

EKONOMIKA – C2, R2, S2, Z2

Vyučující: Jana Vaňatová

e-mail: Jana.Vanatova@sousvodnany.cz

Všichni žáci si zapíší dané poznámky (viz. níže) do sešitu a nastudují si danou problematiku.

Pokud si někdo z Vás chce opravit známku nebo máte nerozhodně, napište mi na e-mail a zadám Vám práci na známky.

Zároveň přikládám videa k tématu.

VIDEO: podnikatelský plán - <https://www.youtube.com/watch?v=Ev2YPlwXTww>

právní formy podnikání - <https://www.youtube.com/watch?v=SfklUStOWA4>

TÉMA: OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI, JEJICH TYPY

1. Podnik jednotlivce (živnosti)
2. Osobní společnosti (veřejná obchodní, komanditní společnost)
3. Kapitálové společnosti (s.r.o., a.s.)
4. Další formy podnikání (družstvo, občanské sdružení)

OSOBNÍ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI

- právnická společnost založená za účelem podnikání
- Mezi obchodní společnosti řadíme:
 - o V.o.s. (Veřejná obchodní společnost)
 - o K.s. (Komanditní společnost)

KAPITÁLOVÉ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI

- podstatou kapitálové společnosti je majetková (kapitálová) účast společníků na podnikání (zákon neukládá povinnost osobně ve společnosti pracovat)
 - o a.s. (akciová společnost)
 - o s.r.o. (společnost s ručením omezeným)

TÉMA: PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR (PLÁN)

- Je písemný materiál popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se založením nového podniku.

- Podnikatelský záměr je důležitý, protože:
 - napomáhá při stanovení životaschopnosti podniku na cílovém trhu,
 - poskytuje podnikateli vodítko pro jeho činnost,
 - slouží jako důležitý nástroj při získávání finančních zdrojů.
- Podnikatelský záměr obsahuje odpovědi na otázky typu:
 - Kde jsme nyní, kam chceme jít, jak se tam chceme dostat.
- Význam podnikatelského záměr (plánu)
 - Pro podnikatele - usnadní plánování a řízení podniku, pro získání cizích zdrojů (úvěry, půjčky),
 - příkládá se např. k žádosti o úvěr.
- Obsah podnikatelského záměru
 - Obor podnikání - charakteristika výrobků, služeb, výhod apod.
 - Cíle podnikání - výhled, pozice na trhu, zisk apod.
 - Vybavení podniku - peníze, majetek, pracovní síla, organizační schéma apod.
 - Marketingový plán - cenová politika, způsob prodeje, průzkum trhu – výsledky,
 - propagace, prodejní politika – zaměření na skupiny apod.
 - Výrobní plán - řízení výroby, výrobní postup, zásobování apod.
 - Právní forma, odbornost, zkušenosti.
 - Časový harmonogram - na jednotlivé měsíce.
 - Finanční plán