



Podnik

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- charakterizovat pojem podnik a podnikání
- pojednat o obchodním a živnostenském rejstříku, vyhledat v něm podnikatelský subjekt
- pojednat o vzniku živnostenského oprávnění a provozování živnosti
- charakterizovat v základní podobě obchodní společnost
- rozeznat jednotlivé typy obchodních společností

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- co znamená pojem podnik
- podstatné znaky podniku
- co je to obchodní a živnostenský rejstřík
- hlavní povinnosti a práva podnikatele
- formy podniků a jejich znaky

Doposud jste se seznamovali s ekonomickými pojmy spadajícími do oblasti makroekonomie. Kapitola o podniku (a podstatě podnikání) již spadá do problematiky mikroekonomie.

Obecná charakteristika podnikatelského subjektu

Již víte, že ekonomie rozlišuje tři základní ekonomické subjekty: **domácnosti, firmy a stát.**

Pojem **firma (podnik)** je velice různorodý a rozsáhlý. Na jedné straně zahrnuje podnik o jednom či několika zaměstnancích, na druhé straně to může znamenat nadnárodní společnost s mnoha tisíci pracovníky.

◀ Z tohoto hlediska právo i ekonomika rozlišují mezi pojmy:

- **fyzická osoba** (jednotlivě podnikající občané),
- **právnícká osoba** (skupiny osob navzájem propojené do určité formy podnikání).

Podnikání – soustavná cílevědomá činnost vykonávaná podnikatelem za účelem dosažení zisku. Finanční efekt je hlavním zdrojem příjmů. Podnikání je činnost soustavná a uspokojuje potřeby jiných osob (prostřednictvím statků, služeb).

Podnikatel – musí být osoba starší 18 let, trestně bezúhonná, způsobilá k právním úkonům (této způsobilosti ji může zbavit pouze soud). Při zakládání podniku (či živnosti) musí podnikatel doložit výpis z trestního rejstříku.

Podnik – základní jednotka národního hospodářství daného státu, jednotka podnikající s cílem dosažení zisku. Je to v podstatě souhrn osobních (pracovní síla), hmotných (stroje, budovy, materiál atd.) a nehmotných (patenty, licence, vynálezy atd.) složek podnikání.

Základní typy podniků

Podniky je možné dělit podle celé řady hledisek a kritérií, například:

1. Podle činnosti:

- podniky vyrábějící hmotné i nehmotné statky, poskytující služby.

2. Podle vlastníka:

- soukromé, státní, družstevní, s kombinovanou účastí.

3. Podle velikosti:

- **malé** (do 100 zaměstnanců), **střední** (do 500 zaměstnanců) a **velké** (500 zaměstnanců a více).

Zápis podnikatelského subjektu v obchodním či živnostenském rejstříku

V úvodu kapitoly bylo zmíněno, že podnikatelskou činnost může vyvíjet buď fyzická, nebo právnícká osoba. Ve vztahu k podnikatelské činnosti musí být oba typy evidovány v příslušných státních registrech.

SOUVISLOSTI

Právní zakotvení činnosti podnikání

Podnikání fyzických osob v České republice je stanoveno zákonem o živnostenském podnikání (zákon č. 455/1991 Sb.).

Podnikání právnických osob se řídí obchodním zákoníkem (zákon č. 513/1991 Sb.).

Současně však platí, že obchodní zákoník je platným zákonem i pro živnostenské podnikatele a zároveň i právnické osoby mohou podnikat v souladu se živnostenským oprávněním.

Citace z obchodního zákoníku:

„Podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, vykonávaná za účelem zisku. Podnikání podléhá právním úpravám, které jsou dány příslušnými platnými zákony a jejich úpravami. Podnik jako systém je v obchodním zákoníku specifikován jako samostatná právní, organizační a finanční jednotka. Dále je zde podnik stanoven jako soubor hmotných, nehmotných a osobních složek, které jsou podmínkou pro vlastní podnikání.“

SOUVISLOSTI

Podniky podle velikosti

• Mezi **malé podniky** typicky patří živnostníci či firmy zajišťující služby (například opravy obuvi, pekařství, autoservis, zámečnictví, účetní či advokátní kancelář apod.).

• **Velké podniky** podstatnou měrou ovlivňují ekonomiku dané země. Zaměstnávají velký počet zaměstnanců a vykazují značný objem produkce a vysoké obraty.



- Všechny fyzické osoby podnikající na území České republiky musí být povinně zapsány v tzv. **živnostenském rejstříku**.
- Všechny právnické osoby podnikající na území České republiky musí být povinně zapsány v tzv. **obchodním rejstříku**. Mohou být také evidovány v živnostenském rejstříku.

Živnostenský rejstřík

Podnikatel prokazuje své živnostenské oprávnění výpisem ze živnostenského rejstříku.

Živnostenský úřad zapisuje každého podnikatele do živnostenského rejstříku a vydává buď **živnostenský list**, nebo **koncesní listinu**.

Živnostenský rejstřík má víceméně evidenční charakter. Pro obě listiny jsou podstatné údaje především datum vydání, doba, na kterou se listina vydává, a předmět a místo podnikání.

Živnostenský rejstřík představuje informační systém veřejné správy. Jeho správcem je Živnostenský úřad České republiky a provozovatelem je vždy obecní živnostenský úřad.

Rejstřík je veden v elektronické podobě a je veřejně přístupný. ●.....→

Obchodní rejstřík

Všechny právnické osoby podnikající na území České republiky musí být povinně zapsány do **obchodního rejstříku**.

Znamená to, že v obchodním rejstříku jsou zapsány:

- obchodní společnosti, družstva a jiné právnické osoby (které vymezuje zákon),
- zahraniční osoby,
- fyzické osoby s trvalým pobytem v ČR, které jsou podnikateli, se mohou zapsat do obchodního rejstříku na vlastní žádost (dobrovolně),
- fyzické osoby, které jsou podnikateli, se povinně zapisují do obchodního rejstříku, jestliže:
 1. výše jejich výnosů nebo příjmů snížených o daň z přidané hodnoty (je-li součástí) dosáhla v průběhu dvou po sobě bezprostředně následujících účetních období částku 120 milionů Kč (podle znění zákona platného v roce 2010),
 2. provozují svou živnost průmyslovým způsobem,
 3. tak stanoví zvláštní právní předpis.

Obchodní rejstřík je veden rejstříkovým soudem, který spadá pod příslušný **obchodní soud**. Je to veřejný seznam, do kterého má občan právo nahlížet a získávat z něj potřebné informace o podnikatelských subjektech. ●.....→

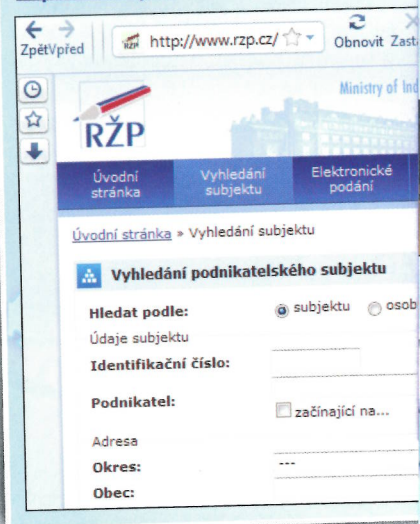
Do obchodního rejstříku se obecně zapisují povinně tyto údaje:

- obchodní jméno, u právnických osob sídlo, u fyzických osob bydliště a místo podnikání (pokud se liší od bydliště),
- IČ (identifikační číslo) – to přiděluje příslušný okresní či obvodní orgán statistického úřadu),
- předmět podnikání, právní forma právnické osoby, jakož i jméno a bydliště osoby nebo osob, které jsou jejím statutárním orgánem,
- označení, sídlo a předmět podnikání odštěpného závodu, jméno vedoucího a jeho bydliště, jméno prokuristy a jeho bydliště atd.

SOUVISLOSTI

Vyhledávání v živnostenském rejstříku on-line
Portál Živnostenský rejstřík on-line spadá pod Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Poskytuje výpisy podnikatelských subjektů (živnostníků) zapsaných v živnostenském rejstříku.

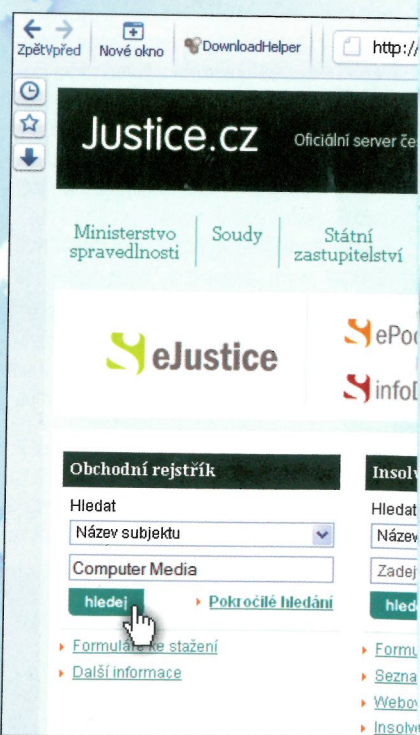
Server naleznete na adrese:
<http://www.rzp.cz>



SOUVISLOSTI

Vyhledávání v obchodním rejstříku on-line
Jeho prostřednictvím může kdokoliv velmi pohodlně a rychle získat potřebné informace o podnikatelském subjektu. Server Justice.cz spadá pod Ministerstvo spravedlnosti ČR. Kromě obchodního rejstříku nabízí tento portál rovněž seznam soudů a státních zastupitelstev, informace k rejstříku trestů, evidenci úpadců, vzorové formuláře atd.

Server naleznete na adrese:
<http://portal.justice.cz>





SOUVISLOSTI

Příklady ohlašovacích živností

• **Řemeslné** – mezi ně náleží všechny živnosti, u kterých je podmínkou získání výučního listu, maturitního vysvědčení, diplomu ve vysokoškolském oboru nebo šestiletá praxe v oboru. Příkladem může být zednictví, tesařství, instalatérství, činnosti v pohostinství, revizní činnosti, kominictví, pekařství či řeznictví, vázání knih, oprava aut apod.

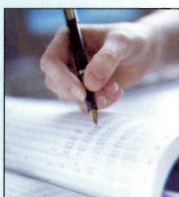
Na obrázku vidíte řemeslníka podnikajícího v oboru tesařství.



• **Vázané** – mezi ně náleží všechny, k jejichž získání a provozování je podmínkou prokázání odborné způsobilosti.

Typickým příkladem je daňové poradenství, masérství, stavební a projekční činnost, autoškola, geologické práce, oční optika, nákup a prodej starožitností apod.

Ilustrační obrázek znázorňuje činnost daňového poradce.

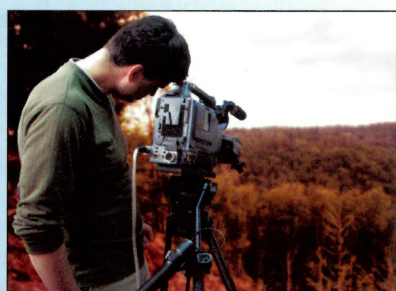


• **Volné** – k jejich získání nepotřebuje podnikatel prokázat odbornou způsobilost.

Příkladem je velkoobchodní a maloobchodní činnost, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a služeb, ubytovací služby, výroba textilií, vydavatelská činnost, výroba a zpracování skla, překladatelská a tlumočnická činnost, výroba strojů a zařízení, chov zvířat a jejich výcvik (s výjimkou živočišné výroby), umělecko-řemeslné zpracování kovů, poskytování softwaru a poradenství v oblasti informačních technologií apod.

Do oblasti volné živnosti spadá asi 80 různých činností.

Na obrázku vidíte například práci živnostníka poskytujícího služby v oblastech výroba, rozmnožování, distribuce, prodej, pronájem zvukových a zvukově-obrazových záznamů a výroba nenahraných nosičů, údajů a záznamů.



Druhy živností

Živnosti se v obecné rovině dělí na tzv. **ohlašovací** a **koncesované**.

Dělení živností



Ohlašovací živnosti

Živnost ohlašovací je možno provozovat na základě ohlášení živnostenskému úřadu, pokud ohlašovatel splňuje podmínky stanovené zákonem. Jedná se o **živnostenský zákon** (zákon č. 455/1991 Sb., v aktuálním znění).

Ohlašovací povinnost urychluje vstup do podnikání, neboť podnikatel může zahájit živnost dnem, kdy ohlášení živnostenskému úřadu podal (nebo zaslal poštou).

Ke vzniku tohoto živnostenského oprávnění tak není třeba souhlasu či rozhodnutí živnostenského úřadu.

V každém případě se musí ohlašovatel písemně ohlásit živnostenskému úřadu, a to buď městskému, nebo (ve velkoměstě) obvodnímu podle příslušného místa, v němž bude činnost provozovat.

Ohlašovací živnost se ohlašuje podle místa jejího výkonu, nikoliv podle bydliště.

1. **Ohlašovací živnosti řemeslné** – tuto živnost mohou vykonávat řemeslníci mající výuční list v oboru (popřípadě jiný doklad o vyučení, například maturitní vysvědčení u výučních oborů s maturitou) či osoby vlastnící maturitní vysvědčení či požadované vysokoškolské vzdělání a stanovenou délku praxe. Zákonem stanovená délka praxe v oboru je šest let.
2. **Ohlašovací živnosti vázané** – výkon těchto živností je vázán na příslušnou odbornou způsobilost stanovenou zákonem pro jednotlivé činnosti (například u projekční činnosti je to oprávnění k projekční činnosti, u výuky autoškoly ověření odborné způsobilosti příslušným orgánem dopravní policie atd.).
3. **Ohlašovací živnosti volné** – u nich se nevyžaduje žádná zvláštní kvalifikace. Jsou to všechno činnosti, které nejsou uvedeny v seznamu řemeslných, vázaných či koncesovaných činností. Podnikatelé musí splňovat pouze obecné podmínky podnikání.

Seznam všech forem ohlašovacích živností je součástí živnostenského zákona, a to v podobě příloh závěrem zákona.

Živnostenské oprávnění nemůže být přeneseno na jinou osobu.

Koncesované činnosti

V některých oblastech činností může živnostník podnikat pouze na základě státního povolení (tj. **koncese**).

Podnikatel – koncesionář může zahájit podnikání až po obdržení tzv. **koncese**.



Živnostenský zákon, paragrafové znění:
(sekce **Zákony** a v poli **Číslo předpisu** zadejte řetězec znaků **455/1991**)

<http://portal.gov.cz>

Výpis ohlašovacích živností v živnostenském zákonu:

Příloha 1 vypisuje řemeslné živnosti, Příloha 2 živnosti vázané a Příloha 4 živnosti volné.

Podmínky pro koncesovanou činnost jsou tedy přísnější:

- vyžaduje se **jasně definovaná odborná způsobilost** (například průkazy pro práci s toxickými látkami, vysokoškolské vzdělání u některých profesí, zvláštní atestace, každoročně absolvované školení s vysvědčením atd.),
- vyžaduje se také **spolehlivost ve vztahu k podnikání** (neboť se jedná vesměs o oblast týkající se zdraví občanů, života, veřejných zájmů, majetkových a jiných práv apod.).

Podobně jako u živností ohlašovacích živnostenský zákon obsahuje i seznam koncesovaných živností a specifikuje také požadavky odborné způsobilosti k výkonu jednotlivých živností.

Živnostenský úřad může omezit výkon koncesované živnosti například na určitou dobu, respektive na určité území.

Vznik živnostenského oprávnění, provozování a zánik živnosti

Vznik živnostenského oprávnění

Při vzniku živností se také rozdělují povinnosti podle toho, kdo živnost zakládá, tj. zda se jedná o právnickou, nebo o fyzickou osobu.

1. Fyzická osoba, jež zakládá ohlašovací živnost, musí uvést:

- svou adresu, předmět podnikání, místo provozovny, u odpovědného zástupce musí doložit smluvní vztah a datum počátku provozování živnosti (a pokud živnost zakládá na dobu určitou, pak i datum ukončení živnosti).

2. Právnická osoba uvádí:

- obchodní firmu, adresu firmy, jméno a rodné číslo statutárního orgánu, předmět podnikání a datum počátku provozování živnosti (a pokud živnost zakládá na dobu určitou, pak i datum ukončení živnosti).

Pokud žadatel splní veškeré podmínky k udělení ohlašovací živnosti, živnostenský úřad rozhodne o jejím udělení a vydání živnostenského listu či koncesní listiny.

Provozování živnosti

V oblasti živnostenského práva se můžeme setkat s pojmem provozovna.

Provozovnou se rozumí prostor, ve kterém je živnost provozována.

Podnikatel musí provozovnu udržovat v takovém stavu, aby odpovídala podmínkám k provozování živnosti.

Provozovna musí být také řádně označena a musí pro ni být ustanovena odpovědná osoba.

Živnostenská kontrola

V průběhu provozování živnosti musí živnostník či provozovatel počítat s možností kontroly své činnosti prováděné živnostenským úřadem a samozřejmě i dalšími oprávněnými institucemi.

Kontrolní činnost provádějí zaměstnanci živnostenských úřadů. Kromě živnostenského úřadu může být každá podnikající osoba dále kontrolována několika dalšími oprávněnými institucemi. Jsou to například finanční úřad, úřad sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovna, úřad pro ochranu osobních údajů atd.

➔ Výpis koncesovaných živností v živnostenském zákonu obsahuje Příloha 3.

SOUVISLOSTI

Příklady koncesovaných živností

Jak již bylo uvedeno v textu, k provozování koncesované živnosti je kromě vydání příslušné koncese (živnostenským úřadem) zapotřebí rovněž vyjádření kompetentního orgánu státní správy.

Příkladem koncesovaných živností mohou být výroba lihovin, silniční motorová doprava, výroba výbušnin, provozování cestovní kanceláře, pohřebnictví, provádění veřejných dražeb, ostraha majetku a osob, provádění trhačích a ohňostrojních prací apod.



Připojený obrázek ilustruje koncesovanou živnost taxislužby.

SOUVISLOSTI

Provozovna živnosti

Typickým příkladem provozovny živnosti je např. autodílna, provozovna kadeřnictví, obchod s pečivem, kancelář finančního poradce apod. Tedy příslušné prostory, ve kterých podnikatel – živnostník vykonává svoji podnikatelskou činnost.

Ve smyslu živnostenského zákona může být jako provozovna označen i **automat** (sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb) nebo může existovat i **přemístitelná provozovna**.



Provozovna musí být vždy trvale a zvenčí viditelně označena jménem a příjmením podnikatele (je-li podnikatel právnická osoba, pak se namísto jména a příjmení uvede obchodní firma nebo název podnikatele) a jeho identifikačním číslem (bylo-li přiděleno).

Provozuje-li podnikatel svoji živnost ve stánku či v pojízdné prodejně, musí být takový stánek nebo prodejna dále označeny i údajem o sídle nebo místě podnikání podnikatele.

Provozovna určená pro prodej zboží či poskytování služeb (např. čistírna oděvů či prodejna potravin) musí být také na viditelném místě zvenčí označena:

- jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny,
- prodejní nebo provozní dobou určenou (nejedná-li se o stánek nebo obdobné zařízení),
- pokud je v takové provozovně poskytováno přechodné ubytování (jde-li např. o hotel či ubytovnu), musí být také označena kategorií a třídou.



SOUVISLOSTI

Spolupráce mezi kontrolními orgány

Mezi kontrolní orgány, které disponují poměrně rozsáhlými pravomocemi, patří například **Česká obchodní inspekce (ČOI)**. Tato instituce je orgánem státní správy a jejího ředitele jmenuje ministr průmyslu a obchodu ČR. Kromě typických činností spojených s kontrolou kvality zboží, potravin a služeb má možnost uplatňovat i poměrně citelné sankce, uzavření provozoven apod.

Pokud ČOI zjistí při kontrole **závažné porušení platných norem** (např. v oblasti hygieny či kvality prodáváného produktu), může kromě udělení citelné pokuty zaslat **podnět dalším orgánům státní správy, tedy například živnostenskému úřadu**. Ten může na základě svého šetření vydat zrušení živnostenského oprávnění.

Příklad: Od roku 2011 např. ČOI na svých webových stránkách zveřejňuje čerpací stanice, u kterých kontrola zjistila nedodržení kvality pohonných hmot.

Opakování se prohřešku může mít za následek i **odebrání podnikatelského oprávnění v tomto oboru činnosti**.



SOUVISLOSTI

Omezení podnikatelské činnosti

V podnikání existují také určité „zakázané zóny“, ve kterých podnikatel (jak fyzická, tak i právnická osoba) podnikat nesmí.

Jsou to především oblasti vymezené trestním zákonem, ale také zákazy nebo omezení podnikání v oblastech bezpečnosti a obrany státu, vývozu zbraňových systémů či špičkových technologií, státních zájmů apod. Tyto oblasti podnikání příslušné instituce státu velmi přísně hlídají a dozorují.



POJEM



► KNOW-HOW

Pojem **know-how** je převzat z angličtiny a znamená „vědet, jak“ (na to). V praxi představuje např. firemní postupy, metody práce, marketingové postupy apod.

Zánik živnostenského oprávnění

Živnostenské oprávnění zaniká:

- **smrtí podnikatele,**
- **zánikem právnické osoby** (pokud je právnická osoba zakladatelem),
- **uplynutím doby, na kterou je živnost zřízena,**
- **rozhodnutím živnostenského úřadu o zrušení živnostenského oprávnění.**

Živnostenský úřad může vydat zrušení živnostenského oprávnění v těchto případech:

- **požádá-li o to sám podnikatel,**
- **pokud dojde ke zjištění, že podnikatel nesplňuje podmínky k provozování živnosti,**
- **v případě, že byl zápis do živnostenského rejstříku proveden neoprávněně.**

Podnikatel

Podnikatel provozuje činnost samostatně

Každý podnikatel provozuje svoji živnost na základě živnostenského oprávnění. Jediné, čím je limitován ve své činnosti, jsou zákony, vyhlášky a další závazné předpisy státu, na jehož území podniká. Ty je povinen (pokud nechce přijít do konfliktu s kontrolními orgány) dodržovat. Nic jiného vlastně činnost podnikatele neomezuje.

V rámci platných zákonů a právních předpisů podnikatel jedná zcela samostatně.

Podnikatel si sám vymezuje předmět své činnosti

Pokud má podnikatel oprávnění k výkonu určité profese či podnikání, může volit předmět své činnosti v dané sféře libovolně. Musí však v zápise (v živnostenském či v obchodním rejstříku) přesně vymezit předmět podnikání. Každá osoba může mít neomezený počet předmětů podnikání.

Obchodní zákoník, živnostenský zákon nebo i trestní zákoník (a jiné zvláštní předpisy) stanovují pro podnikání určitá omezení. To je dáno například požadavkem na příslušnou kvalifikaci u živnostenského podnikání, aprobaci, atestaci atd.

Podnikatel nese riziko podnikání, podniká na vlastní účet

Riziko neúspěchu je součástí podnikání. V tržním hospodářství je pravděpodobnost neúspěchu značná, zvláště tam, kde v určitém oboru existuje silná konkurence. Proto také různé firmy zanikají, jiné se spojují, vznikají, fúzíjí atd. Mechanismus tržní ekonomiky je v podstatě nelítostný a velmi tvrdý, méně schopní podnikatelé či firmy mohou zkrachovat. V každém roce bankrotují podniky, na druhé straně však stále noví podnikatelé zakládají nové živnosti a také vznikají nové firmy.

Podnik

Podnik je v obchodním zákoníku definován jako soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání.

Podnik tedy slouží podnikateli k realizaci jeho podnikatelských záměrů. Z výše uvedené definice vyplývá, že:

- **podnik jako takový je jak právní institucí** (zakotvenou v obchodním rejstříku), **tak i místem, kde se realizuje samotná podnikatelská činnost** (výroba, poskytování služeb), **a místem, které sdružuje kapitál** (finance), **hmotné statky** (materiál, výrobky) **a nehmotné statky** (např. postupy, firemní know-how apod.).

Pojmy obchodní majetek, obchodní kapitál a čistý obchodní kapitál

- **Obchodní majetek** – souhrn majetkových hodnot. Tedy věci, pohledávek a jiných práv a penězi ocenitelných jiných hodnot, které patří podnikateli a slouží nebo jsou určeny k jeho podnikání.
- **Obchodní kapitál** – souhrn obchodního majetku a závazků vzniklých podnikateli v souvislosti s podnikáním.
- **Čistý obchodní kapitál** – je obchodní majetek po odečtení závazků vzniklých podnikateli v souvislosti s podnikáním.

Identifikátory společnosti

Jak právnická osoba, tak i živnostník (fyzická podnikající osoba) mají přidělený jednoznačný identifikátor. Je to přidělení kódu **identifikační číslo – IČ** (také IČO), který přiděluje přímo **rejstříkový soud**. IČ je tedy číselným identifikátorem každého podnikatelského subjektu.

Obchodní společnosti

Obchodní společnosti patří k nejrozšířenějším formám skupinového podnikání.

Obchodní zákoník vymezuje následující formy obchodních společností:

- veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti, společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti.

Než přejdeme k jednotlivým typům obchodních společností, je třeba uvést některé všeobecné zásady, které jsou společné všem obchodním společnostem.

Obecná charakteristika obchodních společností

Obchodní společnost je právnickou osobou založenou za účelem podnikání.

Založení obchodní společnosti

Zakladateli společnosti a jejími účastníky (podnikateli) mohou být právnické i fyzické osoby. K založení obchodní společnosti se uzavírá písemná smlouva nazývaná **společenská smlouva**, kterou podepisují všichni společníci (zakladatelé). Společenská smlouva určuje obchodní jméno, sídlo společnosti, předmět podnikání, osoby zakladatelů, obsahuje tedy všechny náležitosti, které se pak zapisují do obchodního rejstříku.

Všechny obchodní společnosti se zapisují do obchodního rejstříku. Společnost vzniká dnem, ke kterému byla do obchodního rejstříku zapsána.

Návrh na zápis do obchodního rejstříku se podává na **rejstříkový soud**, který teprve rozhodne a provede zápis.

Obchodní společnost se zakládá na dobu neurčitou, není-li ve společenské smlouvě (a následně pak i v obchodním rejstříku) stanoveno jinak.

Vklady společníků

Součástí založení společnosti jsou vklady jednotlivých společníků.

Vkladem společníka je souhrn peněžních prostředků a jiných penězi ocenitelných hodnot, které se společník zavazuje vložit do společnosti a podílet se jím na výsledku podnikání společnosti.



Obchodní zákoník, paragrafové znění:

(sekce **Zákony** a v poli **Číslo předpisu** zadejte řetězec znaků **513/1991**)

Zákon o živnostenském podnikání, paragrafové znění:

(sekce **Zákony** a v poli **Číslo předpisu** zadejte řetězec znaků **455/1991**)

<http://portal.gov.cz>

<http://portal.gov.cz>

POJEM



POHLEDÁVKA

Pohledávka představuje právo věřitele na plnění závazku od dlužníka, tedy aby dlužník vrátil věřiteli předmět pohledávky (např. peníze či věc nebo aby vykonal určitou činnost apod.).

SOUVISLOSTI

Identifikační číslo firmy

Podle kódu IČ lze například podnikající subjekt vyhledávat v mnoha oficiálních registrech (obchodním či živnostenském rejstříku).

verze aplikace 2.414

Obchodní rejstřík a Sběrka
Ministerstvo spravedlnosti ČR

Údaje platné ke dni 16.06.2011.

ZADEJTE PODMÍNKY PRO VÝBĚR SUBJEKTU

Název subjektu: IČ: Obec:

26919974

Oddíl: Vložka:

Spisová zn.: vedená

Potvrzení výběru Vyčisti formulář

Max. počet zobrazených položek: 50 200

Třídění zobrazených položek: netřídít IČ s

Typ hledání v názvu: XXX* *XXX

Vyhledávat názvy: jen platné platné i nej

Na připojených obrázcích vidíte hledání firmy podle kódu IČ v obchodním rejstříku. Na prvním obrázku je naznačeno zadání kódu IČ do vyhledávacího pole...

1 / 1 Výpis platných

Spisová značka: C 45573 vedená u rejstříkového

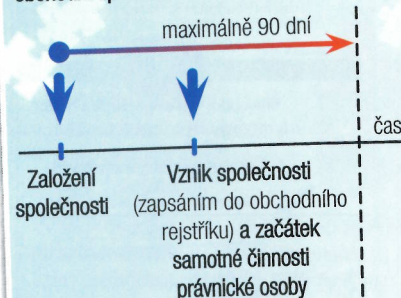
Název subjektu: Computer Media s.r.o.

IČO: 26919974

...a zde je již výsledek – vyhledaná společnost s odpovídajícím kódem IČ. Dále je možné zobrazit úplný výpis s podrobnými informacemi o společnosti.

SOUVISLOSTI

Formální procedura založení a vzniku obchodní společnosti





SOUVISLOSTI

Osoby oprávněné jednat jménem podnikatele

- Prokurista firmy – je oprávněn ke všem právním úkonům, k nimž dochází při provozu firmy.

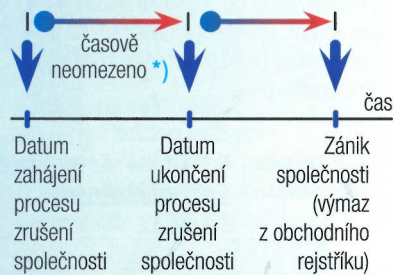
Jedná se v podstatě o zvláštní formu plné moci (tzv. prukuru), která je zakotvena zápisem do obchodního rejstříku. O zřízení prokury může rozhodnout pouze podnikatel, který je sám zapsán do obchodního rejstříku. Prokuristou může být jen fyzická osoba. Společnost může mít i více prokuristů.

- Vedoucí odštěpného závodu – rovněž osoba, která má oprávnění jednat jménem podnikatele, tedy výkonně řídit samotný odštěpný závod. Předpokladem je, že odštěpný závod je zapsán v obchodním rejstříku jako odštěpný závod dané firmy.



SOUVISLOSTI

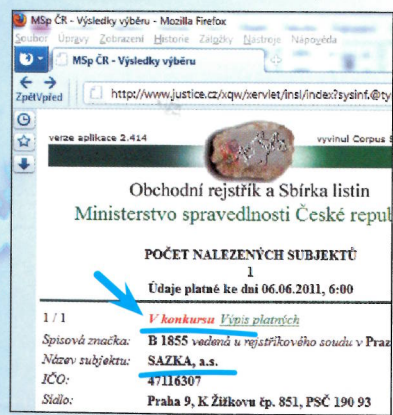
Formální procedura zániku obchodní společnosti



*) proces může trvat i několik let

SOUVISLOSTI

Záznam o konkurzu v obchodním rejstříku



Souhrn peněžitých i nepeněžitých vkladů všech společníků do společnosti tvoří základní kapitál společnosti. Ten se vytváří povinně ve společnosti s ručením omezeným a v akciové společnosti.

Vkladem společníka vzniká i jeho podíl na čistém obchodním kapitálu společnosti.

Orgány společnosti

Vznikem společnosti jsou ustaveni i členové statutárních či jiných orgánů společnosti.

Statutární orgán je takový, který může jménem podnikatele jednat ve všech věcech, které jsou spjaté s činností obchodní společnosti.

- Podnikatel se může nechat i zastupovat. V určitých případech se zřizuje funkce prokuristy nebo i vedoucího odštěpného závodu.

Zánik obchodní společnosti

Obchodní společnost zaniká ke dni výmazu z obchodního rejstříku.

Obchodní společnost může zaniknout buď bez likvidace, nebo likvidací.

- Zánik společnosti bez likvidace – znamená, že při dobrovolném zrušení společnosti může být rozhodnuto, že se přemění v jinou formu či družstvo nebo se sloučí, splyne s jinou organizací anebo se rozdělí.
- Zrušení společnosti likvidací – nastane v případě, že nepřechází celé jmění společnosti na právního nástupce.

Vstup společnosti do likvidace se zapisuje do obchodního rejstříku. Po dobu likvidace se užívá obchodní jméno společnosti s dodatkem „v likvidaci“. Zápisem likvidace společnosti do obchodního rejstříku přechází působnost statutárního orgánu jednat jménem společnosti na likvidátora.

Likvidátor činí jménem společnosti jen úkony směřující k likvidaci. Během likvidačního období dochází k vypořádání všech dluhů a pohledávek a k návrhu na rozdělení majetkového zůstatku mezi společníky. Před rozdělením majetku společníkům musí být uspokojeny oprávněné nároky všech známých věřitelů společnosti.

Zánik společnosti zrušením (likvidací) je možný nejen formou dobrovolnou, ale i formou nucenou. Do této formy lze zařadit kromě klasického soudního řízení (kdy firma může být zrušena z důvodu veřejného zájmu či porušování zákonů) rovněž i prohlášením konkurzu.

Konkurz je soudní řízení, jehož účelem je poměrně a podle zákonem stanoveného pořadí uspokojit věřitele z majetku osoby, která není způsobilá ke splácení svých závazků.

Konkurzu předchází tzv. úpadek, tj. dlouhodobější stav insolventnosti. Jedná se o stav, kdy dlužník není schopen plnit již splatné závazky.

Formy obchodních společností

Obchodní společnosti lze rozdělit na dva typy – osobní a kapitálové.

Tyto společnosti a jejich rozdílné charakteristiky lze specifikovat následovně:

Osobní společnosti tvoří:

- veřejné obchodní společnosti (dále jen v. o. s.) a komanditní společnosti (k.s.).

Kapitálové společnosti tvoří:

- společnosti s ručením omezeným (ve zkratce s. r. o.) a akciové společnosti (a.s.).

Osobní a kapitálové společnosti se odlišují těmito rozdíly (viz následující schéma):

Charakteristika osobní a kapitálové společnosti

U osobní společnosti:

- ① platí neomezené, společné a nerozdílné ručení za závazky společnosti
- ② osobní účast na řízení společnosti
- ③ základní kapitál se nevytváří povinně
- ④ zánikem účastníka ve společnosti zaniká nebo se ruší společenská smlouva



U kapitálové společnosti:

- ① společníci za závazky buď neručí, nebo ručí omezeně
- ② osobní účast na řízení je nahrazena orgány společnosti
- ③ vytváří se povinně základní kapitál
- ④ zánik účastníka ve společnosti nezpůsobí zánik společnosti



Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)

Veřejná obchodní společnost je obchodní společností, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společným jménem a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně veškerým svým majetkem. Náleží k osobním obchodním společnostem.

Obchodní jméno musí obsahovat označení „**veřejná obchodní společnost**“, tento doplněk však může být nahrazen častěji používanou zkratkou „**v. o. s.**“. Obsahuje-li obchodní jméno příjmení alespoň jednoho ze společníků, postačí do-datek „...a spol.“. Podnikatelské riziko je u této společnosti stejně vysoké jako při individuálním podnikání.

V. o. s. se zakládá výlučně společenskou smlouvou a jejími zakladateli mohou být nejen osoby fyzické, ale i právnické.

Práva a povinnosti společníků se řídí společenskou smlouvou. Ta také určí, jak se budou společníci podílet na řízení společnosti. Není-li to určeno, platí, že společnost řídí všichni společníci. Společník pověřený obchodním vedením společnosti je však povinen na požádání informovat ostatní společníky o všech záležitostech společnosti.

Vkladová povinnost nevyplývá ze zákona, ale může být určena společenskou smlouvou. Peněžité i nepeněžité vklady společníků se stávají majetkem společnosti.

Zisk určený k rozdělení se dělí mezi společníky rovným dílem, rovněž ztrátu zjištěnou roční účetní závěrkou nesou společníci rovným dílem.

Komanditní společnost (k. s.)

Komanditní společnost je společnost, v níž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku (tato osoba či skupina osob jsou tzv. **komandisté**) a jeden nebo více společníků ručí celým svým majetkem (tato osoba nebo osoby se nazývají **komplementáři**). Náleží k osobním obchodním společnostem.

Právní postavení komandistů je obdobné jako postavení společníků ve společnosti s ručením omezeným (viz charakteristika **s. r. o.** dále, str. 76). Postavení komplementářů je obdobné jako u společníků veřejné obchodní společnosti.

Obchodní jméno musí obsahovat označení „**komanditní společnost**“, a to i ve zkratce „**kom. spol.**“ nebo „**k. s.**“.

Návrh na zápis komanditní společnosti do obchodního rejstříku podepisují všichni společníci.

K obchodnímu vedení společnosti jsou oprávněni pouze komplementáři.

Postavení komplementáře je významnější než komandisty. Je to dáno povinností osobní účasti komplementáře a jeho neomezeným ručením, zatímco komandista je povinen vnést pouze vklad. Jejich práva a povinnosti tudíž nejsou rovnocenné. Komandisté mají jen právo kontroly a podílu na zisku.

Zisk se v komanditní společnosti dělí podle pravidel společenské smlouvy.

SOUVISLOSTI

Veřejná obchodní společnost v praxi

Jako příklad může posloužit dejme tomu autodoprava provozovaná pod označením *Autodoprava Tříčtvrtečka a spol.*



SOUVISLOSTI

Omezení u veřejné obchodní společnosti

U tohoto typu obchodní společnosti například platí „zákaz konkurence“. Společník tedy nesmí bez svolení ostatních společníků podnikat v předmětu podnikání společnosti. Také platí, že nesmí být ani statutárním orgánem další společnosti s podobným předmětem podnikání.



SOUVISLOSTI

Jak je to s ručením v komanditní společnosti

Jednotlivé formy společníků ručí v tomto typu společnosti různě:

- komandista – ručí vkladem,
- komplementář – ručí celým svým majetkem (!).

Pozor, obsahuje-li obchodní jméno společnosti jméno komandisty, ručí tento komandista za závazky společnosti stejně jako komplementář (!).





SOUVISLOSTI

Podstata fungování s. r. o.



Společníci



Společenská smlouva

+

Vklady společníků

Zápis do obchodního rejstříku

Činnost s.r.o.

Valná hromada

+

Jednatelé

+

Dozorčí rada

Výmaz z obchodního rejstříku

Ukončení činnosti s.r.o.

Poznámka: Schéma je pro názornost zjednodušeno

Společnost s ručením omezeným (spol. s r. o., s. r. o.)

Společnost s ručením omezeným je typem obchodní společnosti, jejíž základní kapitál je tvořen předem stanovenými vklady společníků. Řadíme ji ke kapitálovým obchodním společnostem.

Tato společnost může být založena jednou osobou (může mít pouze jednu osobu), maximálně však může mít 50 společníků.

Hodnota základního kapitálu musí činit alespoň 200 000 Kč. Výše vkladů jednotlivých společníků může být rozdílná (vyžaduje se však dělitelnost každého vkladu tisícem), přičemž minimální vklad jednoho společníka je 20 000 Kč.

Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Společník ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku.

Obchodní jméno musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, a to i ve zkratce „**spol. s r. o.**“ nebo „**s. r. o.**“.

U kapitálových společností je osobní účast na řízení nahrazena orgány společnosti. U společnosti s ručením omezeným je to valná hromada, jednatelé a dozorčí rada. Valná hromada je zároveň nejvyšším orgánem společnosti.

Jednatelé jsou statutárním orgánem společnosti (může být i jeden). Ten je oprávněn jednat jménem společnosti a informovat společníky o záležitostech společnosti. Dozorčí rada je kontrolním orgánem společnosti.

Se souhlasem valné hromady může společník smlouvou převést svůj obchodní podíl na jiného společníka (či jinou osobu), pokud to připouští společenská smlouva.

Akciová společnost (a. s.)

Akciová společnost je společnost, jejíž základní jmění je rozvrženo na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě.

Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Hodnota základního kapitálu akciové společnosti musí činit alespoň 2 000 000 Kč (je-li společnost zakládána veřejnou nabídkou úpisu akcií, pak základní kapitál musí činit alespoň 20 000 000 Kč).

Akciová společnost ručí za závazky společnosti celým svým majetkem. **Akcionáři** (tedy držitelé akcií) za závazky společnosti neručí.

Obchodní jméno společnosti musí obsahovat označení „akciová společnost“ nebo zkratku „**akc. spol.**“ či „**a. s.**“.

Akcie je cenný papír, s nímž jsou spjata práva akcionáře jako společníka podílet se podle zákona a stanov na:

- jejím řízení, zisku a případně na likvidačním zůstatku při zániku společnosti.

Akcie mají tzv. **jmenovitou hodnotu** (nominální – tj. číselné označení na akci). Stanovy musí určit jmenovitou hodnotu všech druhů akcií, které musí být vydány.

Součet jmenovitých hodnot těchto akcií musí odpovídat výši základního kapitálu.

Kromě jmenovité hodnoty mají akcie (které jsou obchodovatelné) i hodnotu danou výší poptávky a nabídky na trhu cenných papírů.

Z DĚJIN

Vznik akciových společností u nás

Akciové společnosti vznikaly na území Čech a Moravy ve větší míře již v průběhu 19. století.

Vůbec první akciovou společností, která vznikla na území ČR, byla tehdejší *K. K. privilegierten Zucker-Raffinerie in Königsaal bey Prag* (založena v roce 1792). Její český název byl *C. k. privilegovaná rafinerie cukru ve Zbraslavi u Prahy*.

Dalšími byly například *Schwimmanstalt in Prag auf der Moldau* (česky *Plavecký ústav v Praze na Vltavě*, z roku 1812) a známou byla také v roce 1822 *Pražská akciová společnost paroplavební*. Na fotografii z roku 1929 je posádka parníku Štěchovice.



Trhy s cennými papíry u nás a ve světě

ZAJÍMAVOST

S cennými papíry (akciemi) obchoduje na trhu cenných papírů v České republice především burza cenných papírů, RM-systém a rovněž některé další finanční společnosti.

Mezi světově známé burzy cenných papírů patří především **New York Stock Exchange** (zkráceně NYSE) – newyorská burza. Byla založena již v roce 1792. V roce 1929 byla přímým účastníkem velkého krachu na burzovních trzích, který vyústil ve vlekou světovou hospodářskou krizi 30. let minulého století. Dnes je jedním z center světového trhu a obchodování s finančním kapitálem – je považována za největší burzu s cennými papíry. Na obrázku vidíte právě průčelí budovy newyorské burzy.



SOUVISLOSTI

Akcie jako cenný papír

Na následujících dvou snímcích můžete vidět historické a soudobé akcie. Horní obrázek představuje akcie Akciového pivovaru a sladovny v Poděbradech (rok 1913), spodní akcie Českých přístavů a.s. z roku 2000.



Kurzovní hodnota je cena akcie, za kterou se akcie kupuje a prodává (může tedy být vyšší nebo nižší, než je hodnota nominální).

Akcie může znít na jméno nebo na majitele (držitele).

Stanovy akciové společnosti mohou určit také vydání tzv. **zaměstnaneckých akcií** a spojit s nimi určité výhody. Rovněž mohou určit vydání tzv. **prioritních akcií** (někdy zvaných **zakladatelských**), s nimiž jsou spojena přednostní práva týkající se dividendy. Účelem **zaměstnaneckých akcií** je stimulace zájmu zaměstnanců společnosti na jejím úspěšném hospodaření. Nabyvatel za ni navíc nemusí zaplatit plnou jmenovitou hodnotu.

Můžete se ještě setkat i s pojmem tzv. **zlaté akcie**. Je to akcie, která poskytuje jejímu držiteli mocný nástroj – právo veta, a tím i možnost ovládat společnost (více viz následující souvislosti).

SOUVISLOSTI

Zlatá akcie

Ke kontrole, a tudíž k usměrňování aktivit podniku (tedy např. i státního) stačí mít **majoritní** (většinový) podíl akcií u akciových společností.

V určitých oblastech postačí mít i u výhradně soukromých akciových společností v držení tzv. **zlatou akci**. Ta je pouze jedna a může ji vlastnit výhradně stát. Daná společnost pak nesmí bez souhlasu „zlatého akcionáře“ například ani opustit dosavadní sféru působení (tedy např. změnit výrobní program či oblast poskytovaných služeb).

Seznam **zlatých akcií** najdete např. na webu Ministerstva financí České republiky: <http://www.mfcr.cz>

Zlaté akcie

České přístavy, a.s.

Československá plavba labská, a.s.

Hřebčín Napajedla a.s.

CHEVAK Cheb, a.s.

Chodské vodárny a kanalizace a.s.

Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s.

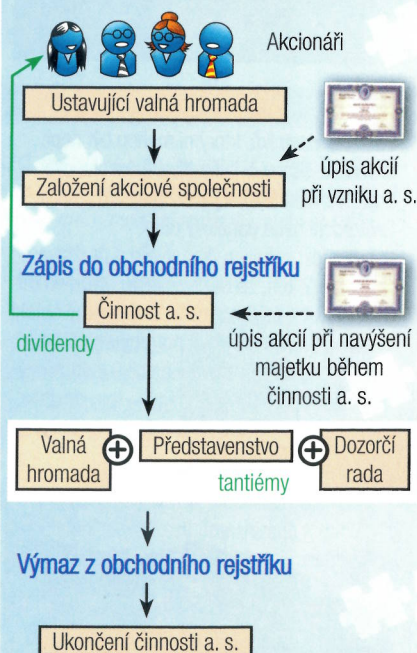
Severočeská vodárenská společnost a.s.

Ústav jaderného výzkumu Řež a.s.



SOUVISLOSTI

Podstata fungování akciové společnosti



Poznámka: Schéma je pro názorovo zjednodušení

Akciová společnost může být založena jedním zakladatelem, pokud je to právnická osoba, jinak dvěma nebo více zakladateli. Zakládají-li akciovou společnost dva nebo více zakladatelů, uzavřou zakladatelskou smlouvu. Akciová společnost může být založena i na základě tzv. **výzvy k upisování akcií**.

Pokud zakladatelům nestačí vlastní prostředky na splacení celého základního kapitálu, musí veřejně oznámit založení společnosti upisováním akcií, a vyzvat tak zájemce k upsání jejich podílu na základním kapitálu.

Orgány akciové společnosti jsou tvořeny **valnou hromadou**, **představenstvem** a **dozorčí radou**.

Nejvyšším orgánem akciové společnosti je **valná hromada**, která se skládá ze všech na ní přítomných akcionářů.

Ustavující valná hromada rozhodne o ustavení společnosti, **schválí stanovy** a zvolí (již zmíněné) orgány akciové společnosti.



Seznam **zlatých akcií** na serveru ministerstva financí: <http://www.mfcr.cz>
(v poli **Vyhledávání** zadejte **Zlaté akcie** a potvrďte vyhledávání. Prohlížeč vypíše odkazy, klepnutím na příslušný získáte výpis společností, ve kterých stát drží zlatou akci.



SOUVISLOSTI

Podíly na zisku akciové společnosti

- **Dividendy** – majitelé akcií (tedy akcionáři) mají právo na podíl ze zisku. Valná hromada ovšem musí schválit účetní závěrku roku a také to, zda dividendy budou, či nebudou vypláceny (a v jakém objemu).
- **Tantiémy** – představují podíl na zisku pro členy představenstva a dozorčí rady.



Akciová společnost vzniká po svém založení až zápisem do obchodního rejstříku.

- **Představenstvo** je statutárním orgánem, jenž řídí činnost akciové společnosti a jedná jejím jménem. Mohou to být pouze fyzické osoby.
- **Dozorčí rada** je pak kontrolním orgánem společnosti.
- **Valná hromada** rozhoduje o rozdělení zisku akciové společnosti.

Rovněž o zrušení akciové společnosti rozhoduje valná hromada. Po uspokojení všech věřitelů je likvidační zůstatek rozdělen mezi akcionáře, a to v poměru odpovídajícím jmenovité hodnotě akcií.

Po zrušení ustává produktivní činnost společnosti a aktivita orgánů společnosti se omezí jen na úkoly potřebné k likvidaci.

Akciová společnost jako právnická osoba zaniká teprve výmazem z obchodního rejstříku.

SOUVISLOSTI

Povinnosti akciové společnosti

Akciová společnost má povinnost veřejně sdělovat základní ekonomické výsledky, tj. provádět roční účetní audit (kontrolu) a publikovat ve zkrácené formě dva základní účetní výkazy v médiích (např. na svých www stránkách).

Další formy podnikání

Kromě typických obchodních společností existují ještě i další formy podnikání, například: **družstvo**, **státní podnik**, **holdingová společnost** nebo podnikání typu **joint venture** [džoint venčr] či **franchising** [fræŋčalzing] a **tiché společenství**.

Družstvo

Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob, založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů.

Družstvo musí být složeno z nejméně pěti fyzických nebo alespoň dvou právnických osob (může se skládat současně jak z fyzických, tak i z právnických osob). Družstvo samotné je právnickou osobou.

Za porušení závazků odpovídá družstvo celým svým majetkem, členové družstva však neručí za závazky družstva.

Základní kapitál družstva tvoří souhrn členských vkladů.

Obchodní jméno družstva musí obsahovat označení „družstvo“.

Družstvo vzniká na základě konání ustavující schůze družstva. Ta určuje zapsaný základní kapitál, schvaluje stanovy a volí představenstvo a kontrolní komisi.

Družstvo vzniká (podobně jako jiné formy obchodních organizací) dnem zápisu do obchodního rejstříku.

Orgány družstva jsou tvořeny členskou schůzí, představenstvem, kontrolní komisí (případně jinými komisemi či orgány družstva podle stanov).

Nejvyšším orgánem družstva je **členská schůze**.

Činnost družstva řídí jeho představenstvo, které je jeho statutárním orgánem. To ze svého středu volí předsedu, který organizuje a řídí běžnou činnost družstva. **Kontrolní komise kontroluje veškerou činnost družstva a projednává stížnosti jeho členů.** Právní normy však připouštějí i výjimku, kdy činnost družstva (jeho řízení a kontrolní činnost) může přebírat i členská schůze (viz souvislosti vpravo).

Členská práva a povinnosti může člen družstva převést na jediného člena (pokud to stanovy nevyklučují). Dohoda o převodu na jinou osobu podléhá souhlasu představenstva.

Podoby družstev

Typickým příkladem družstev jsou například zemědělská družstva, která se zabývají zejména živočišnou a rostlinnou produkcí.



Dalším příkladem jsou bytová družstva či družstva vlastníků, kterými mohou být např. právnické osoby či jednotlivci (jako členové družstva vlastníků), v jejichž majetku a správě je činžovní nebo panelový dům.

Rozdíl mezi bytovým družstvem a družstvem vlastníků je ten, že běžné bytové družstvo (nikoliv člen tohoto družstva) daný obytný objekt vlastní a zajišťuje bytové potřeby svých členů, kdežto členové družstva vlastníků jsou přímými vlastníky jednotlivých bytů – toto družstvo tedy není vlastníkem bytů a členové družstva nejsou jeho nájemci.



Převod práv a povinností spojených se členstvím v bytovém družstvu na základě dohody však souhlasu představenstva nepodléhá.

Členství zaniká písemnou dohodou, vystoupením, vyloučením (členství fyzické osoby zaniká i smrtí) a zánikem družstva.

Jednotlivá družstva se často sdružují v profesních sdruženích, ve svazech. Příkladem může být **Svaz českých a moravských výrobních družstev** nebo **Svaz českých a moravských bytových družstev**.

Zrušení družstva nastává výmazem z obchodního rejstříku. Zrušené družstvo vstupuje do likvidace. Ta probíhá zcela obdobným způsobem jako u obchodních společností.

Státní podnik (s. p.)

Státní podnik je podnik ve výhradním a výlučném vlastnictví státu.

Stát se může podílovou formou zúčastnit jiných podnikatelských aktivit, například v různých formách obchodních společností (především pak v akciových společnostech, ve kterých může vlastnit například i **zlatou akci**).

Státní podnik vzniká založením svým zakladatelem – většinou prostřednictvím odborných ministerstev. Nejčastěji to bývá Ministerstvem průmyslu, obchodu a cestovního ruchu, Ministerstvem zemědělství, Ministerstvem vnitra, Ministerstvem kultury apod. či jiných orgánů státní správy včetně krajských nebo obecních úřadů.

Státní podnik musí mít za obchodním jménem označení „**státní podnik**“, popřípadě zkratku „**s. p.**“, příp. i „**s. o.**“ (jako „**státní organizace**“).

V čele státního podniku stojí **ředitel** (jmenovaný zakladatelem) a **dozorčí rada** (skládající se rovným dílem ze členů určených zakladatelem a členů volených pracovním kolektivem). Postavení dozorčí rady státního podniku se blíží postavení dozorčí rady v akciové společnosti. Některé státní podniky také již přešly přímo do formy akciové společnosti. Pouze oblasti výlučného zájmu státu (například obrana, spoje atd.) jsou i ve vyspělých ekonomikách doménou aktivního působení státu nebo alespoň majoritního podílu v jiné formě podnikání.

Holding, joint venture, franchising a tiché společenství

Kromě doposud zmíněných forem společností existují ještě i další, jejichž podstata je založena především na určité provázanosti a spolupráci. Více viz následující infobox zajímavosti.

Holding / joint venture / franchising / tiché společenství

• **Holdingová společnost (holding)** – jedná se o spojení kapitálových společností ve formě tzv. **mateřské a dceřiné společnosti**. Specifické je to, že mateřská společnost ovládá (například prostřednictvím vlastnictví rozhodujícího kapitálového podílu – nadpoloviční většiny akcií) tzv. dceřinou společnost s využitím předností této společnosti – partnerů. Tento vztah využívá toho, že partnerská společnost může nabídnout např. finanční prostředky, zahraniční vztahy, kvalifikované pracovníky, moderní technologie atd. Holding má např. předpoklady vytvářet silnější rezervní fondy.

Všechny obchodní společnosti, které tvoří holding, jsou právně samostatnými subjekty. Holding sám právní subjektivitu nemá, je sdružením (konsorciem) bez právní subjektivity. Společnosti, které spolu tvoří holding, mají v praxi nejčastěji právní formu akciové společnosti.

• **Joint venture** – je to **forma mezinárodního kapitálového podnikání**. Při spolupráci dvou nebo více nezávislých podniků vzniká nová společnost. Další znaky jsou podobné jako u holdingové společnosti, kdy partneři dohodou využívají schopností, možností a zkušeností druhého partnera. Cílem je tedy spojení předností a zkušeností obou zúčastněných partnerů, kdy např. zahraniční firma může nabídnout finanční kapitál či prověřenou značku produktu, domácí společnost zase vkládá do společenství lepší znalosti místního trhu. Velmi časté je takovéto spojení například v elektrotechnice (výroba počítačových komponentů či mobilních telefonů).

• **Franchising** – podstatou této formy je kolektivní či individuální podnikání na základě smlouvy, kterou mezi sebou uzavírají dva právně samostatné podnikatelské subjekty. Systém spolupráce je založen na tom, že zavedená společnost (tzv. **franchisor**) poskytuje souhlas individuálnímu podnikateli či obchodní společnosti (**franchisant**) k tomu, aby podnikali pod jejím jménem. Franchisant pak přebírá celý systém podnikání franchisora, technologické postupy, systém zásobování, úpravu provozoven apod. Franchisant se stává součástí velké sítě podnikajících subjektů nesoucí jméno franchisora. Příkladem tohoto modelu podnikání jsou velké sítě rychlého občerstvení.

• **Tiché společenství** – jde o formu podnikání, při níž se tichý společník zavazuje poskytnout podnikateli dohodnutý vklad, aniž se podílí na rozhodování o podnikání. Může nahlížet do účetnictví a za svůj vklad získává předem dohodnutý podíl ze zisku společnosti. Vkladem do společenství může být peněžitá částka či jiné právní nebo majetkové hodnoty (práva k užívání, licence, nemovitosti atd.). Nevzniká nová právnická osoba.

SOUVISLOSTI

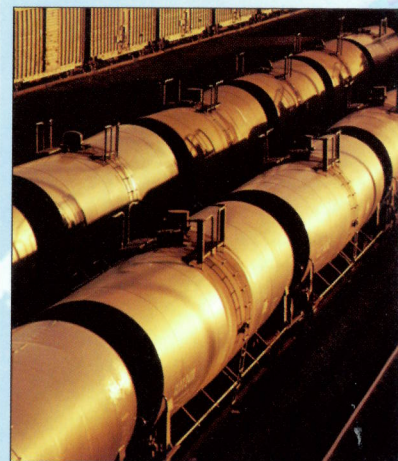
Svaz českých a moravských výrobních družstev

Svaz českých a moravských výrobních družstev představuje profesní zájmové sdružení právnických osob charakteru družstvo. V současnosti je ve svazu více než 220 výrobních družstev, které svou činností zasahují jak do oblasti výroby, tak i do služeb. SČMVD je členem Hospodářské komory a má vazby i na řadu zahraničních partnerských organizací. Svým členům pomáhá např. při vyhledávání výrobních a obchodních kontaktů, poskytuje jim metodickou a právní pomoc v oblasti ekonomiky a podnikání apod.

SOUVISLOSTI

Příklady státních podniků v ČR

V České republice to jsou například **Lesy České republiky s.p.**, **České dráhy s.p.**, **Správa Letiště Praha s.p.** či **Diamo s. p.** (důlní podnik zabývající se těžbou uranové rudy).



ZAJÍMAVOST



Státní podnik:
Holding:
Joint venture:
Franchising:

http://cs.wikipedia.org/wiki/Státní_podnik
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Holding>
http://cs.wikipedia.org/wiki/Joint_venture
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Franchising>



Souhrn



Moje poznámky:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Shrnutí kapitoly

- Z hlediska práva a ekonomiky podnikání jsou rozlišovány pojmy **fyzická osoba** a **právnícká osoba**.
- Podnikatel prokazuje své **živnostenské oprávnění** výpisem ze **živnostenského rejstříku**.
- Všechny **právnícké osoby** podnikající na území České republiky musí být povinně zapsány do **obchodního rejstříku**.
- Živnosti se v obecné rovině dělí na tzv. **ohlašovací** a **koncesované**. Ohlašovací se pak dále dělí na **řemeslné, vázané** a **volné**.
- **Podnik** je v obchodním zákoníku **definován jako soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání**.
- Obchodní společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Zaniká výmazem z obchodního rejstříku.
- Obchodní společnosti lze rozdělit na dva typy – **osobní (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost)** a **kapitálové (akciová společnost, společnost s ručením omezeným)**.
- Kromě typických obchodních společností existují ještě i další formy podnikání, například **družstvo** a **státní podnik** (popřípadě **holdingová společnost**, podnikání typu **joint venture** či **franchising** a **tiché společenství**).

Náměty a tipy pro samostatnou práci



Náměty pro samostatnou práci

1. Co je to podnikání? Jaké podnikající osoby znáte?
2. Co je to obchodní rejstřík a kde jej najdete? Co obchodní rejstřík obsahuje?
3. Co je to živnostenský rejstřík? Kde jej najdete a jaké údaje obsahuje?
4. Vyhledejte v **obchodním rejstříku on-line** (server <http://www.justice.cz>) společnosti, ve kterých pracují vaši rodiče či příbuzní (popř. vy sami). Vypište si název, formu společnosti, datum jejího zápisu do obchodního rejstříku a stručně předmět podnikání:
.....
.....
.....
.....
5. Vyhledejte v **živnostenském rejstříku on-line** (server <http://www.rzp.cz>) vám známého podnikatele – živnostníka (rodiče, příbuzní, známí, popř. vy sami). Vypište si jméno, typ podnikatele (zdali jde o fyzickou, či právnickou osobu), místo podnikání, IČ. Podívejte se i na podrobnější údaje a vypište si i předmět podnikání, druh živnosti a dobu platnosti živnostenského oprávnění:
.....
.....
.....
.....
.....
6. Jak byste definovali podnik?
7. Jaké typy obchodních společností znáte? Popište jejich podstatu.
8. Jak se nazývají podíly na zisku akciové společnosti? Komu tyto podíly přísluší?
9. Co je to akcie a kdo je jejich držitelem? Co znamená pojem zlatá akcie?
10. Jaké další formy podnikání znáte?
11. Jak se nazývá jednoznačný číselný identifikátor (kód) každého podnikatelského subjektu a kdo jej přiděluje?

Podnikání / Činnost podniku

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- formy financování podniku
- činnost podniku
- podstatu řízení (management) podniku, marketingovou činnost podniku
- náklady a výnosy podniku, výsledek hospodaření
- stanovení prodejní ceny

V této kapitole si alespoň v základních obrysech nastíníme financování podniku, jeho činnost a výsledek hospodaření, kterého při své činnosti dosahuje.

Finance a peníze v podnikatelské sféře

Pojem finance zahrnuje oběh peněžních prostředků podniku, současně ale také vyjadřuje peněžní vztahy podniku.

Do finančních vztahů tedy bude zahrnován:

1. nákup výrobních prostředků, pořizování zásob a dalších výrobních nákladů,
2. na druhé straně jsou peněžní vztahy vymezeny realizací (prodejem) produktu podniku (prodej zboží či služeb).

Finanční situace a stabilita podniku

Pojem finanční situace podniku se používá k hodnocení úrovně hospodaření podniku a k posuzování míry úspěšnosti finančního řízení podniku.

K tomuto hodnocení se používají následující ukazatele:

- množství financí, které má podnik k dispozici (možná jste se setkali i s výrazem „solventnost“),
- stupeň zadluženosti podniku,
- kvalifikované plánování toku peněz,
- likvidita podniku – schopnost rychle hradit své závazky,
- stupeň pohotovosti vlastních finančních prostředků,
- finanční stabilita podniku – schopnost podniku dosahovat výnosnost v poměru ke vloženému kapitálu (a to jak v krátkodobém, tak i v dlouhodobém časovém horizontu), jde tedy o to, zda je podnik výnosný (rentabilní), či není a v jakém časovém období.

V souvislosti s koloběhem finančních prostředků hovoříme o tzv. **toku peněz v podniku**.

Tok peněz v podniku

Pohyb finančních prostředků je způsoben hospodářskou činností podniku, kdy na jedné straně podnik vykazuje příjmy a na druhé výdaje. Toto přelévání peněz v rámci podniku se nazývá **peněžním tokem**.

Odliv finančních prostředků

Mezi výdaje podniku patří zejména: **opotřebení majetku, mzdové náklady, nákup surovin a materiálu pro výrobu a provozní režie**.

- **Opotřebení majetku** – činností (ale i nečinností) věci ztrácejí hodnotu, opotřebovávají se a jejich finanční ocenění časem klesá. Proces opotřebování hmotného majetku je často spojený s přímým odlivem peněz (výdaje na opravy a udržování).

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- **objasnit podstatu finančních toků v podniku**
- **pojednat o činnostech podniku**
- **pojednat o podstatě řízení a marketingové činnosti podniku**
- **pochopit souvislosti mezi pojmy náklady, výnosy a zisk podniku; pojednat o výsledku hospodaření**

SOUVISLOSTI

Finanční toky v domácnosti

Obdobně jako u podniku funguje mechanismus financování i u domácností. I ty jsou nuceny pracovat s řadou finančních položek svého rozpočtu. Kromě příjmů (nejčastěji v podobě platu jednotlivých členů rodiny či příjmů z pronájmu apod.) vynakládá domácnost i nezbytné výdaje (platby za nájem, energie, daň z nemovitosti, pojištění nemovitosti a auta apod.).

Dalšími typickými výdaji domácností jsou poplatky za likvidaci odpadů. Životní prostředí je v rostoucí míře zatěžováno právě odpady a dalšími formami znečišťování. Řada států EU již zavedla do systému ochrany životního prostředí určité formy ekologické daně, týkající se činností a výrobků nešetrných k životnímu prostředí (např. poplatky za obsah síry v palivech při výrobě energie, za nadměrný hluk v letecké dopravě, neekologické topivo domácností), které jsou ukládány jak firmám, tak domácnostem.

Na druhé straně je cenově zvýhodňováno používání šetrných typů surovin a činností (např. možnost zrychleného odpisu ekologických investic, dotační programy z fondů EU při zateplování budov apod.). Na předních místech v uplatňování tohoto přístupu jsou tradičně severní státy (Norsko, Švédsko, Dánsko). Rovněž Česká republika je vázána úmluvami a směrnici EU v tvorbě a ochraně životního prostředí, které musí postupně naplňovat.





SOUVISLOSTI

Provozní režie

Veškeré položky provozní režie (voda, plyn, elektřina) představují nutné a také pravidelné výdaje, které se promítají do finančních toků a hospodaření podniku v podobě výdajů (nákladových položek).



Podnik je musí včas hradit dodavatelům bez ohledu na to, zda má zákazníky, či ne, zda prosperuje, či nikoliv.

Názorným příkladem může být restaurace, která (kromě přichystané nabídky jídel a nápojů) musí osvětlovat a vytápět prostory, spotřebovává vodu apod., aniž dopředu ví, zda v daný den přijde dostatek zákazníků – takový počet lidí, aby byl provoz tohoto dne rentabilní.

SOUVISLOSTI

Příklad financování v rodině

Rodina se rozhodne pro koupi domu. Vzhledem k tomu, že se jedná o nemalou investici, musí zvážit své finanční možnosti.

Nejprve zhodnotí vlastní možnosti, tedy své úspory tvořené převážně výdělkem ekonomicky aktivních členů rodiny. V tomto případě se jedná o vlastní zdroje, které jsou nevratné – rodina je nemusí nikomu vracet.

Může se však stát, že vlastní zdroje nebudou stačit, a pak je zapotřebí zvážit výpůjčku financí – použití cizích zdrojů, tedy půjčit si peníze od příbuzných, známých nebo od banky. Samozřejmě může dojít ke kombinaci obojího. Cizí zdroje v tomto případě jsou bankovní půjčka či úvěr nebo půjčka od příbuzných či známých.

Získáním cizích zdrojů si rodina vytvořila dluh, který musí splácet.

Cizí zdroje jsou často nezbytným prostředkem a pomocníkem ke krytí velkých investic.



Pořízení rodinného domu

Zdroje financování

Vlastní zdroje

- rodinné úspory

nevratné zdroje

Cizí zdroje

- bankovní půjčka
- půjčka od známých nebo příbuzných

tyto zdroje jsou dluhem rodiny, který je nutno splácet

- **Mzdové náklady** – každý pracovní den vynakládají pracovníci svou energii a vědomosti ve prospěch podniku, každý pracovní den vykonávají práci. Za to jim náleží **mzda**. Tyto prostředky také znamenají pravidelný odliv peněz z podniku.
- **Nákup surovin a materiálu pro výrobu** – každý pracovní den jsou spotřebovávány suroviny a materiál, polotovary a součástky k výrobě, čímž dochází k odlivu financí podniku.
- **Provozní režie** – podnik musí pravidelně hradit položky provozní režie (nájemné, voda, plyn, elektřina) a další poplatky a daně.

Příliv finančních prostředků

Ve srovnání s výdaji je příliv finančních prostředků do podniku přesně opačným jevem.

Nejčastěji je to **příliv hotovostních a bezhotovostních peněz ve formě úhrad od odběratelů za služby a prodeje výrobků**. V účetním označení jde o tzv. **tržby**.

K dalším možným finančním prostředkům, které může podnik využívat, patří **úvěry** získané od bank (ty jsou používány zejména pro investiční činnost) a také **příjmy z pronájmů** (prostor či zařízení podniku) nebo **vracení přeplatků** apod.

Nástroj pro zjišťování stavu finančních prostředků

Nástrojem pro zjišťování přílivu a odlivu finančních prostředků ekonomického subjektu je **účetnictví**.

Zdroje financování podniku

Pro úspěšné vedení podniku je především důležité sledovat a řídit jeho financování.

Výběr zdrojů financí a jejich řízení jsou prioritní činnosti vedení podniku, ať se jedná o podnikající fyzickou osobu, malovýrobní podnik nebo o velkou firmu o tisíce zaměstnanců. V průběhu podnikatelské činnosti je rozhodující, z jakých zdrojů byly hospodářské prostředky pořízeny a z jakých zdrojů pocházejí.

Finanční prostředky mohou pocházet z:

- a) **vlastních zdrojů podniku**,
- b) **ze zdrojů cizích**.

Ke zjednodušenému vysvětlení (a pochopení) může posloužit i příklad z financování domácnosti (viz souvislosti vlevo).

Vlastní finanční zdroje podniku

Patří sem:

1. **Základní jmění** – vzniklo při založení podniku (vložený kapitál společníků u obchodních společností, hodnota vydaných akcií u akciové společnosti, hodnota členských podílů u družstev, fond dlouhodobého majetku u státního podniku apod.).
2. **Interní financování** (samofinancování) – zejména **zisk** (a dále také např. **kapitálové fondy a ziskové fondy**) podniku.

S využitím těchto forem vlastních zdrojů může podnikatel financovat svůj podnikatelský záměr. Zpravidla však tyto obhospodařované finanční prostředky pro splnění podnikatelských potřeb zdaleka nestačí, a proto stejně jako v příkladu rodinného financování se podnikatel musí rozhodnout, od koho si prostředky (finance) pro své podnikání vypůjčí – v tomto případě se obrací na **cizí zdroje**.

Cizí finanční zdroje

Financování z cizích zdrojů je vždy spojeno se závazky vůči tomu, kdo je poskytuje. **Závazkem** se míní vrácení poskytnuté částky (včetně případného úroku).

Závazky může mít podnik vůči bankám, dalším peněžním a finančním společnostem (splácení poskytnutých úvěrů) a vůči dodavatelům (zaplacení za dodané zboží či služby). Současně do financování z cizích zdrojů patří i **závazky vůči zaměstnancům** (zaplacení mzdy za odvedenou práci).

Typickým příkladem čerpání cizích prostředků je **finanční** či **obchodní úvěr**.

Z pohledu charakteru jsou to **úvěry finanční a obchodní**:

- **Finanční** – většinou poskytují banky či finanční společnosti.
- **Obchodní** – poskytují přímo dodavatelé odběrateli, např. u výrobků, které mají životnost delší než jeden rok. Důvodem pro tyto úvěry je snaha nabídnout zákazníkovi lepší podmínky pro získání náročných zařízení. Mohou to být stroje a zařízení pro výrobu, celé výrobní linky, investiční celky, stavby, příslušenství apod. Ty pak odběratel dodavateli postupně splácí.

Z pohledu času se úvěry dělí na **krátkodobé** a **dlouhodobé**:

- **Krátkodobé** – používá podnik k překlenutí krátkého období (zpravidla do jednoho roku). Je to forma používaná např. k úhradě nakoupeného materiálu, zařízení či na úhradu mezd, než bude realizován zisk.
- **Dlouhodobé** – jsou používány většinou k **financování potřeb firmy v oblasti větších investic**. Jde převážně o modernizaci či změnu struktury dosavadní výroby, popřípadě o její rozšíření, nákupy strojů apod. Jsou poskytovány na delší dobu (10 ale i více let; například na hypoteční úvěry se mohou poskytnout i na období 25 a více let).

Činnost podniku

Veškeré podnikové činnosti se uskutečňují s podmínkou, že podnik má k dispozici finanční prostředky k zajištění výrobních činností, disponuje potřebným počtem schopných pracovníků a výrobní proces je perspektivní. Samozřejmou podmínkou je schopnost podniku úspěšně realizovat své produkty na trhu, tedy podnikat se ziskem. Prodejem svých výkonů získává zpět peníze vložené do výroby.

V podniku by měly probíhat veškeré činnosti, jejichž účelem je zajištění jeho prosperity – tedy **dosažení zisku**.

Těmi činnostmi jsou zejména:

- řízení a organizace podniku (management),
- marketing podniku,
- pořizování majetku,
- zajištění potřebného počtu pracovníků a péče o ně,
- vlastní výroba,
- realizace výrobní činnosti na trhu – prodej,
- účinné financování činnosti podniku,
- správa – organizační podpora.

Řízení a organizace - management podniku

Při zajištění chodu podniku je nezbytné provádět soubor činností, které se využívají k vedení a řízení pracovníků, organizování a řešení plánovaných podnikových činností, výběru vhodných pracovníků a v neposlední řadě i ke kontrolní činnosti.

To vše řeší **management podniku**. Původ výrazu je v anglickém jazyce *to manage*, což znamená „vést, dosáhnout cíle, řídit“.

SOUVISLOSTI

Čerpání úvěru = finanční zátěž pro podnik

Splácení úvěru většinou pro podnik představuje významnou nákladovou položku, se kterou musí management počítat v plánovaných rozpočtech podniku.

Splátky úvěru se dějí prostřednictvím tzv. **splátkového kalendáře**, na kterém se dohodne společně banka s klientem ještě před poskytnutím úvěru.

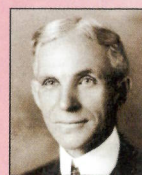
Finančně náročné jsou pro podniky především technologické celky, výrobní linky, moderní technologie (superpočítače, komplexní podnikové softwarové systémy), ale také například nákup zbraňových systémů či simulátorů státem.



VÍTE, ŽE...?

Odkaz významných manažerů

Mezi úspěšné a (světově proslavené) manažery můžeme zařadit **Henryho Forda** (1863–1947). Ford náleží k významným americkým průmyslníkům a vizionářům.



• Henry Ford proslul zejména zavedením pásové výroby ve svých automobilkách, která znamenala výrazné zvýšení efektivity práce. Jeho nejúspěšnějším automobilem se stal **Ford T**, kterého sjelo z linek společnosti Ford Motor Company více než 15 000 000 kusů. Na následujícím obrázku vidíte Forda před vozem Ford T.



• Henry Ford proslul rovněž jako letecký konstruktér. Z jeho leteckých dílen pochází (tehdy poměrně úspěšný) **dopravní letoun Ford Tri-Motor**. Na snímku vidíte jeho rekonstruovaný exemplář.





VÍTE, ŽE...?

Odkaz význačných manažerů

Ve výčtu světově proslulých manažerů nemůžeme opomenout českého podnikatele **Tomáše Baťu** (1876–1932).

• Tomáš Baťa založil v roce 1894 známou zlínskou obuvnickou společnost nesoucí jeho jméno. Svou manažerskou dovedností a především nezměrnou pilí vybudoval světoznámý obuvnický průmysl. Ten je dodnes považován za špičku v obuvnictví a jeho značka je synonymem kvality a úspěchu po celém světě, přesně podle příměru: *Bata's leadership for quality and innovation*.



• Tomáš Baťa zavedl do výroby mnoho (na svou dobu) moderních a pokrokových prvků, řada z nich je užívána i v systémech moderního řízení společnosti. Dodnes se užívá systém tzv. **batovské ceny (Bata's price)**, která končí číslem 9.

Z pohledu zákazníka je vždy příjemnější cena v podobě 599 než 600.

Svoji roli zde sehrává psychologie prodeje, jíž Tomáš Baťa (společně s péčí o kvalitu výrobků) věnoval velkou pozornost.

**SOUVISLOSTI****Příklad stupňů řízení v podniku**

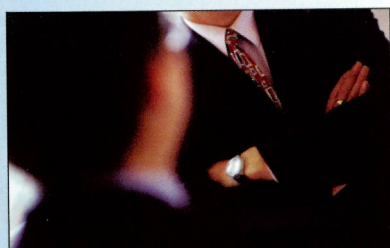
Vezměme si jako příklad strojírenský podnik.

• **Top management** se orientuje v problematice obchodu a možnostech výroby, nemusí ovšem zdaleka znát její detaily (třeba obsluhu soustruhu). Musí znát celkovou koncepci a vizi činnosti podniku.

• **Zástupci středního managementu** výkonně řídí jednotlivé úseky podniku (technologie výroby, sestavování operativních plánů výroby, nákupčí materiálu apod.).

• **Operativní řídicí pracovníci** této společnosti již musí znát způsoby práce ve svém řízeném kolektivu a její detaily. Může to být například mistr řídící práci soustružníků.

Nároky na každého řídicího pracovníka jsou samozřejmě různé, vyplývá to z povahy jejich práce.



Činnost manažera vyplývá z pozice řízení pracovníků. Manažerské funkce zahrnují především plánování, organizování, řízení a kontrolu.

Náplň činnosti manažera lze v obecné rovině charakterizovat takto:

- v podniku má především řídicí funkci,
- tím, že řídí práci svých podřízených, odpovídá ze jejich činnosti,
- musí znát perspektivu podniku a řešit úkoly spojené s vizí podniku,
- schopný manažer dokáže řešit problematiku podniků různého zaměření, měl by mít univerzální schopnosti.

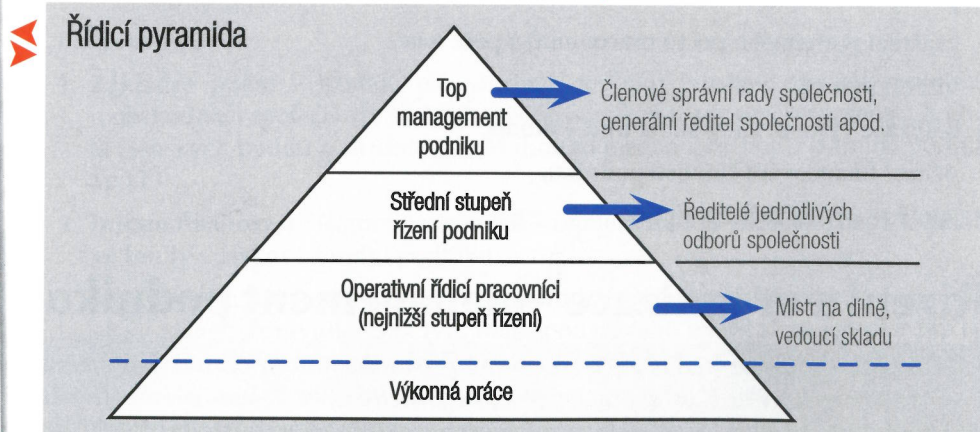
Organizace jako taková znamená určitou skupinu lidí spjatou společným cílem. Organizace je určitým způsobem uspořádána, je právně vymezeným celkem a disponuje určitou dávkou samostatnosti.

Stupně řízení podniku

Management podniku lze rozčlenit do tří stupňů:

1. **Vrcholový stupeň řízení (Top Management, Strategic Management)** – špičkoví řídicí pracovníci, kteří usměrňují chod celého systému podniku či instituce. Tito manažeři částečně přebírají odpovědnost za vlastníky podniku (nebo jsou reprezentanty státní instituce či struktury) a mají na ně velmi úzké vazby. Je to například předseda správní rady akciové společnosti, premiér vlády, vrcholový velitelé v armádě. Jsou postaveni na vrcholu řídicí pyramidy. Řeší strategické dlouhodobé úkoly, dlouhodobé plánování a organizování celé struktury organizace, obsazování dalších vysokých postů ve struktuře, motivační programy pro zaměstnance apod.
2. **Střední stupeň řízení (Middle Management)** – střední řídicí pracovníci, například ředitelé úřadů, škol, jednotlivých sekcí podniku. Musí řešit některé koncepční plány, sestavují spíše krátkodobé plány v těch úsecích, které řídí, stanovují konkrétní cíle. Je pro ně typická zpětná vazba a rozhodování.
3. **Operativní řídicí pracovníci (Low-level Management)** – například mistři na dílně, předáci pracovních čet, třídní učitelé. Řeší každodenní problémy, které souvisejí s provozem a činností daného pracoviště. Provádějí krátkodobé plánování (organizace průběžné týdenní výroby), zajišťují zapracování nových pracovníků, kontrolu a motivaci svých podřízených. Sepisují zprávy a sestavují výrobní výkazy či podklady pro odměňování, které předávají pracovníkům středního stupně řízení. Čím je úroveň řízení nižší, tím lépe musí řídicí pracovník znát detaily práce a musí být schopen operativně řešit problémy vzniklé přímo na pracovišti.

Hierarchii postavení jednotlivých stupňů managementu podniku vyjadřuje tzv. **řídicí pyramida** (viz následující schéma): ▼



Management podniku se vyvíjí již mnoho desetiletí. V současné etapě (od 90. let 20. století) jsou do systému řízení zapojováni i zaměstnanci. Kromě podílu na řízení mohou například získat prostřednictvím zaměstnaneckých akcií i část majetku podniku, a podílet se tak zároveň i na jeho zisku.

Marketing podniku

V současné době, v období obrovského rozmachu výroby ve všech podnikových odvětvích po celém světě, je problém „vyrobit“ zastíněn jiným problémem, a to **snahou prosadit se na trhu a vyrobené zboží a produkty „prodat“**.

Tento úkol řeší dnes moderní a potřebná podnikatelská činnost – **marketing podniku**. Také slovo **marketing** má svůj původ v angličtině. Slovo **market** znamená „obchod“, **marketing** pak „obchodování“.

Marketing je součástí činnosti podnikatelského subjektu. Snaží se odhadnout a poznat odbytiště svých výrobků na trzích, zjistit současné potřeby kupujících a odhadnout budoucí zájmy trhu. Snahou marketingu je uplatnit zboží na trhu.

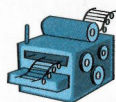
Odbyt je zvláště zaměřen na přání a potřeby zákazníků, odběratelů – nejde jen uspokojování potřeb, jde také o zjišťování přání zákazníků, kterým se přizpůsobuje celá činnost podniku.

- Cílem marketingu je zajistit dlouhodobě odbyt výrobků a služeb podniku a spokojenost zákazníka.
- Marketing je úspěšný tehdy, vrátí-li se zákazník, nikoliv výrobek.

Dvě rozdílné formy zájmů mezi prodávající firmou a kupujícím zákazníkem naznačuje následující schéma:

Zájmy firmy (prodávajícího)

- Postavení na trhu
- Vztah ke konkurenci
- Výše zisku
- Udržení se na trhu



Zájmy zákazníka (kupujícího)

- Kvalita kupovaného výrobku či služby
- Cena výrobku nebo služby
- Množství nakupovaného zboží
- Servis, zákaznický přístup



Jak již bylo řečeno, **snahou každé prodávající firmy je zohlednění požadavků a potřeb zákazníka** (za zachování vlastních priorit, tedy prodeje).

Konečným cílem úspěšného marketingu je pochopitelně **zisk**.

Marketingový mix

Provádění marketingové strategie firmy se opírá o čtyři základní nástroje marketingu, na které se soustředí marketingové činnosti.

Označují se jako **4 P marketingu**:

- **výrobek** (Product),
- **cena** (Price),
- **podpora prodeje** (Promotion),
- **místo prodeje** (Place).

Tyto nástroje slouží k uskutečnění dlouhodobých i krátkodobých cílů firmy. Jejich změnami, vhodnou kombinací a použitím lze získat výhody nad konkurencí a dosáhnout udržení zájmu zákazníka.

Výrobek (Product)

Pro úspěch výrobku na trhu jsou rozhodující jeho **vlastnosti, kvalita, výrobní značka a obal** (ten je dokonce někdy uváděn jako samostatný marketingový nástroj).

Výrobek (produkt) je jakýkoliv statek nebo služba, který se stává předmětem směny na trhu a je určen k uspokojení potřeb zákazníka.

Z DĚJIN

Historie marketingu

Tak jako jiné činnosti člověka i marketing prochází svým vývojem.

1. Etapa výrobně orientovaného marketingu – marketing jako činnost se začíná uplatňovat v USA od konce 19. století. Jednalo se o výrobně orientovaný marketing, neboť **zákazník kupoval pouze to, co koupit skutečně potřeboval**. Konkurence byla velmi nízká, a tak se oblast propagace věnovala malá pozornost. Od počátku 20. století již konkurence roste, začínají se objevovat **první přebytky zboží**. Jedním z průkopníků nových forem propagace zboží byl automobilový průmyslník **Henry Ford**.

2. Marketing orientovaný na prodej – od třicátých let 20. století doznala ekonomika světa velkých změn. Došlo jak ke změně ekonomického myšlení, tak i ke změně v pohledu na zákazníka. **Marketing se začal více orientovat na prodej a nabídku zákazníkovi**, hlavně z důvodu stále více silící konkurence. Výrobu a prodej je již nutné **plánovat** a začíná se již uplatňovat **vliv reklamy** (například ve formě týdeníků v biografu).

3. Etapa absolutního marketingu – soudobá forma marketingu, která vznikla na konci II. světové války. V souvislosti s rychlou poválečnou obnovou západní Evropy a dominancí USA jako světové velmoci (se všemi průvodními jevy **konzumního stylu života, rostoucí konkurence a přetlakem zboží**) se snahy výrobců a obchodníků jednoznačně upínají na **potřeby zákazníka**. Přesně podle hesla „**Náš zákazník – náš pán**“ se mu prodejce snaží za každých okolností vyhovět, v opačném případě by totiž zákazník získal konkurenci. **Převažuje nabídka nad poptávkou**. Na světových trzích se začíná prosazovat i tzv. **diferenciace zboží** – odlišení jeho vzhledu a image v porovnání se zbožím od jiného výrobce. V současnosti se uplatňuje tzv. **společenská (ekosociální) koncepce marketingu**, která se snaží zohledňovat potřeby zákazníka i společnosti.

SOUVISLOSTI

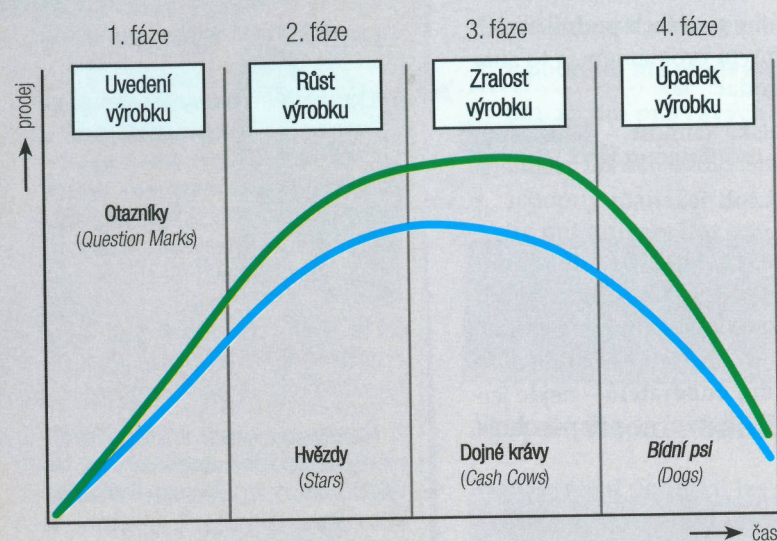
Marketingové triky

Moderní marketing se snaží vnutit zákazníkovi zboží, využívá k tomu ovšem značnou škálu metod, kdy se snaží „vcítit“ do potřeb zákazníka, do jeho smýšlení a zájmů. K úkolům marketingu patří i takové detailní postupy jako zkoumání populárních barev výrobků, oblíbených vůní či tvarů zboží, které se lépe prodávají. V analýze zájmů zákazníka hraje roli i to, jak je při výběru zboží ovlivněn rodinou, svým věkem nebo dalšími faktory. Zkoumá se, jak nakupují muži či ženy apod. Průchozí ulička vede v linii tak, aby zákazník šel kolem všeho zboží apod.



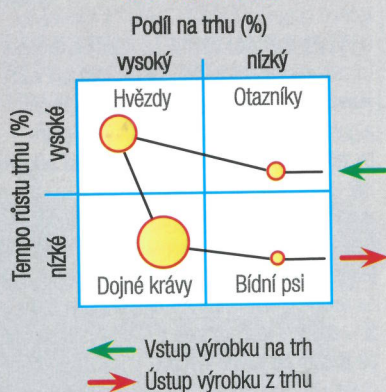


Životní cyklus výrobku



Pojmy **Otazníky** (Question Marks), **Hvězdy** (Stars), **Dojné krávy** (Cash Cows) a **Bídni psi** (Dogs) zavedla společnost **BCG** (Boston Consulting Group) a použila je v souvislostech s metodou kvalifikace výrobního programu. Tato metoda vychází z předpokladu, že zisky a tržby z prodeje výrobku jsou dány objemem jeho prodeje.

BCG matice růstu



3. fáze – zralý výrobek (Dojné krávy): tato etapa navazuje na předchozí a většinou představuje nejdelší období života výrobku na trhu. Povědomí zákazníků o výrobku a také poptávka po něm jsou největší. Náklady na jeho výrobu jsou nejnižší, a naopak produkt vykazuje nejvyšší ziskovost. Ti, kdo výrobek nakupují, jsou tzv. **kupující většinou** spotřebitelů. Snahou prodejce je **prodloužit tuto fázi na co nejdelší období**.

4. fáze – úpadek výrobku (Bídni psi): trh je výrobkem přesycen, konkurence přichází s novinkami, a tak prodejnost klesá. Kupují jej ještě **opozdilci** (věrní spotřebitelé anebo ti, kteří čekají na jeho slevy). Výrobek již nelze déle udržet v prodeji (tedy v ziskovosti) a je nutno jej nahradit jiným, pro zákazníka novým a lákavým.

Pokuste se nyní zamyslet nad životním cyklem výrobku a sebou jako zákazníkem v následující úvaze: ▼

Životní cyklus výrobku – každý výrobek má svůj životní cyklus, prochází **čtyřmi fázemi** své úspěšnosti a prodejnosti na trhu – **uvedení výrobku na trh, růst jeho prodejnosti, zralost a úpadek prodejnosti** (viz schéma vlevo).

1. fáze – uvedení výrobku na trh (Otazníky): výrobek je pro zákazníka novinkou, je neznámý, a proto je nutné uvést jej do jeho povědomí za pomoci reklamní a stimulační kampaně. Výrobek prozatím přináší velmi malý zisk a lidé, kteří jej v této fázi kupují, jsou tzv. **inovátoři** – pozitivně reagují na novinky a rádi se s nimi seznamují (jsou ve společnosti zastoupeni přibližně 2–3 %).

2. fáze – růst výrobku (Hvězdy): tato fáze nastává relativně brzy po úspěšném uvedení výrobku na trh. Prodej se zvyšuje a začíná vykazovat vyšší ziskovost, výrobní náklady na výrobek díky jeho vyšší prodejnosti klesají. Výrobek začínají nakupovat tzv. **osvojitelé** (zastoupeni přibližně 20 % spotřebitelů). Šíří se ohlasy na výrobek mezi spotřebiteli.

Vzhledem k tomu, že konkurence může přicházet na trh s podobným výrobkem (službou či nápadem), je již v této fázi vhodné výrobek dále **podpořit reklamní činností, inovací, dalšími distribučními kanály apod.**

SOUVISLOSTI



Jakým typem zákazníka jsem?

Zamyslete se nad životním cyklem výrobku a zkuste se zařadit mezi typy spotřebitelů. Budete **inovátoři**, nebo spíše **osvojitelé**, **kupující většinou**, nebo **opozdilci**? Zdůvodněte proč.

Jsem:

.....

.....

.....

.....

.....

Cena (Price)

Cena výrobku (služby) je pro zákazníka velmi důležitá. Podle cen se zákazníci zpravidla rozhodují při nákupu.

Úkolem marketingu je přesvědčit zákazníka, že stanovená cena je vlastně nízká.

V oblasti stanovení ceny výrobku při jeho uvedení na trh marketing využívá při cenové strategii i tyto formy cenové politiky:

1. **Vyšší ceny než tržní** – je to v případě luxusního zboží pro menší okruh zákazníků, kteří si mohou dovolit je nakupovat (značkové módní modely šatů, drahé šperky a luxusní vozidla apod.). U těchto zákazníků nehraje výše ceny roli, nýbrž převládá touha mít originální drahý výrobek, dokládat svoji společenskou prestiž či si jen prostě splnit sen.
2. **Ceny nižší než tržní** – jsou převážně zaváděny proto, aby si zákazníci výrobky oblíbili a zvykli si na ně. Může se to využívat i při formě tzv. **diskontního prodeje** přímo z palet, bez regálů (prodejce tak uspoří výdaje na pracovní síly, které jsou určeny k manipulaci se zbožím).
3. **Ceny tržní** – znamená to, že **ceny jsou srovnatelné s konkurencí**. Ale i v tomto případě prodejci používají různé **psychologické aspekty ke zvýšení prodejnosti**.

Podpora prodeje (Promotion)

Smyslem reklamy je informovat veřejnost o výrobku, jeho kvalitě a o tom, že je „nejlepší“. Využívá se všech plošných **médiích** (televize, rozhlas, noviny, časopisy apod.).

Distribuce (Place)

Distribuce znamená **místo prodeje výrobku**. Distribuční systém zprostředkovává cestu od výrobce až k zákazníkovi.

Je snahou prodávajících, aby se zboží dostalo k zákazníkovi v době, kdy ho potřebuje, a v místě, kde se mu to hodí.

Součástí této strategie jsou **přeprava, skladování, prodejní servis**, ale i **poskytované úvěry při prodeji výrobků** apod.

Obal výrobku

Obecně důležitým předpokladem prodejnosti zboží je jeho **obal** (jeho pestrost, poutavost a nápaditost). To platí převážně u některých potravin, parfémů, hraček, módních výrobků apod. Tato skutečnost má však určitě menší vliv například při prodeji obuvi, přístrojů či technologických zařízení.

SOUVISLOSTI

Výjimečný výrobek – vysoká cena

V případě výrobku s vyšší než tržní cenou jde většinou o drahé, luxusní zboží, kdy zákazník platí za „výjimečnost“ a značku.



SOUVISLOSTI

„2 + 1 zdarma“

Marketingových taháků, jak si udržet zákazníka, je mnoho.

Příklady:

- Již zmíněná „batžovská cena“ 599 Kč opticky vylepšuje cenu zboží.
- Při nákupu celého balení výrobku je třeba „třetí kus zdarma“.
- Malý dárek k danému zakoupenému výrobku.
- Dále to mohou být tzv. zákaznické – slevové karty, na které prodejce sice poskytuje velmi mírnou slevu při nákupu, avšak zákazník tento způsob nutí vrátet se ke stejnému prodejci atd.



SOUVISLOSTI

Obal a výrobek

Popřemýšlejte nad následujícími úkoly a doplňte odpovědi (případně je následně prodiskutujte se spolužáky a vyučujícím).

1. Uveďte pět různých konkrétních výrobků, u kterých bude hrát obal důležitou roli v prodejnosti výrobku:

2. Uveďte pět různých konkrétních výrobků, u kterých bude výrobek předmětem zájmu spotřebitele bez ohledu na obal:

Značka výrobku

Výrobek beze jména není výrobkem. Tak jako člověk je nositelem určitého jména, i výrobek musí být označen, identifikován. Je-li značka spotřebiteli vnímána pozitivně, znamená to, že je pozitivně vnímán produkt, jeho vlastnosti a užitek.

Hodnota značky je tím vyšší, čím větší je povědomí zákazníka o výrobku nebo službě (nebo i podniku samotném).

SOUVISLOSTI

Nejdražší značky světa pro rok 2011

Přední světové marketingové a analytické agentury každoročně sestavují žebříček nejdražších obchodních značek.

V roce 2011 prvních 10 míst obsadily obchodní značky:

1. Apple, 2. Google, 3. IBM, 4. McDonald's, 5. Microsoft, 6. Coca-Cola, 7. AT&T, 8. Marlboro, 9. China Mobile, 10. GE





SOUVISLOSTI

Příklad věcných nákladových prostředků

Jako věcné nákladové prostředky například můžeme zmínit:

- dřevo pro výrobu nábytku, mouka, koření a mléko na výrobu pečiva. Dále to mohou být např. barvy na nátěry zařízení, čisticí prostředky, vzduchotechnika do výrobní haly, elektronické čipové zařízení pro sledování docházky zaměstnanců, platba za opravu chladicího zařízení v masokombinátě. Samozřejmě že mezi tyto nákladové položky řadíme také veškeré energie a paliva, které vstupují do výrobního procesu (elektrina, plyn, ropné produkty), a vodu.



Na obrázku je instalovaná vzduchotechnika haly. Její pořízení je nepochybně zahrnuto do nákladových položek podniku.

Náklady, výnosy a výsledek hospodaření

Ekonomickou činnost každého podniku (nebo fyzické osoby – živnostníka) doprovází **nutnost vynakládání vstupů** (na zajištění výroby či poskytnutí služby), a naopak – z jejich prodeje (poskytování) jsou **realizovány příjmy**.

- Pod pojmem **vstupy** je možné si představit **veškeré náklady na výrobu (službu)**.
- **Příjmy** znamenají **tržby za tyto výrobky (služby)**, ale také např. **příjmy z pronájmů** apod. Jedná se vlastně o **výnosy** z dané činnosti.

Náklady

Ekonomové podniku musí při výrobě a zajištění služeb neustále počítat se vstupy – náklady. Ty, které jsou sice nezbytné pro zajištění činnosti, na druhé straně však zatěžují ekonomiku podniku.

Náklady představují v peněžním vyjádření spotřebu věcných prostředků a práce.

Do nákladů jsou zahrnovány:

- **Věcné nákladové prostředky** – spotřeba materiálu a surovin pro výrobu.
- **Práce** (jako nákladová položka) – **vyplacené mzdy zaměstnancům firmy** (dělníci, technici, úředníci a další personál).
- **Různé formy daní** – daň z přidané hodnoty (DPH), spotřební daň, silniční daň, daň z nemovitosti apod.

Mezi daňově uznatelné nákladové položky se započítávají rovněž **odpisy** (strojů, investičních celků, technologických linek, budov, vozidel apod.) a také například uznatelné **sponzorské dary** (školám, zdravotnickým a nevýdělečným organizacím).

Výnosy

Podnik samozřejmě nemůže vyrábět své výrobky (či poskytovat služby) pro svoji potěchu; je nutné, aby vložené náklady pro zajištění jejich produkce realizoval prodejem. Tedy nabízel je potenciálním zákazníkům, kteří si zboží budou kupovat a platit za něj.

Prodejci těchto výrobků (služeb) tedy náleží za jejich prodej tzv. výnosy.

Do výnosů jsou zahrnovány:

- především **tržby za prodané zboží a služby**, ale také **částky nájemného** (za pronajaté budovy, stroje, zařízení nebo pozemky), dále **příjmy ze vkladů** apod.

Výsledek hospodaření – zisk nebo ztráta

- Rozhodujícím ukazatelem úspěšného podnikání je **dosažený zisk**. Zisk je hlavním cílem firmy a představuje hlavní podnět k podnikání.

- Nutno ovšem podotknout, že hospodářským výsledkem podniku nemusí být zisk, může jím být i tzv. **ztráta**.

Hospodářský výsledek představuje rozdíl mezi celkovými výnosy a celkovými náklady firmy za určité období. Čím větší je rozdíl mezi výnosy a náklady, tím vyšší je zisk.

Zisk = celkové výnosy – celkové náklady

Příklad:

Celkové náklady podniku byly za minulé období v hodnotě 560 milionů Kč, celkové výnosy v hodnotě 611 milionů Kč.

$611\,000\,000 - 560\,000\,000 = 51\,000\,000$ Kč. Hospodářským výsledkem podniku je **zisk**.

SOUVISLOSTI

Porovnání výsledku hospodaření u dvou podniků

Podnik A optimalizoval vstupy výroby a byl schopen svoji produkci úspěšně realizovat prodejem – **jeho výsledek hospodaření končí ziskem**.

Naopak podnik B nedokázal udržet růst nákladů pod úroveň výnosů, resp. nedokázal prodat svoji produkci. **Jeho výsledek hospodaření končí v záporných číslech ztrátou.**

Výsledky hospodaření podniku A



Výsledky hospodaření podniku B



Stanovení prodejní ceny

Při porovnání nákladů a výnosů je nutné **stanovit prodejní cenu** výrobku (či služby), kterou podnik zvažuje uplatnit (realizovat prodejem) na trhu. Na stanovení prodejní ceny má vliv několik důležitých faktorů:

- **zjištěné vlastní náklady, konkurenční ceny** (za které se již podobné výrobky prodávají) a **originalita** prodávaného výrobku (poskytované služby).

Prodejní cena musí zohledňovat náklady tak, aby prodej nebyl ztrátový.

Nejjednodušší metodou ke stanovení prodejní ceny výrobku je stanovení ceny tzv. **přirážkovou metodou**. Ta spočívá v tom, že ke zjištěným propočítaným nákladům na jednu jednici (jednu jednotku produkce) se připočítá určitá přirážka, která při součinu s náklady tvoří prodejní cenu. (Pozn.: Přirážka se stanoví jako počet procent/100).

Prodejní cena = náklady na jednu jednici * (1 + přirážka)

Příklad:

Výrobní cena jedné košile činí 225 Kč (součet všech nákladových položek). Výrobce si stanovil přirážku ve výši 16 %.

Stanovení prodejní ceny: $225 * (1 + 0,16) = 261 \text{ Kč}$.

K této ceně je však nutno připočítat daň z přidané hodnoty (v současné době je na úrovni 20 %).

Koncová cena pro zákazníka bude: $261 * (1 + 0,20) = 313,20 \text{ Kč}$ (po zaokrouhlení **313 Kč**).

Nutno však také zdůraznit, že **prodávané zboží je zpravidla zatíženo prodejní přirážkou vícekrát**. První přirážku si připočítává výrobce, další velkoobchod a pak ještě konečný prodejce – maloobchod. V případě zboží z dovozu je tato prodejní přirážka několikanásobná.

Shrnutí kapitoly

- Podnik využívá vlastní a cizí finanční zdroje. Mezi vlastní zdroje patří např. tržby za prodeje výrobků (služeb), k cizím zdrojům náleží typicky úvěry bank.
- Mezi činnosti podniku můžeme zahrnout řízení a organizaci podniku (management), marketing podniku, pořizování majetku, zajištění potřebného počtu pracovníků a péči o ně, vlastní výrobu, realizaci výrobní činnosti na trhu (prodej), financování činnosti atd.
- **Management** je soubor činností, které se využívají k vedení a řízení pracovníků, organizování a řešení plánovaných podnikových činností.
- **Marketing** je soubor činností podniku, pomocí kterých se snaží poznat odbytiště výrobků na trzích, potřeby kupujících a odhadnout budoucí zájmy trhu.
- **Náklady** představují v peněžním vyjádření spotřebu věcných prostředků a práci. Prodejci výrobků (služeb) náleží z jejich prodeje tzv. **výnosy**.
- **Výsledkem hospodaření podniku** může být **zisk** nebo **ztráta**. Žádoucí je, aby podnik minimalizoval náklady a naopak maximalizoval výnosy, čímž pak dosahuje vysoké ziskovosti své činnosti.

Náměty pro samostatnou práci

1. Pojednejte o zdrojích financování podniku.
2. Jak byste charakterizovali oblast řízení podniku (podnikový management)?
3. Do jakého stupně řízení byste zařadili např. vedoucího farmy na chov drůbeže? Zkuste pouvažovat, co může být jeho hlavní řídicí činností.
4. Co obnáší problematika marketingu podniku? Jaké součásti tvoří základní marketingové nástroje (marketingový mix)?
5. Zvolte si konkrétní výrobek (službu) a charakterizujte jej (ji) v životním cyklu. Připravte si výstup na samostatný papír a konzultujte jej případně s vyučujícím či spolužáky. Popřemýšlejte, proč výrobci věnují hodně pozornosti obalu výrobku.
6. Pojednejte o problematice nákladů, výnosů a hospodářského výsledku podniku.

SOUVISLOSTI

Vyšší obchodní přirážka



Rok 2004	Rok 2011
17 000 Kč	4 700 Kč

Vyšší obchodní přirážka se většinou používá u novinek a značkových výrobků. Vzpomeňte jen, kolik stály první značkové DVD rekordéry a na kolik vás přijde jejich koupě dnes. Přirozeně za snižováním ceny je i zlevňující výroba (ruku v ruce s narůstající koupí zákazníků a technologickým pokrokem ve výrobě).



Souhrn



Moje poznámky:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Náměty a tipy pro samostatnou práci

