



**Brno
International
Business School®**

Brno International Business School

ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNÍ

Jaroslava Zichová



KEY Publishing s.r.o.
Ostrava

2008



**Brno
International
Business School®**

Publikace byla vydána ve spolupráci se soukromou vysokou školou
Brno International Business School (B.I.B.S., a.s.).

Název: Živnostenské podnikání
Autor: Ing. Jaroslava Zichová
Vydavatel: KEY Publishing s.r.o., Nádražní 733/176, 702 00 Ostrava-Přívoz
v koedici s B.I.B.S., a.s., Lidická 81, 602 00 Brno
Tiskárna: KEY Publishing s.r.o.
Vydáno v roce: 2008
Vydání: první

© Jaroslava Zichová 2008

ISBN 978-80-7418-001-9 (KEY Publishing s.r.o.)
ISBN 978-80-87255-19-3 (B.I.B.S., a.s.)

Obsah

Předmluva	9
I Malé a střední podniky.....	10
1.1 Kritéria pro měření velikosti podniku	10
1.1.1 Kvantitativní kritéria	11
1.1.2 Kvalitativní kritéria	11
1.2 Členění podniků podle velikosti	12
1.2.1 Situace v České republice	12
1.2.2 Rozlišení podniků podle velikost v jiných státech	12
1.2.3 Rozlišení podniků pro poskytnutí podpory podnikání	13
1.3 Význam a funkce malých a středních podniků	14
1.3.1 Význam a místo malých a středních podniků v ekonomice.....	14
1.3.2 Funkce malých a středních podniků	15
1.3.2.1 Zajišťují konkurenční prostředí	15
1.3.2.2 Nositelé inovací.....	15
1.3.2.3 Subdodavatelé velkých podniků	16
1.3.2.4 Tvorba pracovních příležitostí	16
1.3.2.5 Podpora rozvoje regionů	16
1.3.2.6 Dotvářejí urbanistický vzhled měst a vesnic	16
1.4 Nevýhody a výhody malých a středních podniků	17
1.4.1 Nevýhody malých a středních podniků	17
1.4.1.1 Financování	18
1.4.1.2 Organizace a řízení	18
1.4.1.3 Výrobní oblast	19
1.4.1.4 Personální oblast	19
1.4.1.5 Marketingová a obchodní oblast	19
1.4.2 Výhody malých a středních podniků	19
1.4.2.1 Organizace a řízení	19
1.4.2.2 Personální oblast	20
1.4.2.3 Výrobní oblast	20
1.4.2.4 Obchodní oblast	20
1.5 Příčiny neúspěchu v podnikání	20
2 Rozhodování o vstupu do podnikání, osobnost podnikatele, motivace a výběr podnikatelské příležitosti.....	26
2.1 Vymezení pojmu podnikání, podnikavost, podnikatel, podnik	26
2.1.1 Podnikání	27
2.1.2 Podnikatelství	28
2.1.3 Podnikatel.....	29
2.1.4 Podnik	30
2.2 Předpoklady pro zahájení podnikání a dosažení úspěchu	31
2.2.1 Faktory ovlivňující vstup do podnikání	31
2.2.1.1 Model rodičů – podnikatelů	31
2.2.1.2 Pracovní zkušenosti	31

2.2.1.3	Vzdělání	32
2.2.1.4	Věk.....	32
2.2.1.5	Pohlaví	32
2.2.1.6	Změny v životě	33
2.2.1.7	Společenská kultura.....	33
2.3	Faktory úspěšného podnikání	33
2.3.1	Osobnost podnikatele	34
2.3.1.1	Motivace	34
2.3.1.2	Znalosti, schopnosti a dovednosti	35
2.3.1.3	Osobnostní charakterové vlastnosti	36
2.3.2	Kvalita podnikatelského prostředí	37
2.3.3	Podnikové činnosti a management	39
2.4	Identifikace a vyhodnocení podnikatelské příležitosti	40
2.4.1	Co je příležitost?.....	40
2.4.1.1	Hodnocení příležitosti	41
2.4.2	Zdroje nových nápadů a příležitostí	41
2.4.2.1	Formální zdroje podnikatelských nápadů, podnikatelské příležitosti	41
2.4.2.2	Neformální zdroje podnikatelských nápadů a příležitostí	42
2.4.3	Zpracování podnikatelského nápadu	42
3	Zpracování podnikatelského plánu	47
3.1	Co je podnikatelský plán a jaký je jeho význam?.....	47
3.1.1	Význam podnikatelského plánu	48
3.1.1.1	Interní úloha podnikatelského plánu	48
3.1.1.2	Externí úloha podnikatelského plánu	49
3.2	Obsah a struktura podnikatelského plánu	49
3.2.1	Obsah	51
3.2.2	Titulní strana.....	51
3.2.3	Celkové shrnutí – souhrn	51
3.2.4	Charakteristika firmy a jejich cílů	52
3.2.5	Definice produktů – výrobků, služeb	52
3.2.6	Definice trhu	53
3.2.7	Marketingová a prodejní strategie	54
3.2.8	Technicko-technologická charakteristika	54
3.2.9	Finanční část	54
3.2.10	Informace o řízení podniku	55
3.2.11	Vztah k životnímu prostředí	55
3.2.12	Hodnocení rizika podnikatelského záměru	55
3.2.13	Poradenská a technická pomoc	55
3.2.14	Přílohy	55
3.3	Požadavky kladené na zpracování podnikatelského plánu	56
3.3.1	Formální úprava podnikatelského plánu	56
3.4	Získání informací o jednotlivých oblastech pro zpracování podnikatelského plánu	57

3.4.1	Analýza trhu	58
3.4.1.1	Získávání, třídění a vyhodnocení informací o trhu	58
3.4.1.2	Popis celkového trhu	61
3.4.1.3	Segmentace trhu	61
3.4.1.4	Způsoby segmentace trhu	61
3.4.1.5	Odhad objemu prodeje	63
3.4.1.6	Konkurence	64
3.4.2	Analýza technologicko-technického zabezpečení	66
3.4.2.1	Stanovení velikosti výrobní kapacity	67
3.4.2.2	Volba výrobní technologie	70
3.4.2.3	Volba výrobního zařízení	72
3.4.2.4	Materiálové zabezpečení	73
3.4.3	Analýza pracovních sil	74
3.4.3.1	Plánování pracovníků	76
3.4.4	Analýza finančních možností	78
3.4.4.1	Zakladatelský rozpočet	78
3.4.4.2	Získání finančních prostředků	80
3.4.4.3	Rozpočet výnosů, nákladů a zisku (ztráty) pro první období podnikatelské činnosti	81
3.4.5	Analýza rizika	91
3.4.5.1	Vnitřní faktory rizika	91
3.4.5.2	Vnější faktory rizika	93
4	Provozní aspekty podnikání	104
4.1	Faktory ovlivňující rozhodování o umístění podniku	104
4.1.1	Volba lokality z hlediska hodnocení ekonomických kritérií	105
4.1.2	Mímoekonomická kritéria pro hodnocení lokality	106
4.2	Výběr vlastních prostor pro podnikatelskou činnost	109
4.2.1	Charakteristika nebytových prostor	109
4.2.2	Způsoby jak získat podnikatelské prostory	110
4.2.3	Koupe nemovitosti	110
4.3	Nájem nebytového prostoru	111
4.3.1	Náležitosti nájemní smlouvy	111
4.3.1.1	Předmět nájmu	112
4.3.1.2	Účel nájmu	113
4.3.1.3	Výše nájemného	113
4.3.1.4	Úhrady za plnění poskytovaná v souvislosti s užíváním nebytového prostoru	114
4.3.1.5	Splatnost nájemného	115
4.3.1.6	Doba nájmu	115
4.3.1.7	Předmět podnikání	116
4.4	Práva a povinnosti vyplývající z nájemní smlouvy	116
4.4.1	Povinnosti pronajímatele	116
4.4.2	Práva pronajímatele	118
4.4.3	Povinnosti nájemce	118
4.4.4	Stavební úpravy nebytového prostoru	119

4.5	Ukončení nájmu v nebytovém prostoru.....	120
4.5.1	Ukončení nájmu dohodou	120
4.5.2	Skončení nájmu uplynutím doby.....	120
4.5.3	Výpověď nájmu sjednaného na dobu neurčitou	121
4.5.4	Výpověď z nájmu uzavřeného na dobu určitou	122
4.5.5	Podnájem	123
4.6	Provozování živnosti v provozovně.....	124
4.6.1	Zahájení a ukončení činnosti v provozovně	124
4.6.2	Plnění dalších povinností vyplývajících z činnosti v provozovně	125
4.6.3	Stánkový prodej a prodej pomocí automatů	126
5	Živnostenské podnikání a získání živnostenského oprávnění	135
5.1	Definice živnostenského podnikání	135
5.1.1	Co není živnostenským podnikáním?	137
5.2	Živnostenské úřady.....	138
5.2.1	Členění živnostenských úřadů	138
5.2.2	Činnost živnostenských úřadů	138
5.2.3	Centrální registrační místa	139
5.3	Provozování živnosti	141
5.3.1	Podmínky pro získání živnostenského oprávnění	141
5.4	Získání živnostenského oprávnění	143
5.4.1	Živnostenské oprávnění	143
5.4.2	Postup při získání živnostenského oprávnění	144
5.4.2.1	Ohlašovací živnost.....	144
5.4.2.2	Koncesované živnosti	146
5.4.3	Průkaz živnostenského oprávnění	146
5.4.3.1	Vydání živnostenského listu	146
5.4.3.2	Vydání koncesní listiny.....	146
5.4.4	Hlášení změn.....	147
5.4.5	Oznamovací povinnost živnostenských úřadů	147
5.4.6	Živnostenský rejstřík	148
5.5	Funkce odpovědného zástupce při výkonu podnikatelské činnosti	149
5.5.1	Kdo je odpovědný zástupce?	149
5.5.2	Kdy vzniká povinnost ustanovit odpovědného zástupce?	150
5.5.3	Ustanovení a ukončení funkce odpovědného zástupce	150
5.5.3.1	Ustanovení funkce odpovědného zástupce	150
5.5.3.2	Ukončení funkce odpovědného zástupce	151
5.6	Povinnosti podnikatelů podle živnostenského zákona.....	151
6	Registrace u finančního úřadu	160
6.1	Místní příslušnost správce daně.....	160
6.2	Správci daní	161
6.2.1	Územní finanční orgány	161
6.2.2	Činnost územních finančních orgánů.....	162
6.3	Registrační povinnost	162
6.3.1	Na koho se registrace nevztahuje	163

6.3.2	Oznamovací povinnost	163
6.3.3	Zvláštní oznamovací povinnost	164
6.4	Zahájení registračního řízení	164
6.4.1	Nesplnění registrační či oznamovací povinnosti	165
6.4.2	Změna registračních údajů	165
7	Sociální zabezpečení.....	170
7.1	Sociální zabezpečení.....	171
7.1.1	Poplatníci pojistného na důchodové pojištění	172
7.2	Povinnosti OSVČ vůči správě sociálního zabezpečení	173
7.3	Povinná účast na důchodovém pojištění	174
7.3.1	Vedlejší samostatná výdělečná činnost	175
7.3.2	Hlavní samostatná činnost	175
7.4	Výše pojistného pro OSVČ	176
7.4.1	Formy placení pojistného	176
7.5	Nemocenské pojištění	177
7.5.1	Kdy nemocenské pojištění vzniká?	177
7.5.2	Zánik nemocenského pojištění	177
7.5.3	Dávky poskytované z nemocenského pojištění	178
7.5.4	Placení pojistného na nemocenské pojištění	178
7.6	Podání přehledu o příjmech a výdajích	178
7.6.1	Kdy se Přehled předkládá?	179
8	Zdravotní pojištění OSVČ.....	185
8.1	Organizace a provádění zdravotního zabezpečení	186
8.1.1	Komu je zdravotní péče poskytována?	186
8.1.2	Plátcí zdravotního pojištění	187
8.2	Povinnosti podnikatelů při zahájení činnosti	188
8.2.1	Oznamovací povinnost	188
8.2.2	Podání Přehledu o příjmech a výdajích za kalendářní rok	189
8.3	Pojistné na zdravotní pojištění	189
8.3.1	Minimální vyměřovací základ	189
8.3.2	Maximální vyměřovací základ	190
8.4	Placení pojistného	190
8.4.1	Zálohy na pojistné	191
8.4.2	Odvod pojistného při souběhu příjmů	192

Předmluva

Zahájení vlastní podnikatelské činnosti je důležitý krok, který zásadním způsobem ovlivní dosavadní život každého, kdo se pro podnikání rozhodne. Všichni, kteří učiní tento krok musí být připraveni na skutečnost, že pouze znalost oboru či řemesla k úspěchu nestačí. Podnikatelský stav klade na osobu podnikatele řadu požadavků, proto je třeba získat poznatky a vědomosti i z jiných oblastí.

Nezbytným předpokladem úspěšného zahájení a zabezpečení dlouhodobého rozvoje je zpracování podnikatelského plánu. Nedílnou součástí přípravných prací spojených se zahájením podnikatelské činnosti je rovněž vyřešení otázek spojených s provozními aspekty podnikání a výběrem místa pro podnikatelskou činnost. Zahájení podnikatelské činnosti však vyžaduje rovněž splnění povinností k nejdůležitějším orgánům státní správy. Pro mnohé začínající podnikatele může znamenat zvládnutí těchto povinností problémy, které vyplývají z neznalosti dané problematiky.

Zaměření studijní opory na tyto oblasti však zdaleka nepostihuje celou složitost podnikání. Může však být stručným průvodcem a pomocníkem zejména začínajícím podnikatelům v oblasti živnostenského podnikání.

Malé a střední podniky

Malé a střední podniky mají nezastupitelné místo ve všech ekonomikách, jejich činnost je pro správné fungování ekonomiky nepostradatelná.

V rozvinutých ekonomikách představují téměř 90 % z celkového počtu podniků, na celkové zaměstnanosti se podílí téměř 60 %. Podíl malých a středních podniků v ČR je srovnatelný se situací v EU. V ČR od roku 1989 v souvislosti s transformací ekonomiky vzrostl nejenom počet těchto podniků, ale především jejich význam v národním hospodářství a účast na tvorbě bohatství. Lze říci, že tento růst byl také jedním z významných faktorů ovlivňujících v uplynulých letech zaměstnanost v České republice. Proto obsahem první kapitoly bude seznámení jak jsou malé a střední podniky definovány, jaký je jejich význam a funkce v ekonomice. V navazujících částech kapitoly si objasníme klady a zápory podnikání v malých a středních podnicích, popmenujeme některé z příčin, které mohou vést k neúspěšnému podnikání.

1.1 Kritéria pro měření velikosti podniku

V souvislosti s významem a funkcí malých a středních podniků vyvstává nezbytně otázka vymezení velikosti podniku. Přestože je pojem malé a střední podniky v praxi hojně používán a rozšířen, je poměrně obtížné definovat hranici do jaké velikosti lze podnik považovat za malý, kdy za střední a kdy jde o podnik velký. Rozhodující při hledání odpovědi na tuto otázku je skutečnost, jaká kritéria budou pro měření velikosti zvolena. Někteří eko-

nomové měří velikost podniku počtem zaměstnanců, jiní ji zase vnímají spíše jako rozsah činností vyjádřených vybranými ukazateli. Proto ve snaze určitého sjednocení kritérií pro měření velikosti podniku se používají:

- kritéria kvantitativní
- kritéria kvalitativní
- jejich vzájemná kombinace

I.1.1 Kvantitativní kritéria

Při použití kvalitativních hledisek se jako základny pro měření velikosti nejčastěji používá

- ⇒ počet zaměstnanců
- ⇒ velikost obrátu
- ⇒ výše zisku
- ⇒ výše kapitálu.

I.1.2 Kvalitativní kritéria

Jejich použití pro rozlišení velikosti podniku znamená využít věcné charakteristiky typické pro určitou velikostní skupinu podniků, která je odlišuje od jiných velikostních skupin. Uvedeme si některé z těchto charakteristik, např.:

- ⇒ organizační struktura
- ⇒ hospodářská síla podniku
- ⇒ vztah vlastnictví a managementu.

Počet zaměstnanců je nejužívanějším kritériem. V České republice se v současnosti používá kombinace počtu zaměstnanců a výše obrátu.

Při klasifikaci podniků podle velikosti je třeba vzít v úvahu rovněž měření a porovnání v následujících úrovních:

- srovnání velikosti podniků v rámci téhož oboru
- srovnání velikosti podniků v rámci odvětví
- srovnání velikosti podniků mezi odvětvími
- mezinárodní srovnávání podniků.

V podstatě v závislosti na zvolené úrovni měření může být tentýž podnik jednou definován jako malý a jednou jako střední. Obecně lze konstatovat, že dělicí čáry mezi malými, středními a velkými podniky jsou závislé jednak na zvolených kritériích, dále na zvoleném stupni měření, tzn. na konkrétním oboru, odvětví. Kritéria pro definování malého podniku v průmyslu mohou být jiná než v zemědělství či službách.

Pokud budeme chtít charakterizovat a vymezit malý podnik v našich podmínkách, lze v praxi použít definici, která uvádí, že malý podnik je nezávisle vlastněn a řízen a není dominantní v oblasti svého působení. Je to samo-

statná jednotka v rukou jednoho nebo několika vlastníků, s relativně malým výrobním kapitálem a ročním obratem a s omezeným počtem pracovníků.

1.2 Členění podniků podle velikosti

Protože neexistuje taková definice MSP, se kterou by všichni souhlasili, lze obecně konstatovat, že dělící čáry mezi malými, středními a velkými podniky jsou závislé jednak na zvolených kritériích, dále na zvoleném stupni měření, tzn. na konkrétním oboru, odvětví a v neposlední řadě zemi – státu. Nejednotnost klasifikace malých a středních podniků způsobuje, že kategorie malých a středních podniků je vnímána různě jak legislativními normami, tak i jednotlivými institucemi.

1.2.1 Situace v České republice

Svaz průmyslu a dopravy České republiky člení podniky podle velikosti následovně

- malý podnik – méně než 100 zaměstnanců a roční obrat nepřesahuje 30 mil. Kč,
- střední podnik méně než 500 zaměstnanců a roční obrat nepřesáhne 100 mil. Kč,
- ostatní podniky jsou považovány za velké

Banky působící v ČR

považují za horní hranici rozlišení malých a středních podniků roční obrat, který nepřesáhne hranici 300 mil. Kč.

Ministerstvo práce a sociálních věcí pro účely výplaty nemocenských dávek rozlišuje

- organizace – právnická osoba a fyzická osoba zaměstnávající více než 25 osob
- malá organizace – právnická, fyzická osoba, která zaměstnává alespoň jednoho pracovníka a současně nemůže být zařazena mezi organizace

Český statistický úřad pro statistická zjišťování rozlišuje podniky s

- více jak 100 zaměstnanci,
- 20–99 zaměstnanci,
- 0–19 zaměstnanci

1.2.2 Rozlišení podniků podle velikost v jiných státech

V USA jsou podniky podle velikosti rozlišovány podle jednotlivých odvětví hospodářství. Podniky, které zaměstnávají počet zaměstnanců v rozmezí 250–1 000 osob jsou někdy definovány jako malé, jindy jako velké, rozhodující je k jakému účelu je klasifikace prováděna. Podnik je označován jako malý když v něm nepracuje více jak 500 osob, ovšem pro získání úvěru je za malý podnik považován ten, který nemá více jak 250 osob. Kategorie střed-

ní podnik není v USA používána, 99% podniků je definováno jako drobné podnikání.

Ve Francii obdobně jako ve většině ostatních států vychází definice velikosti podniku z počtu zaměstnanců. Termín zaměstnanec se však vztahuje pouze na osoby, které pobírají mzdu. Obecně se mezi ně nepočítá vlastník a jeho nejbližší rodinní příslušníci. Více než polovina malých podniků ve Francii nemá zaměstnance.

Z názvu malý a střední podnik jsou vyloučeny firmy, které mají méně než 10 zaměstnanců, což představuje přes 90% všech podnikatelských subjektů.

Klasifikace podle velikosti je následující:

- řemeslník a drobný podnikatel méně než 10 zaměstnanců
- malý podnikatel 10–49 zaměstnanců
- střední podnikatel 50–500 zaměstnanců
- velký podnikatel nad 500 zaměstnanců

Menší státy jako např. Dánsko mají definici velikosti podniku vymezenou přesněji. V Dánsku je za malý považován podnik do 49 zaměstnanců, střední podnik zaměstnává 50–199 zaměstnanců, nad 200 zaměstnanců se jedná o velký podnik. Pokud bychom použili americkou definici, nemělo by Dánsko v podstatě žádný velký podnik.

Podle Evropské investiční banky zaměstnává malý a střední podnik max. 500 osob, disponuje majetkem do 75 mil. EUR a ve vlastnictví jiné firmy může být max. do výše 1/3 základního kapitálu.

1.2.3 Rozlišení podniků pro poskytnutí podpory podnikání

Vzhledem k významu malého a středního podnikání a k existenci řady nevýhod malých a středních podniků je ve většině průmyslově vyspělých zemích realizována politika podpory malého a středního podnikání.

Od 1.1.2005 je v platnosti nová definice malého a středního podnikání pro účely přiznání podpory z veřejných finančních prostředků v prostředí EU. Nová definice nahrazuje definici EU z roku 1996. Malé a střední podniky pro účely podpory jsou charakterizovány třemi obecnými kritérii: počtem zaměstnanců, ekonomickými kritérii a nezávislostí. Kritéria musí být splněna současně.

Drobný, malý a střední podnik – střední firma (dále jen MSP) zaměstnává

- méně než 250 zaměstnanců;
- čistý obrat nepřesahuje korunový ekvivalent 50 mil EUR (za poslední účetní období) nebo jeho aktiva uvedená v rozvaze nepřesahují korunový ekvivalent 43 milionů EUR
- splňují kritérium nezávislosti tak, jak je definováno.

Malý podnik definován jako podnik, který:

- má méně než 50 zaměstnanců a
- celková bilance nebo čistý obrat nepřesahují korunový ekvivalent 10 mil. EUR.