**Podnikatelský plán – Logos Polytechnikos**

(dokument k předmětu Řízení softwarových projektů – zimní semestr 2017 – studenti kombinovaného studia)

Verze: 1.0

Datum vytvoření/modifikace: 24.10.2017

**Organizační zázemí**

Vize

Hlavní vizí naší společnosti Logos Polytechnikos s.r.o. je být dlouhodobým a spolehlivým partnerem v oblasti dodávek SW řešení zejména pro akademické instituce, ale i státní sféru či obchodní firmy

Historie, současnost a budoucnost firmy

Naše společnost byla založena v říjnu roku 2017 námi společníky – spolužáky z oboru Aplikovaná informatika na VŠPJ v Jihlavě.

Struktura firmy a její management

Vlastnickou strukturu firmy tvoří její společníci, kterými jsou Petr Svoboda, Jaromír John, Vladyslav Malynych a Jiří Kolář, každý s 25% podílem na základním kapitálu společnosti, který činí 100.000 Kč.

Všichni společníci jsou zároveň i jednateli společnosti a mohou vystupovat jménem společnosti samostatně.

Marketingové plán,

Jelikož byl časový prostor limitovaný, nemohli jsme provést detailnější průzkum trhu. Nicméně po oslovení prvotním zadavatelem jsme si udělali následující analýzu SWOT trhu a příležitostí:

Strenghts: systémy pro administraci redakčního/ recenzního řízení jsou zajímavé z několika úhlů pohledu – nejen pro naši práci, ale i z pohledu businessu: školy a akademické instituce představují nemalou skupinu možných cílových klientů. Pokud mají finanční prostředky, neměly by být problémy s platební morálkou. Počet škol a těchto institucí neklesá, dá se naopak čekat rostoucí trend.

Weaknesses:

Zdlouhavý schvalování, zakázek, souvislost s finanční situací škol, dostupností grantů apod.

Opportunities:

Všeobecný tlak související rostoucí objemy informací, se kterými se každý setkává, jejich zpracování vyžaduje využívání různých IT systémů v rostoucí míře

Threats: Hrozbou v pro redakce a vydavatele článků je dostupnost informací obecně. Předpokládám, že lidé čtou méně periodik, novinky a další informace jsou díky Internetu snadno dostupné. Ovšem nemyslím že toto platí pro odborné články obecně. Autoři nebudou investovat svůj čas a energii pro to, aby výsledky své práce zveřejňovali bezplatně. Je tedy určitě okruh autoru a témat, které budou zveřejňovány vždy v těchto odborných časopisech.

Distribuční kanály:

Vzhledem ke specifické skupině zákazníků a trhu(B2G),je třeba se zaměřit na přímě oslovovaní konkrétních škol a institucí. Je vyžadován přímý kontakt, bez jakýchkoliv distributorů či prostředníků.

Stimulace poptávky

Běžné prostředky reklamy (Internet, televize, rádio, noviny) měli pravděpodobně pouze omezený účinek, nejlepší reklamou jsou reference, která by se díky zdařilé realizaci pro VŠPJ (a v budoucnu pochopitelně s dalšími subjekty) daly získat.

Bude potřeba prozkoumat další možnosti oslovování a cílování (specializované výstavy, ministerstvo školství, další organizace/sdružení působící v oblasti školství, grantů – ať už českých či evropských apod.)

Operační plán

V námi uvažovaném krátkodobém horizontu je zatím irelevantní, současná kapacita 4 lidí je více než dostatečná i pro práci na více souběžných/podobných projektech .

Finanční plán

Firma vlastní dostatečné počáteční prostředky (finanční i technické) pro provádění činnosti v počátečním období. Cílem bude samozřejmě tuto finanční i technickou stabilitu minimálně udržet. Pro počáteční projekt a jeho úspěch bude nutné nastavit konzervativnější cenovou politiku (nižší cena produktu, nižší částky za údržbu /podporu – a´t už pravidelné – např. měsíční, či jednorázové)

Je samozřejmě nutné brát ohledy také na silné konkurenční prostředí, které i v této oblasti panuje.