



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKACZAMY GRANICE
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Dvojjazyčná Metodická příručka - učebnice

PODNIKAVOST NEZNÁ HRANIC

„FIRMIČKY“

PROJEKT

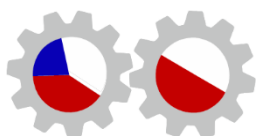
“SPOLEČNÁ CESTA K PODNIKAVOSTI NA ŠKOLÁCH”

Reg. č. CZ.11.3.119/0.0./0.0./16_022/0001154

Tento projekt je spolufinancován z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Elektronická verze učebnice: <http://trziste.org/ucebnice>

2020



Okresní hospodářská komora Liberec, Mrštíkova 399/2A, 460 07 Liberec
www.ohkliberec.cz, info@ohkliberec.cz, +420 485 100 148, +420 602 342 226



Obsah

Předmluva	3
METODICKÝ MANUÁL PRO PEDAGOGY.....	4
Podnikavost v Evropě - Překračujeme hranice	5
Podnikavost jako klíčová kompetence	5
Podnikavost na českých středních školách.....	6
Podnikavost na polských středních školách	7
Minipodnik na českých SŠ - metodické vymezení	8
Minipodnik na polských SŠ - metodické vymezení.....	10
Výhody a rizika vedení podnikatelského klubu	16
Obsah podnikatelské výchovy	17
Tvorba vzdělávacího programu	17
Postup při tvorbě vzdělávacího programu	18
Stručný přehled obsahu a cílů vzdělávacích modulů	19
Moduly a rozvoj kompetencí žáků	20
Závěr	30
UČEBNICE PRO ŽÁKY.....	31
Společná cesta k podnikavosti.....	32
Úspěšní podnikatelé ze světa	34
Podnikatelé z Česka	35
Podnikatelé z Libereckého kraje.....	35
Podnikatelé z Polska	37
Podnikatelé z Dolnoslezského regionu.....	37
Motivační příběh	39
Pracovní listy	40
Osnova pracovních listů	40
Grafika pracovních listů.....	40
MODUL Č. 1: Podnikatelský záměr	41
MODUL Č. 2: Dovednosti podnikatele.....	76
MODUL Č. 3: Finanční gramotnost podnikatele	86
MODUL Č. 4: Právo	102
MODUL Č. 5: Zahraniční obchod	122

Předmluva

Vážení,

učebnice byla vytvořena jako sborník zkušeností z realizace projektu.

Komu je učebnice určena?

Všem pedagogům, rodičům, přátelům školy, kteří si uvědomují, že škola musí nejen vzdělávat, ale i vychovávat a připravovat žáky na další profesní život po ukončení studia. Díky realizaci projektu ve dvou zemích jsme rozšířili kompetence žáků ještě o další rozměr.

Projekt byl kladně hodnocen pedagogy i žáky středních škol na obou stranách hranice. Na společných akcích se navázala mezi žáky i pedagogy přátelství, poznali jsme zvyky, tradice druhé země, kterou máme velmi blízko. Žáky jsme připravili i na možnou mobilitu pracovní síly, oborovou i mezioborovou spolupráci.

Cílem této učebnice je ukázat cestu a vyzvat k následování, předávat si navzájem zkušenosti a poznatky.

Děkujeme, že si učebnici pročtete a potěší nás, pokud vás bude inspirovat k zavedení prvků podnikavosti do vašich škol.

Za realizační tým projektu

Mgr. Šárka Prachařová

Bc. Vojtěch Prachař

mgr Renata Paszko

mgr Piotr Ernest

METODICKÝ MANUÁL

PRO PEDAGOGY

Pro tisk pracovních listů (formát A4) použijte elektronickou verzi této učebnice: <http://trziste.org/ucebnice>

Podnikavost v Evropě - Překračujeme hranice

Posledních několik let se v odborné i laické veřejnosti hovoří o pojmu podnikavost. Panuje shoda, že jde o kompetenci, která by měla být u žáků rozvíjena. Na tuto debatu již v roce 2013 navázal dokument EU *Akční plán Podnikavost*, který je iniciativou a příslibem začlenění *podnikavosti* do vzdělávacích programů ve všech členských zemích. V této souvislosti se mluví o tzv. *Výchově k podnikavosti (Vkp)*, která by podpořila podnikatelské kompetence na všech úrovních vzdělávacího systému. Podnikavost je vnímána jako příprava na změny v průmyslu, obchodu a službách.

Učebnice ***Podnikavost nezná hranic*** je konkrétním výstupem společného projektu a snahou o podporu dalších žáků a jejich pedagogů na obou stranách hranice. Vychází ze zkušeností a poznatků českých a polských středních škol v Euroregionu NISA, kde si žáci mohli vyzkoušet ve volnočasových kroužcích přípravu i chod svých firmiček.

Česko-polská spolupráce přinesla různé pohledy na podnikavost a vyzdvihla dobré příklady praxe. Posílila u žáků i pedagogů aspekt mobility a poznání odlišných přístupů. I přes jistou výhodu územní a jazykové blízkosti obou národů, žáci využívali ke komunikaci také anglický jazyk.

Žáci tak mohli překročit hranice nejenom svého dosavadního poznání a svých komfortních zón, ale seznámit se a navázat přátelství s polskými vrstevníky, rozvinout svůj podnikatelský potenciál a spolupracovat na konkrétním podnikatelském projektu (firmičce).

Podnikavost jako klíčová kompetence

Podle *Evropského referenčního rámce* se rozumí kompetencí k podnikavosti schopnost využívat příležitosti a nápady a vytvářet z nich hodnoty pro ostatní. Podstatou podnikavosti je: *tvořivost, kritické myšlení, iniciativa, vytrvalost, schopnost spolupracovat s ostatními s cílem plánovat a řídit projekty, které mají kulturní, společenskou nebo komerční hodnotu*. Kromě teoretických znalostí by se také žáci měli orientovat v obchodní etiketě nebo v odlišnostech jiných kultur. Pomocí “měkkých” dovedností se mohou naučit, jak efektivně spolupracovat a podílet se na firemní kultuře.

Samostatnost a orientace na cíl se v podnikatelském prostoru považuje za velmi cennou vlastnost. Mezi dovednostmi, které umožňují úspěch v podnikatelském prostředí nebo vedou k úspěchu v zaměstnání, pokládáme: *schopnost naslouchat, prezentační dovednosti, schopnost řešit problémy, kreativní a pozitivní přístup, cílevědomost, vůdčí schopnosti a týmovou práci*.

Díky výchově k podnikavosti se u žáků může rozvinout podnikatelský přístup, který se hlavně vyznačuje aktivitou k řešení různorodých úkolů, formulování vlastních záměrů a k aktivnímu

vyhledávání cest na trhu práce. Žák s posílenou kompetencí podnikavosti má zájem a snahu o vytvoření přidané hodnoty, samostatně nalézá příležitosti, dobrovolně přebírá vlastní odpovědnost za své jméno a značku své činnosti.

Výchova k podnikavosti je také velmi dobrou šancí propojit poznatky z jiných předmětů a rozvíjet komplexněji potenciál žáka. V současné době jsou podnikatelské kompetence považovány za klíčové z důvodu udržení konkurenceschopnosti v evropském i globálním kontextu.

Podnikavost na českých středních školách

V roce 2000 byl připraven Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR Metodický pokyn k zařazení učiva „Úvodu do světa práce“ do vzdělávacích programů středních škol, jehož hlavním cílem je zprostředkovat žákům nejdůležitější znalosti a dovednosti související s jejich uplatněním ve světě práce a vybavit je kompetencemi, které by jim měly pomoci při rozhodování o jejich další profesní a vzdělávací orientaci, při jejich vstupu na trh práce a při uplatňování jejich pracovních práv. Na tento pokyn se navazuje v roce 2007 v *Rámcovém vzdělávacím programu pro gymnázia a střední odborné vzdělávání*, kde se podnikavost stanovuje jako jedna ze šesti důležitých kompetencí, které by si měl žák v průběhu vzdělávání osvojit.

Základní poznatky o možnostech podpory podnikavosti, tvořivosti a iniciativy přináší v jednotlivých krajích projekt P-KAP (Podpora krajského akčního plánování), který poskytuje metodickou podporu školám a také reaguje na dokument EU Akční plán Podnikavost (zmíněný v úvodní části textu).

Společná cesta k podnikavosti na školách, Reg. č. CZ.11.3.119/0.0./0.0./16_022/0001154, ze kterého vychází tato učebnice, byl však financován z dotačního programu *EU Interreg V-A Česká republika – Polsko*.

Žadatelem projektu je Okresní hospodářská komora Liberec (OHK), která při přípravě projektu vycházela z analýzy českého a polského trhu práce a připravenosti žáků středních škol.

Hlavním cílem této učebnice je přenos příkladů dobré praxe do dalších škol na obou stranách hranice. Podnikavost by neměla být jen nadefinovanou kompetencí, ale musí se dostat do praxe škol a stát se součástí přípravy žáků.

Podnikavost na polských středních školách

Poprvé se v polské škole předmět „Základy podnikání“ objevil v učebních osnovách zavedených reformou v roce 1999. Reforma spočívala v likvidaci osmitřídni základní školy, čtyřtřídních lyceí a pětiletých průmyslových škol. Místo toho byly zavedeny šestitřídní základní školy, tříletá gymnázia, tříletá lycea a čtyřleté průmyslové školy. Jelikož učební osnovy předpokládaly, že výuka podnikání začne na tzv. pogymnaziální škole, započala výuka tohoto předmětu v roce 2002. Iniciátoři změn argumentovali tím, že výuka podnikání na školách zajistí žákům možnost získat vědomosti a schopnosti formovat podnikavé postoje potřebné k aktivní účasti v hospodářském životě. Je zajímavé, že se Polsko ocitlo mezi nemnohými evropskými státy, které zavedly podnikání jako samostatný školní předmět, ale podle reportu Eurydice z roku 2014 až 27 zemí/evropských regionů přiděluje finanční prostředky na výuku podnikání, jež má být součástí strategie při zvyšování hospodářsko-ekonomického povědomí občanů.

Program výuky předmětu určilo Ministerstvo školství. Podle obecných předpokladů se soustředilo na takové problémy jako: komunikace, rozhodování, ekonomika, podnik, plánování odborné kariéry, etická pravidla. Výuka zahrnovala dvě učební hodiny v cyklu výuky ať už v lyceu, průmyslové škole či v učebním oboru. V uvedeném období hodně učitelů zahájilo postgraduální studia v oboru ekonomie nebo podnikání, aby získali kvalifikaci potřebnou k výuce předmětu. Byl to nepochybně dobrý krok. Nicméně se časem ukázalo, že výuka spočívá hlavně v teorii a jen málo učitelů dokáže předat praktické znalosti, protože nikdy nepodnikali.

Dalším krokem ve výuce podnikání byla reforma z roku 2008, která udržela předmět na úrovni 60 hodin v učebním cyklu, ale prvky ekonomických oborů byly zavedeny rovněž do programu výuky občanské výchovy na úrovni gymnázia. Co je důležité, reforma se zaměřila na to, že je třeba se naléhavě soustředit na praktickou výuku. V té době se již objevily multimediální nástroje, díky nimž mohl být předmět pro žáky zajímavější. Konalo se také stále více školení a workshopů pro učitele, hrazených z evropských fondů a nabízejících inovační metody výuky.

V počáteční fázi výuky podnikání je třeba upozornit na relativně velkou neochotu hospodářských subjektů ke spolupráci se školami. Výuka v podnicích byla vzhledem k časovému omezení neproveditelná a podnikatelé se neradi dělili o získané zkušenosti. Tento přístup se pomalu mění. Stále častěji se žáci účastní stáží v podnicích, které jsou realizované v rámci projektů.

Reforma z roku 2008 přinesla ještě jedno kladné řešení, jehož účinek se objevil ve školách v roce 2012. Průmyslové školy a odborná učiliště získaly další předmět týkající se podnikání - Podnikání v oboru. Jeho rozsah zahrnuje představení specifik řízení podniku v konkrétním oboru, který si žáci zvolí. Jedná se o povinný předmět, vyplývající z rámcových vzdělávacích plánů, v rozsahu jedné učební hodiny a v jednom vzdělávacím cyklu. V učebních osnovách byl kladen důraz na konkrétní dovednosti, které by žák měl umět využít v praxi. Je třeba si uvědomit, že v té době došlo na evropském trhu k mnoha změnám, např. otevření se

evropskému trhu práce a možnosti s tím spojené. V učebních osnovách se objevil obsah týkající se práce v zahraničí.

Nejnovější reforma z roku 2017 je opakem reformy z roku 1999 a předpokládá likvidaci gymnázií, vytvoření osmileté základní školy, čtyřletého lycea, pětileté průmyslové školy a výměnu odborného učiliště za odbornou školu prvního stupně. Ponechává v rámcových vzdělávacích plánech předmět základy podnikání a podnikání v oboru.

Z hlediska nových učebních osnov předmět Základy podnikání je syntézou vybraných prvků vědomostí z oblasti ekonomie, správy a financí, obohacené o prvky socioekonomické geografie, politologie, sociologie, psychologie a práva. V rámci hodin základů podnikání se žáci seznámí se základními kategoriemi, mechanismy, ekonomickými procesy a jejich institucionálními, behaviorálními, kulturními a tržními podmínkami. Podnikavé postoje i podporující dovednosti by měly vyplývat přímo z těchto znalostí. Proces vzdělávání se zaměřuje, jak být podnikavý při realizaci individuálních ekonomických cílů a zároveň společensky odpovědný ve svých snahách a činnostech.

Podle předpokladů má být vzdělávání rozvíjející podnikavost především kreativní a inovační s využitím všech možností, jaké nabízí 21. století.

Minipodnik na českých SŠ - metodické vymezení

Při metodickém nastavení jsme vycházeli ze základního cíle projektu, a tím bylo zlepšení situace mladých lidí, kteří dokončí studium na SŠ a chystají se vstoupit na trh práce. Učebnice je zaměřena na podporu výchovy k podnikavosti hlavně na středních odborných školách. Hlavní metodickým a pedagogickým nástrojem je založení fiktivních minipodniků (Firmiček – pracovní název), který je simulací skutečné činnosti firmy s aspektem na rozvoj komunikace a měkkých dovedností, týmové spolupráce, vztahu k různým profesím, poznáním procesů ve firmě a jejich důležitosti (např. finanční gramotnost, obchodní činnost). Žáci obsazují pracovní pozice, umějí si je obhájit před ostatními členy týmu, nastavují strukturu a přebírají zodpovědnost za chod svého minipodniku.

Zapojení žáků je na principu dobrovolnosti, ale s aspektem: *„Pokud se pro činnost v minipodniku, rozhodneš, tak bys měl vytrvat.“* Pedagogové se budou setkávat i s poklesem motivace u žáků, kterou by měla vyvážit radost ze spolupráce v týmu a výsledné produkty a služby Firmiček.

Učitel nezastává pouze roli vedoucího podniku, ale je také rádce, konzultantem, zadavatelem úkolů ve spojení s pracovními listy na posilování jednotlivých kompetencí. Společně s mentorem z praxe dávají žákům zpětnou vazbu a snaží se je motivovat k co nejlepším výkonům. K tomu také slouží správně zvolené didaktické postupy, které rozvíjejí kompetence k podnikavosti.

Pro účely rozvoje kompetencí k podnikavosti je pro začátek nejlepší zvolit formu volnočasové aktivity, která je koncipována na jeden školní rok. Určitě je také možné se dohodnout s dalšími kolegy na možnostech vřazení podnikatelských témat do některých vyučovaných předmětů (např. matematika – kalkulace nákladů, výtvarná výchova/informatika – propagační materiály, český jazyk – marketingová sdělení, ZSV – právo, atd).

Vybavení minipodniku (pracovní nástroje, materiál pro výrobu a poskytování služeb a další) má také nezastupitelné místo v procesu výchovy k podnikání. Žáci mají příležitost si svoji podnikavost převést do praxe. Didaktické prostředky jsou tak přímým nástrojem rozvoje tvořivosti a kreativity.

Z metodologického hlediska dále doporučujeme pro realizaci „*podnikatelského klubu*“ jako hlavní metodu použít *projektovou výuku*. Na základě zkušeností spolupracujících pedagogů zastáváme názor, že žáci díky této metodě lépe vidí krátkodobé cíle, které vedou k cílům s větším časovým přesahem. Zůstávají motivováni a nemusí na výsledky čekat tak dlouho, jak to většinou bývá u tradičních přístupů výuky. Pro efektivní splnění cílů je také vhodné doplnit výuku níže uvedenými metodami.

Žáci pracují v týmu a rozvíjejí se tak u nich komunikační dovednosti, informační gramotnost, kreativita, ale i empatie, vyjednávání a asertivita. Naučí se prosazovat vlastní názor, argumentovat, naslouchat názorům druhých, analyzovat problém, zaujmout k němu stanovisko a hledat řešení, předvídat potencionální příležitosti a rizika.

Volíme tedy konstruktivní, aktivizační – podnikavý přístup, který vytváří kreativní a příjemný prostor spolupráce pro učitele i žáky.

Před realizací si je dobré připomenout postup projektové výuky, který se dá shrnout do následujících bodů:

1. Samostatná příprava pedagoga (tvorba vzdělávacího programu, příprava pracovních listů)
2. Samostatná příprava žáků
3. Společná příprava pedagoga s žáky
4. Realizace projektu
5. Zveřejnění výsledků projektu
6. Hodnocení projektu

Doplňkové metody k projektové výuce

Brainstorming - generátor nápadů	
Networking - tvoření sítě kontaktů	
Skupinová práce/samostatná práce	
Výklad, instruktáž	
Exkurze do podniku	
Mentoring podnikatele	
Řízená diskuze	
Kontextové mapy	

Srovnání tradičních a aktivních forem výuky

Tradiční přístup	Aktivní (podnikavý) přístup
Hlavní důraz na obsah	Hlavní důraz na proces
Vedení a dominantní role učitele	Podíl všech účastníků
Znalosti předávané experty	Učitel jako facilitátor učení
Důraz na „know-what“	Důraz na „know-how“ a „know-who“
Účastníci pasivně přijímají znalosti	Účastníci generují znalosti
Setkání programovaná	Setkání flexibilní a citlivá vůči vzdělávaným
Jasně stanovené vzdělávací cíle	Vzdělávací cíle „vyjednány“ společně
Chyby vnímány výhradně negativně	Chyby slouží k tomu, aby se z nich člověk učil
Důraz na teorii	Důraz na praxi
Předmětové/funkční zaměření	Problémové/multi-disciplinární zaměření

Tab. č. 1: Srovnání tradiční a aktivních forem výuky, zdroj: Kirby, 2005

Minipodnik na polských SŠ - metodické vymezení

Podle P. Druckera je podnikavost vlastností osoby, není však vlastností osobnosti, ale spíš způsobem chování.

Podnikavé chování je ovlivňováno osobou díky jejímu potenciálu podnikavosti. Potenciál je tvořen díky vzdělávání pro podnikání a převádění teorie do praxe.

Potenciál podnikavosti určují: obecné vědomosti, dovednost kreativního myšlení, představivost, hledání inovačních řešení, odolnost vůči stresu atd.

Z hlediska potřeb hospodářské praxe, obchodu, je podnikání umění efektivního jednání nasměřované na pozitivní změnu situace a využití možnosti rozvoje obchodních aktivit firmy.

Polští zaměstnavatelé zdůrazňují zvláštní význam následujících vlastností a odborných znalostí:

- znalost a používání obchodních údajů, termínů a zároveň obecných ekonomických informací
- aktivní hledání možností rozvoje podnikání
- hledání možností redukce zbytečných výdajů
- dbalost o zachování rovnováhy mezi náklady a obchodními efekty každé činnosti
- monitorování obchodních efektů prováděných činností
- vědomé přijímání obchodního rizika
- efektivní využití novátorských řešení
- důslednost při realizaci úkolů
- nadšení a víra ve vlastní schopnosti

Podobný výzkum provedli v roce 1992 představitelé Evropské federace zaměstnavatelů (UNICE) spolu s představiteli Evropské federace odborů (ETUC). Na základě těchto výzkumů vznikl **žebříček klíčových kompetencí:**

- schopnost komunikovat, vyhledávat a zpracovávat informace
- schopnost dorozumívat se s druhými v různých jazycích
- připravenost k akceptování změn vzniklých v prostředí jednotek a schopnost přizpůsobit se jim, zejména změnám a zavádění nových technologií
- schopnost samostatného rozhodování
- schopnost využití svých práv a povinností jako občan a spotřebitel
- schopnost sebevzdělávání a rozvoje
- aktivita, vynalézavost, tvůrčí schopnost, odpovědnost, kritičnost, nezávislost, samostatnost v práci a v činnosti
- pocit evropského občanství a „evropského“ myšlení

Představený žebříček požadovaný polskými a evropskými zaměstnavateli by měl stanovit rámec programového podnikání:

Cílem vzdělávacího procesu by mělo být formování podnikavých postojů mládeže. K dosažení tohoto cíle slouží následující metodické aktivity:

1. Program předmětu by měl zahrnovat správný podíl teoretického a praktického obsahu (teorie 40 %, praxe 60 %)
2. Vyvíjet podnikavé postoje a praktické dovednosti, což vyžaduje použití interaktivních forem výuky, které stimulují aktivní účast žáků v tom procesu. Lze je zrealizovat při probírání učebních témat jako například:
 - A. Sebe prezentace
 - B. Zhodnocení svých silných a slabých stránek
 - C. Asertivní chování
 - D. Naplňování vlastní kariéry
 - E. Příprava podnikatelského záměru
 - F. Příprava souboru dokladů nutných k zahájení podnikání
 - G. Jak získat úvěr
 - H. Jak vypočítat daň z příjmu a DPH
 - I. Vyplnění žádosti o financování projektu
 - J. Vyjednávání smluvních podmínek
 - K. Příprava životopisu, průvodního dopisu a jiných aplikačních dokumentů
 - L. Přijímací rozhovor s potenciálním zaměstnavatelem
 - M. Jak hledat zaměstnání
3. Formy realizace vyučovacích hodin by měly zdůrazňovat pravidla týmové spolupráce
4. Je nutné naučit se technikám „učení se“, získávání informací a jejich zpracování tak, aby absolvent střední školy mohl samostatně pokračovat v osobním rozvoji. Tento druh výuky dovoluje stimulaci nezávislosti, podporuje přijímání rizik, přijímání odpovědnosti za vlastní aktivity.

Realizaci uvedených činností podporuje využití při výuce podnikavosti moderních informačních technologií (lze využít e-learningové portály).

Formování postojů podnikání a praktických znalostí polskými žáky v okresech:

- Bolesławiec
- Lubań
- Zhořelec

je realizováno prostřednictvím účasti na projektu „**Společná cesta k podnikavosti na školách**“ CZ.11.3.119/0.0/0.0/16_022/0001154. Projekt je financován z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Úkolem žáků je: uvedení do provozu a řízení podniku v podmínkách blízkých ekonomické realitě prostřednictvím:

- ověření teoretických znalostí získaných výukou při praktických činnostech ve virtuální realitě,
- konfrontace se skutečnými dokumenty, postupy a finančně-bankovními nástroji vyskytujícími se v obchodní činnosti,
- vytvoření dovednosti analýzy hospodářského prostředí včetně analýzy rizik a schopnosti efektivního rozhodování,
- posílení dovednosti týmové spolupráce.

Žáci vytvořili 10 minipodniků v každém okrese. Teoreticko-ekonomické znalosti, které žáci získávají během výuky předmětu „Základy podnikání“, mohou využít v praxi během přípravy a následujícího provozu „Firmičky“.

Žáci se učí a získávají zkušenosti v oblasti:

Pozorování a analýza cílového trhu, kde chtějí podnikat	
Správa lidských zdrojů	
Jak získat finanční podporu k realizaci podnikání?	
Správa výroby, obchodu a služeb	
Tvoření obchodních relací	
Dokumentace vedení podnikání	
Analýza výdajů a příjmů a stanovení prodejní ceny	
Správa financí a plateb v hotovosti	
Jak se efektně dostat ke klientovi?	
Orientace v polských a unijních právních předpisech	

Výše uvedené úkoly jsou realizovány v rámci modulů:

1. Předmět podnikání, podnikatelský záměr
2. Dovednosti podnikatele, měkké kompetence podnikatele
3. Finanční řízení podniku a finanční gramotnost podnikatele
4. Právní aspekty vedení podnikání
5. Zahraniční obchod a mobilita pracovní síly

Minipodniky jsou vybaveny učebními pomůckami nezbytnými pro realizaci činností spojených s podnikáním.

Žáci prezentují svoji práci a svou činnost na Ratingu Firmiček, jenž se koná jednou v každém okrese na polské straně, tj. v boleslawieckém, lubańském a zhořeleckém okrese.

Předávání praktických znalostí žákům a pedagogům prostřednictvím mentorů a metodiků.

Učitelé využívají seminářů pořádaných projektovým týmem, polskými a českými metodiky.

Učitelé a žáci mohou využívat pracovní listy připravené polskými a českými metodiky.

Místem realizace projektových aktivit je školní pracovna vybavená tradičními a vybranými učebními pomůckami.

Učební pomůcky	statistické ročenky (např. Svět v číslech)
	ekonomická knihovnička obsahující slovníky, encyklopedie a ekonomické časopisy
	sady diapositivů a projektor
	sady filmů a animací na DVD či CD-ROM a přehrávač DVD (dle možností školy)
	počítač se vzdělávacími programy, internetovým připojením a multimediálním projektorem (dle možností školy)

Metody výuky	
TEORETICKÉ	PRAKTICKÉ
výklad	ukázka
učební konverzace (popovídání)	praktické vyučování např. s využitím vzorů úředních dokladů
Diskuze	burza mozků
aktivní popis (vysvětlující, klasifikující, chronologizující)	situační metoda – tzv. Metoda náhodná či náhodné studio
práce s knihou, s prací z které je čerpáno	cílový plán – dovoluje zjistit problém, stanovit diagnózu a společně najít nejlepší řešení
mentální mapa – dovoluje uspořádání problémů	metoda vzdělávacího projektu - spočívá v samostatné realizaci úkolu, připraveného učitelem na základě dříve stanovených předpokladů
	analýza SWOT
	didaktická hra
	simulační metoda – umožňuje získávání vědomostí ve vytvořeném modelu jisté skutečnosti

Učitel by měl uplatňovat vhodné učební metody, jejich výběr by měl být podmíněn stylem výuky, zájmy a potřebami žáků, vybavením pracovny a organizačními možnostmi.

Výhody a rizika vedení podnikatelského klubu



- Motivace k volnočasové netradiční činnosti
- Nenásilný rozvoj kompetencí
- Podpora tvořivosti, iniciativy a vlastních nápadů a inovací
- Provázání na skutečné podnikatelské prostředí
- Odzkoušení na čtyřech českých a třech polských středních školách
- Metodická podpora formou pracovních listů
- Lektorská podpora formou konzultací a seminářů
- Exkurze
- Spolupráce škol a zaměstnavatelů formou mentorství
- Inovační učební metoda podnikání a utváření postojů podnikatele
- Žáci zahajují činnosti spojené se založením a následným vedením podniku v reálných podmínkách
- Učitelé získávají podporu v okruhu vedení minipodniků ve formě školení a místa k realizaci zadání
- Stimulace kreativity
- Spolupráce škol a podnikatelů
- Zavedení mentoringu



- Ochota žáků a pedagogů (vedoucích minipodniků) k dalším aktivitám – nutno od počátku správně motivovat
- Neochota implementovat do škol nový pohled a nové výchovné a vzdělávací metody
- Vyhledat a přesvědčit ke spolupráci mentory z podnikatelského prostředí a správně je napojit na jednotlivé minipodniky
- Nutnost motivace žáků k zahájení činností mimo výuku

Obsah podnikatelské výchovy

Přípravná fáze:

Příprava Firmičky na jednotlivých středních školách.

V přípravné fázi realizace Firmičky je potřeba učinit základní kroky.

Tyto kroky lze popsat v následujícím schématu:



Tvorba vzdělávacího programu

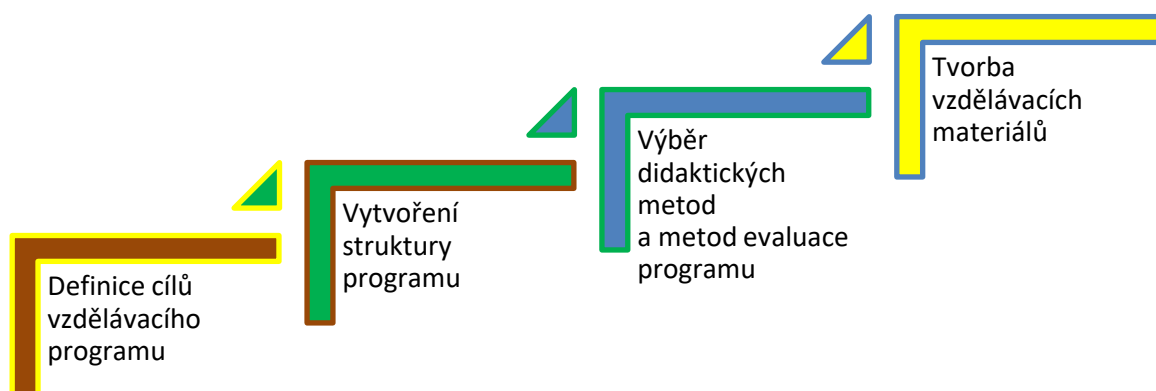
Při tvorbě vzdělávacího programu, který rozvíjí podnikavost u žáků středních škol, je vhodné vzhledem k zaměření projektu vycházet ze vzdělávacího programu (RVP a ŠVP).

Odborné výrazy, se kterými budou žáci přicházet do styku, by měly odpovídat úrovni vzdělávání na středních školách a reflektovat odborný slovník z oblasti podnikání a ekonomické gramotnosti. Program je také vhodné přizpůsobit předpokládané úrovni

finanční gramotnosti, znalostem z matematických a ekonomických předmětů, společenských věd.

Vytvořený vzdělávací program je metodickou pomůckou pro pedagogy, praktickým návodem, jak žákům přiblížit tematiku podnikání. Zároveň je vytvořen jako základní materiál k výchově k podnikání konkrétního Firmičky.

Postup při tvorbě vzdělávacího programu



Stručný přehled obsahu a cílů vzdělávacích modulů

Vzdělávací program pro rozvoj podnikavosti žáků středních škol se skládá z pěti ucelených vzdělávacích modulů:

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Cíl: Vytvoření podnikatelského záměru (PZ), písemného vypracování podnikatelského záměru osvojení základů podnikání

Pracovní listy:

- Podnikatelský plán
- Vypracování PZ
- Produkt
- Trh
- Marketing
- Tým
- SWOT
- Finanční plán

Modul č. 2: Dovednosti podnikatele

Cíl: Rozvinout a upevnit „měkké“ dovednosti, důležité pro úspěch jedince na pracovním trhu.

Pracovní listy:

- Měkké dovednosti
- Komunikační dovednosti
- Time management

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele

Cíl: Uvědomění si finanční odpovědnosti podnikatelského subjektu – fyzické i právní osoby

Pracovní listy:

- Daně
- Financování
- Zákonné pojištění

Modul č. 4: Právo

Cíl: Rozvinout a upevnit povědomí o právních, etických a společenských aspektech podnikání a právním prostředí v ČR a Polsku v prostředí EU.

Pracovní listy:

- Podnikání a podnikatel
- Formy podnikání
- Zahájení činnosti podnikatele
- Založení společnosti

Modul č. 5: Zahraniční obchod

Cíl: Uvědomění si zákonitostí a specifik zahraničního obchodu

Pracovní listy:

- Úvod do zahraničního obchodu
- Specifika, nástroje a formy zahraničního obchodu
- Clo
- Obchodování v EU i mimo EU

Moduly a rozvoj kompetencí žáků

Modul č. 1 Podnikatelský záměr		
Pracovní list	Obsah	Kompetence Znalosti, schopnosti, dovednosti
Pracovní list č. 1 – To nejdůležitější na začátek aneb připravujeme naši Firmičku	• Úvod k podnikatelskému záměru • Postup/strategie založení minipodniku • Základní pojmy z oblasti podnikání	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Definování konkrétního cíle • Plánování kroků k dosažení cíle • Orientace na budoucí cíle • Uvažování v souvislostech • Schopnost správného úsudku • Schopnost převádět myšlenky do praxe • Argumentace, schopnost obhájit svůj názor • Naslouchání, akceptace názorů ostatních • Kreativita a inovace • Kritické myšlení – vnímání a hodnocení příležitostí, jasné vidění (vize) • Vyjadřovací schopnosti
Pracovní list č. 2 – Vypracování podnikatelského záměru	• Vypracování podnikatelského záměru • Struktura písemného vypracování podnikatelského záměru • Obor podnikání • Popis produktu • Financování podnikatelského záměru • Cíl podnikání	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - Iniciativa a podnikavost • Ekonomické kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Stanovování cílů a kroků k jejich dosažení • Uvažování v souvislostech • Řešení problémů • Rozvoj schopností poznávání • Rozvoj schopností pro učení a studium • Schopnost správného úsudku • Schopnost rozhodování • Vyjadřovací schopnosti

Pracovní list č. 3 – Produkt a podnik	• Definice produktu • Definice podniku	<u>Znalosti:</u> • Písemný strukturovaný projev podle obvyklých zásad a pravidel <u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Práce s pojmy a informacemi • Kreativita • Vyjadřovací schopnosti • Argumentace, schopnost obhájit svůj názor • Naslouchání, akceptace názorů ostatních
Pracovní list č. 4 – Trh	• Definice trhu • Konkurence • Stanovení ceny	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Práce s pojmy a informacemi • Schopnost správného úsudku • Uvažování v souvislostech • Kreativita <u>Znalosti:</u> • Finanční gramotnost
Pracovní list č. 5 – Marketing a prodej	• Úvod do marketingu • Průzkum trhu • Marketingový mix • Péče o zákazníky	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity • Kompetence komunikativní <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Schopnost prezentace • Kreativita • Schopnost naslouchat • Akceptace názorů ostatních • Efektivní komunikace • Empatie a asertivita • Schopnost argumentace a přesvědčování • Schopnost přesného vyjadřování • Uvědomění si jedinečnosti

Pracovní list č. 6 – Tým	• Stanovení pracovních pozic • Určení pracovní náplně	<u>Klíčové kompetence:</u> • Iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity • Sociální a personální kompetence • Komunikační kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Týmová spolupráce • Efektivní komunikace • Respektování názoru druhých • Respektování práce druhých • Uvědomění hodnoty pracovních pozic v týmu • Uvědomění rolí v týmu, jednání v rolích • Sebeřízení • Sebepoznání, kontrola a regulace vlastního chování • Organizace času, organizace práce, procesů
Pracovní list č. 7 – SWOT analýza	• Definice • Vnitřní prostředí • Vnější prostředí • Silné stránky, slabé stránky • Příležitosti, hrozby	<u>Klíčové kompetence:</u> • Řešení problémů • Iniciativa a podnikavost <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Práce s informacemi – zjišťování, získávání, hodnocení a využívání informací • Schopnost správného úsudku • Logické uvažování • Informační gramotnost • Uvažování v souvislostech • Schopnost orientace ve vnějším prostředí <u>Znalosti:</u> • Vypracování SWOT analýzy

Pracovní list č. 8 –
Finanční plán

- Počáteční zdroje
- Možnosti úspor
- Přehled příjmů a výdajů
- Možnosti využití příjmů
- Kalkulace ceny

Klíčové kompetence:

- Iniciativa a podnikavost
- Posílení podnikavosti a kreativity

Schopnosti, dovednosti:

- Finanční gramotnost
- Logické uvažování
- Informační gramotnost
- Práce s informacemi – zjišťování, získávání, hodnocení a využívání informací

Modul č. 2: Dovednosti podnikatele Pracovní list	Obsah	Kompetence Znalosti, dovednosti, postoje
Pracovní list č. 1 – Důležité předpoklady pro podnikání	• Dovednosti podnikatele pro podnikatelskou činnost • Odborné dovednosti • Měkké dovednosti	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity • Kompetence k řešení problémů • Komunikační kompetence • Kompetence sociální a personální • Kompetence k celoživotnímu učení • Ekonomické kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Znalost sebe sama • Sebehodnocení • Samostatnost • Informační gramotnost • Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací • Kreativita a inovace
Pracovní list č. 2 – Komunikace	• Základní měkké dovednosti • Komunikace • Procvičování efektivní komunikace	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k řešení problémů • Komunikační kompetence • Kompetence sociální a personální <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Efektivní komunikace • Empatie, asertivita • Prezence • Vedení lidí, delegování • Týmová spolupráce • Sebepoznání, kontrola a regulace vlastního chování

Pracovní list č. 3 – Time management	• Time management • Stanovení priorit • Efektivní zacházení s časem	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k řešení problémů • Komunikační kompetence • Kompetence sociální a personální • Kompetence k celoživotnímu učení <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Seběpoznání • Stanovení priorit • Kritické myšlení a hodnocení možností • Rozhodnost, vytrvalost, motivace • Sebeřízení, organizace práce • Iniciativa – být samostatný, efektivní, přesný
--------------------------------------	---	--

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele		
Pracovní list	Obsah	Kompetence Znalosti, dovednosti, postoje
Pracovní list č. 1 – Financování podnikání	• Počáteční kapitál • Balance počáteční investice • Způsoby financování podnikání	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Posílení podnikavosti a kreativity • Kompetence k řešení problémů • Ekonomické kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací • Schopnost rozhodování • Matematické a logické myšlení • Analytické uvažování <u>Znalosti:</u> • Finanční gramotnost

Pracovní list č. 2 – Daně	• Základní ekonomické pojmy • Daňový systém v ČR	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání • Občanské kompetence • Kompetence k řešení problémů <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací • Sebepoznání, kontrola a regulace vlastního chování <u>Znalosti:</u> • Finanční gramotnost • Právní povědomí – práva a povinnosti podnikatelského subjektu
Pracovní list č. 3 – Zákonné pojištění	• Zákonné pojištění • Druhy a sazby pojištění	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací • Sebepoznání, kontrola a regulace vlastního chování <u>Znalosti:</u> • Finanční gramotnost • Právní povědomí – práva a povinnosti podnikatelského subjektu

Modul č. 4: Právo		
Pracovní list	Obsah	Kompetence Znalosti, dovednosti, postoje
Pracovní list č. 1 – Podnikání a podnikatel	- Podnikání jako činnost - Podnikání a podnikatel v právním prostředí ČR - Živnostenské oprávnění	<u>Klíčové kompetence:</u> - Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost - Posílení podnikavosti a kreativity - Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> - Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací <u>Znalosti:</u> - Kroky k zahájení podnikání - Možnosti podnikání v ČR
Pracovní list č. 2 – Formy podnikání	- Fyzická osoba podnikající - Právnícké osoby	<u>Klíčové kompetence:</u> - Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost - Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> - Schopnost rozhodování - Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací <u>Znalosti:</u> - Formy podnikání v ČR
Pracovní list č. 3 – Zahájení činnosti podnikatele – fyzické osoby	- Povinné kroky k zahájení činnosti – živnostenský úřad, sociální a zdravotní pojištění, finanční povinnosti - Jednotný registrační formulář	<u>Klíčové kompetence:</u> - Kompetence k podnikání - Iniciativa a podnikavost - Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> - Schopnost rozhodování - Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací <u>Znalosti:</u> - Práce s formuláři - Ohlašovací povinnosti

Pracovní list č. 4 – Zahájení činnosti podnikatele – právnické osoby	• Proces založení právnické osoby • Zakládací listiny	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání - iniciativa a podnikavost • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Schopnost rozhodování • Vyhledávání informací, orientace v informacích, vyhodnocování a využívání informací <u>Znalosti:</u> • Práce s formuláři • Ohlašovací povinnosti
---	--	--

Modul č. 5: Zahraniční obchod Pracovní list	Obsah	Kompetence Znalosti, dovednosti, postoje
Pracovní list č. 1 – Úvod do zahraničního obchodu	• Zahraniční obchod v praxi • Příčiny rozvoje zahraničního obchodu • Přípravné činnosti zahraničního obchodu • Dovozní a vývozní operace	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání v oblasti mezinárodního obchodu • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Orientace v zákonitostech zahraničního obchodu • Orientace v základních dokumentech zahraničního obchodu <u>Znalosti:</u> • Základy zahraničního obchodu
Pracovní list č. 2 – Specifika, nástroje a formy zahraničního obchodu	• Nástroje zahraničního obchodu • Specifika zahraničního obchodu • Export/import • Tranzitní obchod • Základní dokumenty zahraničního obchodu	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání v oblasti mezinárodního obchodu • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Orientace v zákonitostech zahraničního obchodu • Orientace v základních dokumentech zahraničního obchodu <u>Znalosti:</u> • Důležité pojmy a dokumenty zahraničního obchodu

Pracovní list č. 3 – Clo	• Funkce cla • Druhy cla • Základní směrnice a předpisy	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání v oblasti mezinárodního obchodu • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Orientace v zákonitostech zahraničního obchodu • Orientace v základních dokumentech zahraničního obchodu <u>Znalosti:</u> • Funkce cla v obchodování
Pracovní list č. 4 – Obchodování v EU i mimo EU	• Zabezpečení prodeje • Uzavření kupní smlouvy • Dodací podmínky • Realizace dodávky • Doklady • Vývoz mimo EU • Prodej mezi státy EU	<u>Klíčové kompetence:</u> • Kompetence k podnikání v oblasti mezinárodního obchodu • Občanské kompetence <u>Schopnosti, dovednosti:</u> • Orientace v zákonitostech zahraničního obchodu • Orientace v základních dokumentech zahraničního obchodu <u>Znalosti:</u> • Fungování obchodu v praxi

Závěr

Učebnice vybízí k aktivitě a předkládá základní témata, která si žáci procvičí v pracovních listech. Bez znalostí a dovedností, které souvisejí s podnikavostí a proaktivním přístupem k životu, se v dnešním světě neustálých změn neobejdeme. Principy, které si žáci při realizaci Firmičky osvojí, mohou mimo jiné kladně ovlivnit i kvalitu jejich osobního života. Výchova k podnikavosti tak může komplexně propojovat různé stránky osobnostního a kariérového rozvoje.

Učitel *Výchovy k podnikavosti* by proto mohl souběžně zastávat i funkci kariérového poradce, po které se v současnosti ve školách tolik volá. Podnikatelské kompetence by také adekvátněji připravily žáky na vstup do zaměstnání a mohly poskytnout dobrý základ pro založení nebo spolupráci na vlastních *start-up* podnicích.

Účastníci česko-polského projektu, tak jako autoři učebnice *Podnikavost nezná hranic – Společná cesta k podnikavosti na školách*, Reg. č. CZ.11.3.119/0.0./0.0./16_022/0001154 si myslí, že téma „podnikavost“ je natolik důležité a zajímavé, že by si zasloužilo samostatný předmět, který by kontinuálně rozvíjel všechny žáky nejenom na středních školách. Skrze spolupráci s mentory z praxe (zaměstnavateli) by bylo možné také více propojit vzdělávání s reálnými potřebami trhu práce.

Doufáme, že Vás učebnice inspiruje k založení Firmičky na Vaší škole a případně podnítí k propojení podnikatelských činností se zahraničními partnerskými školami. Tato přeshraniční/příhraniční spolupráce je přínosem jak pro žáky, tak i pro pedagogy. Přejeme na této cestě hodně úspěchů.

UČEBNICE PRO ŽÁKY

Společná cesta k podnikavosti

Milí žáci,

dostává se Vám do ruky učebnice, která Vás teoreticky a prakticky připraví na založení minipodniku. V něm budete moci se svými spolužáky spolupracovat na procesu vymýšlení produktu či služby od píky, tedy od začátku až po pomyslné uvedení na trh. To, že to jde, si vyzkoušeli vaši vrstevníci, kteří spolupracovali s polskými žáky v rámci projektu *Společná cesta k podnikavosti na školách*, Reg. č. CZ.11.3.119/0.0./0.0./16_022/0001154, jehož výstupem je učebnice *Podnikavost nezná hranic*.

Na této cestě nebudete sami, vaši učitelé a mentoři Vám budou oporou. V rámci podnikatelského klubu se budete zabývat rozvojem podnikatelských kompetencí: řízením projektu, spoluprací s ostatními členy týmu, propagací výrobku, obchodováním a dalšími. Tyto aktivity jsou koncipovány tak, aby věrně simulovaly procesy ve firmách, zejména těch menších.

Nejdříve si však musíte se svými kolegy sednout a vygenerovat nápad, který stojí za to realizovat. Položit si správné otázky. *Vyplatí se mi investovat čas či potenciálně peníze do nové služby nebo výrobku? Budou mít naši zákazníci o tento produkt zájem? Proč by si měli tento produkt koupit? Co jim přinese?* Snažte se tedy být kreativní konstruktivně, protože každá myšlenka není v praxi proveditelná a nemusí být k užítku.

Šťěstí přeje připraveným, a tak se v pracovních listech v další části učebnice budete zabývat mimo jiné tím, jak vytvořit podnikatelský záměr, finanční plán, analýzu trhu, marketingem, ale i například možnostmi efektivní komunikace a spolupráce v týmu. Právě tzv. měkké dovednosti (soft skills), o kterých jste již možná slyšeli, jsou nedílnou součástí dobrého fungování firem. Zaměstnavatelé, kteří dbají na dodržování firemní kultury, vytvářejí příjemné prostředí vybízející ke kreativitě a efektivitě, umějí naslouchat kolegům a zákazníkům (ale i konkurenci) a jsou otevření novým příležitostem, vám určitě pomohou formou mentoringu prožívat větší radost ze své podnikatelské činnosti.

V podnikání nejsou začátky lehké, proto je dobré se připravit na možná rizika a učit se trpělivosti. Někteří úspěšní podnikatelé své podnikání rozjížděli roky při svém zaměstnání a strávili hodiny přemýšlením o možných cestách, nacházeli i poučení z prvních neúspěchů.

Často měnili přístup a v některých případech i produkt nebo službu. Ti, kteří nastavili svoji mysl k úspěchu, skutečně uspěli a inspirovali další. Některé úspěšné podnikatele zmíníme níže a doufáme, že další doplníte i vy.

Jejich příběhy vám mohou být inspirací i varováním na vaší cestě k podnikání, kterou si nyní modelově vyzkoušíte. Věříme, že vás bude práce v minipodnicích naplňovat a třeba o vás časem uslyšíme na lokálním nebo mezinárodním trhu.

Věříme, že dovednosti a zkušenosti z podnikatelského klubu budou dobrým začátkem, který vám pomůže být úspěšnými nejenom v pracovním, ale i v osobním životě. Přejeme mnoho radosti a úspěchů ve vašem podnikání i zaměstnání.

Úspěšní podnikatelé ze světa

CHARAKTERISTIKA ÚSPĚŠNÉHO PODNIKATELE

- orientace na výkon
- schopnost posoudit riziko a poučit se z chyb
- pozitivní přístup k výzvám
- odpovědnost
- precizní plánování
- přestavivost a konstruktivní kreativita
- schopnost získat dobré spolupracovníky
- schopnost efektivně vést své zaměstnance
- jasně definovat cíle
- umět vysvětlit svoji vizi ostatním
- srozumitelný marketing



Zdroj obrázku:

<http://clovekbezhranic.cz/inspiracemotivace/steve-jobs-clovek-bez-hranic/>

Napiš jméno podnikatele na obrázku, a jakou firmu založil:

.....

Kdy byla firma založena a čím se zabývá?

.....

Jaké další vlastnosti a dovednosti by měl podnikatel mít?

.....

.....

.....



Zdroj obrázku: <https://medium.com/edtech-kisk/soci%C3%A1ln%C3%AD-s%C3%ADt%C4%9B-sou%C4%8Dasnosti-6446d61b1e12>

Napiš další úspěšné firmy a podnikatele a jejich předmět podnikání na mezinárodním trhu:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Podnikatelé z Česka



Zdroj obrázku: <https://www.extrastory.cz/pred-140-lety-se-narodil-tomas-bata-svec-ktery-dobyl-svet.html>

Firma, která chtěla about celý svět

Kdo, kde a kdy tuto rodinnou firmu založil?

.....
.....

„Jsou obchodníci, kteří se velmi namáhají, aby zvýšili svůj zisk. Měli by mnohem větší úspěch, kdyby se namáhali také přemýšlením, jak zvýšiti zisky svých obchodních přátel a vydělávat s nimi. Z obchodu, který přináší prospěch jenom nám, vyklube se nakonec ztráta i pro nás.“

Podnikatelé z Libereckého kraje



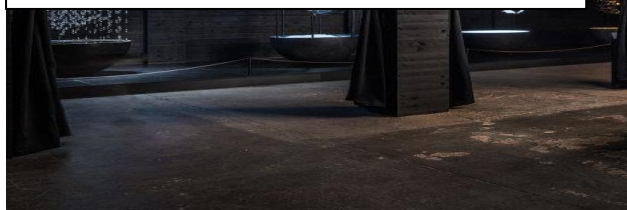
Zdroj obrázku:

<https://www.praguecollege.cz/news/master-speaker-leon-jakimic-president-lasvit/>

Liberecký rodák **Leon Jakimič** se v roce 2007 rozhodl, že Česko zanesou na světovou mapu luxusu a zúročí tradiční sklářské řemeslo. Založil firmu **Lasvit**, jejíž světelné instalace dnes naleznete i v těch nejlepších hotelech a rezidencích od Los Angeles, přes Londýn až po Hongkong. Cesta k prvnímu milionu má podle Jakimiče jedno zásadní pravidlo – nemyslet na něj. „Pověstný první milion korun jsem vydělal ještě jako zaměstnanec v Preciose, když mi bylo 26 let. Povedlo se mi to díky provizím z prodejů, které jsem domluvil. Na první milion dolarů jsem si sáhl hned v roce založením Lasvitu, když mi bylo 32.“

Znáš další sklářské firmy v okolí Liberce?

.....
.....



Zdroj obrázku: <https://byznys.ihned.cz/c1-65614450-nase-lustry-nepatri-jen-na-zamek-a-do-luxusnich-prostor-rika-kadlec-z-vedeni-preciosy-firma-se-chce-zamerit-i-na-cechy>

Podnikatelé z Polska



Zdroj obrázku: <https://natemat.pl/192731,miliarder-o-zakazie-handlu-w-niedziele-to-bede-mial-oszczednosci-w-firmie-zwolnie-15-procent-osob>

*Firma, kterou chtělo nosit celé Polsko.
Kdo, kdy a kde založil tu firmu?*

.....
.....
Při vstupu do jakékoliv obchodní galerie, téměř vždy míváš zdroj jeho síly – síť obuvi CCC. Skupina, která síť spravuje je vlastníkem řady značek – kromě samotné CCC kontroluje rovněž kupříkladu Lasockého. Podle Forbese má jeho majetek hodnotu 3,55 mld. zlotých.

Podnikatelé z Dolnoslezského regionu



Zdroj obrázku:
<https://www.kongres590.pl/prelegenci/grzegorz-dzik>

Grzegorz Dzik předseda a vlastník firmy **Impel a.s.**

Zkoušel své síly v obchodu, nepodařilo se, proto se soustředil na služby, zpočátku spíše na základní a současně nutné pro fungování a činnost každé firmy na světě: udržení bezpečnosti. Impel se rozvíjel velmi dynamicky, někdy dokonce o několik set procent ročně. Tak vznikl Impel, který je jedním ze tří největších podniků ochrany bezpečnosti v Polsku (více než 10 000 zaměstnanců, 2 100 ks zbraní), podniká také v oboru úklidu a hygieny (8 tis. objektů, více než 14 tisíc zaměstnanců), technické obsluhy nemovitostí (60 tis. osob zaměstnaných). Firma vlastní síť prádelen a agentur pronájmu lůžkovin a ubrusů pro hotelovo gastronomickou oblast. Impel to je též obsluha firem v rozsahu pracovních oděvů, čištění a obsluhy nádrží na chemikálie, cateringu (25 000 jídel denně), teleinformatické služby, zprostředkování práce a mnoho jiných zvláštních služeb.



Zdroj obrázku: <https://hradec.rozhlas.cz/zelen-ze-skleniku-polskeho-zamku-ksiaz-dela-velkou-radost-zviratum-v-safari-8150155#&gid=1&pid=1>

Napiš jiné úspěšné firmy v Dolním Slezsku:

.....

.....

.....

.....

.....

Najdi na internetu jiné firmy působící v jiných regionech Dolního Slezska. Napiš jejich názvy, a čím se zabývají:

.....

.....

.....

.....

.....



Zdroj obrázku: <https://wczasypolskie.pl/powiaty-w-polsce-zadania-mapa-powiatow?start=3>

Najdi firmy působící v okresech: boleslawieckém, lubańském a zgorzeleckém. Napiš jejich názvy, a čím se zabývají:

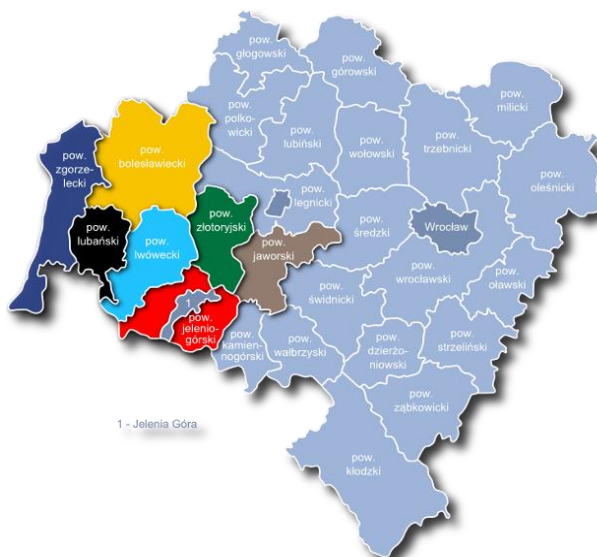
.....

.....

.....

.....

.....



Zdroj obrázku: <https://archiwum-wkuboleslawiec.wp.mil.pl/pl/16227.html>

Motivační příběh

„Nemožný“ Fordův osmiválec

Když se Henry Ford rozhodl vyrobit svůj slavný osmiválcový motor, zvolil si takový typ, který měl mít všech osm válců v jednom jediném bloku, a nařídil svým inženýrům, aby mu takový model zkonstruovali. Ti zpracovali projekt na papíře, ale do jednoho se shodli v tom, že je prostě nemožné sestrojít jednotlivý motorový blok pro osm válců.

Ford řekl: „Přesto to udělejte!“

Namítali: „Vždyť je to nemožné!“

„Pusťte se do toho a vytrvejte u práce tak dlouho, dokud se vám to nepodaří, bez ohledu na to, kolik času si práce vyžádá,“ nařídil Ford.

Konstrukteři se pustili do díla. Nic jiného jim ani nezbývalo, pokud chtěli zůstat Fordovými zaměstnanci. Uplynulo šest měsíců, a nic. Uplynulo dalších šest měsíců, a opět se nic nezměnilo. Vyzkoušeli už všechny myslitelné cesty, ale úkol se zdál naprosto neřešitelný.

Na sklonku roku Ford navštívil své inženýry znovu a opět byl informován, že dosud nepřišli na to, jak jeho příkaz realizovat.

„Pokračujte,“ řekl Ford, „já ten motor chci a budu ho mít.“

Pokračovali a náhle jako mávnutím kouzelného proutku se jim podařilo tajemství odhalit.

Fordovo odhodlání zvítězilo.

(Úryvek z knihy Myšlením k bohatství od Napoleona Hilla)

Vystihněte jedním podstatným slovem poselství příběhu:

Hned v prvním pracovním listu budete tvořit logo své firmy. V případě automobilky z Detroitu se logo příliš neliší od svého předchůdce z roku 1903.



Zdroj obrázku: <http://www.hybrid.cz/ford-chysta-na-rok-2018-novy-plug-hybrid>

Pracovní listy

Pracovní listy vás mají připravit a vybavit znalostmi, bez kterých se jako podnikatelé neobejdete. Některá témata vás budou bavit více, některá méně. Když se tak stane, tak si připomeňte známé přísloví: „*Těžko na cvičišti, lehko na bojišti*“. V listech jsou také uvedené zdroje, které Vám mohou doplnit další užitečné informace. Následující osnova a grafika vám již teď pomůže zorientovat se ve struktuře pracovních listů.

Osnova pracovních listů

1. Úvodní informace k tématu.
2. Nasměrování ke konkrétnímu kroku, který je potřeba udělat při založení/činnosti minipodniku.
3. Prostor pro vlastní tvorbu – písemné úkoly k podpoře výuky a uchopení daného tématu.
- 4.

Grafika pracovních listů



Text k zapamatování



Vlastní vypracování v pracovním listu



Odkaz na další zdroje informací



V postranní liště v obrazci textový „průvodce“

MODUL Č. 1

Podnikatelský záměr

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 1

Tvoříme svoji firmičku

Podnikatelská činnost patří mezi nejnáročnější z lidských činností.

Podnikatel je člověk, který svým podnikáním přebírá zodpovědnost nejen za svůj život, ale i za spokojený život svých zaměstnanců a jejich rodin.

Proto představuje velký závazek k celé společnosti.

Základním a velmi důležitým dokumentem pro založení naší Firmičky je podnikatelský záměr (=podnikatelský plán). V podnikatelském záměru je třeba promyslet, co vlastně od podnikání očekáváme, jak by budoucí podnikání mělo vypadat a s jakými riziky je spojeno.

Je potřeba zodpovědět tyto otázky:

- **Co bude Firmička vyrábět – co budeme dělat;**
- **Co budeme potřebovat – jaký materiál, vybavení (nástroje);**
- **Kolik peněz bude stát nakoupení vybavení a potřebného materiálu;**
- **Komu budeme svoje výrobky nabízet a za jakou cenu;**
- **Kolik peněz můžeme vydělat a co si za ně pořídíme k rozvoji firmy;**
- **Jaká bude realizace, kdo bude dělat jakou práci.**



KDO, CO,
KDE, JAK,
KOLIK, KDY
A PROČ?

Jedním z hlavních ovlivňujících faktorů, proč začít podnikat, je **motivace**, a ta může mít různé podoby:

- vydělávání peněz;
- dělat to, co mě/nás baví;
- sebeuplatnění;
- realizace nápadu, myšlenky, využití svých schopností, znalostí a dovedností.

Čím je tato motivace větší, tím **větší máte pravděpodobnost, že překonáte** překážky spojené s podnikáním.

Proč chci začít podnikat?

Jaká je moje motivace nebo motivace mého týmu?



.....

.....



Základy Firmičky jsou:

- **Produkt** – výrobek/služba;
- **Trh** – komu a kde budeme produkt nabízet;
- **Tým** – osoby, které ve Firmičce pracují;
- **Počáteční zdroje** – vybavení a peníze na zahájení podnikatelského záměru.

Produkt a trh

Popište svůj výrobek/službu, svůj podnikatelský nápad/záměr:
co chcete dělat, kde a komu svoje výrobky/služby budete nabízet.

Náš produkt (výrobek/služba):



.....

Místo na trhu (komu a kde budeme produkt nabízet):

.....

**Vaše Firmička
a obor
podnikání by
měly souviset
s vámi a
vaším životem
s vašimi
zájmy.**

Zamyslete se
nad tím, co
máte rádi. Co
často děláte a
baví vás to.
Těšíte se na
to. Přirozeně
se v tom
zdokonalujete
a
zdokonalovat
se chcete.

Tým

Firmičku tvoří lidé, kteří v ní pracují. Ti, musejí dohromady mít všechny potřebné dovednosti, znalosti a schopnosti k zajištění chodu Firmičky/podnikání (**odborné, ekonomické, organizační**). Každý z nich musí mít přesně popsanou pozici, místo výkonu činnosti, a plní zadané úkoly za účelem splnění společného cíle.

Pozice v našem týmu a jakou práci budou vykonávat:



.....
.....
.....

Počáteční zdroje

Materiální vybavení, technologie, prostory, finance aj. jsou další zdroje, které budeme potřebovat k zahájení činnosti. Tyto zdroje například můžeme mít, některé budeme muset nakoupit, můžeme si je i půjčit, nebo je můžeme získat jako dar.

Jaké zdroje budeme potřebovat:



.....

Jaké zdroje máme v zahajovací fázi:

.....

Jaké zdroje budeme muset získat a jakým způsobem:

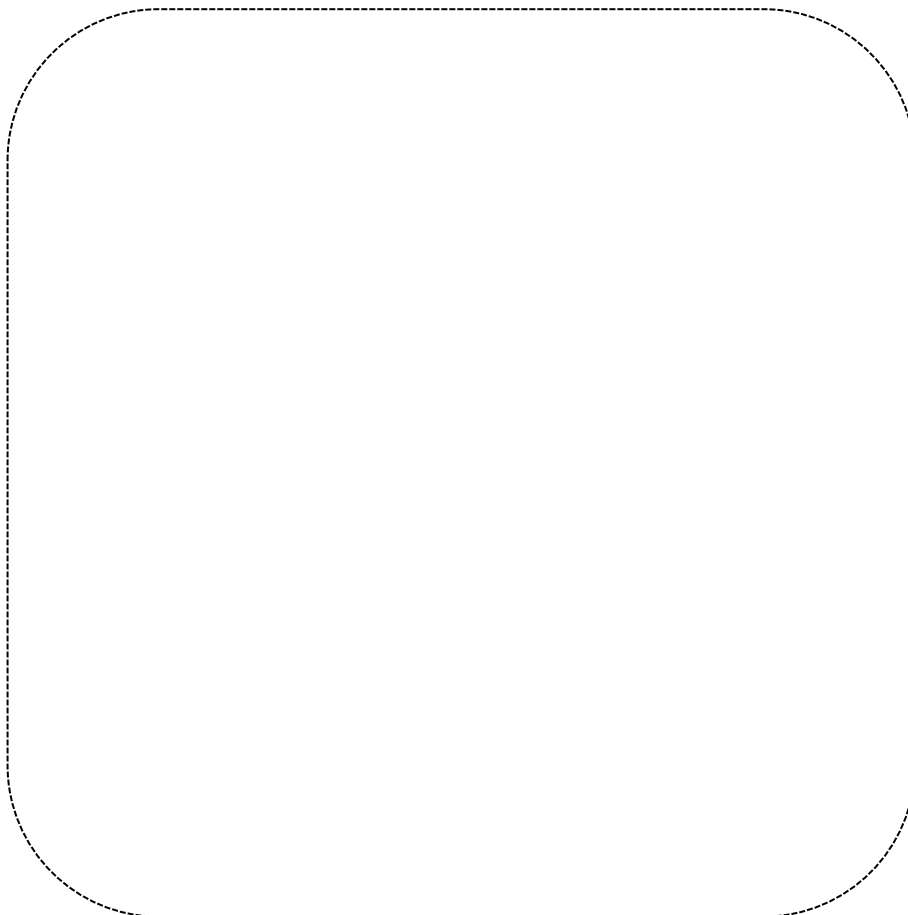
.....



Nevstupujte
do oborů,
ve kterých
nemáte vůbec
žádné
zkušenosti.
**Snažte se
odlišit.**
Produktem,
marketingem,
ale klidně jen
svým
přístupem a
pojetím
služeb.

Prezentace Firmičky:

Firmička se musí odprezentovat a je důležité, jak se bude jmenovat. **Jméno** by mělo vystihovat její činnost. Vytvořte pro ni také **logo – vizuální identitu firmy**:



Vaše logo by mělo vyjádřit jedinečnost vašeho podnikání.

Úderná firemní loga zajistí, že právě vaši společnost si lidé zapamatují.

„Podnikání jde o hodně lépe, když děláte věci, které máte rádi. Vaše podnikání, vaše volba.“

- Denise Duffield-Thomas

Zdroje:

Moudrý, M. 2008. Marketing, základy marketingu. Kralice na Hané: Computer Media.cz.

Petr Klínský, O. M. 2012. Ekonomika, ekonomická a finanční gramotnost. Praha: EDUKO.

Petra Kursová a kol. Podnikatelský záměr. 2012. Praha: APPI CzechInvest, účelová publikace pro podporu projektu CzechEkoSystem.

Plhoňová, Věra. Základy podnikání malých a středních firem - pracovní sešit. 2013. Znojmo, Soukromá vysoká škola ekonomická.

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 2

Vypracování podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr (PZ) je prvním důležitým krokem každého budoucího podnikatele. PZ je jednoduchý srozumitelný a logický dokument zpracovaný podnikatelem, ve kterém jsou popsány vnější i vnitřní faktory, které mají nebo budou mít vliv na zahájení a fungování firmy.

Obvykle se PZ píše podle níže uvedené struktury:

- 1 Titulní strana
- 2 Shrnutí
- 3 Produkt a podnik
- 4 Trh
- 5 Marketing a prodej
- 6 Tým
- 7 SWOT analýza
- 8 Finanční plán

1. Titulní strana

Na titulní straně jsou uvedeny základní údaje o Firmičce:

- Obchodní název a sídlo (+ logo firmy).
- Jména klíčových osob, zakladatelů, (v praxi to jsou jména podnikatelů), datum založení apod.
- Základní popis Firmičky – údaje, v čem podniká, kolik má členů apod.



Správně sestavený PZ řekne, zda je projekt životaschopný, a upozorní na možná úskalí v budoucnu – a to ještě před samotným počátkem podnikání!

Obchodní název:



.....

Klíčové osoby:

.....

Co naše Firmička dělá:

.....

Kolik máme členů (klíčové osoby):

.....

Ostatní údaje, které chceme uvést:

.....

2. Shrnutí

Shrnutí je první kapitola, která je považována za zkrácený podnikatelský plán. Je to stručný přehled o nejdůležitějších bodech podnikatelského záměru. Musí zaujmout, a upoutat pozornost. Čtenáři by mělo být jasné, co je cílem vašeho podnikatelského plánu a jakými prostředky tohoto cíle dosáhnete.

Ve shrnutí jasně a stručně popíšete celý váš PZ. Zaměřte se na tyto body:

- **zaměření podnikání** vaší Firmičky - v čem budete podnikat
- **charakteristika, popis** výrobku nebo služby - co budete vyrábět
- **analýzy** - trh - komu a kde budete výrobek nebo službu nabízet
- **finanční požadavky** - kolik peněz budete potřebovat na zahájení a provoz
- **přednosti a odlišnosti** vašeho výrobku nebo služby od jiných podobných; čím a jak může vaše Firmička uspět
- **vize a cíle**, kdy a jak jich dosáhnete.

Základní informace o vašem podnikatelském plánu:

Zaměření podnikání:

.....

V čem je náš záměr unikátní:

.....

Místo, kde se Firmička nachází:

.....



Shrnutí je vhodné napsat až na konec, když máte napsané všechny kapitoly PZ.

Popis zakládané společnosti, v čem chceme podnikat, v čem přinášíme zákazníkovi užitek.



V čem spatřujeme podnikatelskou příležitost, nalezení mezer na trhu, nebo nového technického principu?

Charakteristika, popis produktu a trhu:

Produkt (výrobek/služba):



.....

Potenciální trh (kde budeme svůj produkt nabízet):

.....

Zákazníci (komu budeme svůj produkt nabízet):

.....

Finanční požadavky podnikatelského plánu:

Budete mít finanční příjmy? Kolik předpokládáte, že získáte finančních prostředků:

.....
.....
.....

**Jaké budete mít výdaje? Kolik předpokládáte, že budete
potřebovat finančních prostředků na zařízení a provoz Firmičky
po celou dobu její činnosti:**

.....
.....
.....

Vize a cíle:

Jaký máme cíl, čeho a kdy chceme dosáhnout:

.....
.....
.....

„Když chceme
lidi zaujmout,
musíme se trefit
do věcí, které je
zajímají.“

-Chip & Dan
Heath

Zdroje:

Petra Kursová a kol. Podnikatelský záměr. 2012. Praha: APPI CzechInvest, účelová publikace pro podporu projektu CzechEkoSystem.

Koráb, Vojtěch, Mihalisko, Marek. Založení a řízení společnosti. 2005. Brno. Computer Press.

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 3

Produkt a podnik

1. Produkt

Pro zákazníka je důležité, jaký užitek pro něj námi prodáváný produkt/nabízená služba bude mít. Užitek je hlavní důvod, proč si zákazník výrobek koupí nebo si objedná službu a zaplatí za ni.

U výrobku popíšeme jeho vlastnosti, materiál, ze kterého je výrobek vyráběný, způsob výroby a podobně. U popisu služby lze navíc uvést, jak a kde ji budeme poskytovat.

Náš produkt (výrobek/služba):



Jaký z něj bude mít zákazník užitek:

Čím je náš produkt zajímavý a odlišný od jiných:

Proč by si měl zákazník náš výrobek pořídit:

2. Podnik /firička

Podnik je soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání, které potřebujeme k provozování podniku (informace, zkušenosti, pracovní postupy).

V popisu Firičky by měly být uvedeny základní informace tak, aby si čtenář vytvořil jasnou představu o podniku.

Důležité je uvést, jaké máte předchozí zkušenosti s výrobou produktu/poskytováním služby.



**Náš produkt
x
konkurence**

V čem je
zajímavý, čím
se liší,
design,
název, obal...

Co nejpřesněji
popište, jaký
produkt
(výrobek/
službu)
budete
nabízet.

Předmět podnikání:

.....

Místo, kde se Firmička nachází:

.....

Jak je Firmička vybavená (co máme, a co budeme pořizovat)

.....

Počet zaměstnanců a jak často se scházíme:

.....

Jaké máme zkušenosti a co umíme:

.....

Ostatní detaily o naší Firmičce:

.....



Co nejpřesněji
popište místo
podnikání
Firmičky –
sídlo,
provozovnu,
dílnu,...

„Vaše podnikání
je vyjádřením
vaší duše a
hodnot.“

-Hiro Boga

Zdroje:

Petra Kursová a kol. Podnikatelský záměr. 2012. Praha: APPI CzechInvest, účelová publikace pro podporu projektu CzechEkoSystem

Koráb, Vojtěch, Mihalisko, Marek. Založení a řízení společnosti. 2005. Brno. Computer Press.

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Podnik>[online]

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 4

Trh

Trh je místo, kde se střetává **poptávka** a **nabídka**. Vzájemně na sebe působí prodávající a kupující, což vede ke stanovení cen.

Poptávka je objem zboží, které si kupující - zákazníci chtějí koupit – poptávají ho.

Nabídka je množství zboží, které chce firma prodat. Kromě trhu, kde se nabízí a poptávají výrobky a služby, existují také:

- **finanční trhy** – kapitálový trh a peněžní trh
- **trh výrobních faktorů** – půda, práce, kapitál;
- **trh práce** – zaměstnanci nabízejí svoji práci, zaměstnavatelé/firmy práci poptávají a platí ji.
- **černý trh** – směna většinou zakázaných výrobků.

Subjekty působící na trhu:

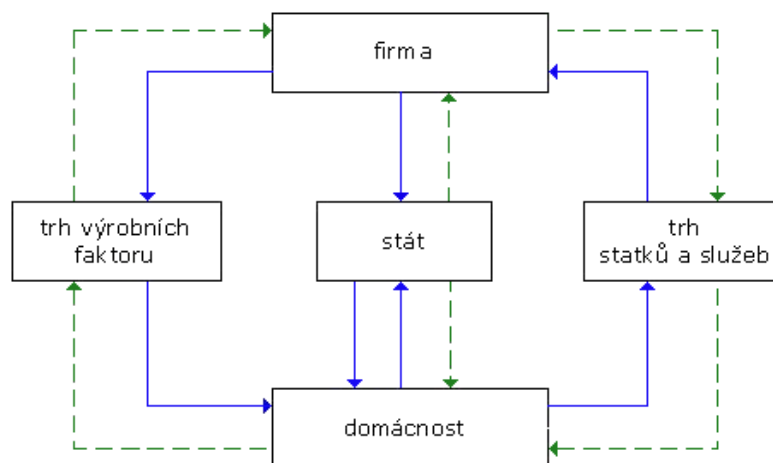
- **Domácnosti** – neboli spotřebitelé – jednotliví členové domácností, kteří mají svojí vlastní ekonomické potřeby. Je to nejpočetnější skupina.
- **Firmy** – neboli podniky - vyrábějí za účelem prodeje (mohou být prodejní i poskytující služby) Na trhu výrobků a služeb vystupují jako prodávající. Jejich cílem je maximalizace zisku.
- **Stát (vláda)** - stát vstupuje na trh s cílem ovlivnit jej, uzpůsobovat jeho působení, odstranit některé jeho negativní dopady na ekonomiku a jeho pozitivní vliv naopak stimulovat.
- **Zahraničí subjekty** – ostatní subjekty (spotřebitelé, firmy, vlády) mimo národní ekonomiku, které do ní vstupují zvenčí



POPTÁVKA

X

NABÍDKA



Výrobní faktory – využívají se při výrobě ekonomických statků (jde o výrobní postupy)

- Primární výrobní faktory – nejsou výsledkem předchozí výroby (přírodní zdroje - např. půda, zemní plyn,...)
- Sekundární výrobní faktory – statky, které nebyly bezprostředně spotřebovány a slouží k další výrobě

Naše výrobní faktory:



.....

Kde budeme poptávat naše výrobní faktory:

.....

Konkurence – proces střetu různých ekonomických zájmů (firem), které se střetávají na různých typech trhů a bojují mezi sebou o naplnění vlastních cílů. Konkurence může být jak na straně poptávky (mezi kupujícími, kdo nakoupí za lepší/nížší cenu), tak na straně nabídky (mezi prodávajícími, kdo prodá víc zboží za lepší/vyšší cenu).

Naše konkurence:



.....

Jaké máme výhody oproti konkurenci:

.....

Co můžeme zlepšit, abychom byli lepší než naše konkurence:

.....

Cena je na trhu dána velikostí nabídky a poptávky:

- Čím vyšší bude nabídka, tím nižší bude cena – na trhu je mnoho firem (konkurentů), které nabízejí stejné produkty.
- Čím vyšší bude poptávka, tím vyšší bude cena – obchodníci vědí, že i za vyšší cenu budou kupující ochotni produkt koupit.

Cena našeho výrobku:

.....

Zdroje:

<https://managementmania.com/cs/trh> [online]

<http://szscb.wz.cz/szs/materialy/trh.pdf> [online]

<http://www.miras.cz/seminarky/mikroekonomie-n01-trhy.php> [online]



Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 5

Marketing, prodej a PR

Marketing

Marketing vyhledává příležitosti na trhu, **zjišťuje potřeby a přání zákazníků**. Na základě toho, můžeme přizpůsobit nabízený produkt, který tak bude nejlépe vyhovovat požadavkům našich zákazníků.

Prodej

Marketing úzce souvisí s prodejem produktů. Zatímco marketing se soustředí spíše na předprodejní aktivity, zjišťování nebo vyvolávání potřeb zákazníků, prodejní procesy na ně úzce navazují a realizují samotné **obchodní vztahy se zákazníky a prodej**. Dobře vymyšlená a nastavená marketingová kampaň může zvýšit prodej našeho výrobku/služby. Díky dobře připravené reklamě/propagaci se o našem produktu dozví více lidí, a tím se může zvýšit prodej.

PR – Public Relation = vztah s veřejností

PR je soubor činností a navazujících kroků, které buduje a udržuje dobré jméno Firmičky, vztahy s veřejností, se zákazníky. Pomáhá rozvíjet povědomí o značce, produktech a informuje o novinkách Firmičky.

Průzkum trhu

Trh je uspořádání, při kterém na sebe vzájemně působí prodávající a kupující. Před rozjezdem podnikání je dobré si udělat průzkum trhu, ze kterého zjistíme, zda máme nějakou konkurenci, a zda o náš produkt bude zájem.

Formy průzkumu trhu:

- pozorování;
- dotazování;
- testování;
- anketa.

Náš zákazník:

.....

Konkurence na trhu:

.....

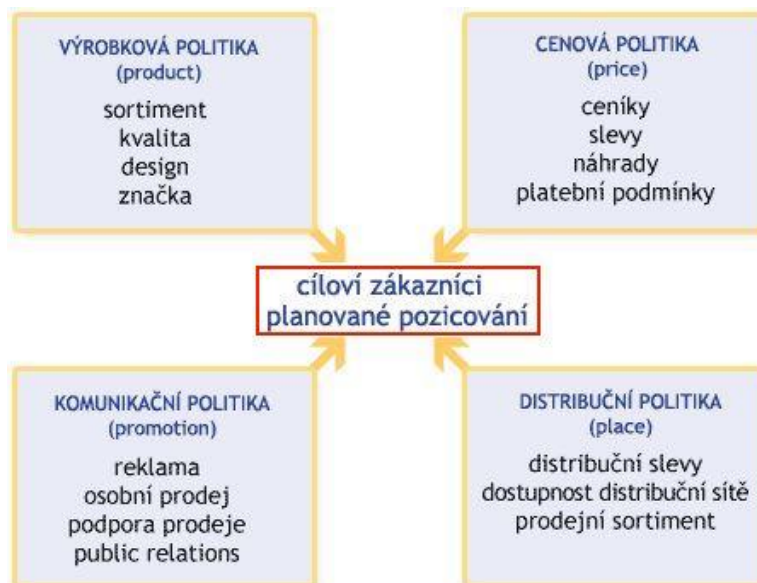
Komu
budeme náš
výrobek
prodávat?

Jakou máme
konkurenci?



Marketingový mix – 4P

Marketingový mix je souhrn 4 základních marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla svých cílů:



4P

PRODUCT

PRICE

PROMOTION

PLACE

1. Product – výrobek/služba

PRODUCT

Popis našeho výrobku:



.....

Jaký bude mít výrobek obal a značku:

.....

2. Price – cena

PRICE

Za jakou cenu se bude produkt prodávat:



.....

Poskytneme zákazníkům akce, slevy:

.....

3. Promotion – propagace

PROMOTION

Jak budeme výrobek propagovat:



.....

Kde budeme výrobek propagovat:

.....

Máme webové stránky Firmičky? Co na nich je:

.....

4. Place – místo

PLACE

Kde a jak budeme výrobek prodávat:



.....

Budeme mít e-shop a budeme výrobky rozesílat zákazníkům?

.....

„Marketingový
plán je otázkou
života či smrti
firmy.“

-Peter Knight



Zdroje:

JAKUBÍKOVÁ, D., R. 2009. Strategický marketing. Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2690-8.

<https://managementmania.com/cs/swot-analyza> [online]

<http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/swot-analyza/> [online]

<http://www.braintools.cz/toolbox/strategie/swot-analyza.htm> [online]

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 6

Tým

Ve vaší Firmičce pracuje v jednom podniku několik osob – tvoří spolu dohromady pracovní skupinu – tým.

V pracovním týmu je důležitá koordinace a spolupráce jednotlivých členů týmu.

Počet osob, které pracují ve vaší firmičce:



.....

Cíl, kterého chceme společně dosáhnout:

.....

Náš společný úkol:

.....

Každý pracovní tým musí mít svého vedoucího, který má na starost rozdělení úkolů, a dohlíží na plnění povinností a plnění zadaných úkolů.

Každý člen má svoji úlohu, s jasnými pravidly, své místo – pracovní pozici, která musí být přesně popsána, a musí být uvedena její náplň.

Práce v týmu je uspořádána podle pravidel, je předem popsána a jedna navazuje na druhou.

Pozice v týmu podle náplně navazují na plnění podnikatelského záměru.

Názvy pozic ve Firmičce:



.....

.....

.....

Práce, činnosti, úkoly, které je třeba udělat:

.....

Zdroje:



MÜHLEISEN, Stefan a Nadine OBERHUBER. Komunikační a jiné měkké dovednosti: soft skills v praxi. Praha: Grada, 2008

Kopecká Ilona. Psychologie. 2011. Praha: Grada. Evangelu Jaroslava Ester, Fridrich Oldřich. 133 her pro motivaci a rozvoj týmů. 2011. Praha: Grada.

Basu Andreas, Faust Liane. Umění úspěšné komunikace - Jak správně naslouchat, řešit konflikty a mluvit s druhými lidmi. Praha: Grada.

V.Khelerová: Komunikační dovednosti manažera. Praha. 1995

Joseph A DeVito. Základy mezilidské komunikace - 6. vydání. Praha: Grada

<https://davidkirs.cz/> [online]

<https://managementmania.com/cs/mekke-dovednosti-soft> [online]

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 7

SWOT analýza

SWOT analýza je metoda strategické analýzy založená na zvažování vnitřních faktorů podniku a vnějších faktorů prostředí.

	POMOCNÉ dosažení cíle	ŠKODLIVÉ dosažení cíle
VNITŘNÍ PŮVOD atributy organizace	S SILNÉ STRÁNKY strengths	W SLABÉ STRÁNKY weaknesses
VNĚJŠÍ PŮVOD atributy prostředí	O PŘÍLEŽITOSTI opportunities	T HROZBY threats

Vnitřní faktory:

Silné stránky – Strengths - naše výhody

- přednosti;
- dovednosti;
- schopný a kvalitní personál;
- významné postavení na trhu;
- zavedený produkt.



Na základě SWOT analýzy můžeme komplexně vyhodnotit fungování firmy, odhalit problémy, nebo naopak příležitost růstu.

Příklady:

image značky,
výborná
technická
vybavenost,
vztahy se
zákazníky.

Naše silné stránky:

.....

Slabé stránky – Weaknesses – v čem se firmě nedaří zároveň se pro nás můžou stát příležitostí, abychom tyto slabé stránky proměnili v silné;

- vysoké náklady;
- špatná vnitřní komunikace;
- slabá motivace lidí;
- nedostatečná marketingová kampaň.

Příklady:

nízká produktivita, poškozená značka, slabá reputace.

Naše slabé stránky:

.....

Vnější faktory:

Příležitosti – Opportunities – faktory, které nám pomohou získat nějakou výhodu, zvýšit prodej:

- zvyšující se poptávka;
- nové technologie;
- nové trhy – expanze firmy;
- zkvalitňování služeb pro zákazníky;
- budování sítě věrných zákazníků.

Příklady:

spolupráce s novými dodavateli, zajištění dlouhodobé věrnosti zákazníků.

Naše příležitosti:



Hrozby – Threats – faktory, které mohou ohrozit naše podnikání:

- konkurence;
- ztráta zákazníků;
- závislost na dodavatelích;
- kurzové změny;
- nestabilní politická situace.

Co je pro nás hrozba:



Příklady:
ztráta
dodavatele,
fluktuace
zaměstnanců,
nárůst fixních
nákladů, pokles
spotřeby,
nezaměstnanos
t.

Příklad SWOT analýzy:

	SWOT analýza	
Vnitřní faktory	<u>Silné stránky - Strengths</u>	<u>Slabé stránky – Weaknesses</u>
	• kvalifikovaný, kvalitní a loajální personál • flexibilita • rychlost dodávek • finanční stabilita • nízká cena • ...	• nedostatečná motivace zaměstnanců • spolehlivost strojů • vysoké náklady • ...
Vnější faktory	<u>Příležitosti - Opportunities</u>	<u>Hrozby – Threats</u>
	• nová technologie • rozšíření trhu v zahraničí • spolupráce s novými dodavateli • vzrůstající poptávka • ...	• konkurence velkých podniků • daňová reforma • nová služba konkurence • nízká poptávka • ...

SWOT analýza Firmičky:



	SWOT analýza Firmičky	
Vnitřní faktory	<u>Silné stránky - Strenghts</u>	<u>Slabé stránky - Weaknesses</u>
	• • • • • •	• • • • • •
Vnější faktory	<u>Příležitosti - Opportunities</u>	<u>Hrozby - Threats</u>
	• • • • • • •	• • • • • • •

Zdroje:

JAKUBÍKOVÁ, D., R. 2009. Strategický marketing. Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2690-8.



<https://managementmania.com/cs/swot-analyza> [online]

<http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/swot-analyza/> [online]

<http://www.braintools.cz/toolbox/strategie/swot-analyza.htm> [online]

Modul č. 1: Podnikatelský záměr

Pracovní list č. 8

Finanční plán



Finanční plán je klíčovým předpokladem pro finanční řízení a je součástí podnikatelského záměru. Pokud máme dané jasné cíle a víme, v čem chceme podnikat, je potřeba si také říct, jaké máme zdroje - **přehled plánovaných příjmů a výdajů = finanční plán**. Smyslem finančního plánování je získání kontroly nad financemi a řízení finančních rizik.

Finanční výdaje: zdroje, které si budeme muset nakoupit. Výši výdajů můžeme ovlivnit správným výběrem toho, co budeme nakupovat za výhodnější cenu.

Finanční příjmy: prodej výrobků, nebo nabízené služby v podnikání vzniknou příjmy. Výši příjmů ovlivňuje cena, kterou si stanovíme a za jakou budeme výrobek prodávat.

Začít podnikat není často nic složitého a v některých oborech do začátku nepotřebujete nic víc, než dobrý nápad a chuť něco dělat. Samozřejmě ale, že ne vždy je to takto jednoduché a jsou odvětví, která vyžadují více.

**FINANČNÍ
PLÁN**

=

**PLÁNOVANÉ
PŘÍJMY A
VÝDAJE**

K založení podniku (počáteční zdroje), budeme potřebovat:



- materiál:

kolik nás to bude stát:

.....
.....
.....

.....
.....
.....

- technologie:

kolik nás to bude stát:

.....
.....
.....

.....
.....
.....

- prostory k podnikání:

.....

.....

.....

kolik nás to bude stát:

.....

.....

.....



- další zdroje:

.....

.....

.....

kolik nás to bude stát:

.....

.....

.....

Tyto zdroje získáme:

.....

Kde a jak v začátcích svého podnikání můžeme ušetřit:

.....

Vyčíslení ostatních nákladů: v reálném podniku musíme ještě zaplatit: zaměstnance, elektřina, topení, voda, telefon, auto, apod.

- zaměstnanci:

.....

mzdy:

.....

- energie:

.....

kolik to bude stát:

.....

- ostatní náklady:

.....

kolik to bude stát:

.....

Analýza trhu:
zjistěte alespoň tři nabídky od různých prodejců pro nákup stejného zboží/materiálu /nabízené služby, který budete potřebovat.

Počáteční finanční zdroje:

- úspory, vlastní finance;
- půjčky, úvěry;
- dotace, granty.

Kde seženeme počáteční finance:

.....

Další finanční prostředky: po rozjezdu podnikání máme k dispozici finanční prostředky, např. z prodeje výrobků, vstupenek, poskytnutí služby...

S jakými financemi můžeme počítat v průběhu podnikání:

.....

Na základě finančního plánu lze zjistit, zda bude naše podnikání **ziskové, vyrovnané** nebo **ztrátové**.



**VÝDAJ a
PŘÍJEM =**
skutečné
toky peněz

X

**NÁKLAD a
VÝNOS =**
účetní
operace

Přehled příjmů a výdajů:

Finanční plán FIRMIČKY			
Výdaje:	Částka:	Příjmy:	Částka:

Můžeme investovat vydělané peníze k dalšímu zisku?



.....

Pokud dojde ke ztrátě, co můžeme udělat?

.....

Zdroje:

Moudrý, M. 2008. Marketing, základy marketingu. Kralice na Hané: Computer Media.cz.

Petr Klínský, O. M. 2012. Ekonomika, ekonomická a finanční gramotnost. Praha: EDUKO.

Petra Kursová a kol. Podnikatelský záměr. 2012. Praha: APPI CzechInvest, účelová publikace pro podporu projektu CzechEkoSystem.

<http://www.firstclass.cz/2014/09/ve-22-letech-ma-vydelano-diky-youtube-za-4-roky-jednoduse-170-milionu-korun/#sthash.uYsNB5vz.dpbs>
[online]

<http://www.ekonomikon.cz/ekonomika/cena/stanoveni> [online]

http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFnikov%C3%A1_cenotvorba
[online]

<http://www.price-checking.cz/cenotvorba/> [online]

MODUL Č. 2

Dovednosti podnikatele

Modul č. 2: Dovednosti podnikatele

Pracovní list č. 9

Předpoklady pro podnikání

Předpoklady pro zahájení podnikání:

- motivace podnikatele
- osobní znalosti, dovednosti, zkušenosti
- podnikatelské cíle
- podnikatelské nápady
- podnikatelské plány

Před zahájení vlastního podnikání je potřeba si uvědomit, co všechno by měl (nejen) začínající podnikatel umět – jaké by měl mít dovednosti/kompetence (způsobilosti).

Odborné dovednosti

Svoji odbornost by měl podnikatel neustále rozvíjet formou celoživotního vzdělávání, musí sledovat nové trendy, seznamovat se s novými technologiemi v daném oboru.

Podnikatel musí být odborníkem ve svém oboru, aby uspěl na trhu.

Podnikatel musí mít kromě odborných kompetencí další dovednosti...

Ostatní dovednosti

Na podnikání a podnikatele se klade spousta nároků – časových, pracovních a také z oblasti vztahů s lidmi. Aby podnikatel všechno zvládl co nejlépe, aby uskutečnil svůj sen o úspěšném podnikání, potřebuje kromě odborných znalostí (strojírenství, stavebnictví, zahradnictví...) i další dovednosti:



**ZNALOSTI
V OBLASTI
PRÁVA A
FINANČNÍHO
ŘÍZENÍ :**

právo
x
povinnost
podnikatele

jak založit
podnik

jak spravovat
hospodaření

daňové
povinnosti a
odvody státu

Znalosti z oblasti práva a finančního řízení podniku

Podnikatel musí vědět a umět dohledat informace k tomu, jak založit podnik, práva a povinnosti podnikatele, jak spravovat finančně podnik, daňové povinnosti, odvody státu apod. Podnikání se řídí velkým množstvím zákonů, vyhlášek a podnikatel musí mít základní povědomí o nich. Ve složitějších případech se obrátí na odbornou právní kancelář.

Měkké dovednosti - Soft skills competence

Podnikateli pomáhají se vztahy ve firmě i s obchodními partnery, organizovat vlastní čas i pracovní čas ve firmě, vytvářet a rozvíjet přátelské a konstruktivní pracovní prostředí mezi spolupracovníky a zaměstnanci, apod.

Mezi základní měkké kompetence patří:

Komunikační a prezentační dovednosti, schopnost spolupracovat, schopnost řešit konflikty, time management, kreativita a flexibilita, řídicí schopnosti, schopnosti sebereflexe a vedení sama sebe, schopnost přijímat změny a inovace.

Dovednosti, které potřebujeme v naší Firmičce:



Máme odborné dovednosti? Jaké:

Kde můžeme sledovat nové informace, vývoj a trendy v našem oboru?

Měkké dovednosti:



MĚKKÉ DOVEDNOSTI / SOFT SKILLS

komunikační
dovednosti

prezentační
schopnosti

time
management

řídicí
schopnosti

vůdčí
schopnosti

Zdroje:

Plhoňová Věra. Základy podnikání malých a středních firem: distanční studijní opora. Znojmo: Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2011

Stefan Mühleisen. Komunikační a jiné měkké dovednosti -Soft skills v praxi. Grada Publishing a.s., 2008.

Tulgan, Bruce. Bridging the Soft Skills Gap (anglicky). John Wiley & Sons Inc. 2015.

<https://davidkirs.cz/> [online]

<http://www.softskills.wz.cz/html/soft%20skills.html> [online]

<https://managementmania.com/cs/mekke-dovednosti-soft-skills> [online]

Modul č. 2: Dovednosti podnikatele

Pracovní list č. 10

Komunikační dovednosti

Pod pojmem komunikační dovednosti se obecně chápe schopnost efektivně komunikovat s druhými lidmi s ohledem na dosažení předem vytyčeného a požadovaného cíle.

Co patří do oblasti komunikačních dovedností:

- komunikační techniky
- umění naslouchat druhým
- přesvědčování
- argumentace

Základní rozdělení je na:

- komunikaci verbální
- komunikaci neverbální (mimika, gestika, postoj těla,...)

Základní požadavky pro dostatečně kvalitní komunikaci jsou:

- zřetelnost
- stručnost
- správnost
- úplnost
- zdvořilost

V dnešní společnosti jsou komunikační schopnosti důležité nejen v osobním životě, ale především často stojí za úspěchem či neúspěchem v pracovní sféře.



**JAK
KOMUNIKUJEME
A JAK NÁS DRUZÍ
VNÍMAJÍ?**

SLOVA (a jejich
význam,
pochopení,
správné
používání slov)

GESTA

MIMIKA

JAK MLUVÍME

**JAK RYCHLE
MLUVÍME**

**JAK SE U TOHO
HÝBEME**

!!!POZOR na
nedorozumění ,
v případě použití
nesprávných/
nevhodných
slov!!!

Co si představíte pod pojmem komunikační dovednosti?



.....

K čemu nám komunikace slouží?

.....

Co ovlivňuje komunikaci?

.....

Může způsobit komplikace nesprávné pochopení v komunikaci? Jaké?

.....

Co způsobí nedorozumění založené na použití odborných výrazů?

.....

Zdroje:



MÜHLEISEN, Stefan a Nadine OBERHUBER. Komunikační a jiné měkké dovednosti: soft skills v praxi. Praha: Grada, 2008

Kopecká Ilona. Psychologie. 2011. Praha: Grada.

Evangelu Jaroslava Ester, Fridrich Oldřich. 133 her pro motivaci a rozvoj týmů. 2011. Praha: Grada.

Basu Andreas, Faust Liane. Umění úspěšné komunikace - Jak správně naslouchat, řešit konflikty a mluvit s druhými lidmi. Praha: Grada.

V.Khelerová: Komunikační dovednosti manažera. Praha. 1995

Joseph A DeVito. Základy mezilidské komunikace - 6. vydání. Praha: Grada

<https://davidkirs.cz/> [online]

<https://managementmania.com/cs/mekke-dovednosti-soft-skills> [online]

Modul č. 2: Dovednosti podnikatele

Pracovní list č. 11

Time management

Výraz time management (z angl. řízení času) je název pro efektivní řízení času a plánování. V dnešní době, která na nás klade požadavek maximálního výkonu, je nezbytnou dovedností umět se svým časem smysluplně hospodařit. Nástroje time managementu nám umožňují dojít k vytyčenému cíli za kratší čas a za vynaložení menšího úsilí a stresu. Time management není jen nástroj, který vede k hospodárnému nakládání s časem ku prospěchu výkonu. Time management je i nástrojem pro osobní růst člověka, sebedokonalování a sebedisciplínu. Řízením času získáme i prostor pro své volnočasové aktivity a předcházíme stresu. Každý z nás touží stát se pánem svého času a být tak úspěšnější ve všem, co dělá a čím se zabývá. Všichni máme stejné množství času, jelikož den trvá 24 hodin.

Jak správně řídit svůj čas:

- **stanovit si priority**
- **sestavit si seznam úkolů**
(velké a časově náročné úkoly rozfázujte na menší)
- **nepřeceňujte se**
- **naplánujte si den (nechte si vždy časovou rezervu)**

Pro stanovení priorit nám může pomoci jednoduchá analýza a rozdělení do jednotlivých kategorií, jimiž jsou:

- **Důležité - Nedůležité**
- **Naléhavé - Nenaléhavé**



CÍLE A PRIORITY

Jaké jsou mé
cíle?

Čeho chci
dosáhnout?

Co jsem
ochotný pro to
udělat?

Jednoduché matice plánování času:

Doplňte další priority:



	Naléhavé	Nenaléhavé
Důležité	Neodkladné problémy	Plánování
Nedůležité	Návštěvy	Zbytečné činnosti

Zamyslete se teď sami nad sebou:

- jaké děláte chyby v hospodaření s časem?
- Jak si organizujete vlastní pracovní čas a volný čas?
- Plánujete si učení, aktivity v rodině a aktivity ve svém volném čase?

Je velmi důležité naučit se rozlišovat podstatné a nepodstatné cíle, úkoly, priority naučit se plánovat. V podnikání pro dosahování cílů je to dovednost, bez které se cesta k úspěchu stává velmi složitou s dlouhou.

NESTAČÍ VYTVOŘIT SI PLÁN, JE DŮLEŽITÉ HO DODRŽOVAT!

Dodržovat vymezený čas, plnit úkoly, umět zařadit nečekané změny.

Nesprávné řízení času pro firmu – důsledky:



.....

Nesprávné řízení času pro člověka? (můžete popsat i sami sebe) - důsledky:

.....

Zamyslete se nad možnými způsoby řízení svého času. Inspirujte se na internetu:

.....

**VYTVOŘENÝ
PLÁN JE
NUTNÉ
DODRŽOVAT
A PLNIT!**

**DŮLEŽITÉ JE
UMĚT
ZAŘADIT I
NÁHLÉ
NEČEKANÉ
ZMĚNY!**

Zdroje:

BLAŽKOVÁ, Martina. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. Praha: Grada, 2007

JÍRA, Stanislav a Veronika HUMLEROVÁ. Time-management. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013.

<http://www.ipodnikatel.cz/Management/time-management-naplanujte-si-svuj-cas.html> [online]

<https://davidkirs.cz/> [online]

MODUL č. 3:

**Finanční gramotnost
podnikatele**

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele

Pracovní list č. 12

Cena

Cena bývá obvykle vyjádřena v penězích, které je nutno zaplatit za to, abychom danou věc či službu získali.

Jak ale určit tu správnou cenu?

Jako podnikatelé bychom měli stanovit cenu tak, aby nebyla příliš vysoká a neodradila nám zákazníky, ale zároveň by neměla být nízká.

Cenu stanovíme v takové výši, abychom pokryli všechny naše náklady a vytvořili zisk. Cílem každého podnikatele by tak měla být cena vyšší než vynaložené náklady na produkt nebo službu.

Pro stanovení takové ceny je zapotřebí se zaměřit na několik věcí.

My si ukážeme několik typů, jakými lze stanovovat cenu našeho výrobku či služby a na co se zaměřit.

Nákladově orientovaná cena

Tato metoda je z hlediska stanovení nejjednodušší. Pro to abychom určili cenu, potřebujeme znát všechny náklady, které nás produkt stojí a určit si zisk, který chceme z každého prodaného kusu.



Základní pojmy při stanovení ceny:

- Fixní náklady
- Variabilní náklady
- Zisk/marže
- Zákazník
- Poptávka

V jaké výši jsou naše fixní náklady?

Náklady, které nejsou závislé na počtu výrobků (př. nájem)



.....

.....

.....

V jaké výši jsou naše variabilní náklady?

Náklady, které jsou závislé na počtu výrobků (př. materiál)

.....

.....

Jak velký chceme zisk/marži (%)?

Kolik bychom chtěli na jednom produktu vydělat?

.....

.....

Cena pak vychází ze součtu celkových nákladů (fixní + variabilní) a zisku (marže).

1. Hodnotově orientovaná cena

V této metodě je zapotřebí si uvědomit jak náš produkt vnímá zákazník. Je zapotřebí si zjistit kolik je ochoten zákazník za náš produkt zaplatit a na základě těchto informací pak určíme prodejní cenu.

Kolik jsou zákazníci za náš produkt ochotní zaplatit?



.....

.....

.....

.....

.....

2. Poptávkově orientovaná cena

V této metodě si ukážeme, že není zapotřebí při tvorbě ceny vycházet z nákladů na výrobu produktu, ale z chování našich zákazníků a především vlastností výrobku. Pro stanovení ceny touto metodou je zapotřebí znát průběh poptávky po našem produktu. Zjistíme tak jaké množství produktu lze při stanovených cenách prodat. Poté bychom měli stanovit cenu, která povede k určité rovnováze mezi výnosy a náklady a bude nejziskovější.

Jak velký zájem má kupující o náš produkt?



.....

.....

.....

3. Stanovení ceny dle konkurence

Tato metoda klade velký důraz na konkurenci a jejich ceny. My pak dle konkurence stanovujeme cenu o něco málo nižší či vyšší v závislosti na nákladech na výrobu produktu či poptávce.

Jakou cenu nabízí naše konkurence?



.....

.....

.....

.....

.....

Ukázali jsme si tedy 4 typy stanovení ceny naše výrobku či služby. Zkuste si teď jednu z metod vybrat a zkusit si stanovit cenu ve své firmičce.

Jakou metodou jsem cenu stanovil/a a proč?



.....

.....

.....

.....

Jaká bude výsledná cena mého produktu a z čeho jsem vycházel/a?

.....

.....

.....

.....

.....

Zdroje:

HANNA, N. a H. R. DODGE. Pricing: Zásady a postupy tvorby cen. Praha: MPress, 1997, ISBN 80-85943-34-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, ISBN 978-80-247-2690-8.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Marketing. Praha: Grada, 2004, ISBN 978-80-247-0513-2.

KASAN, J., FIBÍROVÁ, J. Ceny a cenová politika. 1. vydání. Praha: ALEKO, 1991, ISBN 80-85341-07-7

<http://www.ekonomikon.cz/ekonomika/cena/stanoveni> [online]

http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFnikov%C3%A1_cenotvorba [online]

<http://www.price-checking.cz/cenotvorba/> [online]

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele

Pracovní list č. 13

Daně

V České republice jsou zákonem stanovené platby fyzických (dále FO) nebo právnických (dále PO) osob do státního rozpočtu, které se buď pravidelně opakují, nebo jsou takzvaně jednorázové. Hodnota vybraných daní pak tvoří v České republice až 2/3 příjmu do státního rozpočtu. Hlavním významem daní je zajištění dostatečného příjmu státu, tak aby byl schopen vykonávat své základní funkce. Úkolem státu je pak povinnost respektovat sociální únosnost daní (systém úlev, výjimek). Podívejme se teď na základní pojmy spojené s daněmi.

ČESKO

Daně jsou dle daňové soustavy České republiky rozděleny na dvě kategorie:

1. PŘÍMÉ

- Důchodové (daň z příjmu FO a PO)
- Majetkové (daň z nemovitosti, silniční, dědická, darovací)

2. NEPŘÍMÉ

- Univerzální (DPH)
- Selektivní (spotřební – tabák, alkohol)
- Ekologická (plyn, palivo, elektřina)

POLSKO

1. PŘÍMÉ, daní se příjmy plátce a jeho majetek

- Z výnosů, zdaněny jsou výnosy z výdělečné činnosti
- Z příjmu (daň z příjmu fyzických osob PIT a právnických osob CIT)
- Majetkové (daň z nemovitosti, daň z přepravních prostředků, dědická, darovací, daň z občanskoprávních úkonů, daň z tonáže, lesní daň, zemědělská daň)

2. NEPŘÍMÉ

- DPH na zboží a služby (základní sazba je 23%, snížená je 8%)
- Spotřební daň (vztahuje se na: paliva, oleje, plynové zbraně, osobní automobily, sůl, zápalky, alkohol, tabákové výrobky, žvýkácké gumy)
- Ekologická daň (z recyklovatelných obalů)

Dalším důležitým pojmem je **ZÁKLAD DANĚ**. Je to částka, ze které se určitým procentem, v závislosti na tom, o který typ daně se jedná, vypočítá daň.

FO a PO se při výběru daní dělí na:

- **Plátce** – subjekt, který musí daň vypočítat, vybrat a odvést.
- **Poplatník** – FO nebo PO, která musí daň zaplatit.
- **Příjem** - rozumí se přebytek výnosů nad náklady na jejich dosažení dosaženými v daném daňovém roce. Daňové příjmy jsou smluvní kategorií daňového práva
- **Výnosy** jsou celková hodnota čistého prodeje zboží, zboží a služeb (tj. Bez DPH) v daném zúčtovacím období. Po odečtení nákladů na jejich získání z příjmu dostáváme příjem.
- Snížení příjmů pro daňově uznatelné náklady vytváří příjem.
- **Příjmy - Výdaje = Zisk (základ daně)**
- Daňově uznatelné náklady, zahrnují výdaje, které:
 - vznikly za účelem dosažení příjmů, zachování nebo zajištění zdroje příjmu,
 - musí být ve vztahu k podnikání
 - jsou řádně zdokumentovány a nemají osobní výdaje podnikatele.
- Částka osvobozená od daně je součet ročního příjmu, který není zdanitelný.
- Další koncepty pro nepřímé daně:
- DPH na vstupu je částka původní nákupní faktury přijaté daňovým poplatníkem při nákupu zboží a služeb a v případě dovozu je to částka daně vyplývající z celního dokladu.
- Splatná daň z DPH se počítá ve vztahu k výnosům z prodeje. Jedná se tedy o daň, která se týká prodeje služeb nebo produktů a „patří“ finančnímu úřadu od nás. Splatná DPH je daň účtovaná podnikatelem při prodeji zboží nebo služeb, která by měla být zaplacená finančnímu úřadu.



$$\begin{array}{c} \text{ZISK} \\ = \\ \text{ZÁKLAD DANĚ} \\ = \\ \text{PŘÍJMY-} \\ \text{VÝDAJE} \end{array}$$

Základní druhy daní

ČESKO

Daň z příjmu FO

Poplatníkem tohoto typu daně jsou všechny fyzické osoby, které mají své bydliště na území ČR nebo se zde zdržují. Tato povinnost se vztahuje na veškeré příjmy plynoucí ze zdrojů na území ČR, ale i příjmy ze zahraničí. Platí se zpravidla za jeden kalendářní rok. Sazba je 15% v ČR.

Daň z příjmu PO

Poplatníkem jsou všechny právnické osoby, organizační složky státu a různé fondy. Předmětem této daně jsou pak veškeré příjmy z činnosti a nakládání s majetkem. Sazba je 19%. Od roku 2019 je nižší sazba pro malé a začínající podnikatele bude 9%.

DPH

jinak označovaná jako daň z přidané hodnoty, poplatníkem této daně je kupující, plátcem je prodávající. Základní sazbou tohoto typu daně je základní, která činí 21 % v ČR.

POLSKO

Daň z příjmu fyzických osob (PIT)

Plátcí této daně jsou všechny fyzické osoby bydlící na území Polska. Tato povinnost se vztahuje na všechny příjmy z tuzemska a ze zahraničí. Většinou se platí za jeden kalendářní rok. Sazba v České republice je 15%.

Sazba v Polsku:

Základ daně		Výše daně	
nad	do		
	85 528	17%	
85 528		14 539 PLN 76 gr + 32% příjmů nad 85 528 PLN	minus odčitatelné položky

Daň z příjmu právnických osob CIT

Plátcí této daně jsou všechny právnické osoby, státní podniky, banky, nadace, sdružení. V Polsku platí sazba 19% platí a navíc od 01.2019 pro začínající podnikatele platí preferenční sazba 9%.

Rovná daň z příjmu

Rovná daň je jednou z forem zdanění příjmu podnikatele. Pokud zvolíme tuto formu, příjem bude zdaněn pevnou sazbou 19%.

Paušální daň z příjmu z evidovaných příjmů

tato forma zdanění je určena fyzickým osobám, které získávají příjmy z nezemědělských podnikatelských činností, z pronájmu, podnájmu, nájmu a také pro duchovní

Daňová karta

je jednou z nejjednodušších forem zdanění podnikatelské činnosti v polském daňovém systému. Podnikatel používající daňovou kartu nemá povinnost vést účetnictví, většinou platí nízkou daň, která nezávisí na výši příjmu.

Daň ze zboží a služeb DPH

Daň z přidané hodnoty. Poplatníkem této dane je kupující, plátcem je prodávající. Základní sazba této daně v Polsku je 23%.

PŘÍKLAD:

Moje firma Y vyrábí telefony. Náš nejnovější telefon se na trhu prodává za cenu 2900,- Kč bez DPH. Svému klientovi X prodávám 3 telefony.

Kdo je plátce a kdo poplatník?



.....

Jak velká částka z konečné prodejní ceny 1 telefonu je daň?

.....

Bude se daň lišit, pokud klientovi X prodám 10 telefonů?

.....

Zdroje:



Švarcová J. Ekonomie: stručný přehled 2019/2020, CEED 2019.

Marková H. Daňové zákony 2020, Grada 2019.

<https://www.finance.cz/dane-a-mzda/dane-z-prijmu> [online]

<http://www.ipodnikatel.cz/Podnikatelsky-zamer/jak-zatraktivnit-podnikatelsky-plan-pro-banky-a-investory.html> [online]

Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitých věcí

Zákon č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí

Zákon č. 16/1993 Sb., o dani silniční

Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/> [online]

https://mfiles.pl/pl/index.php/Podatek_VAT [online]

<https://www.podatki.gov.pl/cit/stawki-podatkowe/> [online]

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-podatek-liniowy-w-dzialalnosci-gospodarczej-wady-i-zalety> [online]

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-zryczaltowany-podatek-dla-kogo-i-z-jakimi-stawkami> [online]

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-karta-podatkowa> [online]

<https://www.podatki.gov.pl/vat/stawki-podatkowe/> [online]

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele

Pracovní list č. 14

Financování podnikání

Pokud začínáme podnikat pak je zapotřebí si určit kolik zdrojů (prostředků, peněz) budu pro takový začátek potřebovat, a samozřejmě kde tyto zdroje seženu.

Začneme ale s otázkou, na co vlastně finance potřebuji?

Pokud se zrovna nerozhodneme založit firmu za jednu korunu (což je v dnešní době velkým trendem), pak budeme potřebovat peníze na složení základního kapitálu. Poté budou následovat nezbytné finance nutné k nákupu zboží či provádění služeb. V neposlední řadě bude potřeba zaměstnat zodpovědné osoby, podílet se na zvyšování jejich kvalifikace a také investovat do technologií, výroby, ale i marketingu a propagace. Zkrátka a jednoduše, peněz nebudeme mít v podnikání nikdy dost.

Kolik potřebuji peněz na začátek?



.....

My se ale teď zaměříme na úplný začátek, který lze financovat hned několika způsoby.

V praxi rozlišujeme dva typy financování a to:

- **Financování z vlastních zdrojů**
- **Financování z cizích zdrojů**

Vlastní prostředky by měly být vždy alfou a omegou vašeho podnikání. V prvotních fázích podnikání je totiž nesmírně obtížné získat jakýkoli cizí zdroj. Samozřejmě můžete sáhnout po podnikatelské půjčce nebo půjčce nebankovní, tyto cizí zdroje ovšem rozhodně nepatří ke zdrojům efektivním. Navíc banky dělají při poskytování podnikatelských půjček značné překážky a ve většině případů vám ani nepůjčí. Proto je dobré rozvířít podnikatelské vody pouze za předpokladu, že již máte naspořené nějaké vlastní prostředky.

Pokud se vám přeci ale přeci jen nepodaří naspořit dostatečný obnos vlastních prostředků pro rozjezd podnikání, pak můžete zvolit některou z následujících možností:

- **Operační programy:** Pokud spadáte do některé z podporovaných kategorií podnikatelů, můžete si požádat o zajímavý finanční příspěvek. Připravte se ovšem na poměrně zdlouhavou a náročnou administrativu i papírování.
- **Granty a dotace:** Přečtěte si více o grantech velkých firem, které vám mohou usnadnit rozjezd podnikání.
- **Business Angels:** I v dnešní době existují podnikatelé i fyzické osoby, kteří podporují snažení ostatních a pokud je daný projekt doopravdy zaujme, můžete se od nich dočkat poměrně štědré podpory. Velmi je této metody využíváno v tzv. Start-upech.
- **Leasing:** Potřebujete-li ke svému podnikání například automobil, vsadte na financování automobilu za pomoci leasingu či zvažte operativní leasing jenž je trendem poslední doby.
- **Příspěvek na zahájení podnikání:** O tento příspěvek může požádat začínající podnikatel v případě, že byl doposud registrován na úřadu práce.
- **Crowdfunding:** Netradiční forma sbírky pro začínající podnikatele i zaseté společnosti.

Kde vezmu peníze na své podnikání?



.....

Která z metod by pro mě byla nejvýhodnější?

.....

Kolik budu mít vlastních a kolik cizích zdrojů?

.....

Zdroje:



Švarcová J. Ekonomie: Stručný přehled 2019/2020, CEED 2019.

BARTOŠÍKOVÁ, M.: In Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M.: Obchodní zákoník, Komentář, 10. vydání. Praha: C. H. Beck, 2005, str. 1355; v 11. vydání. 2006

ČERNOHORSKÝ J., TEPLÝ P., Základy financí, I.vydání. Praha: Grada Publishing,a.s. 2011

KALOUDA, F. Finanční řízení podniku. II. vydání. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011

KONECNÝ, M. Finance podniku. 4. vyd. Brno: Novotný, 2002

SCHOLLEOVÁ, H. Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy, II. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012

SRPOVÁ, J. a kol. Podnikatelský plán a strategie. I. vydání. Praha. Grada Publishing, a.s. 2011

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-finansowanie-działalności> [online]

<https://6krokow.pl/finansowanie-działalności-gospodarczej> [online]

<https://zielonalinia.gov.pl/zrodla-finansowania-działalności-gospodarczej-46363> [online]

<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-finansowe/informacja-o-leasingu-w-badaniach-glównego-urzędu-statystycznego,20,1.html> [online]

<https://zpp.net.pl> [online]

Modul č. 3: Finanční gramotnost podnikatele

Pracovní list č. 15

Zákonné pojištění

ČESKO

Každému zaměstnanci jeho zaměstnavatel odvádí dle zákona z hrubé mzdy **sociální a zdravotní pojištění**.

OSVČ vykonávající hlavní samostatnou výdělečnou činnost v ČR platí povinné měsíční zálohy, v Polsku odvádí měsíční příspěvky.

Výpočet sociálního pojištění a zdravotního pojištění je většinou shodný, neboť se obě platby počítají zpravidla ze stejné částky příslušným procentem. Není tomu tak ale vždy. My si ukážeme i jeden praktický příklad, kdy je výpočet sociálního a zdravotního pojištění odlišný.

- Standardně je zaměstnanci mzdovou účetní sraženo **6,5% na sociálním pojištění a 4,5% na zdravotním pojištění z jeho hrubé mzdy**. Zaměstnavatel dále platí za zaměstnance 24.8 % na sociálním pojištění a 9% na zdravotním pojištění.
- **OSVČ vykonávající hlavní samostatnou výdělečnou činnost platí na sociálním pojištění 29,2 % z vyměřovacího základu a na zdravotním pojištění 13,5% z vyměřovacího základu**. Vždy musí být při hlavní činnosti dodržen alespoň minimální vyměřovací základ. Minimální vyměřovací základ na celý rok 2020 u sociálního pojištění je 104 508 Kč a u zdravotního pojištění 209 010 Kč.



DŮLEŽITÉ POJMY

- Sociální vs.
- Zdravotní pojištění
- Sazby
- Hrubá mzda
- Zaměstnanec

POLSKO

Cílem povinného pojištění je poskytnout sociální zabezpečení lidem, kteří kvůli náhodným, zákonem určeným událostem (např. nemoc, zdravotní postižení, těhotenství, stáří) nemohou se uživit vlastní prací.

Standardně se ze zaměstnanecké mzdy srazí tyto částky: - **na starobní důchod: 9,76%, na nemocenské pojištění: 2,45%, - na invalidní důchod: 1,5%, - na zdravotní pojištění 9%.**

Zaměstnavatel dále platí za zaměstnance: - na starobní důchod 9,67%, - invalidní důchod 6,5%, úrazové pojištění (jeho výše závisí na počtu pracovních úrazů, v průměru 1,67%) a pracovní fond: 2,45%

OSVČ platí: na starobní důchod 19,52%, na invalidní důchod 8% a na nemocenské pojištění 2,45 %, ale částka závisí na vyměřovacím základu, který pro rok 2020 u sociálních pojištění je 3136,20 PLN, výše pro zdravotní pojištění ještě není známá.

Skupina 1

Podnikatel, který teprve zahájil podnikání (prvních 24 měsíců) - základem výpočtu pojistného na zdravotní a sociální pojištění je pro něj 30% minimální mzdy - nejméně 780 PLN.

Skupina 2

Osoby, které podnikají již určitou dobu - základem výpočtu pojistného na zdravotní a sociální pojištění je pro ně 60% průměrné mzdy v Polsku.

Skupina 3

Malí podnikatelé, jejichž příjmy jsou velmi nízké. Nejnižší vyměřovací základ nesmí být nižší než 30% minimální mzdy za práci v daném roce a nesmí překročit 60% plánované průměrné mzdy pro daný rok.

Praktický příklad:

Paní Veselá pracuje na zkrácený úvazek s hrubou mzdou 10 000 Kč. Pokud není zaměstnanec současně státním pojištěncem pro účely placení zdravotního pojištění (např. penzistou, žákem), tak musí zdravotní pojišťovna v roce 2020 vždy obdržet alespoň částku 2352 Kč, přičemž zaměstnavatel vždy platí 9 % a dopočet do minima je sražen navíc zaměstnanci. Sociální pojištění se platí vždy ze skutečné hrubé mzdy, paní Veselá je na sociálním pojištění sraženo 650 Kč (10 000 Kč x 6,5 %). Na zdravotním pojištění je však paní Veselá sraženo 1452 Kč (2352 Kč – (10 000 Kč x 9 %)).

Jak velkou hrubou mzdu budou mít moji zaměstnanci?



.....

Kolik budu odvádět jako zaměstnavatel na sociální pojištění?

.....

Kolik budu odvádět jako zaměstnavatel na zdravotním pojištění?

.....

Zdroje:

Švarcová, J. Ekonomie: stručný přehled 2019/2020, CEED 2019.

ČERNOHORSKÝ J., TEPLÝ P., Základy financí, I.vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2011

KALOUDA, F. Finanční řízení podniku. II. vydání. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011

KONECNÝ, M. Finance podniku. 4. vyd. Brno: Novotný, 2002

SCHOLLEOVÁ, H. Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy, II. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012.

www.měšec.cz [online]

www.finance.cz [online]

www.podnikatel.cz [online]

www.zus.pl [online]

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl> [online]

MODUL Č. 4:

Právo

Modul č. 4: Právo

Pracovní list č. 16

Podnikání a podnikatel

Podnikání

Podnikání je **soustavná** činnost provozovaná samostatně podnikatelem, **vlastním jménem**, na **vlastní odpovědnost**, za účelem **dosažení zisku** a za podmínek stanovených zákonem.

Podnikatel

Je fyzická nebo právnická osoba, která soustavně podniká.

- **Fyzické osoby** jsou zapsány v živnostenském rejstříku.
- **Právnické osoby** jsou zapsány v obchodním rejstříku

Každý podnikatel musí mít platné oprávnění k podnikání.

ČESKO

Živnostenské oprávnění

V něm je uveden obor činnosti, ke kterému je oprávnění vydáno. Na každou činnost, kterou chce fyzická osoba nebo obchodní společnost vykonávat, je potřeba oprávnění. Živnostenské oprávnění vydává v ČR živnostenský úřad.

Podmínky pro získání oprávnění:

- Osoba starší 18 let
- Způsobilost k právním úkonům
- Prokázání bezúhonnosti (výpis z rejstříku trestů)

Rozdělení živnostenských oprávnění dle živnostenského zákona:

- **Volné**
Pro získání volné živnosti není potřeba předložit doklad o odborné způsobilosti. Založení živnosti není podmíněné ani vzděláním či kvalifikací v oboru.
V zákoně můžeme najít 80 oborů volné živnosti.
- **Vázané**
- **Řemeslné**
- **Koncesované**



DŮLEŽITÉ POJMY

Podnikatel

Fyzická osoba
(FO)

Právnická
osoba (PO)

Živnostenské
oprávnění

K získání oprávnění u těchto tří živností je zapotřebí doložit platný doklad o odborné způsobilosti či vzdělání v oboru.

Vyřízení živnostenského oprávnění:

K vyřízení živnostenské oprávnění je zapotřebí navštívit živnostenský úřad s platným občanským průkazem a 1000,- Kč. Tato částka slouží k uhrazení správního poplatku, který se platí za každý živnostenský list.

Bezúhonnost se již v dnešní době prokazovat nemusí. Dnešní informační systémy jsou propojené a tak si úředník zjistí tuto informaci přímo z počítače. Za výpis z rejstříku trestů se platí správní poplatek 100,- Kč.

POLSKO

Od osoby, která zahajuje podnikání, se nevyžaduje, aby se kvalifikovala v oboru, v němž hodlá vykonávat svou činnost. Tato osoba však musí zajistit, aby všechny činnosti vykonávané v rámci podnikání byly prováděny zaměstnanci s odpovídající kvalifikací. Kromě toho jsou lidé, kteří podnikají, povinni splnit všechny zákonné požadavky na ochranu lidského života a zdraví před riziky, jakož i všechny další specifické požadavky stanovené ve stavebních, hygienických, požárních a environmentálních předpisech. Svoboda podnikání může podléhat omezením z důvodu bezpečnosti a široce chápaného veřejného zájmu. Za tímto účelem se používá systém zákazů, objednávek a správních povolení. Souhlas udělený oprávněným orgánem státní správy je vyjádřen v právních formách: povolení, koncese, licence a oprávnění.

Druhy činností podle zákona o svobodě hospodářské činnosti:

- výroba,
- stavební,
- obchodní,
- služby,
- průzkum, rozpoznávání a těžba nerostů z ložisek,
- odbornou činnost vykonávají osoby klasifikované jako osoby na volné noze.

Získání obchodní licence:

Registrace v CEIDG, tj. Centrální registrace a informace o podnikání, je zdarma. Můžete se zaregistrovat online - požadavek na účet ePUAP nebo autorizaci registrace návštěvou nejbližšího městského úřadu s dokladem totožnosti

Podnikatel

Právnícké osoby - v Polsku zápis do rejstříku národních soudů - rejstřík národních soudů

V jakém oboru jste se rozhodli podnikat?



.....
.....

Vyzkoušejte si v živnostenském zákoně najít svůj obor a určit o který typ živnosti se jedná:

.....
.....

Volná / Vázaná / Řemeslná / Koncesovaná

Co vše budu pro vydání oprávnění potřebovat?

.....
.....
.....

Zdroje:



KOŽIAK, Jaromír. Obchodní firma v novém občanském zákoníku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 124 s. ISBN 978-80-210-6420-1.

LAVICKÝ, Petr a kol. Občanský zákoník: komentář. I, Obecná část (§ 1-654). 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2015, 2380 s. ISBN 978-80-7400-529-9.

POKORNÁ, Jarmila; KOVAŘÍK, Zdeněk; ČÁP, Zdeněk a kol. Obchodní zákoník. I. Díl. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 1115 s. ISBN 978-80-7357-491-845.

VACKOVÁ, Monika, Nataša REICHLOVÁ a Lenka BROUČKOVÁ. Obchodní rejstřík: praktický průvodce. 1. vyd. Praha: ASPI, 2007, 280 s. ISBN 978-80-7357-273-0.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

mojafirma.infor.pl/spolki/215862,Wolny-zawod-a-dzialalnosc-gospodarcza.html [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-as-postup> [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-sro-postup> [online]

Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník

Zákon č. 90/2012 Sb. Zákonobchodních společnostech družstvech (zákon o obchodních korporacích)

Modul č. 4: Právo

Pracovní list č. 17

Formy podnikání

V Předchozí kapitole jsme si ukázali co vše je zapotřebí k tomu abychom mohli získat oprávnění k podnikání.

Setkali jsme se s pojmy **fyzické a právnické osoby**.

Každý podnikatel si musí na začátku svého podnikání určit, jakou formou bude podnikat. Vybírá si právě ze dvou výše zmíněných a to buď podnikání jako fyzická osoba nebo jako právnická osoba. Obě tyto skupiny jsou pak určeny občanským zákoníkem.

Fyzická osoba

je člověk. Je to každý člověk, bez ohledu na věk, pohlaví, fyzické a duševní zdraví. Vznik, registrace a činnost fyzické osoby se řídí živnostenským zákonem.

Právnická osoba

je uměle vytvořený subjekt, který v právních vztazích vystupuje jako člověk. Vznik, registrace a činnost právnických osob se řídí živnostenským zákonem a zákonem o obchodních korporacích.



DŮLEŽITÉ POJMY

Fyzická osoba

Právnická
osoba

s.r.o.

a.s.

ČESKO

Forma právnické osoby:

- **Obchodní společnosti**
Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)
Akciová společnost (a.s.)
- **Sdružení fyzických nebo právnických osob**
Družstvo
Sdružení vlastníků
- **Nestátní neziskové organizace**
Spolek
Ústav
Nadace a nadační fondy
Církev a náboženské společnosti
- **Veřejnoprávní právnické osoby**
Stát
Kraj
Obec
- **Vysoké školy**
- **Veřejné výzkumné instituce**

POLSKO

V polském právu existují různé druhy hospodářské činnosti. Každý z nich se od sebe liší několika hlavními faktory, jako je počet partnerů, roční obrát, forma zdanění, odpovědnost soukromého majetku v případě bankrotu.

Právnícká osoba jedná prostřednictvím svých orgánů (tj. Vnitřních orgánů, např. Ředitele, prezidenta nebo správní rady) způsobem stanoveným v příslušném aktu a statutu na jeho základě.

Typy společností:

- **Partnerství jsou obchodní společnosti**, jejichž obchodní činnost je založena na osobním vztahu mezi jejími partnery.

- **Partnerství občanského práva** (občanské právo), společnost nemá právní subjektivitu, pouze partneři. Partneři odpovídají za vlastní majetek společnosti a společnosti. Společnost může být zřízena pro komerční a neziskové účely.

Čelíme obecnému partnerství, které nemá právní subjektivitu, ale má způsobilost k právním úkonům. Každý partner je odpovědný veškerým svým majetkem za závazky společnosti.

- **Partnerská společnost**, partneři (pouze fyzické osoby) otevírají společnost, která vykonává jedno (nebo více) svobodných povolání.

Na volné noze:

Právník, architekt, lékárník, lékař, zubař, veterinární lékař, zdravotní sestra, porodní asistentka, stavební inženýr, notář, právní poradce, účetní, auditor, daňový poradce, pojišťovací makléř, odhadce majetku, patentový zástupce, soudní překladatel

- **Komanditní společnost bez právní subjektivity**, generální partner, tj. Osoba, která je odpovědná za závazky společnosti se všemi jejími aktivy, a komanditní společnost, tj. Osoba, která je odpovědná za závazky ve výši stanovené ve smlouvě (komanditní částka).

- **Komanditní akciová společnost**, společnost působí na základě statutu, který by měl být vytvořen ve formě notářského zápisu. K založení tohoto typu podnikání je zapotřebí 50 000 PLN.

Kapitálové společnosti jsou druhem společnosti, v níž jsou nejdůležitější aktiva společnosti, tj. Kapitál. Tato právní forma organizace podnikatelských subjektů se nejčastěji používá při řízení velkých podniků a při vnitřní organizaci kapitálových skupin

Společnost s ručením omezeným podléhá zákoníku o obchodních společnostech. V této společnosti partneři nezodpovídají za dluhy vůči

věřitelům. Za to odpovídá sama společnost. Kapitál potřebný k založení takové společnosti je 5 000 PLN.

Akciová společnost je společnost rozdělena na stejný počet akcií. Je možné kótovat takové akcie na trhu jako Varšavská burza nebo New Connect. Akciová společnost má právní subjektivitu. Akcionáři takové společnosti neodpovídají za závazky společnosti, s výjimkou částky, kterou do ní investovali. Minimální kapitál pro vytvoření této formy činnosti je 100 000 PLN

Zamyslete se a zkuste napsat tři právnické osoby, které znáte a jejich formu podnikání:



.....

.....

.....

Jaká forma podnikání bude u vaší firmy a proč?

.....

.....

.....

Napište název vaší firmy:

.....

.....



Zdroje:

KOŽIAK, Jaromír. Obchodní firma v novém občanském zákoníku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 124 s. ISBN 978-80-210-6420-1.

LAVICKÝ, Petr a kol. Občanský zákoník: komentář. I, Obecná část (§ 1-654). 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2015, 2380 s. ISBN 978-80-7400-529-9.

POKORNÁ, Jarmila; KOVAŘÍK, Zdeněk; ČÁP, Zdeněk a kol. Obchodní zákoník. I. Díl. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 1115 s. ISBN 978-80-7357-491-845.

VACKOVÁ, Monika, Nataša REICHLOVÁ a Lenka BROUČKOVÁ. Obchodní rejstřík: praktický průvodce. 1. vyd. Praha: ASPI, 2007, 280 s. ISBN 978-80-7357-273-0.

Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník

Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)

www.ipodnikatel.cz [online]

<https://mikroporady.pl/slownik-pojec/osoba-prawna> [online]

<https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-rodzaje-spolek-w-polsce> [online]

<http://biznesomania.pl/rodzaje-dzialalnosci-gospodarczej/> [online]

Modul č. 4: Právo

Pracovní list č. 18

Zahájení činnosti podnikatele

Kroky k zahájení podnikání od počátku:

Jednotný registrační formulář

Na začátku podnikání zajdeme na kterýkoliv živnostenský úřad a vyplníme takzvaný Jednotný registrační formulář. Tímto formulářem můžeme provést najednou všechny potřebné i volitelné registrace a ohlášení, tedy zahájení živnosti, registraci k dani z příjmu i oznámení zdravotní pojišťovně a správě sociálního zabezpečení.

Zároveň můžeme provést i registraci k silniční dani, DPH nebo dani z příjmů za zaměstnance, podle toho, co budeme potřebovat.

Pokud neuděláme registrace a ohlášení pomocí Jednotného registračního formuláře, musíme to udělat jednotlivě na příslušných úřadech a pojišťovně, (v Polsku ZUS (Instituce sociálního pojištění)). Například registraci k dani z příjmu fyzických osob na finančním úřadě do 15 dnů ode dne, kdy jsme začali vykonávat samostatnou činnost nebo přijali příjem, registraci k zdravotnímu a sociálnímu pojištění do 8 dnů, na zdravotní pojišťovně a na OSSZ v Česku (ZUS v Polsku).



DŮLEŽITÉ POJMY

Jednotný
formulář

Daňová
evidence

DPH

EET

Pojištění

Zdravotní a sociální pojištění

ČESKO

Důležité je vědět, zda musíme už během prvního roku platit zálohy na pojištění. Jestliže máme samostatnou činnost jako svoji hlavní činnost, platíme od počátku činnosti měsíčně zálohy na zdravotní pojištění i sociální pojištění.

Pokud ji máme jen jako vedlejší činnost, zálohy první rok platit nemusíme. Zdravotní i sociální pojištění doplatíme až po skončení roku po podání daňového přiznání. Budeme-li mít nízký zisk, sociálnímu pojištění se vyhneme.

POLSKO

Sociální a zdravotní pojištění není nutné, pokud dosáhneme měsíčního příjmu pouze 50% nejnížší mzdy, nemusíme registrovat podnikání nebo platit za pojištění.

Pokud založíme podnik na tzv. „Úlevě pro začátek“, máme odkladné období 6 měsíců, poté začneme platit tzv. „Malé ZUS“ příspěvky na sociální

zabezpečení, vypočítáte z kalkulačního základu, jehož výše závisí na vašem

příjmu, Váš příjem z obchodní činnosti v předchozím kalendářním roce, pokud jste jej provozovali celý rok, nesmí překročit třicetinásobek částky minimální mzdy platné v prosinci předchozího roku. Maximální doba trvání „malého ZUS“ je 24 měsíců.

Daňová evidence

ČESKO

Máme několik možností, jak zajistit evidenci ke své samostatné činnosti. Ta bude podkladem pro daňové přiznání k dani z příjmů. Buď celý rok schováváme **příjmové i výdajové doklady** a uděláme podle nich daňovou evidenci, anebo výdajové doklady neschováváme a po skončení roku spočítáme výdaje procentem z příjmů.

EET - elektronická evidence tržeb!

Zjistíme si, zda naše činnost podléhá EET - elektronické evidenci tržeb a podle toho podnikneme příslušné kroky. S rokem 2020 se blíží vlna třetí a čtvrtá.

Systém EET byl u nás zaveden již v roce 2016 a v tomto ohledu není ČR žádnou výjimkou. Podobné systémy jsou již delší dobu využívány například ve Slovinsku, Maďarsku, Chorvatsku nebo na Slovensku. V následujícím roce se u nás povinnost evidovat rozšíří na všechny zbývající profese. Jedná se hlavně o drobnější podnikatele. Typickými zástupci jsou kadeřnice, zedníci, švadleny, automechanici, taxikáři, advokáti, řemeslníci nebo lékaři.

Podnikatel je povinen své tržby zaevidovat do systému EET a to nejpozději do 48 hodin od provedení prodeje. Celý proces je velmi jednoduchý. Postačí připojení k internetu a pokladna s napojením na EET. Ta už za vás udělá všechny potřebné úkony. Odešle tržbu do systému, vygeneruje fiskální identifikační kód (FIK) a vytiskne účtenku pro zákazníka.

Sleva na dani z příjmu

Podobně jako v předchozích vlnách EET, budou mít podnikatelé, jež budou nově spadat do režimu EET, možnost si uplatnit **jednorázovou slevu na dani z příjmů fyzických osob, a to do výše 5000 Kč.**

POLSKO

V Polsku budeme v závislosti na zvolené formě platby daně z příjmu vést daňové záznamy, konkrétně:

- **Daňová karta** - nevedeme žádnou daňovou evidenci, vedoucí daňového úřadu nám vypočítá výši měsíční zálohy na daň z příjmu, která závisí na velikosti města, ve kterém podnikáme, a počtu zaměstnanců zaměstnaných maximálně pro 5 osob

- **Paušální daň ze zaznamenaných příjmů** - v tomto případě zaznamenáváme pouze příjmy, u kterých účtujeme procentní sazbu daně: 3,5%, 5,5%, 8%. Neuchováváme záznamy o vzniklých nákladech.

- **Obecné zásady** - evidujeme příjmy a evidenci nákladů v jednom dokumentu - PKPiR - daňová kniha výnosů a výdajů)

Můžeme platit daňové zálohy měsíčně nebo čtvrtletně, záleží na společnosti. Daňové zálohy vždy snižujeme o pojistné na zdravotní pojištění.

V Polsku JPK- DPH

Jedná se o soubor informací o nákupech a prodejkách, které vyplývají z podnikatelské evidence DPH za dané období.

Odesílá se pouze v elektronické verzi do 25. dne měsíce předchozího měsíce, a to i v případě, že se daňový poplatník čtvrtletně vypořádá.

Pokud je váš obrat nižší než 200 000 PLN, ale vy jste rezignovali na osobní osvobození nebo nemáte právo si toto osvobození vybrat, musíte předložit JPK - DPH.

DPH

ČESKO

Pokud se zaregistrujeme i jako plátce DPH, vedeme také evidenci podle zákona o DPH.

Na začátku činnosti však většinou fungujeme jako neplátce DPH. Hlídáme si však, zda pro nás nenastane povinnost registrovat se jako plátce DPH.

POLSKO

V Polsku jde o záznam o nákupech a prodejkách DPH, měsíčně u finančního úřadu, vyúčtování daňového dokladu, DPH-7 (měsíčně) nebo DPH-7K (čtvrtletně) a ročně DPH-7R.

Auto, silniční daň

ČESKO

Pokud používáme auto pro podnikání, platíme čtvrtletně zálohy na silniční daň a po konci roku podáme daňové přiznání.

POLSKO

V Polsku je silniční daň zahrnuta do 1 litru paliva na benzinové pumpě, a proto nefunguje jako samostatná daň.

Daň z příjmu a pojištění po konci roku

ČESKO

Po skončení roku stanovíme zisk, tedy příjmy a výdaje, použijeme k tomu evidenci, kterou jsme zvolili (viz kapitola Daňová evidence).

Podáme daňové přiznání k dani z příjmu a zaplatíme daň z příjmu.

Dále podáme Přehledy příjmů pro účely zdravotního a sociálního pojištění a zaplatíme pojištění.

POLSKO

V Polsku je na konci roku nutné vypořádat zálohy na daň z příjmu zaplacené daňovému úřadu předložením ročního daňového přiznání PIT:

- **Daňová karta** PIT-16A by měla být předložena každý rok do 31. ledna

- **paušální daň** ze zaznamenaných příjmů (jednorázová částka), formulář PIT-28 by měl být předložen do 31. ledna. každý rok

- **obecná pravidla** a rovná daň PIT-36 a PIT-36L, lhůta pro předložení do 30.04 každý rok

Na konci roku také zúčtujeme účty u instituce sociálního pojištění z výše zaplacených příspěvků.

Kolik si můžeme vydělat?

Existují různé limity výdělku, po jejichž překročení nám přibudou různé povinnosti: Pokud máme příjmy za rok nižší než 1 mil Kč a neděláme "nákup a prodej", stačí nám možná uplatňovat výdaje paušálem. Jinak budeme asi potřebovat spíš daňovou evidenci s výdaji podle dokladů. Pokud za 12 měsíců jdoucích po sobě překročíme obrát **1 000 000 Kč**,

stáváme se povinně plátcem DPH. V Polsku je tato částka **200 000 PLN**,
poté se stanete plátcem DPH.

Jakou budu mít daňovou evidenci ve své firmě?



.....
.....
.....
.....

Budu platit DPH, případně kolik?

.....
.....
.....
.....

Zdroje:



KOŽIAK, Jaromír. Obchodní firma v novém občanském zákoníku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 124 s. ISBN 978-80-210-6420-1.

LAVICKÝ, Petr a kol. Občanský zákoník: komentář. I, Obecná část (§ 1-654). 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2015, 2380 s. ISBN 978-80-7400-529-9.

POKORNÁ, Jarmila; KOVAŘÍK, Zdeněk; ČÁP, Zdeněk a kol. Obchodní zákoník. I. Díl. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 1115 s. ISBN 978-80-7357-491-845.

VACKOVÁ, Monika, Nataša REICHLOVÁ a Lenka BROUČKOVÁ. Obchodní rejstřík: praktický průvodce. 1. vyd. Praha: ASPI, 2007, 280 s. ISBN 978-80-7357-273-0.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-sro-postup> [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-as-postup> [online]

https://www.podatki.gov.pl/jednolity-plik-kontrolny/jpk_vat/ [online]

Zákon č. 89/2012 Sb. *Zákon občanský zákoník*

Zákon č. 90/2012 Sb. *Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)*

Modul č. 4: Právo

Pracovní list č. 19

Založení společnosti - Právnícká osoba

Založení právnické osoby je složitý zdoluhavý proces. Pro každý typ právnické osoby se trochu liší, přesto jsou obecně platné zásady.

Vznik právnických osob se řídí občanským zákoníkem, zákonem o obchodních korporacích, zákonem o veřejných rejstřících.

Pro založení právnické osoby je potřeba následující:

- sepsání společenské smlouvy (zakladatelské listiny)
- složení základního jmění společnosti, nebo jeho části,
- získání živnostenských oprávnění (živnostenských listů atp.),
- zápis společnosti do **obchodního rejstříku v Česku**, do **rejstříku národních soudů v Polsku**
- registrace společnosti u finančního úřadu.

Ještě před založením právnické osoby je potřeba zvážit řadu souvisejících věcí.

Název společnosti

Ten musí být zvolený tak, aby nebyl stejný s již existující jinou společností (s.r.o., akciovou společností, neziskovou organizací apod.). To si můžete zjistit sami na portálu www.justice.cz, kde je zveřejněný obchodní rejstřík, ve kterém jsou právnické osoby ze zákona zapsány. V **Polsku** prod.ceidg.gov.pl a www.krs-online.com.plca Národní soudní rejstřík.

Sídlo společnosti

K umístění sídla společnosti na uvedené adrese je nutný souhlas majitele nemovitosti s umístěním.

Určíte vlastníka/vlastníky společnosti

U společností s ručením omezeným (s.r.o.) jsou to společníci (může být i jediný společník). Společník je vlastníkem společnosti.

Zástupce společnosti

Tito zástupci jsou tzv. statutárními zástupci. U s.r.o. je to jednatel/jednatelé. Akciové společnosti zastupuje správní rada, neziskové organizace správní rada nebo jiný kolektivní orgán (výkonný výbor apod.).

V Polsku jsou orgány akciových společností nebo společností s ručením omezeným:

- **management** - vedení záležitostí společnosti a zastupování společnosti venku
- **valná hromada akcionářů** - přijímá strategická rozhodnutí, např. Jmenování členů představenstva, schválení účetní závěrky společnosti, rozhodnutí o transformaci a likvidaci společnosti
- **dozorčí rada** - není přítomna v každé společnosti s ručením omezeným, povinnost jmenovat dozorčí radu se vztahuje pouze na společnosti, jejichž základní kapitál je vyšší než 500 000 PLN, a zároveň její akcionáři mají více než 25 osob.

Zakládací listiny

Ty můžete použít podle vzorů, dostupných na internetu. Obecně se doporučuje nechat raději tento krok na právních odbornících, s nimi tuto listinu sepsat.

**V Česku vzniká právnická osoba na základě zápisu do obchodního rejstříku.
V Polsku na základě zápisu do rejstříku národních soudů.**

K tomu je potřebné doložit řadu dokumentů.

Všechno máte promyšlené, připravené, domluvíte si schůzku u notáře a s ním tyto dokumenty sepíšete, především notářsky ověřenou zakládací listinu. (v Polsku statut společnosti)

Na základě toho podáte návrh na zápis právnické osoby do českého obchodního rejstříku. V Polsku na základě zápisu do rejstříku národních soudů. Soud provede zápis, po provedeném zápisu je vaše společnost založená a může zahájit činnost.

Zahájení činnosti je nutné nahlásit živnostenskému a finančnímu úřadu, v Polsku pouze v CEiGD.

Duševní vlastnictví

Duševním vlastnictvím se rozumějí práva k nakládání s díly, vynálezy a jinými výsledky procesu lidské tvořivosti, zkoumání a myšlení. Těmi jsou myšleny různé výsledky více či méně originálních myšlenek, námětů,

návodů a řešení. Díky své nehmotné podstatě lze za duševní vlastnictví považovat jen to, co je společností považováno za vhodné k ochraně právní

úpravou, vesměs by tedy mělo jít o výsledky tvorby, výzkumu, či jiné činnosti, které jsou dostatečně jedinečné či originální.

Autorské právo (anglicky copyright law) je odvětví práva, které se zabývá právními vztahy uživatelů a tvůrců tzv. „autorských děl“ k příslušným dílům. Tvůrci mohou být například spisovatelé, hudebníci, filmaři, architekti,

urbanisté a programátoři apod. Prostřednictvím autorského práva stát poskytuje autorům po jistou omezenou dobu určitá výlučná práva k jejich dílu.

Autorská práva k fotografii

Autorská práva k fotografii vznikají autorovi v okamžiku vytvoření fotografie. Fotografii bez souhlasu autora je možné užít pouze na základě zákonem stanovených výjimek, a to zejména pro osobní potřebu fyzické osoby, jejímž účelem není dosažení přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu. Zakázané tedy bude např. umístění fotografie na reklamní materiály, webové stránky společnosti nebo firemní prezentace. Oproti tomu lze za nekomerční použití považovat pozadí pracovní plochy na osobním počítači či jako součást pozvánky na rodinnou oslavu. Uvedením autora či zdroje odkud fotografie pochází, se třetí osoba nijak nezbujuje své odpovědnosti za zásah do práv autora. Volně šiřitelné fotografie, kdy sám autor (či držitel práv) dal souhlas k volnému šíření, jsou například fotografie označené značkou Creative Commons (CC). Na sociálních sítích se musí dodržovat stejná pravidla jako kdekoli jinde na internetu. Nahrát fotografii na sociální síť bez souhlasu autora je tedy ilegální.

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů (anglicky General Data Protection Regulation), zkráceně ONOOU (**GDPR**), plným názvem Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů), je nařízení Evropské unie, jehož cílem je výrazné zvýšení ochrany osobních dat občanů. V Úředním věstníku Evropské unie bylo vyhlášeno dne 27. dubna 2016.

Založení a podnikání právnických osob je složitější než podnikání fyzické osoby – živnostníka. Nezapomínejte na dodržování předpisů a zákonů platných pro tento typ podnikání.

Jaký bude název vaší společnosti?



.....

.....

.....

Ověřte si, že název už neužívá někdo jiný? Jaký portál k vyhledávání použijete?

.....

.....

.....

Kde byste nechali sepsat dokumenty pro založení společnosti?

.....

.....

.....

.....

Zdroje:



KOŽIAK, Jaromír. Obchodní firma v novém občanském zákoníku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2013, 124 s. ISBN 978-80-210-6420-1.

LAVICKÝ, Petr a kol. Občanský zákoník: komentář. I, Obecná část (§ 1-654). 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2015, 2380 s. ISBN 978-80-7400-529-9.

POKORNÁ, Jarmila; KOVAŘÍK, Zdeněk; ČÁP, Zdeněk a kol. Obchodní zákoník. I. Díl. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 1115 s. ISBN 978-80-7357-491-845.

VACKOVÁ, Monika, Nataša REICHLOVÁ a Lenka BROUČKOVÁ. Obchodní rejstřík: praktický průvodce. 1. vyd. Praha: ASPI, 2007, 280 s. ISBN 978-80-7357-273-0.

Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník

Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-sro-postup> [online]

<http://www.easysupport.cz/zalozeni-as-postup> [online]

<https://spolkazoo.info> [online]

<https://prod.ceidg.gov.pl> [online]

MODUL Č. 5:

Zahraniční obchod

Modul č. 5: Zahraniční obchod

Pracovní list č. 20

Úvod do zahraničního obchodu

Zahraniční obchod je placená výměna zboží nebo služeb s partnery, kteří mají trvalé sídlo mimo celní hranici země. Hlavní formy zahraničního obchodu jsou: dovoz, vývoz, zpětný vývoz a tranzitní obchod. Je to obchod, který se uskutečňuje přes hranice jednotlivých států. Obchod se uskutečňuje mezi importérem a exportérem. Předmětem zahraničního obchodu jsou výrobky (zboží), služby, práva (např. autorská práva nebo licence). Zahraniční obchod zahrnuje kromě výměny hmotného zboží také majetkový a úvěrový obrát a běžný obrát: komoditní směna, nákup a prodej licencí v zahraničí, know-how, povinnosti vyplývající z pohybu osob do zahraničí, údržba vlastních diplomatických a obchodních úřadů v zahraničí a další. Zejména: cla, dovozní zdanění a použití vývozních úlev, podmíněný zahraniční obchod se zbožím, manipulace s měnovým kurzem, záruka vývozních úvěrů státem, financování exportní výroby; účelem těchto opatření je obvykle omezení dovozu a podpora diplomatické a obchodní diplomacie a obchodu v zahraničí a dalších.

Zahraniční obchod v praxi

Obchodní společnosti realizují zahraniční obchod buď s vlastními výrobky, službami, nebo jej uskutečňují s produkty třetích stran pouze jako zprostředkovatelé obchodu (trader). Každá společnost, která chce realizovat mezinárodní obchod, musí respektovat mezinárodně platné dohody a legislativu států, na jejichž území se obchod odehrává. Státy chrání a podporují své trhy různými legislativními nástroji (cla, apod.). Zahraniční obchod vyžaduje důkladnou znalost legislativy, práva a místních podmínek a zvyklostí. Mnoho společností proto využívá služeb specializovaných firem - ať v oblasti logistiky, spedice nebo právního zajištění, plateb či pojištění.

- Přípravné činnosti zahraničního obchodu - analýza trhů, analýza konkurence, analýza potřeby dovozu, situační analýza, technologický průzkum, legislativní průzkum, cenový průzkum, vyhledání dodavatelů, vytvoření poptávky, hodnocení nabídek
- Dovozní a vývozní operace - sepsání kupní smlouvy, převzetí zboží, zaplacení zboží, zajištění mezinárodních plateb, zajištění rizik, zajištění logistiky a dopravy, doručení dokladů a zboží
- Pojištění rizik v mezinárodním obchodu
- Logistika v mezinárodním obchodu

- Platební instrumenty v mezinárodním obchodu - mezinárodní platby
- Smlouvy v mezinárodním obchodu

Mezi hlavní příčiny rozvoje mezinárodního obchodu patří:

- Odlišnost přírodních a klimatických podmínek (těžba nerostných surovin, zemědělství, cestovní ruch)
- Odlišný spotřebitelský vkus a preference (některá zboží mohou mít spotřebitele pouze v zahraničí)
- Snaha o zvyšování efektivity výroby (rostoucí míra dělby práce na mezinárodní úrovni, efektivní využití technologií, nutnost vyrábět určité množství, aby byl realizován zisk)
- Konflikt výroby a spotřeby – výroba se specializuje, spotřeba se diferencuje, dovoz umožňuje domácím výrobcům potřebnou specializaci

Absolutní výhoda znamená, že země je schopna vyrábět výrobek s nižšími náklady než země jiná.

Mohli byste z některého státu dovážet materiál?



.....

.....

.....

.....

Mohl bych naopak něco nabídnout do zahraničí?

.....

.....

.....

.....

Jaké budu mít výhody v obchodu s jiným státem a co pro mě naopak bude překážkou?

.....

.....

.....

Zdroje:



BENEŠ, V. a kol.: Zahraniční obchod, příručka pro obchodní praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0558-3.

CIHELKOVÁ, E. a kol.: Světová ekonomika: základní rysy a tendence vývoje, VŠE v Praze, Praha, 2000.

ČERNOHLÁVKOVÁ, E. Finanční strategie v mezinárodním podnikání. Praha: ASPI, 2007. 320 s. ISBN 978-80-7357-321-8.

JANATKA, F. Komerční rizika v zahraničním obchodu a ochrana proti nim. 1.vyd. Praha: ASPI, 2001. 222 s. ISBN 80-86395-14-6.

KALINOVÁ, A., KLÍMA, M., PELIKÁN, M. Řízení rizika financování obchodních transakcí ve vývozu a dovozu. 2.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2010. 209 s. ISBN 978-80-86730-62-2.

PIPEK, J. a kol.: Mezinárodní obchod, VŠE v Praze, Praha, 1996.

PLCHOVÁ, B. Zahraniční obchod. Praha: bankovní institut Vysoká škola a.s., 2001. ISBN 80-7265-048-3.

SAMUELSON, P.A.; NORDHAUS, W.D. Ekonomie. Praha: Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

Modul č. 5: Zahraniční obchod

Pracovní list č. 21

Specifika, nástroje a formy zahraničního obchodu

Nástroje zahraničního obchodu

dělíme na **autonomní a smluvní**.

- Smluvními rozumíme obchodní smlouvy, dohody a závazky vyplývající z členství v mezinárodních organizacích.
- Autonomní dělíme na cla, celní sazebníky, celní řízení, embargo, obchodní válka apod.

Clo (dovozní) – zatěžuje zboží, které je importované, tím zvyšuje jeho cenu na domácím trhu a dává prostor domácím výrobcům, kteří by při nižší ceně nebyli schopni vyrábět

Embargo – obvykle politicky motivované administrativní rozhodnutí o zákazu obchodu s určitou zemí, nebo komoditou (zbožím)

Kvóty – snaha o zajištění stability trhu pomocí stanovení **povoleného množství** dováženého zboží. Vztahuje se ke komoditě nebo zemi producenta. Překročení kvóty by vedlo ke snížení ceny a část domácí produkce by byla neprodejná

Specifika zahraničního obchodu

ve srovnání s obchodem v rámci jednoho státu je obchod daleko náročnější. Mezi specifika a překážky pro jeho realizaci patří:

- Jazyková bariéra – firma musí najmout někoho, kdo se "domluví"
- Právní bariéra – právní řád v cílové zemi může být velmi odlišný od domácího právního řádu, je tedy nutné vynaložit náklady na právního experta
- Kurzové riziko – pohyb kurzu může zásadně ovlivnit ne/výnosovost obchodu, jednotná měna EURO tu bariéru v rámci EU odstraňuje
- Vzdálenost – se vzdáleností rostou náklady na dopravu a pojištění, roste riziko poškození nebo znehodnocení zboží
- Tradice náboženství – některé zboží může být vlivem náboženství nebo tradic v zemi neprodejná



DŮLEŽITÉ POJMY

Clo

Embargo

Kvóty

Export

Import

Jazyková
bariéra

Právní bariéra

Kurzové riziko

- Je nutné zhodnotit politickou stabilitu, koupěschopnost místního obyvatelstva, míru korupce, konkurenci

Export / Import

Export – vývoz zboží nebo služeb do zahraničí. Důsledkem exportu je příliv kapitálu do země, odkud se zboží nebo služby vyvázejí.

- Přímý export – tuzemský producent a zahraniční odběratel jsou v přímém kontaktu. Producenti musí mít dobrý přehled o zahraničním trhu
- Nepřímý export – mezi producenta a odběratele vstupuje zprostředkovatel, který nakupuje v tuzemsku a prodává v zahraničí. Nevýhodou může být marže, kterou si zprostředkovatel připočítá. Podnik ale ušetří náklady na podrobné sledování zahraniční situace

Import – dovoz zboží nebo služeb ze zahraničí. Důsledkem importu je odliv kapitálu ze země, kam se dováží.

- Přímý import – tuzemský producent nakupuje v zahraničí
- Nepřímý import – tuzemský producent nakupuje od tuzemského zprostředkovatele zahraničního zboží

Import i export v zahraničním obchodě je zcela běžný.

Organizace a podniky využívají import produktů a služeb (zejména materiálů nebo polotovarů, ale také licencí, autorských práv a podobně) zejména z důvodů finanční výhodnosti nebo proto, že produkt, služba či technologie není v dané zemi k dispozici. Kupříkladu u některých surovin je import nevyhnutelný.

Tranzitní obchod - vztahuje se pouze na obchod se zbožím a vztahuje se na situaci, kdy sídlo společnosti provádějící transakci nákupu a prodeje není ani v zemi dovozce, ani v zemi vývozce. Předmětem tranzitního obchodu je obvykle bavlna, tabák, velké partie sypkého zboží nebo sériové výrobky

Zpětný vývoz - export dříve dovezeného zboží

Základní dokumenty zahraničního obchodu:

V zahraničním obchodu narazíte na mnoho dokumentů, které neexistují, např. V domácím obchodu. Seznamte se se základními dokumenty, s nimiž se můžete setkat při působení na zahraničních trzích.

1. Obchodní faktura - prokázání, že dodavatel zboží dává kupujícímu k dispozici

kupujícímu v souladu s ustanoveními smlouvy.

2. Celní faktura - v některých zemích je požadováno použití preferenčních sazeb.

3. Přepavní doklady - liší se v závislosti na způsobu přepravy.

Námořní doprava

- Nákladový list - potvrzuje uzavření přepravní smlouvy. Potvrzuje přijetí nákladu pro námořní dopravu a zavazuje dopravce, aby jej po uhrazení nákladu doručil správnému držiteli v přístavu určení.

Železniční doprava

- CIM - mezinárodní nákladní list

Automobilová doprava

- CMR - mezinárodní nákladní list v autodopravě.

Letecká doprava:

- AWB - mezinárodní letecký nákladní list potvrzující uzavření smlouvy o přepravě zboží letadlem.

Vnitrozemská doprava

- Konosament na vnitrozemských vodních cestách (konosament) - uvádí uzavření přepravní smlouvy a přijetí zboží k přepravě.

4. Předávání dokumentů

Zasílání přepravních dokladů se vztahuje na všechny druhy přepravy:

Pojistné doklady

Pojistný doklad zaručuje, že i když je zboží poškozeno a / nebo nedosáhlo místa určení, obdrží jeho držitel nárok na náhradu škody.

Osvědčení o původu potvrzující celní status zboží.

Analytické certifikáty - používané pro chemické látky, určete procento jednotlivých složek.

Antidumpingová osvědčení - uvádějí, že fakturační hodnota zboží se kryje se skutečnou tržní hodnotou zboží a že poskytnuté slevy (rabaty, slevy atd.) Nejsou vyšší než slevy obvykle používané pro stejné zboží prodávané na domácím trhu vývozce.



Jaké překážky u mě mohou nastat při realizaci zahraničního obchodu?

.....

.....

.....

.....

Týká se mě přímý nebo nepřímý Export a proč?

.....

.....

.....

.....

Týká se mě přímý nebo nepřímý Import a proč?

.....

.....

.....

.....

Zdroje:



BENEŠ, V. a kol.: Zahraniční obchod, příručka pro obchodní praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0558-3.

CIHELKOVÁ, E. a kol.: Světová ekonomika: základní rysy a tendence vývoje, VŠE v Praze, Praha, 2000.

ČERNOHLÁVKOVÁ, E. Finanční strategie v mezinárodním podnikání. Praha: ASPI, 2007. 320 s. ISBN 978-80-7357-321-8.

JANATKA, F. Komerční rizika v zahraničním obchodu a ochrana proti nim. 1.vyd. Praha: ASPI, 2001. 222 s. ISBN 80-86395-14-6.

KALINOVÁ, A., KLÍMA, M., PELIKÁN, M. Řízení rizika financování obchodních transakcí ve vývozu a dovozu. 2.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2010. 209 s. ISBN 978-80-86730-62-2.

PIPEK, J. a kol.: Mezinárodní obchod, VŠE v Praze, Praha, 1996.

PLCHOVÁ, B. Zahraniční obchod. Praha: bankovní institut Vysoká škola a.s., 2001. ISBN 80-7265-048-3.

SAMUELSON, P.A.; NORDHAUS, W.D. Ekonomie. Praha: Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-dostarczacz-towary-do-krajow-ue/prowadze-handel-zagraniczny-przydatne-informacje> [online]

Modul č. 5: Zahraniční obchod

Pracovní list č. 22

CLO

Funkce cla

Clo je poplatek (zákonná platba), který vybírá státní orgán při přechodu zboží přes celní hranici daného státu.

Druhy cla

Podle pohybu zboží:

- dovozní clo – uvaluje se na dovážené zboží. Účelem je ochrana domácích výrobců před konkurencí
- vývozní clo – pokud zboží opouští území státu – vláda se snaží získat část příjmů z vývozu dané komodity. Vývozní clo se vztahuje především na suroviny. Přechodně se také uvaluje na zboží, jehož je na domácím trhu nedostatek a hrozí tak zvýšení ceny.
- tranzitní clo – pro produkci, která není určena na trh dané země, pouze se převáží – nepoužívá se, nebo je stanoveno na nulu

Síť EURES poskytuje služby EU zaměřené na hledání zaměstnání a informační služby o životních a pracovních podmínkách v EU a členských státech ESVO. Síťové služby jsou přístupné veřejnosti a jsou zaměřeny na uchazeče o zaměstnání, kteří mají zájem cestovat do jiného členského státu za účelem práce, a zaměstnavatele, kteří chtějí přijímat zaměstnance z jiného členského státu EU nebo ESVO.

Služby EURES pro nezaměstnané a uchazeče o zaměstnání jsou bezplatné. Finanční důvody jsou nejčastěji deklarovaným důvodem profesní mobility v Polsku. Mobilita zaměstnanců může také znamenat připravenost emigrovat za prací. Nejčastěji o tom rozhodují mladší a méně spojení s místem bydliště. Odměna za práci na dané pozici se často liší v závislosti na velikosti města. Výhodou může být i zahraniční emigrace, protože vám umožní poznat jiné pracovní prostředí a zlepšit vaše jazykové znalosti.

Základní směrnice a předpisy týkající se volného pohybu pracovníků

Směrnice 64/221

Najdete zde podrobný seznam infekčních chorob, které mohou být důvodem pro odmítnutí vstupu.



DŮLEŽITÉ POJMY

Dovozní CLO

Vývozní CLO

Tranzitní CLO

Směrnice 2004/38

Obsahuje práva občanů Unie a jejich rodinných příslušníků svobodně se pohybovat a pobývat na území členských států.

Druhý článek této směrnice uvádí definici rodinného příslušníka, který je „manželem; partner, se kterým občan EU uzavřel registrované partnerství; děti do 21 let nebo závislé osoby; předkové, kteří jsou závislími. "

Členové rodiny mají stejná práva jako osoby požívající volného pohybu.

Nařízení č. 1612/68

Nařízení 1612/68 o volném pohybu pracovníků uvnitř Společenství.

definuje práva migrujících pracovníků a jejich rodin, povinnosti hostitelské země vůči nim, povinnosti Rady a orgánů členských států při provádění volného pohybu pracovníků za účelem ochrany evropského trhu práce

- odstranění diskriminace mezi zaměstnanci členských států na základě občanství, v případě zaměstnání, odměny za práci a jiných pracovních podmínek
- diskriminace na základě pohlaví
- každý členský stát zajistí, aby byla uplatňována zásada stejné odměny pro muže a ženy za stejnou práci nebo práci stejné hodnoty.

Směrnice 2005/36

Tato směrnice upravuje a definuje různé požadavky na vzdělání a kvalifikaci v zemích EU, což může být překážkou volného pohybu pracovních sil.

Díky této směrnici „osobám, které získaly odbornou kvalifikaci v jednom členském státě“, je povolen přístup „ke stejnému povolání a vykonávat jej v jiném členském státě na základě stejných práv jako státní příslušníci jiného členského státu“.

Jaké clo budu platit v případě exportu?



.....

.....

.....

.....

Jaké clo budu platit v případě importu?

.....

.....

.....

Zdroje:



BENEŠ, V. a kol.: Zahraniční obchod, příručka pro obchodní praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0558-3.

CIHELKOVÁ, E. a kol.: Světová ekonomika: základní rysy a tendence vývoje, VŠE v Praze, Praha, 2000.

ČERNOHLÁVKOVÁ, E. Finanční strategie v mezinárodním podnikání. Praha: ASPI, 2007. 320 s. ISBN 978-80-7357-321-8.

JANATKA, F. Komerční rizika v zahraničním obchodu a ochrana proti nim. 1.vyd. Praha: ASPI, 2001. 222 s. ISBN 80-86395-14-6.

KALINOVÁ, A., KLÍMA, M., PELIKÁN, M. Řízení rizika financování obchodních transakcí ve vývozu a dovozu. 2.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2010. 209 s. ISBN 978-80-86730-62-2.

PIPEK, J. a kol.: Mezinárodní obchod, VŠE v Praze, Praha, 1996.

PLCHOVÁ, B. Zahraniční obchod. Praha: bankovní institut Vysoká škola a.s., 2001. ISBN 80-7265-048-3.

SAMUELSON, P.A.; NORDHAUS, W.D. Ekonomie. Praha: Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

<https://eures.praca.gov.pl/o-nas/informacje-o-eures> [online]

<https://www.praca.pl> [online]

Modul č. 5: Zahraniční obchod

Pracovní list č. 23

Obchodování v EU i mimo EU

mimo EU – jedná se o vývoz a dovoz, kdy zboží překračuje hranice státu a provádí se proclení dodávky. Fungují zde všechna opatření obchodní politiky (cla, množstevní kvóty, překážky, normy)

v rámci EU – nejedná se o vývoz a dovoz. Funguje jednotný vnitřní trh = volný pohyb zboží. Dodávky se neproclívají, pro výrobky platí jednotné normy. Neexistují žádné technické, hygienické nebo veterinární bariéry.

Dovoz zboží ze zemí mimo EU do Polska (část celního území EU) podléhá celnímu odbavení.

Skládá se z:

- předložení zboží celnímu orgánu,
- vyhotovení celního prohlášení ve vhodné formě s přiložením nezbytné průvodní dokumentace,
- platby cel a daní.

Propuštění zboží do EU je možné, pokud se na zboží nevztahuje zákaz dovozu, Tarifní klasifikace je klasifikace zboží pro celní účely. Vytvoření klasifikace je podporováno TARIC - IT databází spravovanou Evropskou komisí, jejímž úkolem je poskytovat úplné informace o podmínkách vývozu a dovozu daného zboží. TARIC obsahuje informace o sazbách, celních preferencích, celních kvótách, pozastavení sazeb, uplatňovaných antidumpingových cel. Polským ekvivalentem systému TARIC je integrovaný celní sazební systém ISZTAR - online databáze tarifů spravovaná odborem celní politiky ministerstva financí. Kromě tarifu TARIC najdete také informace o DPH a spotřební dani platné v Polsku.

V Polsku je národní správa daní odpovědná za celní službu, která je mimo jiné odpovědná za zákonnost dovozu a vývozu zboží.

Zabezpečení prodeje

Přímý prodej – domácí výrobní podnik sám prodává (vyvází) své výrobky do jiné země nebo je sám nakupuje (dovází). Musí mít dostatečné jazykové znalosti a znalosti techniky obchodování. Nutnost mít dostatečně kvalifikované zaměstnance.

Nepřímý prodej – domácí výrobní podnik využívá služby obchodního podniku. Svoje výrobky prodá obchodnímu podniku, který je vyveze do jiné země. Pokud domácí podnik nakupuje, využije obchodní podnik, který výrobky v jiné zemi nakoupí a v ČR je pak prodává.

Pomocí internetu - Při nepřímém prodeji můžeme uzavřít dohodu se zahraničním provozovatelem internetového obchodu, kterému budeme zboží dodávat, a které bude provozovatel prodávat spotřebitelům ve své zemi. Nebo můžeme přidat nabídku do zahraničního elektronického tržiště, kdy dodávku si musíme zajistit sami. Zahraniční zákazník ale nebude akceptovat prodej na dobírku nebo platby předem. Musíme mít zabezpečený systém plateb po internetu.

Uzavření kupní smlouvy

při prodeji mimo Česko – velký vliv má **vzdálenost a jazykové bariéry**. Rostou rizika poškození při dopravě, nezaplacení, nebo nepřevzetí zboží, rizika ztrát vlivem poklesu kursu dané měny.

Při prodeji musíme zvážit politická rizika – nepokoje, stávky, převraty, zákazy dovozu.

Dodací podmínky

Dodací podmínky – určení místa, do kterého bude zajišťovat dopravu prodávající a od kterého kupující.

- kdy přecházejí rizika poškození a ztráty zboží z prodávajícího na kupujícího
- kdy přechází hrazení nákladů na dodání z prodávajícího na kupujícího
- povinnosti prodávajícího a kupujícího při zajištění dopravy a dokumentů (dopravní avízo, kontrola)

Realizace dodávky

- *odeslání dodávky* – zaslání přepravních dispozic, zaslání návěští zásilky nebo odvolávky. U pravidelných dodávek nebývá toto oznámení potřebné.
- *Expedice* – na základě objednávky, příprava zboží k odběru ve skladu, nakládání. Ve velkých podnicích až po vystavení expedičního příkazu
- *Dodání, převzetí, převjímká* – na základě dodacího listu. Pokud dodavatel nevyužije vlastní dopravu, vystavíme přepravní list (železniční nákladní list)

Někdy jsou vyžadovány další doklady:

- osvědčení (certifikát) – nejčastěji osvědčení o jakosti (udává, zda produkt splňuje normy – ČN a ISO), zdravotní osvědčení (veterinární u zvířat)
- technická dokumentace, návod k obsluze (elektronika)
- záruční list – podmínka pro uplatnění reklamace (u složitějšího zboží),
- fakturace – měla by dorazit současně se zásilkou nebo dodatečně. Pokud žádáme placení předem. Pokud jsme plátcí DPH, vystavíme zálohovou fakturu (částečná úhrada). Po zaplacení a dodání vystavíme daňový doklad, ale musíme ho vyplnit v den uskutečnění zdanitelného plnění

Vývoz mimo EU

procení začíná tím, že vývozce podá dodávku k procení. Může ho zastupovat jiná osoba – (dopravce, speditér), který zajistí vyplnění celních dokladů a procení. Při procení se zásilka navrhuje do celního režimu, který určuje, jak bude placeno clo, DPH.

- **vnitřní prohlídka** – probíhá ve výrobním závodě, nebo v místě kde se zásilka nakládá. Jde o kontrolu zboží a dokladů. Zásilka se opatří celní uzávěrou (plombou)
- **vnější kontrola** – probíhá na hranici. Jedná se o kontrolu celních závěr. U individuální turistiky jde o prohlídku vyvážených věcí.

Prodej mezi státy EU

neprobíhá procení, ale existují rozdíly v sazbách DPH. Uplatnění DPH při obchodování uvnitř EU je podobné jako při vývozu a dovozu. Místo zdanitelného plnění je země příjemce. Při prodeji do jiné země EU jsou zboží a služby v zemi původu od DPH osvobozeny. V zemi určení se DPH vybírá = samovyměření. Liší se podle toho, zda jde o plátce nebo neplátce.

Na co si musím dát pozor, když přijímám zboží?



.....
.....

Co má v mém případě značný vliv na kupní smlouvu?

.....
.....

Jaký je rozdíl mezi obchodováním v rámci EU a mimo EU?

.....
.....

Zdroje:



BENEŠ, V. a kol.: Zahraniční obchod, příručka pro obchodní praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0558-3.

CIHELKOVÁ, E. a kol.: Světová ekonomika: základní rysy a tendence vývoje, VŠE v Praze, Praha, 2000.

ČERNOHLÁVKOVÁ, E. Finanční strategie v mezinárodním podnikání. Praha: ASPI, 2007. 320 s. ISBN 978-80-7357-321-8.

JANATKA, F. Komerční rizika v zahraničním obchodu a ochrana proti nim. 1.vyd. Praha: ASPI, 2001. 222 s. ISBN 80-86395-14-6.

KALINOVÁ, A., KLÍMA, M., PELIKÁN, M. Řízení rizika financování obchodních transakcí ve vývozu a dovozu. 2.vyd. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2010. 209 s. ISBN 978-80-86730-62-2.

PIPEK, J. a kol.: Mezinárodní obchod, VŠE v Praze, Praha, 1996.

PLCHOVÁ, B. Zahraniční obchod. Praha: bankovní institut Vysoká škola a.s., 2001. ISBN 80-7265-048-3.

SAMUELSON, P.A.; NORDHAUS, W.D. Ekonomie. Praha: Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4.

www.ipodnikatel.cz [online]

www.businessinfo.cz [online]

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-dostarczacz-towary-do-krajow-ue/prowadze-handel-zagraniczny-przydatne-informacje/sprawy-celne> [online]