

Podklady pro ocenění ochranné známky (OZ)

- 1) Identifikace vlastníka (obchodní firma, sídlo, IČ).
- 2) Kopie zápisu OZ: Úřad průmyslového vlastnictví ČR.
- 3) Přehled poskytnutých licencí na OZ: příjemce, licenční poplatek v % z tržeb, doba, výhradní/nevýhradní, kopie smlouvy (nebo typová smlouva).
- 4) Hlavní skupiny produktů, které jsou označovány OZ (vymezit skupiny, stručný popis skupiny, zařazení do OKEČ, přednosti produktů, nedostatky produktů, produkty s vysokou přidanou hodnotou/nízkou přidanou hodnotou, produkty s vysokou/střední/nízkou obchodní marží, technologicky náročné/nenáročné, náročné/nenáročné na lidskou práci, náročnost na investice do technologií/lidských zdrojů/výzkumu a vývoje, typ výroby hromadná/sériová/zakázková, atesty/licence/povolení státních orgánů pro výrobu/či samotné produkty).
- 5) Výroční zprávy vlastníka 2004– 2008 (písemná nebo elektronická podoba včetně finančních výkazů).
- 6) Z hlediska hlavních skupin produktů dle 4) vždy pro každou skupinu zvláště:
 - a) na jaké trhy (teritoriálně) jsou produkty dodávány?
 - b) základní popis vývoje trhů a jejich perspektivy?
 - c) výzkum a vývoj ?
 - d) vlastní vlastník jiné předměty duševního vlastnictví, které představují významný činitel pro výrobu produktů ? (jaké, představují konkurenční výhodu?)
 - e) životní cyklus skupin? (např. fáze zavádění, zrání, zralosti atd.)
 - f) konkurence (konkurenční výhody x nevýhody)
 - g) hlavní odběratelé (identifikace, řízení odběratelských vztahů, závislost na hlavním odběrateli)
 - h) hlavní dodavatelé (identifikace, řízení dodavatelských vztahů, závislost na hlavním odběrateli)
 - i) SWOT analýza (příležitosti, hrozby, silné, slabé stránky)?
 - j) odhad tržních podílů pro hlavní skupiny produktů?
 - k) strategické cíle?
 - l) nástroje pro dosažení strategických cílů?
 - m) vlivy působící na budoucí vývoj tržních podílů?
- 7) Finanční údaje historické z účetnictví vlastníka pro hlavní skupiny produktů v členění bodu 4) dle následující tabulky:

Položka v tis. Kč	2004	2005	2006	2007	2008
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb za podnik					
Z toho: tržby za prodej vlastních výrobků a služeb hlavních skupin výrobků, které jsou označovány OZ					
Provozní hospodářský výsledek (nebo EBIT) za podnik					
Z toho: provozní hospodářský výsledek (nebo EBIT) za hlavní skupiny výrobků, které jsou označovány OZ ¹⁾					

¹⁾ Může být stanoveno např. i odborným odhadem

V ideálním případě vyplnit výše uvedený vzor tabulky pro každou z hlavních skupin výrobků (viz bod 4) zvláště. Pokud to nejde, je možné postupovat i agregovaně (tj. za všechny hlavní skupiny výrobků dohromady).

8) Finanční údaje plánované pro hlavní skupiny produktů v členění dle bodu 4 dle následující tabulky:

Položka v tis. Kč	2009 (odhad)	2010 (odhad)	2011 (odhad)	2012 (odhad)	2013 (odhad)
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb za podnik					
Z toho: tržby za prodej vlastních výrobků a služeb hlavních skupin výrobků, které jsou označovány OZ					
Provozní hospodářský výsledek (nebo EBIT) za podnik					
Z toho: provozní hospodářský výsledek (nebo EBIT) za hlavní skupiny výrobků, které jsou označovány OZ ¹⁾					

¹⁾ Může být stanoveno např. i odborným odhadem

V ideálním případě vyplnit výše uvedený vzor tabulky pro každou z hlavních skupin výrobků (viz bod 4) zvláště. Pokud to nejde, je možné postupovat i agregovaně (tj. za všechny hlavní skupiny výrobků dohromady).

Uvést, zda plánované údaje jsou v běžných cenách či ve stálých cenách. Pokud budou údaje v běžných cenách, uvést s jakou inflací je počítáno pro každý jednotlivý rok.

Plánované údaje musí logicky vycházet z kvalitativních předpokladů uvedených v bodě 6).