MASARYK UNIVERSITY
FACULTY OF LAW

Evropské daňové právo

Podnikatelský plán

Michal Radvan

Účel podnikatelského plánu

- Představa o podnikání
- Možnost činit rozhodnutí
- Žádost o úvěr
- Podklad pro rozhodnutí investorů
- …

Obsah podnikatelského plánu

- Shrnutí
- Popis subjektu
- Klíčové osobnosti a organizace
- Výrobky / služby
- Analýza trhu a prognóza obratu
- Odbyt / marketing
- Výroba
- Finanční plán a financování
- Přílohy

Shrnutí

- Stěžejní a nejdůležitější část
- Nutno zaujmout
- Nikoliv úvod, ale zhuštěné představení subjektu

- **Důležité pro Vaši semestrální práci**

- Obor podnikání
- Výrobky a služby, jejich konkurenční výhoda, komentář k trhu a konkurenci, okruh zákazníků
- Cíle subjektu, klíčové osobnosti,
- Stádium rozvoje, reference z minulosti
- Odbytová strategie, nejvýznamnější kvantitativní data (obrat, zisk, zaměstnanci, kapitál)

Popis subjektu

- **Právnická nebo fyzická osoba?**
- **Jaká forma právnické osoby?**
  - **Daňové aspekty!!!**
- Minulost, Dnes, Budoucnost
- Předmět podnikání, produkty, zákazníci, trend ve vyhledávání tržních příležitostí, úspěchy
- Cíle a vize, klíčové osobnosti, strategie dosažení cílů

Klíčové osobnosti a organizace

- Charakteristika, výběr, role, plat, majetkové a kapitálové podíly - **zaměřit se na zdanění práce a dalších benefitů, sociální a zdravotní pojištění**
- Organizační struktura
- Personální složení – kolik osob na co, vzdělání a praxe, výběr zaměstnanců - **zaměřit se na zdanění práce, sociální a zdravotní pojištění**

Výrobky a služby

- Nejdůležitější výrobky a služby
- Problém – řešení formou výrobku nebo služby
- Funkce, užitek vs. přání zákazníků
- Konkurence
- Srovnání s konkurenčními výrobky a službami
- Množství
- Vývoj a konkurenční výhoda
- Ochrana před napodobením
- Certifikace

Analýza trhu

- Stěžejní je růst potenciálních zákazníků
- Kdo jsou stávající zákazníci?
- Jaké výrobky / služby chtějí?
- Jak je chtějí kupovat?
- Co ovlivňuje poptávku?
- Kolik je zákazníků dnes a kolik jich může být v budoucnu?
- Jaké jsou skupiny zákazníků, tj. tržní segmenty?

1. Získávání informací – průzkum trhu
2. Analýza informací – cca 30 %
3. Popis trhu (dodavatelé, odběratelé, použití výrobků, odbytové cesty, zákazníci, faktory ovlivňující volbu, nové generace výrobků, konkurence, roční objem trhu a podíly na trhu)
4. Vymezení a popis tržních segmentů (počet zákazníků, jejich nákupní zvyklosti, jednotná odbytová strategie)
5. Odhad objemu prodeje
6. Analýza konkurence (odbyt, objem, servis, image, dodací lhůty apod.)

Odbyt / marketing

- Činnosti potřebné od prvního kontaktu se zákazníkem po vyřízení zakázky
- Kdo rozhoduje o koupi?
- Opatření na podporu prodeje
- Personální obsazení
- Náklady na reklamu – **daňová uznatelnost nákladů**

- Strategie odbytu – umístění, maloobchod vs. velkoobchod – **daň z nemovitostí a další nemovitostní daně**
- Cenová strategie – konkurence
- Organizace odbytu – prodejní místa, prodavači, dopravní kapacity – **daně z motorových vozidel**
- Opatření na podporu prodeje (veletrhy, reklama, odborné články, direct mailing, „pozornosti“) – **daně z reklamy a daňová uznatelnost**
- Personál odbytu
- Náklady na odbyt

Výroba

- Výrobní metody – v diagramu, rizika, kontrola jakosti
- Stroje a zařízení – **odpisy**
- Pracovníci ve výrobě – kvalifikace, zapracování
- Výrobní kapacity
- Materiální zabezpečení (ceny, dodavatelé, termíny dodávek, reference a zkušenosti, vzdálenost, skladové kapacity)

Finanční plán

- Příjmy – tržby (zpoždění plateb a proplácení faktur)
- Výdaje
  - materiál a zboží
  - Externí služby
  - Personál
  - Leasing
  - Úvěry a úroky
  - Daně a poplatky
  - Reklama
  - Provozní režie
  - Energie

- **Daň z přidané hodnoty**
- **Důchodové daně** vč. zdanění podílů na zisku
- **Sociální a zdravotní pojištění**
- **Spotřební daně?**
- **Vliv mezinárodních smluv o zamezení dvojího zdanění?**

Financování

- Vlastní nebo cizí kapitál?
- **Daňové aspekty a vliv inflace**

Prostor pro Vaše dotazy a …

… děkuji za pozornost.