

Príloha č. 1 k žiadosti o založenie spin-off spoločnosti

Podnikateľský plán spin-off spoločnosti

1. Zhrnutie

- Dôvody prečo je založenie spin-off spoločnosti najvhodnejšou formou komercializácie
- Cieľ spoločnosti (napr. účel /hlavná konkurenčná výhoda/ktor)
- Zhrnutie vízie rozvoja spoločnosti (na 5 rokov)
- Zhrnutie kľúčových aspektov spin-off spoločnosti a dôkazy (fakty) poukazujúce na jej úspešné presadenie sa na trhu

2. Štruktúra spoločnosti

- Rozdelenie základného imania spoločnosti
- Zamestnanci spoločnosti a ich pozície
- Kľúčové aktíva potrebné na fungovanie spin-off spoločnosti

3. Poskytovaná služba a/alebo produkt

- Výnimočnosť ponuky – čím sa odlišuje od existujúcich podobných výrobkov alebo služieb na trhu
- Udržateľná konkurenčná výhoda – čo zamedzí konkurencii vás dobehnúť
- Zoznam výhod a nevýhod výrobku alebo služby
- Zoznam minimálnych požiadaviek/parametrov trhu na daný výrobok alebo službu
- Doteraz nedoriešené technické otázky

4. Marketing

- Čo môže byť iniciátorom zmeny pre daný výrobok alebo službu
- Náklady na uplatnenie výrobku alebo služby na trhu (napr. testovanie, konkurencia)
- SWOT analýza (silné stránky, slabé stránky, príležitosti, hrozby)
- Analýza konkurencie (jej ciele, silné a slabé stránky)
- Aká odozva konkurencie sa očakáva a ako sa jej bude čeliť ?
- Cesta na trh – postup krokov
- Postup S-T-P (Segmentácia trhu – Trhové zacielenie –Pozícia na trhu)
 - a) Cieľový trhový segment (demografické aspekty, geografické aspekty, nákupné správanie sa)
 - b) Zacielenie (jeden segment, viac segmentov, individualizované)
 - c) Pozícia na trhu (definovanie hodnoty pre zákazníka)
- Želaný podiel na trhu a odhad veľkosti potenciálneho trhu pre daný výrobok/službu
- Kľúčoví potenciálni klienti a ich prípadná spätná väzba na službu/produkt
- Návrh marketingového mixu (hlavný úžitok produktu pre zákazníka, plánovaná cena výrobku/služby, distribučné cesty na trh, propagácia produktu)
- Porovnanie plánovanej ceny s konkurenciou, dôvody ak je medzi cenami rozdiel
- Predpokladaný objem predaja a tržieb počas prvých 5 rokov podnikania
- Popis ideálnej situácie v podnikaní, keby sa všetko vyvíjalo vo váš prospech
- Popis najhoršej možnej situácie v podnikaní
- Exit stratégia
- Čo v prípade neúspechu

Komentár [Z1]: SWOT analýza ČOHO? spoločnosti alebo ponuky jej výrobkov a služieb

- Čo v prípade úspechu – predaj väčšej spoločnosti ?

5. Duševné vlastníctvo

- Potvrďte duševné vlastníctvo (DV) a uveďte akékoľvek problémy
- Potvrďte, že neporušujete práva iných
- Načrtnite stratégiu využitia DV
- Ktoré aspekty produktu budú patentované a ktoré budú registrované ako obchodné tajomstvo ?
- Aká iná ochrana DV je vhodná (napr. registrácia úžitkového vzoru, dizajnu, ochrannej známky a pod.)
- Uveďte zoznam predmetov DV, ktorým bola udelená ochrana a zoznam žiadostí o ochranu DV spolu s uvedením krajín a hlavných nárokov

6. Výroba/zabezpečenie služby

- Môže byť produkt (výrobok alebo služba) vyrobený/ zabezpečený využitím existujúcich prostriedkov ?
- Načrtnite plány na výrobu/ zabezpečenie produktu
- Uveďte zoznam potrebných materiálov, zariadení, ich dodávateľov, ceny a času dodania
- Špecifikujte, ktoré aspekty výroby môžu byť outsourcované/zadané subdodávateľovi
- Máte dohodnuté dodávateľské vzťahy alebo vzťahy s partnermi v podnikaní ?
- Uveďte možné problémy výroby/zabezpečenia služby, dá sa spoľahnúť na jedného dodávateľa alebo sú potrební viacerí ?

7. Finančné údaje

- Načrtnite plán na získanie potrebných finančných prostriedkov na podnikanie
- Do akého času od založenia spoločnosti predpokladáte začať predaj ?
- Ako bude spoločnosť financovaná do tohto času ?
- Vypočítajte nulový bod podnikania (odkedy sa dostanete za straty do zisku)
- Spracujte Plán príjmov a výdavkov, Súvahu a Výkaz ziskov a strát na prvé 3 roky podnikania spoločnosti

8. Analýza rizík

- Uveďte hlavné obchodné, výrobné a finančné riziká podnikania a návrhy možností ich redukcie alebo eliminácie
- Bude potrebné realizovať/získať: testovanie, schvaľovanie, klinické testy, exportné licencie, atď. ?

9. Dlhodobá vízia – vo vzťahu k:

- Vývoj podielu na trhu a konkurencie
- Objemu predaja, tržieb a zisku
- Geografickým lokalitám podnikania
- Počtu zamestnancov
- Aké sú vaše vlastné dlhodobé ciele ?