

Podnikatelský plán

[Název podniku – vyplnit]

[Název projektu – vyplnit]

I. SLOŽENÍ TÝMU A PODNIKU

Tým

[Představte prosím zakladatele a hlavní členy týmu a uveďte, kdo je jeho leaderem. Uveďte stručné životopisy v rozsahu 10-20 řádků. Popište odborné znalosti, formu spolupráce (úvazek, externista atd.) a zkušenosti členů týmu, které jsou relevantní pro nový podnik (technické, obchodní, sektorové). Pokud tým nemá určité specifické dovednosti pro projekt, vysvětlete, jak je získáte.

Podnik

[Uveďte prosím stručnou historii popisující vaše současné zkušenosti a dosavadní úspěchy; popište motivaci k založení vašeho podniku, jeho právní formu a vlastnickou strukturu včetně jmen podílníků a jeho současný stav. Zároveň uveďte i jiné hospodářské nebo finanční činnosti přímo nesouvisející s předkládaným projektem.]

II. PŘIPRAVENOST PRODUKTU

TRL – Úroveň připravenosti produktu

[V jaké fázi vývoje je v současné době technologie a váš produkt? Jaká je vyspělost vašeho produktu? Např. zda jsou všechny komponenty k dispozici na trhu a jde již jen o to výsledný produkt dát dohromady. Nebo v případě služeb např. jaká je náročnost programování potřebná k tomu, aby se nápad na službu proměnil v reálnou aplikaci. Uveďte rovněž současnou úroveň připravenosti a také to, jaké úrovně hodláte dosáhnout ke konci inkubace.

- TRL 0 Nápad / Neověřený koncept, neproběhlo žádné testování
- TRL 1 Základní výzkum / Popsání nějakého jevu na základní úrovni
- TRL 2 Technologická formulace / Vypracování technologického záměru
- TRL 3 Aplikovaný výzkum / Experimentální ověření realizovatelnosti záměru
- TRL 4 Prototyp malého rozsahu / Ověření záměru na laboratorní úrovni
- TRL 5 Prototyp velkého rozsahu / Ověření technologie v modelovém prostředí
- TRL 6 Prototypový systém / Funkce technologie prokázána ve skutečném prostředí
- TRL 7 Vzorový systém / Provoz technologie ve skutečných souvislostech a prostředí
- TRL 8 První komerční systém / Kompletní systém připravený pro výrobu
- TRL 9 Plné komerční nasazení, technologie dostupná zákazníkům

Úroveň připravenosti projektu při podání žádosti o podporu:

Plánovaná úroveň připravenosti projektu po vyčerpání požadované podpory:

Duševní vlastnictví

[Kdo je vlastníkem know-how? Uveďte všechny patenty, které vlastníte (plánujete vlastnit), nebo licence, které jste získali (plánujete získat) pro svůj produkt. Jak dlouho budou platit? Kdo je držitelem patentu (patentů)? Na jaké země se patent (patenty) vztahuje (vztahují)? Pokud máte uzavřenou smlouvu o používání patentu mimo vlastní společnost, jaké jsou smluvní podmínky (exkluzivita, zeměpisné zóny, časové období atd.)?

Pokud doposud žádný patent nebo licenci nevlastníte a ani je neplánujete pořizovat, napište, „Pro projekt není v tuto chvíli ochrana duševního vlastnictví uvažována“].

III. INOVATIVNOST A CHARAKTERITIKA PRODUKTU

Technologie

[Uveďte podrobný popis technologie, která tvoří inovativní základ vašeho projektu. Nezapomeňte, že cílovým publikem nejsou pouze technologičtí experti, ale také investoři, manažeři apod., a že vaše vysvětlení by proto mělo být stručné a k věci.

IV. POPTÁVKA, KONKURENCE, PŘIDANÁ HODNOTA

Analýza poptávky

[Popište poptávku po vašem produktu za použití následujících ukazatelů:

- Uveďte obecný popis trhu. Jedná se o potenciální trh (případně vytváříte zcela nový trh), vznikající, rozvíjející se, vyspělý nebo upadající? Jak se bude vyvíjet v čase? V jakých zemích se tento trh nachází? Jak citlivý je trh a na čem závisí jeho vývoj?
- Jak velký je trh, který máte svým produktem šanci oslovit nyní a jak odhadujete vývoj budoucích tržních příležitostí s ohledem na vaše řešení. Stejným způsobem vyhodnoťte celkový tržní potenciál vašeho produktu, tj. tu část celkového trhu, kterou jste reálně schopni oslovit. Berte v potaz jak geografickou vzdálenost, tak kvalitu a přidanou hodnotu vámi navrhovaného řešení.
- Odhadněte celkový tržní potenciál vašeho produktu, tj. tu část vámi cíleného trhu, kterou byste realisticky mohli získat s ohledem na konkurenci, velikost vašeho podniku a jakékoli další překážky, kterým jste nuceni čelit
- Vysvětlete, jak funguje vámi zvolený trh. Jaké jsou hlavní podmínky a překážky vstupu na trh a jak je lze překonat?

- Pokud již uživatelé měli možnost vyzkoušet si váš produkt, doložte jejich zpětnou vazbu. Uveďte analýzu vážných zájemců: z jakého důvodu mají o váš produkt zájem? Měli uživatelé nějaké návrhy, jak by se produkt mohl dál vyvíjet nebo vylepšit? Jakou cenu jsou ochotni zaplatit? Použijte i negativní zpětnou vazbu: proč někteří potenciální zákazníci neměli zájem a co jste se z toho důvodu rozhodli změnit?

Konkurence

[Dokonalá znalost konkurence je klíčem k úspěchu. Shrňte výsledky vlastní analýzy podle níže uvedených bodů. Zohledněna by měla být přímá i alternativní konkurenční řešení, která jsou momentálně na trhu. Pokud víte, zkuste i zhodnotit výhled konkurenčních řešení do budoucna.

- Pronikání na trh: Zhodnoťte sílu konkurence na cílovém trhu, ať už je přímá, nepřímá, aktuální nebo teoretická. Existují konkurenti, kteří prodávají stejný nebo podobný produkt? Kolik konkurentů existuje? Jak jsou velcí? Jak jsou aktivní? Jaké jsou jejich podíly na trhu? Jak se jejich podíl na trhu v poslední době změnil? Existují nějaké důvěryhodné informace o příchodu nových konkurentů v blízké budoucnosti (oznámení nových produktů, úniky informací v tisku, osobní informace)?
- Srovnávací analýza produktu: Analyzujte produkty svých konkurentů. Odhadněte míru spokojenosti, kterou tyto výrobky přinášejí s ohledem na potřeby trhu. Které výrobky v současné době splňují očekávání zákazníků v souvislosti s potřebou, kterou hodláte řešit? (identické výrobky a/nebo výrobky založené na jiných technologiích). Jaké jsou jejich hlavní charakteristiky: cena, kvalita, rychlost dodání a technická podpora? Jak jsou tyto výrobky distribuovány? Pokud je váš produkt zcela nový, je potřeba trhu v současné době uspokojována něčím jiným? Do jaké míry? Jak?

Přidaná hodnota

[Uveďte prosím stručně, jaké problémy řešíte, jakou potřebu zákazníků jste schopni naplnit a jaké řešení nabízíte svým produktem, který hodláte prodávat. Stručně popište svou prodejní nabídku, tj. proč váš produkt přinese zákazníkovi větší přidanou hodnotu než jiné podobné nabídky. Přidaná hodnota může být kvantitativní (např. cena, rychlost služby) nebo kvalitativní (např. design, zákaznická zkušenost). Můžete uvést příklad použití vašeho produktu?]

V. OBCHODNÍ MODEL

Obchodní model popisuje zdůvodnění toho, jak organizace vytváří, poskytuje a zachycuje hodnotu. Pro podnik je základem generování zisku. Váš podnik může stále být v počáteční fázi a v takovém případě může být obchodní model ještě velmi předběžný. V takovém případě použijte níže uvedený text jako vodítko a popište své dosavadní závěry. Podnik, který má již zavedený obchodní model, by měl v této kapitole popsat jeho klíčové prvky.

Uveďte shrnutí, které se bude týkat následujících bodů:

- Komunikační, distribuční a prodejní kanály – Jak zvyšujete (plánujete zvyšovat) povědomí o produktech vašeho podniku? Jakými kanály můžete oslovit segmenty (potenciálních) zákazníků? Jaký způsob je nákladově nejefektivnější? Jak integrujete komunikaci, distribuci a prodej se zaběhnutými procesy vašich zákazníků?
- Stanovení ceny – Na základě čeho se stanoví cena (např. náklady plus marže nebo hodnota)? Jakou cenu očekáváte, že zákazníci budou ochotni zaplatit? Kolik platí nyní za srovnatelné služby?
- Klíčová partnerství – Potřebujete pro svůj projekt partnery? Pokud ano, z jakých důvodů? Potřebujete strategické partnerství, spolupráci s konkurencí, společné podniky, partnerství s odběrateli a dodavateli? Potřebujete snížit riziko, získat přístup k unikátnímu know how či znalostem nebo zdrojům?

VI. ANALÝZA RIZIK

[Uveďte prosím seznam nejdůležitějších rizik, která identifikujete při rozvoji vašeho podniku v inkubační fázi i po ní, jejich pravděpodobnost a opatření k jejich zmírnění či odstranění.]

VII. STRUKTURA NÁKLADŮ, FINANCOVÁNÍ A FINANČNÍ PROJEKCE

[Jaké jsou nejdůležitější náklady na provoz podniku? Jaké jsou nejnákladnější klíčové činnosti a zdroje? Jaké jsou vaše fixní náklady? Jaké jsou vaše variabilní náklady? Uveďte prosím do tabulky na následující stránce klíčové údaje o vašem podnikání.]

Pokyny pro psaní:

Před každým odstavcem najdete "tipy pro psaní". Tipy pro psaní slouží jako indikativní vodítko pro vyplnění dané kapitoly. Vzhledem k tomu, že Technologická inkubace (TI) je zaměřena na začínající podniky, předpokládá se, že ne každý žadatel bude schopen dokonale odpovědět na vše. Není tedy povinnost vypisovat vše, co je v tipech uvedeno, ale je vždy nutné popsat situaci vašeho podniku vzhledem k tématu, o kterém kapitola pojednává, s ohledem na technologickou úroveň a připravenost projektu. Než začnete s úpravami, přečtěte si celou šablonu, která vám pomůže při psaní textu v dané kapitole. Vyhýbejte se duplikování obsahu.

Celkový doporučený rozsah tohoto podnikatelského plánu je 20 stran, a to **včetně** případných příloh. Přílohy, které se rozhodnete přidat, by měly mít pouze informativní charakter (např. brožury, životopisy nebo kopie vyjádření zájmu/podpůrných dokumentů od partnerů).

Neměňte řádkování ani vzdálenost odstavců!

Používejte pouze písmo Calibri, velikost 11. Nepřidávejte vlastní nadpisy (doporučeno).

Před uložením a odesláním finální verze odstraňte všechny šedivé texty doporučení a pokynů.

Tržby z prodeje				
	Rok 0	Rok 1	Rok 2	Rok 3
Produkt 1				
Produkt 2				
...				
Produkt n				
Celkem	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Přímé náklady spojené s prodejem				
Produkt 1				
Produkt 2				
.....				
Produkt n				
Přímé náklady celkem	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Hrubý zisk celkem	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Provozní náklady				
Náklady na sales a marketing				
Náklady spojené s výzkumem a vývojem				
Osobní náklady				
Externí služby				
Další (reprezentace, nájem, internet, energie, pojištění, údržba...)				
Provozní náklady celkem	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Další příjmy a daně				
Další příjmy				
Daně				
Provozní zisk	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Čistý zisk	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK