktu?
- Boli by vaše súčasné príjmy adekvátne v prípade, že by sa znížili tvrdé a mäkké náklady?
- Sú príjmy uhrádzané spôsobom, ktorý uprednostňujú vaši zákazníci, alebo spôsobom, ktorému dávate prednosť vy?
- Ktoré hlavné náklady vás v súčasnom biznis modeli zaťažujú?
- Ktoré kľúčové činnosti generujú vo vašom modeli najvyššie mäkké náklady?

# CANVAS BIZNIS MODEL

## TVORBA BIZNIS MODELU



## PRÍKLAD SPOLOČNOSTI GOOGLE



# KDE NAČERPAŤ INŠPIRÁCIU A RADY

- RozhýBiznis.sk - Soňa Ondrejková - podpora a poradenstvo v rámci podnikania a jeho rozbehu:

<http://rozhybbiznis.sk/>

- Rozbehnisa.sk - Juraj Kováč - poradenstvo a možnosť otestovať si svoj „rozbiehačský“ nápad:

<https://rozbehnisa.sk/>

- Komunita podnikateľov - uskutočňujú pravidelné stretnutia a workshopy týkajúce sa podnikania:

[www.biznisklub.sk](http://www.biznisklub.sk)

- Facebookové komunity:

- učíme sa podnikat', kde radia skúsení podnikatelia ostatným začínajúcim:

<https://www.facebook.com/groups/ucimesapodnikat/>

- učíme sa podnikat' s e-shopom, rovnako možnosť získať rady alebo inšpirácie ohľadom založenia e-shopu:

<https://www.facebook.com/groups/ucimesapodnikatseshop/>

# KDE NAČERPAŤ INŠPIRÁCIU A RADY

## Coworkingové centrá (pozn.: coworking - priestor, ktorý zdieľajú nezávislí pracovníci):

- **Impact Hub Bratislava** - priestor pre všetkých, ktorí chcú robiť to, čo ich baví, a baviť sa tým, čo robia. CAMPUS. INCUBATOR. INNOVATION LAB.

[https://www.facebook.com/pg/impacthubba/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/impacthubba/about/?ref=page_internal)

- **Connect Coworking Bratislava** - cieľom je umožniť rozvoj podnikov, ktoré sú príkladom inovačného, úspešného a eticky korektného podnikania:

[https://www.facebook.com/pg/ConnectSK/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/ConnectSK/about/?ref=page_internal)

- **Facility System Hub Trenčín** - podnikateľská komunita členov klubu, založená na princípe spolupráce:

[https://www.facebook.com/pg/fshtn/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/fshtn/about/?ref=page_internal)

- **Banka Žilina** - inšpiratívny priestor pre startupy a začínajúcich podnikateľov:

[https://www.facebook.com/pg/BankaZilina/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/BankaZilina/about/?ref=page_internal)

- **Coworking Košice „co-šicke“** - „Robme spolu šicke v coworkingu co-šicke!“

[https://www.facebook.com/pg/coSicke/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/coSicke/about/?ref=page_internal)



# ČO JE TO COWORKING?

A photograph of a piece of white lined paper with the word "CONNECTEDNESS" written in black, bold, uppercase letters in the center. The paper is slightly wrinkled and has horizontal lines. The image is framed by a black border at the top and bottom.

CONNECTEDNESS

Zdroj: [https://www.youtube.com/watch?v=le0dfcG\\_jVw](https://www.youtube.com/watch?v=le0dfcG_jVw)

Ide o štýl práce, ktorý zahŕňa zdieľaný pracovný priestor, v ktorom ľudia vykonávajú aktivity vzájomne od seba nezávislé. **To znamená, že nepracujú na jednom projekte alebo v jednej firme. Skôr naopak, ide o samostatné osobnosti, ktoré by inak pracovali z domu, alebo ľudí, ktorí sú často na cestách a potrebujú priestor len dočasne.** Tiež môže ísť o zhromaždenie ľudí, ktorí síce pracujú nezávisle od seba, no zdieľajú podobné hodnoty a vyhľadávajú ten synergický efekt, ktorý spoločné priestory ponúkajú - či už spolupráca, mentoring, nové nápady, projekty a iné.

# KDE NAČERPAŤ INŠPIRÁCIU A RADY



Združenie mladých  
podnikateľov Slovenska®



**IMPACT  
HUB**



SLOVAK | BUSINESS | AGENCY

**BZNISKLUB.SK**  
Inšpirácia | komunita | úspech

# KDE SA ĎALEJ INŠPIROVAŤ

## KNIHY:

- Truban Support
- Váš osobní startup
- 99 podnikateľských nápadov
- 59 inšpiratívnych podnikateľských nápadov
- Myslete jednoduše - Ken Segall
- Šíleně jednoduché - Ken Segall
- Myslete jako Steve Jobs
- Robte to ako Virgin - Richard Branson

## KONFERENCIE:

- Forbes 30pod30
- TEDx

## ČASOPISY A NOVINY:

**STRATÉGIE**

**HN HOSPODÁRSKE  
NOVINY**

**TREND**  
Týždenník o ekonomike a podnikaní

**Forbes**



**zisk**  
manažment

**UP**  
STARTITUP



PRÍKLADY ÚSPEŠNÝCH PODNIKATEĽOV

# WEBSUPPORT - MICHAL TRUBAN

- **Charakteristika** - spoločnosť pôsobí od r. 2002 ako registrátor internetových domén a poskytovateľ webhostingových služieb, dnes je jednotkou na Slovensku v oblasti webhostingu a počte domén.
- **Začiatky** - Michal začínal ako študent strednej školy, kde trávil celý čas pri počítači a s kamarátmi sa rozhodli začať podnikáť. Začínal podnikanie s maminou živnosťou a jediným serverom. **Dobry produkt si zákazníkovi nájde, aj keď nie je všetko dokonalé.** Podnikanie postavili na tom, že zákazníkovi ponúkajú viac, a to tak, že na začiatku sa snažili každému zákazníkovi vyjsť v ústrety. Oslovovanie prebiehalo prostredníctvom databázy z portálu Zoznam.sk, zverejnených emailových adries a priameho oslovovania firiem. Kompletne služby, tzn. neobmedzený hosting, ponúkajú za 2 400 SK/rok.
- **Dôležité hodnoty** - vybudovať spoločnosť s hlboko zakorenenými hodnotami, ktorými sú kvalita, priateľský kolektív a kontinuálna evolúcia.

Zdroj: Piko, M., 2015



# PETRA TOTH, s. r. o. - PETRA TOTH



- **Charakteristika** - spoločnosť vyrába šperky, módne odevy a doplnky vrátane parfumov. Vyrába ich slovenská šperkárka a dizajnerka, ktorá kladie veľký dôraz na tradície a slovenský folklór. Vo svojej tvorbe využíva pôvodné slovanské ornamenty a pretvára ich do súčasnej sofistikovanej podoby.
- **Začiatky** - začiatky podnikania v oblasti handmade výroby šperkov pramenia z Petrinho detského sna. Začiatky boli náročné, firma sa naplno rozbehla až po presťahovaní z Bratislavy na vidiek, kde Petra nachádza množstvo inšpirácií. Je za tým kus práce na sebe a zlepšovaní a inovovaní každej z kolekcií.
- **„Treba neustále pracovať na sebe, pretože stagnácia je cesta späť.“**

Zdroj: <http://petratoth.sk/o-petre-toth> a <https://www.topmoda.sk/magazin/petra-toth-uspech-je-vytrvat-a-neprestavat>

# MARTINUS - MICHAL MEŠKO

- **Charakteristika** - internetové kníhkupectvo s kamennými obchodmi a kaviarňami Foxford, ktoré v tomto roku prikúpilo svojho konkurenta Gorilu.sk.
- **Začiatky** - Michal začal podnikat' vo veku 15 - 16 rokov a nebolo to vždy ľahké, potom pokračoval na vysokej škole, kde sa stal spoluzakladateľom stránky Referáty.sk. V Martinuse, ktorý bol financovaný z kamenného kníhkupectva, začínal ako programátor.
- „Nečakajte. Čas by mal byť vzácny aj pre vás.“

Zdroj: <http://www.mediawatch.dog/michal-mesko-a-jeho-online-zivotny-pribeh-martinus-sk/>



Zdroj: [https://www.youtube.com/watch?v=wi\\_l8rFLbQY](https://www.youtube.com/watch?v=wi_l8rFLbQY)

# POWERLOGY - DUŠAN PLICHTA



- **Charakteristika** - e-shop so zdravými a vylepšenými potravinami a kávou, kde sa dozviete aj o trendoch v oblasti výživy a zdravého životného štýlu. Dušan Plichta - bloger, podnikateľ, dobrodruh.
- **Začiatky** - Dušan sa začal venovať štúdiu zdravého životného štýlu, štúdiu kávy a cestovaniu po Austrálii, Brazílii a pod. Svoj podnik poňal ako start-up, i keď nie priamo v technologickej oblasti. Jeho investorom sú 3F (family, friends, fools). Na čo sa sústrediť - po prvé, nebáť sa odmietnutia a nedovoliť, aby sa človeka emočne dotklo. Po druhé, skúšať, testovať, vyhodnocovať, testovať... tzv. „Lean Startup“. Na záver heslo - „There is no map, you need to create your own.“
- Jeho víziou je: „**Inšpirovať a pomáhať ľuďom realizovať svoj 100 % potenciál cez optimalizáciu životosprávy a šikovné životné experimenty.**“

Zdroj: Tomek, M., 2014. <https://www.startitup.sk/rozhovor-dusan-plichta-kava-je-kazdodennym-gastrozazitkom/>



# FITSHAKER - LUCIA & PETER ŠVARALOVCI



Zdroj: [https://www.youtube.com/channel/UC5rrwX09xeG2H\\_CpsuFlypw](https://www.youtube.com/channel/UC5rrwX09xeG2H_CpsuFlypw)

- **Charakteristika** - spoločnosť pôsobí na trhu od r. 2014 ako poskytovateľ online cvičení a služieb týkajúcich sa zdravého životného štýlu a varenia. Okrem toho vydáva knihy o varení a motivačné diáre. Jej poslaním je pomôcť ženám k lepšej postave priamo v pohodlí domova. Motto spoločnosti znie: „Zmeň svoju obývačku na fitko.“
- **Začiatky** - Lucka začala hodinami zumbly, ktorá ju oslovila. Jej vtedajší priateľ to vymyslel tak, že ona bude robiť inštruktorku zumbly a on sa bude starať o technické zabezpečenie a marketingovú podporu. Hodiny sa nerozbiehali tak, ako si mysleli. Postupom času začali natáčať videá s choreografiami a dávať ich na Youtube s cieľom, aby si mohli zacvičiť aj tí, ktorí na hodinu prísť nemôžu.
- **Cieľ** - „Pomáhať ľuďom cítiť sa vo svojom tele skvelo!“

Zdroj: Švaral, L. a fitshaker tím, 2016.

# JASPRAVIM.SK - MIRKA ŠTEVKOVÁ

- **Charakteristika** - ide o portál, ktorý ponúka prácu a brigádu na doma pre firmy, domácnosti a jednotlivcov. Ide o tzv. mikroprácu.
- **Začiatky** - po vysokej škole si Mirka s manželom založila personálnu agentúru a neskôr e-shop. Aktuálne sa im to podarilo skĺbiť. Pre súkromnú sféru sa rozhodla už na vysokej škole.
- Ako uvádza podnikateľka Mirka, všetci majú na niečo talent. Dôležité je nezostať v zaužívaných koľajach a občas z nich aj vybočiť. Niekedy si stačí vyčleniť hodinu, dve za deň a zrazu je to šesťdesiat hodín za mesiac, a to sa už dá zrealizovať naozaj veľa.



Zdroj: <https://www.youtube.com/watch?v=sdDXxblvILU>

Zdroj: Martinková, M., 2017

# ZHRNUTIE

**BIZNIS NÁPAD** - inšpirujte sa a rozvíjajte svoj nápad, nájdite si motiváciu a robte to, čo vás baví.

**BIZNIS MODEL** - vyjadrite svoj nápad a pomenujte to, čo budete predávať, vytvorte si podnikateľský plán a objavte, v čom sa líšite od konkurencie.

**PRIESKUM** - napíšte si texty, pripravte si testovaciu verziu svojho podnikania, kde si nastavíte cenu, názov a vytvoríte prieskum.

**TESTOVANIE** - otestujte svoj nápad na malej skupine ľudí, pripravte si testovaciu verziu a buďte pripravení na spätnú väzbu.

**SEBAROZVOJ A SEBAREALIZÁCIA** - zistite, v čom ste dobrí, a pracujte na sebe, rozvíjajte svoje silné stránky a neustále sa vzdelávajte v tom, čo vás baví. Obklopte sa ľuďmi, ktorí vás môžu posunúť a rozvíjať.

# POUŽITÁ LITERATÚRA

- Clark, T. - Osterwalder, A. - Pigneur, Y. 2013. *Osobní business model*. BizBooks, 2013. ISBN 978-80-265-0075-9
- Kováč, J. 2015. Rozbehnisa. <https://rozbehnisa.sk/>
- Krošláková, M. a kol. 2017. *Základy podnikania pre stredné školy*. EXPOL PPEDAGOGIKA, 2017. ISBN 978-80-8091-472-1
- Martinková, M. 2017. *Ženy cestou k úspechu*. 2017. In: *Báječná žena*, ročník XIV., číslo 25. ISSN 977-1336-561008
- Ondrejková, S. 2017. *Rozbehni svoj biznis nápad*. Workshop Slovak Business Agency.
- Pixabay.com, 2017. *Obrázky použité v prezentácii*. Voľne dostupná databáza obrázkov na <https://pixabay.com/>.
- Švaral, L. a kol. 2016. *Z fitka do kuchyne špeciál*. Fitshaker s. r. o., 2016. ISBN 978-80-971788-4-0