

## Business plán

[Název podniku]

[Adresa podniku]

Pokyny:

Před každým odstavcem najdete "tipy pro psaní". Použijte je jako indikativní vodítko, jak jednotlivé kapitoly vyplnit, nicméně samozřejmě se může stát, že nebudete schopni odpovědět na úplně všechny otázky. Než začnete s úpravami, přečtěte si celou šablonu, která vám pomůže při psaní textu v dané kapitole. Vyhýbejte se duplikování obsahu.

Celkový maximální rozsah tohoto podnikatelského plánu je 25 stran, a to **včetně** případných příloh, které nebyly explicitně uvedeny jako povinné (jako např. výpis z obchodního rejstříku):

- Textová část (vyplnění kapitol) může mít **maximálně 20 stran**, dalších 5 stran využijte na nepovinné přílohy.
- Přílohy, které se rozhodnete přidat, by měly mít pouze informativní charakter (např. brožury, životopisy nebo kopie vyjádření zájmu/podpůrných dokumentů od partnerů, jako např. Letters of Support).

Neměňte typ ani velikost písma!

[Pokud máte další otázky nebo nejasnosti k tipům pro psaní, obraťte se před odesláním žádosti na pracovníky Technologické inkubace (TI).]

Před uložením a odesláním **konečně** verze odstraňte všechny šedivé texty i modrý text pokynů.

## 1 MANAŽERSKÉ SHRNUÍ

Tipy pro psaní

[Tato část je velmi důležitá! Po jejím přečtení by členové hodnotící komise a odborníci měli pochopit, jak váš podnik funguje, a měli by mít zájem se o něm dozvědět více. Mít dobrý podnikatelský nápad je důležité, ale klíčem k úspěchu je prokázat, že máte jasný plán realizace, přesné cíle a odpovídající manažerský tým, který nápad úspěšně uvede na trh.

Snažte se zaměřit na relevantní data. Pozornost členů hodnotící komise a odborníků nejlépe upoutáte relevantními informacemi.

Při tvorbě textu se nesnažte předjímat veškeré otázky, které by ohledně vašeho projektu potenciálně mohly vyvstat, tvořte jej tak, aby byl pro čtenáře co možná nejatraktivnější.

Popište v krátkosti a jednoduše **v rozsahu maximálně 1 strany (!)**:

- obchodní příležitosti, které vnímáte pro svůj produkt/službu:

- popis problému a jeho řešení, které nabííte pomocí produktu nebo služby, které hodláte prodávat (technologický průlom, inovace v prodeji, patent atd.);
- okolnosti: významný pokrok nebo vývoj vaší technologie, měnící se potřeby trhu, nové regulace atd.
- trh, na který se zaměřujete;
- jaké jsou vaše konkurenční výhody, tj. v čem se lišíte od podobných produktů nebo služeb, které jsou již na trhu – pokud existují;
- váš obchodní model; Jaké jsou vaše zdroje příjmů? Máte nějaká strategická partnerství? Jak je členěna vaše nabídka? Jaký je váš prioritní cílový trh? Jak jsou vaše produkty a služby dodávány zákazníkům?
- krátkodobé a dlouhodobé vize, které máte pro svou společnost, včetně strategie růstu a zdrojů: jaké jsou vaše krátkodobé cíle? (např. počet klientů, přítomnost na místních a/nebo zahraničních trzích, cílové příjmy...)? Jaké zdroje budete mít k dispozici pro dosažení svých cílů? Co již bylo uděláno a/nebo co je ještě třeba udělat (např. dokončení produktu, ochrana duševního vlastnictví, marketingová strategie, lidské a technické zdroje...)? Jaký je váš potenciál pro mezinárodní růst? Jaká je škálovatelnost vašeho podnikání?
- jak je váš vynález chráněn, např. patenty, a kdo je vlastníkem duševního vlastnictví.
- know how, znalosti a dovednosti, kterými zakladatel a jeho tým disponují a mohou použít pro naplnění cílů.]

Text

## 2 SLOŽENÍ TÝMU A PODNIKU

### 2.1 Tým

Tipy pro psaní

[Představte prosím zakladatele a hlavní členy týmu a uveďte, kdo je jeho leaderem. Uveďte stručné životopisy v rozsahu 10-20 řádků. Popište odborné znalosti 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.

Seznam případných podporovatelů (např. podpůrné subjekty, partnerství, finanční podporovatelé, zákazníci). Při psaní této kapitoly nezapomeňte, že program Technologické inkubace hledá vizionářské podnikatele a týmy.]

Text

### 2.2 Podnik

Tipy pro psaní

[Uveďte prosím stručnou historii, popisující vaše současné zkušenosti a úspěchy; popište motivaci k založení vašeho podniku, jeho právní formu a vlastnickou strukturu včetně jmen podílníků.

Uveďte datum založení podniku (nesmí být starší než 5 let). Upozorňujeme, že **inkubace začínajících podniků starších 3 let je možná pouze v případě, že poskytnou vysvětlení, proč je jejich projekt stále ve fázi inkubace**. Pokud je toto váš případ, vysvětlete stručně (ne 1-2 odstavce) v této kapitole, z jakého důvodu se stále nacházíte v počátečních fázích rozvoje podniku.

Jaké budou nejvýznamnější rozvojové kroky vašeho podniku během inkubace?

- Prodejní aktivity (významné zakázky, účast na strategických veletrzích...)
- Technická výroba (hotové prototypy, vytvoření pilotní jednotky, navázání partnerství...)
- Jiné hospodářské nebo finanční činnosti...
- Struktura lidských zdrojů (nábor a konsolidace vašeho podniku)]

Text

## 3 ZPŮSOBILOST A ÚROVEŇ PŘIPRAVENOSTI PRODUKTU/SLUŽBY

### 3.1 Relevance pro technologický sektor

Tipy pro psaní

Popište, do kterého ze sektorů TI spadá váš produkt nebo služba. Doložte, že máte k uvedeným technologiím přístup. Uveďte rozsáhlejší popis toho, jak přesně technologii do svého produktu nebo služby integrujete.

Aby byla vaše žádost o inkubaci přijatelná, musí být spojena s jedním z technologických sektorů reálné a relevantní a musí poskytovat technickou a/nebo nákladovou výhodu ve srovnání s jinými řešeními.

- AI hub,
- Mobility Innovation hub
- EcoTech hub
- Creative BIC

Text

### 3.2 TRL – Úroveň připravenosti produktu/služby

Tipy pro psaní

[V jaké fázi vývoje je v současné době technologie a váš produkt/služba? Jaká je vyspělost vašeho produktu/služby. 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.

Použijte přehled úrovně připravenosti k inovaci, který je uveden v balíčku žádosti].

Text

### 3.3 Duševní vlastnictví

Tipy pro psaní

[Uveďte všechny patenty, které vlastníte, nebo licence, které jste získali pro svůj produkt/službu (v případě potřeby přiložte doklad o podaném patentu nebo ochranné známce). 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.)? Jaké rozpočtové položky se týkají průmyslového a duševního vlastnictví (platby v hotovosti, licenční poplatky, platební podmínky...)?

Pokud doposud žádný patent nebo licenci nevlastníte, ale plánujete je získat, popište prosím svou strategii.

V případě znalostí či know-how, které nelze patentovat vysvětlete svou strategii ochrany vašeho nápadu na produkt nebo službu (zisk trhu, obchodní tajemství atd.) a případné plánované patentové aktivity, pokud by to bylo nutné].

Text

V případě nepatentovatelných znalostí vysvětlete svou strategii ochrany nápadu na produkt nebo službu (zisk na trhu, obchodní tajemství apod.) a případné plánované patentové aktivity.].

Text

## 4 Inovativnost

### 4.1 Technologie a strategie výzkumu a vývoje

Tipy pro psaní

[Uvedte podrobný popis technologie potřebné pro váš produkt/službu; vysvětlete, jaká moderní technologie 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.

Jaké jsou hlavní technické termíny, které používáte k popisu vašeho produktu? Jaké jsou současné nejvyšší standardy ve vašem oboru? Uvedte současné nejvýznamnější pokroky a jejich vliv na trh. Jaké jsou další perspektivy technologického vývoje ve vašem oboru a v jakém časovém horizontu? Existují nějaké další projekty nebo probíhající technologický vývoj, které mohou mít silný dopad na vaši technologii v budoucnosti?]

[Popište hlavní předvídané výzvy/problémy a způsob jejich řešení. Uvedte informace o materiálech/software/datech, které pro rozvoj svého produktu/služby potřebujete, strategii jejich získávání (co lze udělat svépomocí, co již vlastníte, na co potřebujete externí partnery) a také odhadovanou dobu vývoje. Uvedte hlavní rizika a popište, jak způsob jejich řešení. Popis této části je zejména důležitý pro projekty, u nichž je úroveň připravenosti produktu/služby nízká].

Text

### 4.2 Přidaná hodnota

Tipy pro psaní

[Uveďte prosím stručně, jaké problémy řešíte, jakou potřebu zákazníků jste schopni naplnit a jaké řešení nabízáte svým produktem nebo službou, které hodláte prodávat. Stručně popište svou prodejní nabídku, tj. proč váš produkt nebo služba 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? ]

Text

## 4.3 Analýza trhu

### 4.3.1 Poptávka

[Popište poptávku po vašem produktu/službě ve vztahu za použití následujících ukazatelů:

- Potenciální údaje a trendy:
  - Uveďte obecný popis trhu. Jedná se o potenciální trh (případně vytváříte zcela nový trh), rozvíjející se trh, vznikající, rozvíjející se, vyspělý nebo upadající trh? Jak se bude vyvíjet v čase? V jakých zemích se tento trh nachází? Jak citlivý je trh a na čem závisí jeho vývoj?
  - zhodnoťte, jak velký trh jste schopni oslovit (v globálním měřítku), a to jak v reálných číslech (skutečné prodané množství), tak v potenciálním vyjádření (množství, které by se na tomto trhu dalo prodat). Nezapomeňte uvést tržní hodnotu, objem a očekávaný růst.
  - Stejným způsobem vyhodnoťte celkový tržní potenciál vašeho produktu/služby, 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/služby, 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
  - Jak jste shromažďovali údaje? Jak jsou spolehlivé? Uveďte optimistickou i pesimistickou variantu prognózy.
- Analýza a segmentace
  - Představte fungování cílového trhu vašeho podniku, jak vypadá vztah mezi podnikem a jeho zákazníky.
  - Rozdělte trh na několik segmentů tak, aby se jim dala přizpůsobit marketingová strategie vašeho podniku. Který z těchto segmentů má pro váš podnik prioritu?
  - vysvětlete, jak funguje vámi zvolený trh. Jaké jsou hlavní podmínky a překážky vstupu na trh a jak je lze překonat?
- Ověření na trhu
  - Pokud již uživatelé měli možnost vyzkoušet si váš produkt nebo službu, doložte jejich zpětnou vazbu. Uveďte analýzu vážných zájemců: z jakého důvodu mají o váš produkt/službu zájem? Měli uživatelé nějaké návrhy, jak by se produkt mohl dále vyvíjet nebo vylepšit? Jakou cenu jsou ochotni zaplatit? Použijte i negativní zpětnou vazbu: proč někteří potenciální zákazníci neměli zájem?

Text

## 4.3.2 Konkurence

Tipy pro psaní

[Dokonalá znalost konkurence je klíčem k úspěchu. Shrňte výsledky vlastní analýzy podle níže uvedených bodů. Zohledněna by měly být přímá i alternativní konkurenční řešení, která jsou momentálně na trhu. Analýza by rovněž měla obsahovat 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/službu? 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/služby: 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? Můžete svou technologii a konkurenční technologie umístit do grafu životního cyklu? Pokud jsou váš produkt/služba zcela nové, je potřeba trhu v současné době uspokojována něčím jiným? Do jaké míry? Jak?
- Obchodní strategie a zdroje konkurence: Kdo jsou zákazníci a dodavatelé vašeho konkurenta? Jak fungují a jak jsou organizováni? Prodejní síly, distribuční kanály, distributoři, rozhodovací cykly, rozpočet na komunikaci... Kdo jsou jejich akcionáři? Máte nějaké informace o jejich ziskovosti? Jak budou reagovat na váš vstup na trh? Jaké jsou jejich silné a slabé stránky?]

Text

## 4.4 Odlišnost od jiných projektů žadatele

Tuto kapitolu vyplňte se všemi náležitostmi pouze v případě, že vaše firma dříve prošla se svým produktem/službou některým z programů agentury CzechInvest, nebo v případě že produkt či služba se kterými se hlásíte do TI byl či momentálně je již podpořen v jiném dotačním či inkubačním programu. V opačném případě tento text vymažte a tuto podkapitolu nevyplňujte.

Uveďte, čím se liší výstup inkubace (produkt, služba) od dříve podpořeného projektu. Jak je odlišný z hlediska používaných technologií? Jak je odlišný z hlediska výrobního postupu? Jak je odlišný z hlediska přidané hodnoty zákazníkům? Jak je odlišný svými technickými parametry? Jak je odlišný z hlediska svých funkcionalit?

# 5 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 vodítka 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 povědomí o produktech a službách 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 - jaké partnery potřebujete a 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?

## 6 Analýza rizik

Tipy pro psaní

[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. Zabývejte se technickými riziky souvisejícími s navrhovaným řešením a jeho vývojem i komerčními/obchodními riziky. Snažte se uvažovat v co nejširším kontextu.

Poznámka: Čím nižší je vyspělost technologie a/nebo podniku, tím důležitější je, aby byla rizika dobře identifikována.

Pro zadání údajů použijte tabulku Analýza rizik níže

Při vyplňování tabulky:

- Dopad: uveďte, na co může mít riziko dopad (př. na náklady, harmonogram, technické potíže...)
- Závažnost možných následků: prosím použijte barevnou výplň a naznačte nízkou/střední/vysokou intenzitu žlutou/oranžovou/červenou barvou

Popis rizika	Dopad	Pravděpodobnost výskytu (%)	Závažnost možných následků	Opatření proti výskytu rizika nebo plán jeho odstranění	Náklady na odstranění rizika (nízké, únosné, vysoké)

Pro editovatelnou verzi vyplňte



## 7 STRUKTURA NÁKLADŮ, FINANCOVÁNÍ A FINANČNÍ PROJEKCE

Tipy pro psaní

[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 klíčová čísla.

Jaké jsou vaše nejdůležitější zdroje financování, jejich výše a jak velké budou vaše počáteční příjmy?

Uveďte prosím čísla očekávaných zisků nebo ztrát pro příští tři roky. Vysvětlete, jaké financování je zapotřebí a jak bude zajištěno.

**Upozorňujeme, že v rámci programu Technologická inkubace jsou způsobilé pouze náklady na služby. V případě dalších dotazů se prosím neváhejte obrátit na pracovníky programu Technologická inkubace.**

[Použijte Wordovou tabulku na další stránce, přidávejte řádky podle potřeby. Pro automatický výpočet můžete využít níže vloženou Excelovou tabulku, kterou můžete otevřít dvojklikem nebo klikem na pravé tlačítko myši/Objekt Worksheet/otevřít. Získáte tak přístup k jejím funkcím, můžete ji vyplnit a následně hodnoty překopírovat do Wordové tabulky. Excelovou tabulku následně smažte]

Tabulka 1 pro automatický výpočet (smazat)

Tržby z prodeje				
	Rok 0	Rok 1	Rok 2	Rok 3
Produkt/služba 1				
Produkt/služba 2				
...				
Produkt/služba n				
<b>Celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	
Přímé náklady spojené s prodejem				
Produkt/služba 1				
Produkt/služba 2				
.....				
Produkt/služba n				
<b>Přímé náklady celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	
<b>Hrubý zisk celkem</b>	- 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...)				
<b>Provozní náklady celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	
Další příjmy a daně				
Další příjmy				

Tabulka pro finální verzi business plánu

Tržby z prodeje				
	Rok 0	Rok 1	Rok 2	Rok 3
Produkt/služba 1				
Produkt/služba 2				
...				
Produkt/služba n				
<b>Celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Přímé náklady spojené s prodejem				
Produkt/služba 1				
Produkt/služba 2				
.....				
Produkt/služba n				
<b>Přímé náklady celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
<b>Hrubý zisk celkem</b>	- 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...)				
<b>Provozní náklady celkem</b>	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
Další příjmy a daně				
Další příjmy				
Daně				
<b>Provozní zisk</b>	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK
<b>Čistý zisk</b>	- CZK	- CZK	- CZK	- CZK