

# Operační systém pro seniory

## Podnikatelský plán

Naším podnikatelským záměrem je vyplnit díru na trhu naším produktem a zaujmou zejména starší občany operačním systémem zaměřeným na jejich potřeby. Tento nový systém se zaměřuje na snadný vstup do světa počítačů a jednoduché ovládání přizpůsobené cílové skupině uživatelů.

# Shrnutí

## Podnikatelský záměr

Naším cílem je vytvořit operační systém, který by usnadňoval práci a prvotní seznámení seniorů se světem počítačů a výpočetní techniky. Produkt chceme vybudovat na existujících a volně dostupných řešeních. Cílem je nalákat skupinu zákazníků na intuitivní a snadné ovládání podpořené nízkou cenou. Ve výsledku očekáváme vtažení starších lidí do světa informatiky a její zatraktivnění.

## Faktory úspěchu

Základním faktorem úspěchu je inovativní cílení operačního systému přímo na seniory. V odvětví tento přístup není běžný a vidíme naši výhodu. Produkt se zároveň chystáme vytvořit na základě již existujících opensource projektů. Výhodou tohoto přístupu jsou nulové náklady na dílčí součásti našeho systému a vyšší možnosti přizpůsobení našim specifickým zákazníkům. Pro počáteční úspěch je nutné rozšíření našeho systému do povědomí lidí a zejména naší cílové skupiny, seniorů.

## Cíle projektu

Cílem našeho projektu je v první fázi vytvoření uživatelské základny systému. Tuto základnu bychom chtěli postupně rozšiřovat a dosáhnout dlouhodobě vyrovnaného rozpočtu. Cílem je také uspokojení požadavků uživatelů a vyrovnaní počáteční investice do podnikání. Důležitým bodem v projektu musí být marketing, protože minimálně z počátku bude produkt mezi uživateli neznámý. Dá se předpokládat, že po prolomení určitého tržního podílu bude uživatelská základna růst automaticky, zejména díky vyššímu povědomí.

- První a nejdůležitější skupinou potenciálních zákazníků je široká skupina seniorů v České republice. Z demografického vývoje lze usuzovat, že jejich počet bude v příštích letech narůstat. Protože náš projekt cílí zejména na postarší občany, poroste nám tímto způsobem skupina potenciálních zákazníků.
- Dalším možným zaměřením projektu by mohly být malé děti. Současný produkt by šel s minimálními náklady proměnit ve vzdělávací a kreativní systém pro nejmenší uživatele. Každé malé dítě hledá podněty k učení se a my bychom rádi poskytli alternativu k roztržitým vzdělávacím aplikacím. Základní funkcionality by byla rozšířena o vzdělávací subsystém a o hry. Operační systém by bylo nutné přizpůsobit zejména částečně i z důvodu ergonomie.

Důležitým předpokladem k úspěchu je zaujetí mladších uživatelů internetu a počítačů všeobecně. Je pravděpodobnější, že informovaný mladý člověk koupí svému staršímu rodiči či prarodiči licenci našeho systému, než člověk důchodového věku sám pro sebe. I proto je důležité klást velký důraz na marketingovou kampaň zaměřenou nejen na cílovou skupinu, ale i na mladší uživatele počítačů. V případě zaměření na předškolní děti se počítá se zaměřením reklamy na rodiče a její intenzitu přizpůsobovat průběhu školního roku.

## Popis podniku

### Forma podnikání

Počítáme se založení společnosti s ručením omezeným. Počáteční peněžní prostředky pocházejí z osobních zdrojů 3 zakladatelů získaných činností na jiných projektech. Smluvená částka bude složena na firemní účet a zakládající členové tímto získají podíl ve společnosti.

## Sídlo

Vytipovali jsme několik vhodných prostorů s umístěním na Praze 6. Výhodou této lokality je vysoká koncentrace potenciálních zaměstnanců a firem působících v oblasti IT. Odhadnutý pronájem kanceláří je cca 22 000Kč měsíčně. Všechny prostory jsou v dobrém stavu, nevyžadují z naší strany žádné zásahy a vyhovují našim požadavkům.

## Pojištění

Nutné je pojistit zejména výpočetní techniku (stolní PC, monitory, tiskárny, notebooky. Do pojištění je zahrnuto i pojištění proti pracovnímu úrazu a případně nemoci z povolání. Důležitým bodem je vytvoření a podepsání smlouvy o mlčenlivosti, díky níž bude ochráněn náš zájem vůči zaměstnanci.

# Popis podnikatelské činnosti

Naším záměrem je v první řadě vyvinout a prodávat operační systém se zaměřením na starší uživatele, zejména uživatele bez předchozí znalosti počítačů. Hlavní odlišností našeho systému od již existujících operačních systémů je důraz na ergonomii užívání a možnosti přizpůsobení pro potřeby cílové skupiny.

## Konkurenční výhoda

Konkurenční výhodu vidíme zejména v těchto oblastech:

- Zaměřujeme se na poměrně úzký okruh zákazníků, který se ovšem veliký nevyužitý potenciál, co se kupní síly týče. Z toho plyne možnost jemnějšího zaměření a vyladění produktu přesně na potřeby naší zákazníků
- Nechceme konkurovat zaběhlým tvůrcům operačních systémů, hodláme využít díry na trhu a vytvořit specifický produkt bez větší konkurence.
- Chystáme se využít v této oblasti nevyužitou obchodní sílu seniorů a nalákat je na produkt vytvoření pouze pro jejich potřeby. Chceme jim poskytnout, co největší komfort a užitnou hodnotu za přijatelnou cenu.

## Zajištění potřebných zdrojů a dodavatelů

Základním předpokladem pro úspěšný start naší společnosti je vhodná pracovní síla. Jádrem pracovního týmu budou tvořit dva programátoři na pozici senior, kteří jsou spoluzakladateli a investory společnosti.

- Hardware

Počáteční fáze běhu bude zatížena vyššími náklady hlavně na nákup nezbytného software a počítačů pro vývoj našeho systému.

Je nutné nakoupit potřebné vybavení pro kanceláře. Potřebný je také nákup notebooků, build serveru, tiskárny a vybavení pro jednotlivé vývojářské stanice.

Alternativou je zapojení tohoto programu pro startupy a financování projektu za podporu crowd fundingu. Protože ale vidíme v našem nápadu veliký potenciál, chtěli bychom se této možnosti vyhnout a zafinancovat projekt bez podpory veřejnosti.

- Zaměstnanci

V počáteční fázi firmy, kdy ještě nebude produkt připraven pro trh, počítáme s intenzivním vývojem našeho operačního systému. Proto bude tvořit tým vývojářů hlavní část zaměstnanců. Jeden ze zakladatelů bude zároveň architektem systému a spolu s druhým senior vývojářem povede tým

zbylých 8 vývojářů, kteří budou v první fázi vytvářet nový produkt. Vývojáři softwaru budou minimálně z větší části zaměstnáni na plný úvazek, zbytek je možné doplnit brigádníky podle potřeby.

Vedle vývojářů bude v druhé fázi podnikání potřeba najmout testery produktu, kteří urychlí zpětnou vazbu a umožní detailnější přiblížení týmu k problematice systému pro důchodce. Plánujeme zároveň zaměstnání techniků, kteří budou poskytovat uživatelskou podporu našeho systému a zvyšovat kvalitu a profesionalitu našich služeb.

V neposlední řadě je součástí týmu i designer uživatelského rozhraní, na kterém závisí ergonomie systému a ovladatelnost. Třetí spoluzakladatel bude mít na starosti propagaci nového systému spolu se zaměstnancem na PR. Hned v počáteční fázi projektu bude nutné najmout i zaměstnance na marketingovou kampaň a komunikaci a zpětnou vazbu se zákazníky.

- Pomocné služby

Podpůrné služby, jako jsou úklidové práce spolu s údržbou vybavené kanceláři, budou řešeny formou třetí strany za pomoci outsourcingu. Zároveň se počítá s najmutím externího účetní.

## Rizika plynoucí z jednotlivých vstupů.

Protože budeme během tvorby našeho systému, závislí na úpravách již existujícího softwaru je důležité vybrat projekt se silných zázemím a potenciálem pro budoucí růst. Nemůžeme si dovolit stavět naše řešení na projektu, který má by mohl v dohledné době skončit.

Podstatným rizikem je možnost nezájmu seniorů o náš produkt. Proto je důležitou součástí našeho rozvoje marketingová kampaň, která bude probíhat současně s vývojem. Reklama bude cílit jak přímo na starší obyvatelstvo, tak i na lidi žijící v jeho okolí (rodinu, přátele), kteří budou tvořit sekundární reklamní kampaň našeho produktu. V kritickém případě nezájmu, který se ovšem nedá předpokládat, zvažujeme možnost přeorientance na dětské uživatele a jejich potřeby, které se od potřeb starších lidí příliš neliší.

Protože největší investicí a zároveň zdrojem know-how jsou naši zaměstnanci je i jejich odchod rizikem, které chceme minimalizovat. Nabízíme proto některé nadstandardní výhody jako je práce z domova, či flexibilní pracovní doba. Z naší strany jsou vědomosti zaměstnanců ochráněny podpisem NDA a konkurenční doložky ke smlouvě.

## Časový plán

Náš časový plán lze rozdělit z pohledu plánování na krátkodobé plány (prvních několik měsíců podnikání), střednědobé plány (z rozmezí prvních dvou let) a dlouhodobé plány s výhledem na několik let.

- Krátkodobé plány

- **první měsíc:** Pronájem kancelářských prostor, získání souhlasu vlastníků nemovitosti k prohlášení budovy za sídlo společnosti, složení počátečního vkladu, vznik společnosti.
- **do 2 – 3 měsíců:** Nákup a pronájem vybavení kanceláří, sestavení základního týmu vývojářů, tvorba základních konceptů a návrhů, průzkum trhu, vytvoření grafického návrhu na systém.
- **4 – 6 měsíců:** Tvorba prvních prototypů, testování funkcionality a ověření zájmu o produkt, najmutí testerů pro urychlení vývoje a ladění chyb. Navázání komunikace z výrobcí HW a prodejci PC.
- **7 - 9 měsíců:** Počátek marketingové kampaně na sociálních sítích, uložení produktu do podvědomí,

testování na uzavřené skupině vybraných zájemců.

- **10 – 12:** Dokončení iterace vývojového cyklu, na konci prvního roku by měl být dostupný výsledný produkt, zintenzivnění reklamní kampaně zejména s prostředcích blízkých seniorům a cílové skupině.
- Střednědobé úkoly
  - Vytvoření stabilní komunity uživatelé bude naší prioritou v horizontu dvou let. Zároveň chceme oslovit centra pro péči o seniory a nabídnout jim náš systém bezplatně, tento přístup by se měl odrazit v rostoucím povědomí o naší službách.
  - Plánujeme vytvoření týmu techniků, která bude na trhu nabízet uživatelskou podporu jednotlivým uživatelům.
  - Dalším úkolem bude adoptování nových změn do systému a postupné vyladění produkční verze směrem k interaktivnímu použití a jednoduchosti. V tomto mezidobí počítáme s rozšířením kapacit oddělení PR a důraz na komunikaci a zpětnou vazbu s našimi zákazníky.
  - Plánujeme vytvoření série kurzů pro uvedení lidí do současnosti počítačů a výukou jejich použití k denním úkonům. Tyto kurzy by měly mít podobu večerních cvičení v kancelářích firmy na pracovních nedeboocích.
- Dlouhodobé úkoly
  - Z horizontu tří let předpokládáme zaběhnutí produktu na trhu a tvorbu poptávky po něm. Očekáváme postupnou návratnost počátečních vkladů a stabilizaci poptávky.
  - Po etablování systému na českém trhu lze expandovat do sousedních zemí, kde konkurence mezi tvůrci operačních systémů téměř neexistuje. Většina uživatelé se zaměřuje na produkty společnosti Microsoft, případně na bezplatné alternativy.
  - Počítáme s možných rozšířením portfolia produktů o operační systém zaměřený na vzdělávání dětí a jejich první seznámení s počítačem. Tento krok bude nutné prozkoumat z pohledu zájmu na trhu a provést konzultace s dětskými psychology.

## Konkurence

Z pohledu tvorby operačního systému můžeme za naši konkurenci považovat ostatní společnosti, produkující tento software. Tito tvůrci navzájem vytváření přirozené konkurenční prostředí, které je trochu deformováno jejich nízkých počtem a také funkcí, ve které se jednotlivé produkty rozcházejí. Platí ovšem, že operační systému si nekonkurují přímo a často slouží jako marketingová základna pro další produkty a platformy svých výrobců.

Naší přímou konkurencí jsou potenciální tvůrci operačních systémů pro seniory. V současné době ale neexistuje společnost, která by takový produkt poskytovala. Nejbližším rivalem proto zůstává Eldy, grafická nadstavba, vytvořená a spravovaná komunitou. Z komunitní tvorby plynou nedostatky, jako je nízká podpora, poměrně složité prvotní nastavení a nízké jazykové zastoupení v ČR.

Možným soupeřem na trhu je i systému ChromeOS, za kterým stojí společnost Google. Výhodou tohoto systému je poměrná uživatelská jednoduchost. Mezi základní nedostatky patří vysoká závislost na internetovém připojení, která v našich podmínkách není zejména pro nejstarší generaci úplně běžná.

Naše společnost se ale chce profilovat jiným směrem a poskytnout produkt, který bude cílit na nevyužité místo na trhu.

Chceme vytvořit systém pro klasická PC a notebooky s nízkými nároky na HW, bez permanentního připojení do internetu. Důležitou součástí našich služeb je poskytování uživatelské podpory, od které si slibujeme zvýšení zpětné vazby a kvality našich služeb.

## Stanovení ceny

Vzhledem k počátečním nákladům na vývoj systému a ostatním operačním systémům na trhu, jsem zvolil jednotnou cenu (700Kč) pod kterou budeme náš systém poskytovat na českém trhu. Chystáme se zároveň navázat spolupráci s lokálními výrobci počítačů a nabídnout jim náš produkt, jako součást jejich zařízení. Takový zakoupený počítač, by pak již obsahoval náš systém v nákupní ceně. Od navázání spolupráce si slibujeme zvýšení povědomí o produktech a naší společnosti celkově.

Samostatnou kategorií jsou zájemci ze strany sociálních zařízení a domovů pro důchodce, pro které chceme nabízet náš software zdarma.

## Marketing

Marketing je na trhu informačních technologií nezbytnou záležitostí. Naše strategie se bude cíleně zaměřovat na několik skupin, z nichž pouze jedna budou naši přímí zákazníci. Nevýhodou našeho zaměření na starší spotřebitele je poměrně velká konzervativnost, našim cílem proto je vytvořit takové zacílení kampaně, které pomůže přesvědčit část seniorů ke koupi našeho výrobku, či počítače s našim prostředím.

Kampaň bude rozdělena do několika fází podle cílových skupin, které na sebe budou navazovat.

- První cílenou skupinou jsou rodiny a přátelé našich cílových spotřebitelů. Kampaň se bude skládat zejména z účasti na sociálních sítích a proniknutí do povědomí širší veřejnosti. Tato část marketingové kampaně bude spuštěna jako první a bude cílit zejména na uživatele internetu. Je to výhodné hlavně kvůli nízkým nákladům inzerce na sociálních sítích a okamžité zpětné vazbě od zájemců.
- Další cílená kampaň bere v potaz sociální zařízení a veřejné prostředí. Náš zástupce nabídne v těchto institucích náš systém za výhodných podmínek a pokusí se nastartovat zájem u cílové skupiny. V tomto přímém přístupu vidíme velký potenciál, který nám za poměrně nízkých nákladů může přinést zásadní zisk, důležitý zejména v počátcích společnosti.
- Poslední skupinou jsou samotní senioři, na které bude cílit kampaň nejnákladnější. Plánujeme investici do reklamy a inzerce v klasických médiích, jejichž služeb senioři využívají. Předběžně počítáme s reklamou v regionálních televizních a rádiových stanicích. Poměrně dostupná je i inzerce na televizních kanálu TV Šlágr, jehož největší část diváků tvoří hlavně starší občané. Za cenu okolo 9 000Kč je možné pořídit 30 sekundový a přesně mířený spot.
- Důležitým efektem, který bude hrát v náš prospěch je i míra autoreklamy. Kdy spokojení uživatelé sdělují své zážitky ostatním členům svých sociálních skupin a lavinovitě tak rozšiřují povědomí. Proto je nutné vytvořit pozitivní první dojem a vytvoření co nejširší základny prvotních uživatelů.

## Základní finanční plán

Do začátku plánuje každý zakladatel společnosti vložit 1 mil Kč z předchozího podnikání. Zároveň všichni tři souhlasí, že se vzdají platu až do doby, kdy bude společnost zisková. Tento přístup umožní snížit celkovou zátěž

společnosti na zejména mzdových odvodech. Na celkové pokrytí nákladů prvního roku podnikání počítáme s peněžní půjčkou 10 mil Kč, která bude tvořit základní zajištění pro fixní výdaje i pozdější marketingovou kampaň. Celkový finanční vklad do počátku společnosti bude v součtu 13 mil Kč.

Pravidelná splátka půjčky pětileté půjčky ve výši 10 mil Kč pro právnické osoby vychází z nabídek CitiBank na 185 tis Kč měsíčně. Variabilní náklady budou tvořeny zejména platy zaměstnanců a daňovými odvody za ně. Do nákladů započítáváme i pronájem kanceláří a platby za základní energie. Do zvláštních variabilních nákladů započítáváme náklady na externí dodavatele a úklidovou společnost.

Příjmy společnosti budou pocházet se třech základních zdrojů. Nejdůležitějším příjmem společnosti bude prodej licencí našeho systému koncovým zákazníkům. Dále počítáme se stabilním finančním tokem za licencování našeho produktu lokálním výrobcům počítačů.

Dalším zdrojem příjmů budou služby a servis poskytovaný našimi technikami. Tyto služby bereme spíše jako rozšíření našeho podnikatelského záběru, než jako primární zdroj financí. Tento přístup nám ale pomůže vytvořit kvalitnější software díky přímě odezvě a zpětné reakci od naší zaměstnanců.

Do systémů, které budeme nabízet sociálním a komunitním centrům za výhodných podmínek, plánujeme integraci neintruzivní reklamy přímo do prostředí systému. Zároveň počítáme se schvalovacím procesem inzerce za účelem udržení vysoké kvality produktu.

### Odhadovaný měsíční plán příjmů a výdajů.

Všechno tyto odhady platí až po ustálení prodejů v druhé roce života společnosti. V počáteční fázi podnikání počítáme s určitou výší ztráty a máme na ní připraveny finanční rezervy z počátečních zdrojů financí. V tabulce jsou uvedeny superhrubé mzdy.

Měsíční plán výdajů		Měsíční plán příjmů	
<b>Splátka</b>	185 000 Kč	<b>Koncový prodej</b>	1000 x 700 Kč
<b>Mzdy</b>		<b>Licencování produktu</b>	450 000 Kč
8 x vývojář na pozici Junior	64 000 Kč	<b>Prodej reklamy</b>	175 000 Kč
2 x tester produktu	50 000 Kč	<b>Poskytování servisu</b>	120 000 Kč
2 x zákaznická podpora	36 000 Kč		
1 x grafický designér	70 000 Kč		
<b>Externí služby</b>	50 000 Kč		
<b>Pronájem + inkaso</b>	28 000 Kč		
<b>Reklama</b>	50 000 Kč		
<b>Celkem výdaje</b>	<b>1 017 000 Kč</b>	<b>Celkem příjmy</b>	<b>1 445 000 Kč</b>



# SWOT Analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Úzká cílová skupina Cílený projekt Nízké relativní náklady na vývoj Potenciál vysoké ziskovosti	Nový produkt bez historie Pomalá konverze zákazníků Možné problémy při vývoji
Příležitosti	Hrozby
Zvyšující se počet starších lidí Zaměření se na další cílové skupiny	Stávající operační systémy Nezájem zákazníků Nedostatek zaměstnanců Podcenění potřeb zákazníka