

# Založení a financování živnostenského podnikání

**Bakalářská práce**

**Vedoucí práce:**

**JUDr. Bohumila Salachová, Ph.D.**

**Petra Holubová**

**Brno 2016**

### **Poděkování**

Děkuji vedoucí mé práce paní JUDr. Bohumile Salachové, Ph.D. za poskytnutí cenných rad při psaní této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat všem, kteří mě při psaní podporovali.

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Založení a financování živnostenského podnikání** vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 23. května 2016

---

## **Abstract**

HOLUBOVA, P. Establishment and financing small businesses. Bachelor thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2016.

The purpose of this bachelor's thesis is economic analysis of founding a (small) business by an entrepreneur. It's important to consider the business plan by which we can evaluate the effectiveness of expenses, potential profits, and risks. This bachelor's thesis is divided in two parts. The characteristics of small businesses are described in the literary portion. The first part also deals with the business plan. In the actual main body are described the steps leading to starting a small business. This part also contains the actual business plan.

## **Keywords**

Business, business plan, trade licensing Act, trade license, legislation, entrepreneur.

## **Abstrakt**

HOLUBOVA, P. Založení a financování živnostenského podnikání. Bakalářská práce. Brno: Mendelova Univerzita v Brně, 2016.

Cílem bakalářské práce je ekonomická analýza založení podnikání formou živnosti u konkrétní fyzické osoby. Je důležité vzít v úvahu konkrétní podnikatelský plán, ve kterém se vyhodnotí efektivnost vynaložených nákladů, jejich přínosy i rizika. Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. V literární rešerši je popsána charakteristika živnostenského podnikání. Dále se literární rešerše zabývá podnikatelským plánem. Ve vlastní práci jsou popsány kroky k založení živnostenského podnikání. Druhá část také obsahuje vytvoření podnikatelského plánu.

## **Klíčová slova**

Živnostenské podnikání, podnikatelský plán, živnostenský zákon, živnostenské oprávnění, právní úprava, fyzická osoba.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod a cíl práce</b>	<b>9</b>
1.1	Úvod.....	9
1.2	Cíl.....	9
1.3	Metodika.....	10
<b>2</b>	<b>Živnostenské podnikání</b>	<b>11</b>
2.1	Základní pojmy k podnikání.....	11
2.2	Podmínky pro provozování živnosti.....	12
2.2.1	Všeobecné podmínky provozování živnosti .....	12
2.2.2	Zvláštní podmínky .....	12
2.2.3	Odpovědný zástupce.....	13
2.3	Rozdělení živností.....	13
2.3.1	Dělení živností dle přístupového režimu .....	13
2.3.2	Živnosti ohlašovací .....	14
2.3.3	Živnosti koncesované .....	15
2.3.4	Dělení podle předmětu činnosti .....	15
2.4	Zřízení živnostenského oprávnění .....	16
2.4.1	Jednotný registrační formulář.....	16
2.4.2	Podání žádosti .....	16
2.4.3	Vydání výpisu ze živnostenského rejstříku .....	17
2.4.4	Koncese .....	17
2.5	Provozovna .....	18
2.6	Živnostenský rejstřík .....	19
2.7	Živnostenská kontrola.....	19
2.8	Zánik živnostenského oprávnění .....	20
2.9	Výhody a nevýhody živnostenského podnikání.....	21
2.9.1	Výhody.....	21
2.9.2	Nevýhody.....	21
<b>3</b>	<b>Podnikatelský plán</b>	<b>23</b>

---

3.1	Struktura a obsah podnikatelského plánu.....	23
3.1.1	Titulní list .....	23
3.1.2	Exekutivní souhrn.....	24
3.1.3	Obsah .....	24
3.1.4	Úvod, účel a pozice dokumentu .....	24
3.1.5	Shrnutí.....	25
3.1.6	Popis podnikatelské příležitosti .....	25
3.1.7	Cíle firmy a vlastníků .....	25
3.1.8	Analýza trhu .....	26
3.1.9	Marketingová a obchodní strategie.....	27
3.1.10	Produkt.....	28
3.1.11	Cena .....	28
3.1.12	Distribuce .....	29
3.1.13	Propagace.....	30
3.1.14	Realizační projektový plán .....	31
3.1.15	Finanční plán.....	31
3.1.16	Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu .....	32
3.1.17	SWOT analýza.....	32
3.1.18	Přílohy .....	33
<b>4</b>	<b>Vlastní práce</b>	<b>34</b>
4.1	Představení osoby.....	34
4.2	Založení živnosti.....	34
4.3	Zdravotní a sociální pojištění .....	34
4.3.1	Zdravotní pojištění .....	34
4.3.2	Sociální pojištění .....	35
4.4	Účetnictví nebo daňová evidence? .....	35
4.5	Bankovní úvěry .....	35
4.6	Vytvoření podnikatelského plánu.....	36
<b>5</b>	<b>Závěr</b>	<b>45</b>
<b>6</b>	<b>Literatura</b>	<b>47</b>

Obsah	7
<b>7 Seznam obrázků</b>	<b>49</b>
<b>8 Seznam tabulek</b>	<b>50</b>
<b>A Jednotný registrační formulář</b>	<b>52</b>





# 1 Úvod a cíl práce

## 1.1 Úvod

Na úvod bych chtěla vysvětlit, proč jsem si jako téma své bakalářské práce vybrala živnostenské podnikání. Je to zejména kvůli tomu, že v dnešní době podniká na živnost mnoho lidí, kteří jsou vyučeni ve specifickém oboru. Tím případem je i moje sestra, která se vyučila kadeřnicí a nyní studuje na nástavbovém studiu, oboru podnikání, aby získala maturitní zkoušku a měla více možností se uplatnit. I mně je téma celkem blízké, protože brzy skončím vysokou školu a chtěla bych začít také podnikat.

Živnostenské podnikání je v dnešní době velmi populární. Hlavní důvod je dle mého názoru ten, že založení není vůbec náročné jak z hlediska administrativního zatížení, tak z hlediska finanční a časové náročnosti.

Začátky podnikání bývají velice obtížné, protože si začínající podnikatel musí sehnat svoji klientelu a dostat se do povědomí co nejvíce lidem, aby bylo jeho podnikání ziskové. Výhodou vlastního podnikání je zejména to, že osoba, která provozuje živnost volnou, nepotřebuje k této živnosti praxi, a pokud je zručná a šikovná, získá si své zákazníky lehce a rychle. Při hledání práce většina zaměstnavatelů požaduje dvou a víceletou praxi, ale potíží je v tom, že ji absolvent střední či vysoké školy nemá kde získat. V dnešní době je hledání dobré práce velmi obtížné a málokdo má práci dle svých snů.

Před vstupem na trh je důležité si vytvořit podnikatelský plán, který slouží především k ujasnění si několika základních otázek, např. kde bude podnikatel svoji činnost provozovat, kdo jsou jeho potenciální zákazníci, jakou cenovou politiku bude používat. Podnikatelský plán slouží také pro získání investorů, obchodních partnerů nebo případného úvěru od banky.

Úspěchem podnikání je dobrý nápad.

## 1.2 Cíl

Cílem bakalářské práce je ekonomická analýza založení podnikání formou živnosti u konkrétní fyzické osoby. Je důležité vzít v úvahu jak běžné náklady nutné k založení živnosti, tak konkrétní podnikatelský plán, ve kterém se vyhodnotí efektivnost vynaložených nákladů, jejich přínosy i rizika.

Nedílnou součástí práce je náhled na základní právní úpravu živnostenského podnikání, tak jak je dána živnostenským zákonem v novelizovaném znění, a také seznámení s podrobnou strukturou podnikatelského plánu, který je pro založení živnosti důležitý zejména pro získání investorů či podnikatelského úvěru.

Dílním cílem bude ve zvoleném případě analyzovat vhodnost leasingu nebo bankovního úvěru pro založení podnikání. Na základě zjištěných poznatků vybrat nejvhodnější úvěr, který bude jak z hlediska finančního, tak z hlediska časového pro daný podnikatelský subjekt nejvhodnější.

Po zjištěných všech skutečností bude potřeba vypracovat doporučení použitelná v obecné rovině, současně však také je nutné vypracovat doporučení, formulovaná pro daný podnikatelský subjekt.

Jako posledním cílem je zhodnotit výhody a nevýhody živnostenského podnikání, které budou uvedeny v literární rešerši.

### **1.3 Metodika**

Na vypracování bakalářské práce byla použita odborná literatura, zejména popisující živnostenské podnikání a podnikatelský plán. Informace jsem čerpala hlavně ze zákona o živnostenském podnikání a z literatury obsahující postupné kroky k sestavení podnikatelského plánu. Chybějící informace jsem si dohledala na internetových stránkách.

Práce je rozdělena na dvě části, na literární rešerši a vlastní práci. V literární rešerši je použita zejména metoda popisná. První část vychází z odborné literatury, která popisuje právní úpravu živnostenského podnikání. V této části se také nachází popis postupu sestavení podnikatelského plánu, který může hrát i klíčovou roli. Zde je využita i metoda komparativní, kde se srovnávají různé formy reklamy a propagace.

Ve vlastní práci vycházím z poznatků uvedených v literární rešerši. Práce popisuje kroky k založení živnostenského podnikání. Zde je použita zejména metoda popisná a metoda zobecnění. Druhá část také obsahuje vytvoření podnikatelského plánu. Úkolem je vzít v úvahu všechny finanční náklady a provést jejich zhodnocení. V této části se také zaměřím na bankovní sektor, který nabízí podnikatelský úvěr, a zhodnotím jeho vhodnost. Zde použiji metodu srovnávací, kdy budu porovnávat různé produkty nabízené bankami. V podnikatelském plánu provedu analýzu trhů, které můžou být pro podnikatele klíčové. Pro daný subjekt vypracuji doporučení, které by mohlo být nápomocné i pro ostatní osoby, které uvažují o založení vlastního podnikání. Na závěr zhodnotím výhody a nevýhody živnostenského podnikání.

## 2 Živnostenské podnikání

Podmínky a náležitosti živnostenského práva jsou upraveny v zákoně č. 455/1991 Sb, o živnostenském podnikání ve znění pozdějších předpisů.

Tímto zákonem je živnost definována jako soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem. Z uvedené definice vyplývá, že podnikatel musí svoji živnost provozovat pravidelně, nesmí se jednat o jednorázovou činnost. Musí ji také vykonávat samostatně, pod svým vlastním jménem. Za své podnikání a rizika s tím spojené odpovídá jen on sám a snaží se o dosažení zisku, kvůli kterému svoji živnost provozuje.

### 2.1 Základní pojmy k podnikání

Na začátek je důležité vysvětlit základní pojmy, které se týkají podnikání. Mezi ně patří například níže uvedené.

**„Podnikání“** – lze interpretovat v několika různých pojetích. Dle ekonomického pojetí podnikání znamená zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota.

K obecným rysům všech pojetí podnikání patří:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní a kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces. (Veber, Srpová 2012)

**„Neoprávněné podnikání“** – pod pojmem neoprávněné podnikání si lze představit osobu, která uskutečňuje činnost, k níž se podle zvláštních právních předpisů vyžaduje ohlášení nebo povolení, bez takového ohlášení nebo povolení. Jedná se také o subjekty, které takovou činnost uskutečňují jménem jiné osoby anebo na její účet. (Veber, Srpová 2012)

**„Podnikatel“** – podnikatelem je fyzická nebo právnická osoba, která získala živnostenské či jiné podnikatelské oprávnění. Podnikatelem může být jak velká akciová společnost nebo tak i drobný živnostník. Jedná se tedy o osobu realizující podnikatelské aktivity. Podnikatelem může být například i lékař. Dobrý podnikatel by měl mít tyto rysy: podnikavost, vytrvalost, sebedůvěru, úsilí atd. (Veber, 2012)

**„Závod“** – závod je místo, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských akti-

vit. Dříve se místo pojmu závod používal „podnik“. Ke změně došlo hlavně kvůli tomu, že označení podnik používají i jiné právní předpisy. (Veber, 2012)

**„Podnikatelské riziko“** – podnikatelské riziko zahrnuje všechna rizika, která souvisí s rozhodováním podnikatele. Jeho rozhodování je zatíženo nejistotou. Pro podnikatele je důležité, aby ve své činnosti zohledňoval aspekt rizika. Podnikatelské riziko ovlivňuje chování a rozhodování podnikatele. (Veber, 2012)

## **2.2 Podmínky pro provozování živnosti**

### **2.2.1 Všeobecné podmínky provozování živnosti**

Aby fyzická či právnická osoba mohla podnikat, musí splnit všeobecné podmínky, které stanoví zákon. Všeobecnými podmínkami dle zákona jsou:

- a) plná svéprávnost a
- b) bezúhonnost.

Za bezúhonnou se pro účely tohoto zákona nepovažuje osoba, která byla pravomocně odsouzena pro trestný čin spáchaný úmyslně, jestliže byl tento trestný čin spáchan v souvislosti s podnikáním, anebo s předmětem podnikání, o který žádá nebo který ohlašuje, pokud se na ni nehledí, jako by nebyla odsouzena.

U občanů České republiky se bezúhonnost prokazuje výpisem z evidence Rejstříku trestů. Osoby, které jsou občany jiného členského státu Evropské unie, prokazují bezúhonnost výpisem z evidence trestů nebo rovnocenným dokladem vydaným příslušným soudním nebo správním orgánem. U osob, které nejsou občany České republiky nebo jiného členského státu Evropské unie, se bezúhonnost prokazuje výpisem z evidence Rejstříku trestů. Osoby, které mají na území České republiky povolen trvalý pobyt, prokazují bezúhonnost stejně jako občané České republiky.

### **2.2.2 Zvláštní podmínky**

Zákon uvádí zvláštní podmínky pro provozování živnostenského podnikání, kterými jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je tento zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.

Odbornou způsobilost lze prokázat například dokladem o:

- a) řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání,
- b) řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příslušném oboru vzdělání, nebo s předměty odborné přípravy v příslušném oboru,
- c) řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru vzdělání,

- d) řádném ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti studijních programů a studijních oborů,
- e) uznání odborné kvalifikace, vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace, nebo
- f) získání všech profesních kvalifikací tak, jak jsou pro odpovídající povolání stanoveny v Národní soustavě kvalifikací.

Kromě výše uvedených dokladů může občan České republiky nebo jiného členského státu EU prokázat odbornou způsobilost pomocí dokladů o odborné kvalifikaci, které osvědčují, že předmětnou činnost vykonával v jiném členském státě EU.

### **2.2.3 Odpovědný zástupce**

Pokud podnikatel nesplňuje zvláštní podmínky, může podnikat prostřednictvím odpovědného zástupce.

Zákon definuje odpovědného zástupce jako fyzickou osobu ustanovenou podnikatelem, která odpovídá za řádný provoz živnosti a za dodržování živnostenskoprávních předpisů a je k podnikateli ve smluvním vztahu.

Zástupce musí splňovat všechny obecné i zvláštní podmínky pro provozování živnosti a nesmí u něj vzniknout žádná překážka, která by mu v provozování bránila. Obvyklým postupem společnosti je ustanovení do funkce odpovědného zástupce svého jednatele nebo člena statutárního orgánu zejména proto, že podnik či společnost již dobře zná a může tedy odpovídat za řádné provozování živnosti. Odpovědným zástupcem může být i jiná osoba, která musí být ve smluvním vztahu s podnikatelem a musí splňovat všeobecné i zvláštní podmínky. (Kolářová, 2013)

Podle § 11 živnostenského zákona nemůže být žádná osoba jmenována do funkce odpovědného zástupce pro více než čtyři podnikatele.

O ukončení výkonu funkce je povinen informovat živnostenský úřad i odpovědný zástupce, pokud zjistí, že podnikatel výše uvedenou povinnost nesplnil. Současně musí prokázat, že o ukončení funkce předem písemně informoval podnikatele. (Kolářová, 2013)

## **2.3 Rozdělení živností**

### **2.3.1 Dělení živností dle přístupového režimu**

Základní a také nevýznamnější dělení živností je uvedeno v § 9 živnostenského zákona, který rozděluje živnosti na:

- ohlašovací a
- koncesované.

### 2.3.2 Živnosti ohlašovací

U ohlašovacích živností vzniká právo provozovat živnost již dnem ohlášení na živnostenském úřadě. Osoby, které provedly ohlášení, jsou osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku a můžou ihned začít podnikat. Ohlašovací živnosti se dále člení na živnosti řemeslné, vázané a volné. (Kolářová, 2013)

#### Živnosti řemeslné

Živnosti řemeslné jsou vyjmenovány v příloze č. 1 v živnostenském zákoně. Příloha je rozdělena na 3 části: A, B a C. Část A obsahuje 35 živností, část B a část C pouze 3 druhy živností.

Do živností řemeslných patří například zednictví holičství, kadeřnictví pivovarnictví a sladovnictví, které zákon řadí do části A, z části B lze uvést například kominictví a z části C kosmetické služby.

Pro provozování řemeslné činnosti je vyžadována odborná způsobilost. Ohlašovatel je povinen prokázat odbornou způsobilost živnostenskému úřadu například:

- výučním listem v oboru nebo jiným dokladem o řádném ukončení příslušného tříletého učebního poměru v oboru,
- vysvědčením o ukončení studijního oboru střední odborné školy,
- vysvědčením o maturitní zkoušce v oboru střední odborné školy nebo středního odborného učiliště nebo gymnázia s předměty odborné přípravy,
- diplomem nebo jiným dokladem o absolvování bakalářského nebo magisterského studia.

Ohlašovatel může doklady o odborné způsobilosti nahradit jinými způsoby, může použít například doklad o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem. U některých živností je též požadována praxe v oboru. (Janků, 2013)

#### Živnosti vázané

Pro vázané živnosti je odborná způsobilost stanovena v příloze č. 2 živnostenského zákona, resp. zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Příloha u každé živnosti uvádí, jaké doklady o odborné způsobilosti jsou vyžadující pro konkrétní vázanou živnost. Vázaných živností je přibližně 34.

Do živností vázaných patří například provozování autoškoly, provozování solárií, vodní záchranářská služba, oční optika, geologické práce a další.

Občan České republiky nebo jiného členského státu Evropské unie může prokázat odbornou způsobilost dokladem o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace. (živnosti.eu, 2016)

#### Živnosti volné

Živnost volnou může provozovat jakákoli osoba, která splnila všeobecné podmínky. Při ohlašování živnosti živnostenskému úřadu nemusí prokazovat od-

bornou ani jinou způsobilost, a také nemusí dokládat potvrzení o dosaženém vzdělání či praxi.

Živnost volná a obory činností, které náleží do živnosti volné, obsahuje příloha č. 4 živnostenského zákona. Zákon definuje přibližně 80 oborů volných živností. Patří sem například pěstitelské pání, velkoobchod a maloobchod, ubytovací služby, fotografické služby, překladatelská a tlumočnická činnost atd. (živnosti.eu, 2016)

### **2.3.3 Živnosti koncesované**

Koncesovanou živnost můžou provozovat jen osoby, kterým byla udělena koncese. Právo podnikat vzniká ode dne nabytí právní moci. Koncese je udělována na činnosti, které kladou vysoké nároky na zvláštní odbornou způsobilost, resp. na zajištění jejich bezpečnosti vůči okolí. Koncese se uděluje zejména kvůli ochraně veřejného zájmu. (Janků, 2013)

Pro koncesované živnosti je odborná způsobilost upravena v příloze živnostenského zákona. Jestliže je v příloze uvedeno, že odborná způsobilost spočívá ve vyučení v oboru nebo ve středoškolském vzdělání ukončeném maturitní zkouškou, splnění podmínky se prokazuje obdobně jako u živností řemeslných. Na vydání koncese není právní nárok. Charakteristickým znakem koncesovaných živností je také to, že v rozhodnutí o koncesi mohou být provozovateli koncesované živnosti uloženy, nebo dodatečně změněny, podmínky pro výkon živnosti na základě zákona. (Janků, 2013)

Seznam koncesovaných živností je výslovně uveden v příloze č. 3 živnostenského zákona a patří sem například provádění pyrotechnického průzkumu, provozování cestovní kanceláře, služby soukromých detektivů, provozování krematoria, provozování pohřební služby. (Janků, 2013)

### **2.3.4 Dělení podle předmětu činnosti**

Dalším způsobem, jak lze živnosti členit, je dělení podle předmětu činnosti. Obecně platí, že na základě živnostenského oprávnění lze provozovat pouze takovou činnost, která je uvedena v uvedeném nařízení. Živnostenský zákon však upřesňuje, resp. rozšiřuje rozsah oprávnění pro podnikatele, kteří provozují obchodní činnost, výrobní činnost, hostinskou, zastavárenskou činnost, resp. pro podnikatele oprávněné k přepravě osob a zboží. (Kolářová, 2013)

Dle druhu činností se živnosti rozdělují na:

- živnosti obchodní, zde se jedná o koupi, prodej či pronájem produktů,
- živnosti výrobní, které mají oprávnění vyrábět, ale také i prodávat nebo opravovat,
- živnosti poskytující služby, které poskytují svým zákazníkům například přepravu, opravy a jiné další služby které zákazník požaduje.

Toto rozdělení určuje rozsah oprávnění jednotlivých typů živností. Podnikatel může v rámci živnosti provozovat i jinou, doplňkovou činnost, ale musí být vždy zachována povaha dané živnosti. (Kolářová, 2013)

## **2.4 Zřízení živnostenského oprávnění**

Fyzická osoba nebo právnická osoba, která hodlá provozovat ohlašovací živnost, provede ohlášení u živnostenského úřadu. Stejným způsobem žadatelé postupují i v případě podání žádosti o vydání povolení provozovat živnost koncesovanou.

### **2.4.1 Jednotný registrační formulář**

*„Jednotný registrační formulář slouží podnikatelům ke splnění jejich oznamovacích povinností při zahájení a v průběhu živnostenského podnikání.“* (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2016)

Jednotný registrační formulář nahrazuje několik různých typů formulářů pro podání, které podnikatel musí vyplnit před vstupem do podnikání. Podnikatel musí své podnikání oznámit na živnostenském úřadě, příslušné správě sociálního pojištění a zdravotní pojišťovně. Požadované náležitosti z jednotlivých úřadů jsou sjednoceny do jednoho formuláře, tím se snížila administrativní a časová zátěž podnikatele a také se současně odstranilo opakované vyplňování totožných, zejména identifikačních údajů na registračních či přihlašovacích formulářích určených pro všechny zainteresované orgány.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s dotčenými resorty (Ministerstvem práce a sociálních věcí, Ministerstvem zdravotnictví) vypracovalo dva základní typy jednotných registračních formulářů, pro právnickou osobu a pro fyzickou osobu. Tento typ formuláře o 2 stránkách lze využít při podání podle živnostenského zákona, pro základní registraci na správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a pro hlášení úřadu práce.

Podávat přihlášky k daňové registraci a oznamovat změny registračních údajů na živnostenských úřadech lze pouze na tiskopisech vydaných Ministerstvem financí. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2016)

### **2.4.2 Podání žádosti**

O živnostenské oprávnění lze požádat na každém živnostenském úřadě v České republice, kde může budoucí podnikatel vyplnit jednotný registrační formulář. Podání lze učinit osobně nebo elektronicky. Při osobním podání je vhodné navštívit místně příslušný živnostenský úřad, tím je zpravidla živnostenský odbor na městském úřadě. Zde lze naleznout jednotný registrační formulář v papírové podobě. Podnikatel nemusí formulář vyplňovat sám. Všechny potřebné informace s ním vyplní přímo pracovník živnostenského úřadu, který ověří totožnost, zjistí všechny potřebné informace, zapíše zvolené okruhy činností. Podnikatel se musí rozhodnout, zda se chce současně zaregistrovat k platbě zdravotního a sociálního pojištění a dani z příjmu fyzických osob na příslušném finančním úřadě. Vzhledem



k pohodlnosti a časové náročnosti, je vhodnější si vše zaregistrovat při vyplňování jednotného registračního formuláře. Podnikatel pak nemusí hlídat zákonem stanovené termíny pro přihlášení na příslušných úřadech. Po zaplacení tisícikorunového poplatku živnostník obdrží výpis z živnostenského rejstříku. Ohlášením živnosti může podnikání začít.

Přibližně za měsíc od ohlášení živnosti finanční úřad prostřednictvím dopisu sdělí přidělené daňové identifikační číslo. (Firemnifinance, online)

### **2.4.3 Vydání výpisu ze živnostenského rejstříku**

Do konce roku 2007 bylo živnostenské oprávnění dokládáno vydáním živnostenského listu, od roku 2008 se živnostenské oprávnění osvědčuje výpisem ze živnostenského rejstříku. Pokud již podnikatel vlastní živnostenský list, může ho nadále používat, jelikož je stále platný. (Kolářová, 2013)

Provozovat živnost mohou fyzické a právnické osoby, jen pokud vyhovují požadavkům uvedeným v zákoně.

Ohlašovatel v ohlášení uvede zejména jméno a příjmení, obchodní jméno, státní občanství, bydliště, rodné číslo, a pokud nebylo přiděleno, tak datum narození, místo podnikání, odpovědného zástupce, pokud jeho prostřednictvím provozuje živnost, provozovnu, ve které bude provozování živnosti zahájeno, datum zahájení provozování živnosti, datum ukončení provozování živnosti. Právnická osoba navíc uvede v ohlášení zejména obchodní jméno, sídlo a odpovědného zástupce.

Ohlášení živnosti musí splňovat zákonné náležitosti a musí být k němu připojen:

- doklad o odborné způsobilosti,
- doklad o vlastnickém nebo jiném právu k prostorám, v nichž hodlá podnikat,
- výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsána,
- prohlášení odpovědného zástupce, že souhlasí s ustanovením do funkce a převzetím odpovědnosti, podpis na prohlášení musí být úředně ověřen.

Splňuje-li ohlášení všechny potřebné náležitosti, oprávnění podnikat vzniká již dnem řádného ohlášení, nestanoví-li zákon jinak. (Janků, 2013)

### **2.4.4 Koncese**

Jak bylo uvedeno v předcházející kapitole, tak i zde platí, že koncesní listina byla nahrazena výpisem ze živnostenského rejstříku. Pokud tedy podnikatel vlastní koncesní listinu, může ji nadále používat. (Kolářová, 2013)

Koncesní listina byla dokladem, který stvrzoval kladné rozhodnutí živnostenského úřadu a umožňoval podnikateli podnikat v uvedených oborech. Koncesní listina fyzické osoby dále obsahovala následující údaje:

- jméno a příjmení, rodné číslo, bydliště, u zahraniční osoby bydliště mimo území České republiky, místo pobytu v České republice (pokud byl povolen) a umístění organizační složky podniku v České republice, pokud ji zřizuje, a jméno, příjmení a bydliště (popřípadě místo pobytu v České republice, pokud byl povolen) vedoucího organizační složky podniku v České republice,
- obchodní firmu, je-li fyzická osoba zapsána do obchodního rejstříku, a identifikační číslo, bylo-li přiděleno,
- místo podnikání a předmět podnikání v úplném nebo částečném rozsahu podle přílohy č. 3, a pokud je rozsah předmětu podnikání vymezen stanoviskem orgánu státní správy, který se vyjadřuje k žádosti o koncesi, uvede se v tomto rozsahu,
- provozování živnosti průmyslovým způsobem, je-li živnost tímto způsobem provozována,
- doba, na kterou se koncese uděluje,
- datum vydání koncesní listiny,
- den vzniku práva provozovat živnost.

Koncesní listinu živnostenský úřad vydával podnikateli do 15 dnů ode dne nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese. V případě zjištění nedostatků při provozování podnikatelské činnosti může živnostenský úřad koncesní listinu odejmout nebo udělit pokutu. (podnikatel.cz, 2016)

## 2.5 Provozovna

Problematikou provozoven se zabývá §17 zákona č. 455/1991 Sb. O živnostenském podnikání. (Kolářová, 2013). Za provozovnu se považuje prostor, v němž se uskutečňuje podnikatelská činnost. Provozovnou může být například prodejna, kancelář, dílna, ordinace, stánek, pojízdná prodejna. Počet provozoven není omezený. (jakpodnikat.cz, 2016) Živnost může být provozována ve více prostorech, pokud k nim má podnikatel vlastnické nebo užívací právo, což je povinen na žádost živnostenského úřadu prokázat.

Dříve musela být provozovna označena obchodní firmou nebo názvem nebo jménem a příjmením podnikatele, jeho identifikačním číslem a identifikačním číslem provozovny. Nyní je povinnost označení provozovny identifikačním číslem zrušena novelou zákona, která vstoupila v účinnost 1. července roku 2012.

Za provozovnu se považuje i automat nebo podobné zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb a mobilní provozovna. (Kolářová, 2013)

Za mobilní provozovnu se považuje provozovna, která je přemístitelná a není umístěna na jednom místě po dobu delší než tři měsíce. Mobilní provozovna i automat musí být označeny kromě údajů uvedených výše i údajem o sídle nebo místě podnikání nebo adrese, na které je umístěna organizační složka zahraniční osoby.

Provozovna určena pro prodej zboží nebo poskytování služeb spotřebitelům musí být zvenčí a trvale také označena jménem a příjmením odpovědné osoby a prodejní nebo provozní dobou určenou pro styk se spotřebiteli. (Kolářová, 2013)

## 2.6 Živnostenský rejstřík

Zákon definuje živnostenský rejstřík jako informační systém veřejné správy vedený v elektronické podobě, ve kterém jsou evidovány údaje uvedené v odstavci 2 a údaje statistického a evidenčního charakteru související s provozováním živnosti. Za tím účelem jsou přebírány informace a údaje z jiných informačních systémů registrů. Správcem živnostenského rejstříku je Živnostenský úřad České republiky a jeho provozovateli jsou krajské živnostenské úřady a obecní živnostenské úřady. Obecní živnostenské úřady do tohoto informačního systému ukládají dokumenty prokazující splnění podmínek stanovených tímto zákonem.

Do živnostenského rejstříku se zapisuje zejména:

- údaje o podnikateli (jméno, příjmení, bydliště)
- předmět podnikání,
- druh živnosti,
- provozovna nebo provozovny, v nichž je živnost provozována,
- doba platnosti živnostenského oprávnění,
- datum vzniku živnostenského oprávnění,
- datum zániku živnostenského oprávnění.

Živnostenský rejstřík je veden v elektronické podobě, a je veřejným seznamem, může do něj každý nahlédnout. Informace citlivého charakteru nejsou viditelné, jedná se zejména o rodné číslo a také pokuty, které podnikatelský subjekt od úřadu obdržel.

## 2.7 Živnostenská kontrola

Živnostenskou kontrolu podle zákona provádějí v rámci své působnosti živnostenské úřady, které sledují, zda a jak jsou plněny povinnosti stanovené živnostenským zákonem, ustanoveními zvláštních právních předpisů vztahujícími se na živnostenské podnikání, poskytování služeb a na podmínky provozování živnosti uložené v rozhodnutí o udělení koncese.

Živnostenské úřady kontrolují dodržování povinností při označení lihu a nakládání s lihem podle zákona upravujícího povinné značení lihu, pokud porušení těchto povinností zjistí při výkonu své jiné působnosti, dodržování povinností při značení tabákových výrobků podle zákona upravujícího spotřební daně a dodržování zákazu prodeje lihovin a tabákových výrobků podle zákona upravujícího spotřební daně. Zjistí-li, že došlo k porušení povinností nebo porušení zákazu, sdělí tuto skutečnost bezodkladně správci spotřební daně.

## 2.8 Zánik živnostenského oprávnění

Zákon definuje případy, kdy může živnostenské oprávnění zaniknout. Existují dva způsoby zániku oprávnění. Prvním způsobem je zánik živnostenského oprávnění ze zákona. Druhým způsobem oprávnění zaniká rozhodnutím živnostenského úřadu.

Oprávnění ze zákona zaniká v následujících případech:

- a) smrtí podnikatele,
- b) zánikem právnické osoby,
- c) uplynutím doby, pokud bylo živnostenské oprávnění omezeno na dobu určitou,
- d) výmazem zahraniční osoby povinně zapsané v obchodním rejstříku nebo jejího předmětu podnikání z obchodního rejstříku,
- e) stanoví-li tak zvláštní právní předpis,
- f) rozhodnutím živnostenského úřadu o zrušení živnostenského oprávnění.

Jestliže podnikatel před uplynutím doby, na kterou bylo živnostenské oprávnění omezeno, oznámí, že hodlá v provozování živnosti nadále pokračovat, živnostenské oprávnění uplynutím doby nezaniká a podnikatel může ve své činnosti pokračovat.

Pokud živnostenské oprávnění zanikne, živnostenský úřad musí tuto skutečnost oznámit místně příslušnému správci daně vykonávajícímu správu daně z příjmů, českému statistickému úřadu, správě sociálního zabezpečení místně příslušné podle bydliště nebo sídla podnikatele. Tato povinnost živnostenského úřadu se vztahuje i na změny v živnostenském rejstříku, včetně změn živnostenského oprávnění při pokračování v provozování živnosti po úmrtí podnikatele, na přerušování a pozastavení provozování živnosti, na rozhodnutí o zrušení živnostenského oprávnění, na rozhodnutí o tom, že živnostenské oprávnění ohlášením nevzniklo.

Jak již bylo uvedeno výše, živnostenské oprávnění může zaniknout na základě rozhodnutí živnostenského úřadu. Živnostenský úřad zruší živnostenské oprávnění, jestliže:

- a) podnikatel již nesplňuje podmínky,
- b) nastanou překážky,
- c) podnikatel o to požádá, nebo
- d) podnikatel neprokáže právní důvod užívání prostor.

Pokud podnikatel závažným způsobem porušil nebo porušuje podmínky stanovené rozhodnutím o udělení koncese, živnostenský úřad zruší živnostenské oprávnění nebo pozastaví provozování živnosti na návrh státní správy. Živnostenský úřad může oprávnění zrušit také na návrh příslušné správy sociálního zabezpečení, jestliže podnikatel neplní závazky vůči státu. Obdobně živnostenský úřad postupuje v případě zahraniční fyzické osoby, jejíž oprávnění

provozovat živnost na území České republiky je vázáno na povolení k pobytu na území České republiky, která tuto podmínku nesplňuje.

Jestliže podnikatel svoji činnost neprovozuje více než 4 roky, může živnostenský úřad zrušit podnikateli živnostenské oprávnění. To neplatí, pokud podnikatel předem oznámí přerušování provozování živnosti.

Živnostenský úřad provede zrušení živnostenského oprávnění na žádost podnikatele ke dni, který mu podnikatel oznámí. Nejdříve se však ruší ke dni doručení žádosti. Není-li datum zrušení podnikatelem uvedeno, je živnostenské oprávnění zrušeno ke dni nabytí právní moci rozhodnutí živnostenského úřadu.

## 2.9 Výhody a nevýhody živnostenského podnikání

Tak jako každé podnikání, ať už se jedná o akciovou společnost či společnost s ručením omezeným, tak i živnostenské podnikání má své vlastní výhody a nevýhody. Jejich výčet je uveden níže.

### 2.9.1 Výhody

- Jednoduché založení – živnostenské oprávnění se dá vyřídit během několika desítek minut.
- Finanční náročnost zahájení – cena za živnostenský list je pouze 1000 Kč.
- Přímé řízení a absolutní kontrola podnikatele – živnostníka nad celým svým podnikáním.
- Nižší administrativní zátěž.
- Vše závisí pouze na živnostníkovi a jeho schopnostech – může si dělat, co chce, často i kdy chce.
- Peníze, které vydělá, jsou skutečně jeho – nestane se jako v zaměstnání, že z výdělku velkou část bere firma, ve které pracujete.
- S živnostenským listem můžete spolupracovat s více firmami.
- Živnostník se nemusí řídit zákoníkem práce – stanovuje si pracovní dobu sám.
- Účetnictví lze zvládnout poměrně jednoduše svépomocí a účetní využívat jen při krizových situacích.
- S živnostenským oprávněním je obvykle snazší navázat spolupráci s firmami než pro ně pracovat jako jejich zaměstnanec.

### 2.9.2 Nevýhody

- Ručení celým svým majetkem.
- Živnostníci jsou závislí jen na sobě (může být jak výhoda, tak nevýhoda v závislosti na schopnostech podnikatele).

- Při žádosti o bankovní úvěr mohou nastat komplikace, pokud je podnikání v začátcích a pokud se jedná o vysokou částku.
- Fyzická osoba podnikající na živnostenský list je zodpovědná za odvody na sociálním a zdravotním pojištění.
- Podnikatel má vysokou zodpovědnost za provozování svého podnikání.

## 3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů. (Veber, Srpová, 2012)

Obsah podnikatelského plánu není závazně stanoven. Uvedená struktura je jednou z mnoha možností, se kterou se můžeme setkat. V každé literatuře se objevuje jiná struktura podnikatelského plánu. Závisí tedy především na zvoleném typu podnikání a také na čtenářích, pro které je podnikatelský záměr vytvořen. Každý investor či banka mají jiné požadavky na jeho strukturu a rozsah. Pro některé investory je vhodnější, když podnikatelský plán je zpracován ve formě prezentace, například v programu MS PowerPoint. Naopak u banky se lze setkat s tím, že bude vyžadovat řadu dalších dokumentů a informací.

Základní body podnikatelského plánu jsou:

1. Titulní list;
2. Obsah;
3. Úvod, účel a pozice dokumentu;
4. Shrnutí;
5. Popis podnikatelské příležitosti;
6. Cíle firmy a vlastníků;
7. Potenciální trhy;
8. Analýza konkurence;
9. Marketingová a obchodní strategie;
10. Realizační projektový plán;
11. Finanční plán;
12. Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu;
13. Přílohy. (Srpová, 2011)

### 3.1 Struktura a obsah podnikatelského plánu

#### 3.1.1 Titulní list

Titulní list obsahuje obchodní název a logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora, klíčových osob, zakladatelů, datum založení apod. Doporučuje se zde také uvést prohlášení typu: „Informace obsažené v tomto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.“ Zabrání se tak nedovolenému rozšiřování a chrání autora před jeho zneužitím. (Srpová, 2011)

### 3.1.2 Exekutivní souhrn

Tato část by měla představovat ucelený souhrn celého podnikatelského plánu, měla by čtenáři poskytnout ve stručné, maximálně dvoustránkové formě veškeré důležité a podstatné informace o podnikatelském záměru a charakteru podnikání, na čem podnikání stojí, jaké jsou cíle, kterých chce podnikatel dosáhnout, jak a kým bude realizován, předpokládané finanční náklady a kdy přinese vlastníkově, ale také i investorovi zisk. Poskytuje základní informační a finanční data. Tahle kapitola je tedy miniatura celého podnikatelského plánu, která shrnuje všechny důležité informace do jediné části, a která stručně a výstižně popisuje:

- zakladatele/manažera,
- produkty a služby,
- trh,
- silné stránky,
- strategii,
- klíčová finanční data,
- potřebné finanční zdroje.

Exekutivní souhrn podnikatelského plánu se obvykle zpracovává až po dokončení celého podnikatelského plánu. Kvalita exekutivního souhrnu často rozhoduje o tom, zda se investor bude dalšími částmi plánu vůbec zabývat či zda jej odmítne již na základě dojmu či přesvědčení získaného prostudováním exekutivního souhrnu. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007)

### 3.1.3 Obsah

Pokud se jedná o rozsáhlý podnikatelský plán, je vhodné pro dokument vytvořit obsah. Podnikatelský plán se tak stane mnohem přehlednějším a pro čtenáře bude mnohem snazší se v záměru orientovat. Lehce si dohledá potřebné informace. Obsah by měl být krátký a měl by být omezen na jednu až jednu a půl strany formátu A4. Do obsahu se uvádí nadpisy první, druhé a třetí úrovně. Při podrobnějším členění se obsah stane nepřehledným. (Srpková, 2011)

### 3.1.4 Úvod, účel a pozice dokumentu

Úvod se zařadí na začátek podnikatelského plánu z toho důvodu, aby nedošlo k nedorozumění mezi autorem a čtenářem ohledně účelu předloženého podnikatelského záměru, jeho rozsahu, podrobnosti, úplnosti apod. Je také vhodné v úvodu uvést, že tento podnikatelský plán je napsán pro potenciálního investora. Nebudí to tedy dojem univerzálního dokumentu.

Co se týká pozice, může se zde například uvést, že se jedná o verzi 1.1, která je ještě rozpracovaná, a některé kapitoly budou během týdne doplněny. Tím podnikatel předejde tomu, že si čtenář bude dohledávat chybějící informace související s rozpracovanými kapitolami a za týden se mu nečekaně objeví na stole verze 1.2, v níž budou detailní informace doplněny. Proto hned v úvodu je vhodné čtenáře seznámit s tím, zda se jedná o zkrácenou verzi plánu nebo plnou verzi, ve které



některé kapitoly budou ještě doplněny nebo upřesněny, či zda se jedná o finální verzi podnikatelského plánu. (Srpová, 2011)

### **3.1.5 Shrnutí**

Shrnutí podnikatelského plánu je potřeba provést jasně, stručně a výstižně. Měla by zde být vyzdvížena hlavní myšlenka a přínosy podnikání. Shrnutí je nejdůležitější částí dokumentu, zde se investor rozhoduje, zda projekt bude číst celý. Shrnutí by mělo obsahovat podnikatelský záměr (tedy stručný popis, o jaký produkt či službu se jedná, jakým zákazníkům bude sloužit), faktory úspěchu (tedy proč firma uspěje) a podnikové cíle (kde chce firmu vidět za rok nebo i za deset let). (jobs.cz, online)

### **3.1.6 Popis podnikatelské příležitosti**

Popis podnikatelské činnosti objasňuje, v čem spočívá podnikatelská příležitost. Může jít například o nalezení mezery na trhu, o objevení nějakého nového technického principu aj. Potřebuje potenciálního investora přesvědčit, že právě nyní je ten nejvhodnější okamžik pro realizaci nápadu a že má ty nejlepší předpoklady. Musí se zde uvést, kdo výrobek či službu potřebuje a jak bude myšlenka převedena do podoby tržeb a zisku.

V rámci popisu podnikatelské příležitosti se může zaměřit zejména na:

- popis produktu (výrobku nebo služby);
- konkurenční výhodu produktu;
- užitek produktu pro zákazníka. (Veber, Srpová, 2012)

### **3.1.7 Cíle firmy a vlastníků**

Podnikatel se snaží přesvědčit čtenáře, že právě jeho firma a právě nyní je schopna úspěšně realizovat předložený podnikatelský projekt.

Investoři a další společnosti poskytující kapitál se domnívají, že o úspěchu či neúspěchu firmy rozhoduje především její vedení. Jednotlivé produkty, technologie nebo trhy mají též obrovský význam, avšak o úspěšné realizaci podnikatelského záměru rozhodují především podnikatelské a odborné schopnosti managementu.

Investoři budou proto velmi důkladně prověřovat vedení a zaměstnance firmy. Snaha získat potřebné finanční zdroje bude úspěšná pouze tehdy, pokud budou ve firmě lidé, kteří jsou schopni realizovat podnikatelský záměr a dospět k zisku. Pokud investor dojde k závěru, že je třeba doplnit management, je ve vlastním zájmu podnikatele najít příslušné odborníky a angažovat je do vedení firmy. (Srpová, 2011)

### 3.1.8 Analýza trhu

Analýza trhů patří do marketingového výzkumu, jehož náplní je získávání, analýza a hodnocení informací o trhu a jeho okolí. Zahrnuje především takové faktory, jako je poptávka a konkurence, potřeby a chování zákazníků, konkurenční produkty a marketingové nástroje. Potřebná data a informace lze získat buď z již existujících informačních zdrojů (tzv. desk research), nebo pomocí speciálních šetření (tzv. field research). Využití existujících informačních zdrojů se opírá o dostupné statistiky a zprávy, obsahující převážně údaje o kvantitativního charakteru týkající se buď trhu obecně, nebo určitého segmentu trhu. Speciální šetření zahrnuje interview, testy, pozorování aj., jejichž výsledkem jsou převážně informace nekvantitativního charakteru.

Po získání a vyhodnocení marketingových informací je dále v rámci zpracování této složky technicko-ekonomické studie projektu třeba:

**Stanovit cílový trh projektu** – součástí tohoto kroku je definice trhu (skupiny zákazníků, regiony), charakteristika produktů, cenové úrovně, podpory prodeje a distribučních kanálů, charakteristika producentů i zákazníků, využití výrobních kapacit, struktura, základní formy konkurence, kvantitativní charakteristiky trhu, kvalitativní charakteristiky trhu.

**Analyzovat zákazníky** – Co se nakupuje na trhu? Proč se to kupuje? Jaké jsou motivy zákazníků? Kdo jsou kupující? Kdo rozhoduje o nákupech? Kdy se zboží nakupuje a v jakém množství? Kde se uskutečňují nákupy?

**Definovat segmenty trhu** – trh je možné analyzovat buď jako celek, nebo podle jednotlivých segmentů. Doporučuje se však rozčlenit trh na určité segmenty na základě odlišného chování zákazníků. Segmentaci trhu je možné založit na třech základních faktorech, které tvoří geografické či lingvistické hledisko, sociálně-demografická kritéria pro jednotlivce či podniky a kritéria psychologická.

**Analýza tržní konkurence** – zde je důležité se zaměřit na konkurenční faktory (naši současní konkurenti, potenciální budoucí konkurenti a substituční výrobky či služby), které budou do značné míry ovlivňovat podíl na trhu.

**Analýza distribučních kanálů** – jedná se o analýzu kanálů, které spojují výrobce s konečnými spotřebiteli. Tyto distribuční kanály tvoří velkoobchod, maloobchod a přímá distribuce zákazníkům, případně jejich kombinace. Důležité je stanovit a zhodnotit výhody a nevýhody jednotlivých distribučních kanálů.

**Analýza oboru** – v analýze oboru se posuzuje životní cyklus oboru a určuje, ve které fázi životního cyklu se tento obor nachází. Kromě analýzy životního cyklu oboru je významné hodnotit i intenzitu konkurence v oboru, která ovlivňuje míru ziskovosti oboru.

**Budoucí vývoj poptávky** – představuje závěrečnou, nejdůležitější a také nejobtížnější fázi marketingového výzkumu. Prvním krokem je detailní odhad skutečného celkového objemu trhu a odhad tržního potenciálu, tj. maximální tržní poptávky celkového trhu. Druhým krokem je pak prognóza vývoje celkového objemu trhu či tržního segmentu.

Díky těmto informacím jsme schopni důsledně analyzovat prostředí, ve kterém chceme podnikat. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007)

### 3.1.9 Marketingová a obchodní strategie

Marketing a následně i prodej mají velký vliv na budoucí úspěch firmy. Proto je třeba přesvědčit čtenáře podnikatelského plánu, že máme dobrou marketingovou a obchodní strategii.

Marketingová strategie v zásadě řeší tři okruhy problémů (tři typy rozhodnutí):

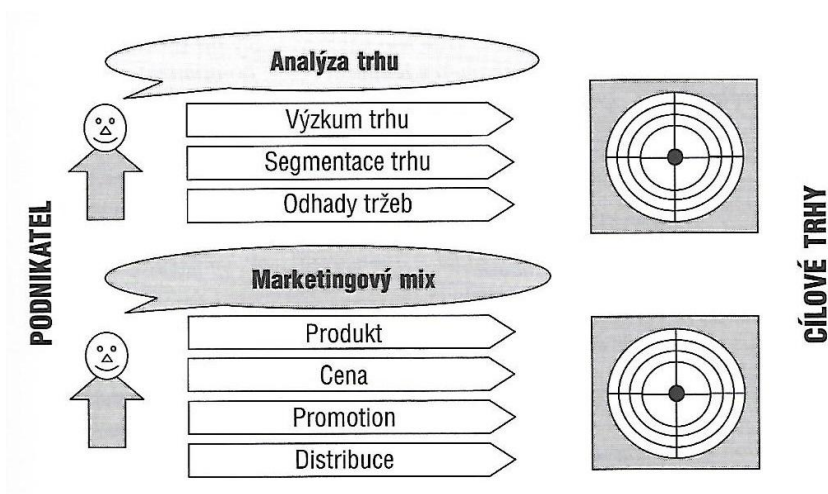
- výběr cílového trhu;
- určení tržní pozice produktu;
- rozhodnutí o marketingovém mixu.

Východiskem pro výběr cílového trhu firmy je segmentace trhu. Potenciální trhy. Při výběru segmentu zvažujeme jeho velikost a kupní sílu, na základě kterých určíme hodnotu segmentu.

Po výběru cílového trhu stojíme před rozhodnutím, jakou pozici chceme zaujmout ve vybraných segmentech. Určení tržní pozice produktu je vyjádřením postavení konkrétního produktu mezi ostatními konkurenčními produkty na trhu. Naším cílem je dosáhnout specifické vnímání produktu v povědomí zákazníků a odlišit se od konkurence na daném trhu.

V dalším kroku následuje rozhodnutí o marketingovém mixu, které bere v úvahu vybraný tržní segment a zvolenou tržní pozici. Marketingový mix tvoří nástroje, jež se navzájem kombinují. Nejznámější je marketingový mix skládající se ze čtyř nástrojů, tzv. 4P. Tento klasický marketingový mix tvoří:

- produkt (product);
- cena (price);
- distribuce (place);
- propagace (promotion). (businessinfo.cz, online)



Obrázek 1: Marketingové aktivity podnikatele (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007)

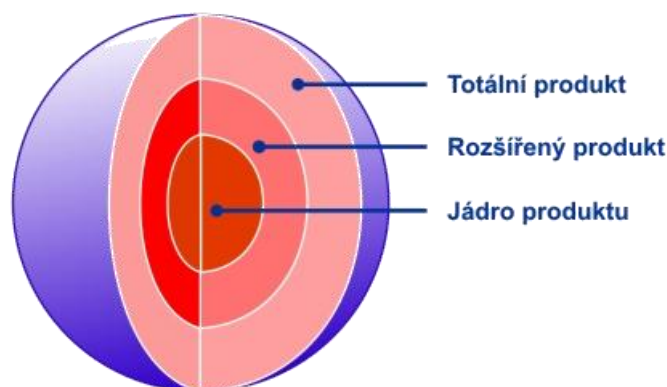
### 3.1.10 Produkt

Produkt představuje nejdůležitější nástroj marketingového mixu, protože tvoří podstatu firemní nabídky na trhu a bezprostředně slouží k uspokojování potřeb zákazníků. Z uvedených důvodů je jádrem marketingu. Nejdůležitějším nástrojem marketingu je také díky tomu, že svým charakterem a kvalitou ve značné míře ovlivňuje rozhodnutí v oblasti distribuční, cenové, ale také komunikační politiky. Může jít o:

- Materiální věci
- Služby
- Osoby a organizace
- Myšlenku
- Místo

Produkt můžeme členit a sledovat nejenom podle výše uvedených základních druhů, ale také z dalších hledisek, např.:

- Podle hmotné povahy – hmotné, nehmotné
- Podle životnosti – krátkodobé a dlouhodobé spotřeby
- Podle typu zákazníka – spotřební, výrobní (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007)



Obrázek 2: Produkt (sinext.cz, 2008)

### 3.1.11 Cena

Cena představuje peněžní částku výrobku či služby pro zákazníka. Jako jediná součást marketingového mixu přináší příjmu. Ostatní činnosti jsou spojeny především s náklady. Cena je nejdůležitějším činitelem, který ovlivňuje poptávku. Při zvolení vysoké cenové politiky může dojít k situaci, že zákazníci nebudou mít o produkt či službu zájem z důvodu vysoké ceny. Naopak, při nízké cenové politice, můžou zákazníci produkt považovat za nekvalitní.

Stanovení cenové politiky není vůbec jednoduché. Musí se vzít v úvahu úroveň cenové hladiny, která je v daném místě, cena nových výrobků a také cena, za kterou prodává konkurence.

Existují tři způsoby, kterými může podnikatel určit cenu produktu nebo služby. Mezi metody tvorby cen lze zařadit:

- Tvorba ceny dle poptávky – u této cenové politiky se bere v úvahu zákazníkem vnímaná hodnota produktu či služby. Aby byl podnikatel při stanovování ceny podle této metody úspěšný, musí zjistit názory zákazníků na danou hodnotu produktu.
- Tvorba ceny podle konkurence – cena zohledňuje cenovou politiku konkurenčních firem. Při použití této tvorby si podnikatel musí vypočítat konkurenční průměr, aby věděl, jaká je v jeho odvětví průměrná cena a od ní zvolit svoji cenovou strategii.
- Tvorba ceny podle nákladů – jako jediná metoda vychází z kalkulace úplných nákladů, ke které se připočítá zisková přírážka.

Nejvhodnějším způsobem tvorby cenové politiky je výše uvedené metody kombinovat. Kombinací podnikatel zabráni jak podhodnocení ceny, tak i její přecenění. (ucitelka.info, 2016)

### 3.1.12 Distribuce

Distribuce řeší přesun produktu z místa jeho vzniku – výroby (od výrobce) na místo jeho prodeje (k zákazníkovi) tak, aby ho zákazník mohl koupit:

- na požadovaném místě,
- v požadovaném čase,
- v požadovaném množství a kvalitě.

Hlavním úkolem distribuční politiky firmy je volba vhodné organizace prodeje – tzv. distribuční cesty. Distribuční cesta představuje způsob, který se použije při pohybu produktů od výrobce, resp. poskytovatele služeb ke konečnému zákazníkovi, přičemž by mělo docházet k optimalizaci zisku v rámci celé distribuční cesty, tedy pro všechny zúčastněné distribuční subjekty.

Rozhodnutí o distribučních cestách patří k nejsložitějším marketingovým rozhodnutím a zpravidla vyžaduje řešit tyto rozhodovací problémy:

- volbu mezi přímým a nepřímým prodejem, resp. jejich případnou kombinaci,
- určení prodejních úrovní (počet článků distribuční cesty),
- určení počtu a typu zprostředkovatelů.

Z definice distribuční cesty vyplývá, že na jejím počátku stojí výrobce a na jejím konci zákazník, resp. konečný spotřebitel. Kromě nich se na distribuci produktů však podílejí také další distribuční subjekty – mezičlánky. Jde o tzv. marketingové zprostředkovatele, kterými jsou:

- obchodní zprostředkovatelé,

- další podpůrné organizace.

Marketingoví zprostředkovatelé tak pomáhají výrobcům zvyšovat úroveň a efektivnost prodeje a zabezpečují lepší dostupnost jeho produktů. (Srpová, Řehoř, 2010)

### **3.1.13 Propagace**

Propagace znamená řízené informování a přesvědčování cílových skupin. Firmy pomocí této činnosti naplňují své marketingové cíle.

Zaujetí cílové skupiny je na současných konkurenčních trzích jedním z nejdůležitějších a nejtěžších úkolů. Konkurence je velmi mnoho a každý se snaží co nejvíce zaujmout a přesvědčit své zákazníky o svých přednostech.

Mezi základní a nejvíce využívané komunikační disciplíny patří reklama, direct marketing, podpora prodeje, public relations, event marketing, sponzoring, osobní prodej a on-line komunikace. (Karlíček, 2013)

#### **Reklama**

Reklama je placená nebo neplacená forma propagace. Dokáže efektivně zvýšit úroveň povědomí o značce. Má také schopnost oslovit velké segmenty populace. Reklama nemusí být tak finančně náročná, až na výjimku reklamy televizní, která je jedna z nejdražších reklam.

Rozlišuje se televizní reklama, rozhlasová reklama, tisková reklama, venkovní reklama, reklama v kinech, tzv. product placement a on-line reklama. (Karlíček, 2013)

#### **Direct marketing**

Zaměřuje se na velmi specifické a úzké cílové segmenty, nebo také i na jednotlivce. Snaží se svoji nabídku přizpůsobit každému segmentu či jednotlivému příjemci.

Nejvýznamnějším nástrojem je direct mail, kdy firmy svoji nabídku zasílají pomocí pošty. Může mít formu letáku či pohlednice. Rozvojem internetu se direct mail oslabil kvůli tzv. e-mailingu, který má nízké náklady. (Karlíček, 2013)

#### **Podpora prodeje**

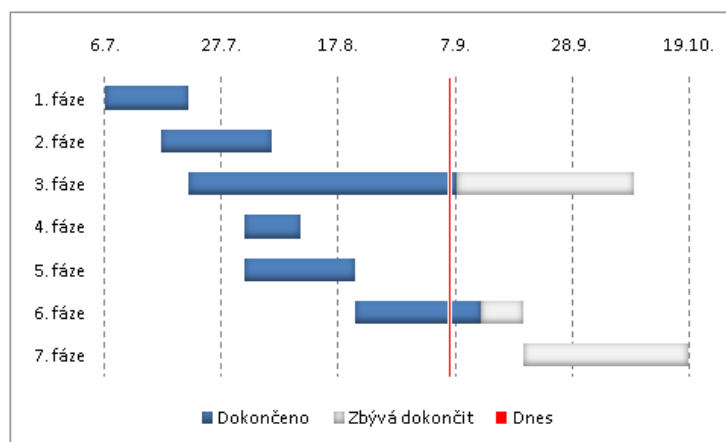
Zahrnuje celou řadu nástrojů, které motivují zákazníka k okamžité koupi. Jedná se zejména o přímé slevy, výhodné balíčky (2+1 zdarma), slevové kupony, vzorky, dárky a také soutěže. (Karlíček, 2013)

#### **Osobní prodej**

Osobní prodej patří mezi nejstarší nástroje komunikačního mixu. Výhodou je přímý kontakt prodávajícího se zákazníkem a také rychlá zpětná vazba, kdy se prodávající může dozvědět, jak se zákazník k danému produktu či službě staví a podle toho lze zvolit vhodnou strategii, která by přiměla potenciálního kupujícího k prodeji. (businessinfo.cz, 2016)

### 3.1.14 Realizační projektový plán

Důležitým krokem při sestavování podnikatelského plánu je časový harmonogram všech činností a jejich dodavatelské zajištění. Jde o realizační projektový plán. Nejprve je zapotřebí určit všechny důležité kroky a aktivity, které se musí v souvislosti s realizací podnikatelského plánu podniknout, milníky, jichž chce podnikatelský subjekt dosáhnout, a termíny jejich dosažení. K tomu lze použít úsečkový diagram, který znázorňuje plánované aktivity jako úsečky v diagramu. Na základě úseček je ihned jasné, kdy a jaké práce musí začít, jak dlouho mají trvat a kdy mají být ukončeny. Z úsečkového diagramu se dá později při finančním plánování odvodit výše a termín investičních a osobních výdajů. (Srpová, 2011)



Obrázek 3: Ganttův diagram (lorenc.info, 2013)

### 3.1.15 Finanční plán

Finanční plán je stěžejní část každého podnikatelského záměru, který představuje základní finanční ukazatele, jako jsou například počáteční kapitál, náklady, výnosy, cashflow, bod zvratu, rozvaha.

Zakladatelský rozpočet shrnuje výdaje potřebné k rozjezdu projektu a výdaje/příjmy, náklady a výnosy v prvním roce.

Provozní rozpočet se připravuje na začátku každého účetního období. Může se vycházet ze skutečností minulého období, do kterých se pak zahrnou změny, které podnikatel plánuje. Podnikatel by měl také průběžně sledovat skutečné výdaje a příjmy v průběhu roku. Nákladovou a výnosovou stránku hospodaření sleduje systém nebo účetní.

V podnikání se lze setkat s různými typy výkazů:

- Výkaz cash flow – popisuje finanční toky z/do firmy a sleduje její peněžní likviditu na účtu. Pro základní průběžnou orientaci může být použit peněžní deník.
- Výkaz zisků a ztrát – zahrnuje výnosy a náklady společnosti a její hospodářský výsledek za jednotlivé roky. Sleduje účetní hodnotu společnosti a hospodářský výsledek.

- Rozvaha – obsahuje soupis aktiv a pasiv podniku, strukturu majetku, jeho vývoj a zdroje financování.

Výkaz cash flow a zisků a ztrát je nutné sestavovat najednou. (www.csas.cz, 2016)

### 3.1.16 Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu

Riziko v souvislosti s podnikatelským plánem je považováno jako negativní odchylka od cíle, která může mít nepříznivé dopady na firmu. Analýza rizik umožňuje snížit pravděpodobnost vzniku rizikové situace a poslouží i pro přípravu opatření, která bude nutné realizovat v případě, že daná riziková situace skutečně nastane. Každá riziková situace má své příčiny, proto se může pomocí analýzy rizika dospět současně k návrhu preventivních opatření, která pomohou snížit konkrétní významná rizika. Zařazením této kapitoly do podnikatelského plánu se dává podnikatel najevo, že si je vědom toho, že nějaká riziková situace skutečně může nastat a že je také připraven v případě výskytu rizika reagovat. (Veber, Srpová, 2012)

### 3.1.17 SWOT analýza

Situační analýza vnějšího a vnitřního prostředí poskytuje vstupní informaci pro SWOT analýzu, která je založena na analýze silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Díky této analýze se tvoří východiska k plánování opatření a reakcí organizace pro změny vnějšího prostředí. SWOT analýza se vypracovává nejčastěji formou matice.

Na základě vzájemného porovnání příležitostí a hrozeb vnějšího prostředí a silných a slabých stránek vnitřního prostředí vyplývají v matici 4 možné skupiny strategií pro reagování organizace na změny vnějšího prostředí:

- **Strategie SO**, která je zaměřená na využití silných stránek k získání výhod z příležitostí vnějšího prostředí.
- **Strategie ST**, kombinuje využití silných stránek a hrozeb na snížení negativních účinků z vnějšího prostředí.
- **Strategie WO**, je zaměřená na překonávání vlastních slabých stránek a využívání výhod z příležitostí vnějšího prostředí.
- **Strategie WT**, která se považuje za nesložitější strategii a zaměřuje se na minimalizaci slabých stránek a vyhnutí se hrozbám z vnějšího prostředí.

Při vyhodnocování a volbě strategií by měly jako prioritní být realizovány SO a WT, na něž by měly být soustředovány podnikové zdroje. Další dvě strategie lze označit jako vedlejší či doplňkové. (Pošvář, Chládková, 2011)



SWOT analýza		
Vnitřní prostředí	<b>silné stránky (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kvalifikovaný personál</li> <li>• finanční stabilita</li> <li>• ...</li> </ul>	<b>slabé stránky (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• spolehlivost strojů</li> <li>• stabilita procesů</li> <li>• ...</li> </ul>
	<b>příležitosti (Opportunities)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nová technologie</li> <li>• kamerový systém</li> <li>• ...</li> </ul>	<b>Hrozby (Threats)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• daňová reforma</li> <li>• nová služba konkurence</li> <li>• ...</li> </ul>
Vnější prostředí		

Obrázek 4: SWOT analýza (mediaguru.cz, 2016)

### 3.1.18 Přílohy

Rozsah příloh závisí na konkrétním případě. V některých případech může mít příloha dvě strany, jindy také padesát i více stran. Aby se omezil počet stran, mohou se některé podklady uvést v seznamu a tento seznam lze připojit k příloze s poznámkou, že uvedené podklady jsou k dispozici. Do příloh je možné zařadit:

- životopisy klíčových osobností,
- výpis z obchodního rejstříku,
- analýzu trhu,
- zprávy, články a pojednání z novin a časopisů o trhu a produktu,
- podklady z finanční oblasti – rozvahy a výkazy zisků a ztrát za posledních tři až pět let,
- obrázky výrobků a prospekty,
- technické výkresy,
- důležité smlouvy, např. odbytové smlouvy.

Ne vždy jsou potřebné všechny vyjmenované dokumenty, někdy je ale naopak nutné zařadit ještě další přílohy, které jsou pro daný podnikatelský záměr důležité. Vše se odvíjí od typu podnikatelské činnosti. (Srpová, 2011)

## 4 Vlastní práce

Předmětem této kapitoly je na konkrétní fyzické osobě popsat založení živnostenského podnikání, jaké jsou potřebné kroky k získání živnostenského oprávnění. K založení živnosti je také důležité mít k dispozici dostatek financí. Zde se budou porovnávat nabídky úvěrů od bankovních institucí. A jako poslední částí vlastní práce bude sestavení podnikatelského plánu, ve kterém budou popsány veškeré důležité údaje a zhodnocení ekonomické situace.

### 4.1 Představení osoby

Pro vypracování podnikatelského plánu jsem si vybrala Lucii. Lucie je mladá, 22letá žena, která vystudovala střední odborné učiliště, obor kadeřnice. Nyní je již tři roky zaměstnaná v Břeclavi jako pomocnice v kadeřnickém salonu a během zaměstnání studovala na nástavbovém studiu, aby získala maturitní zkoušku. Jelikož již nechce pracovat jako zaměstnankyně a být vázána na stálou mzdu, plánuje začít podnikat na živnostenské oprávnění.

### 4.2 Založení živnosti

Při zakládání živnosti existují dva způsoby registrace. Ten první je popsán v kapitole 2.4.2 Podání žádosti na straně 22. Je založený na vyplnění jednotného registračního formuláře (viz. příloha) na živnostenském úřadě. Vyplněním jednotného registračního formuláře Lucie provede všechny potřebné registrace a ohlášení najednou, např. ohlášení pro zdravotní pojišťovnu a správu sociálního zabezpečení, přihlášení k dani z příjmu a samozřejmě také zahájení činnosti. Výpis z trestního rejstříku už není potřebný, živnostenský úřad si ho zajistí sám.

Druhou, dá se říci, že náročnější možností je, že Lucie registraci neprovede pomocí jednotného registračního formuláře, ale bude muset zajít osobně na jednotlivé úřady zvlášť. Na finanční úřad kvůli dani z příjmů do 15i dnů ode dne, kdy začne živnost provozovat, na správu sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovnu do 8 dnů. Tenhle druhý způsob je velmi nepohodlný a časově náročný. Lucie by si musela hlídat termíny ohlášení na příslušných úřadech, a proto zvolí první možnost.

Její podnikání začíná ohlášením na živnostenském úřadě. Za založení živnostenského oprávnění zaplatí poplatek ve výši 1 000 Kč.

### 4.3 Zdravotní a sociální pojištění

#### 4.3.1 Zdravotní pojištění

Lucie jako OSVČ musí odvádět zdravotní pojištění ve formě měsíčních záloh.

Pro OSVČ je minimálním vyměřovacím základem dvanáctinásobek 50 % průměrné měsíční mzdy v národním hospodářství. Od 1. ledna 2016 činí minimální

měsíční vyměřovací základ OSVČ 13 503 Kč a minimální záloha na pojistné částku 1 823 Kč.<sup>1</sup>

### 4.3.2 Sociální pojištění

Sociální pojištění se skládá ze tří částí:

- Důchodové pojištění (28%) – povinné,
- Příspěvek na státní politiku nezaměstnanosti (1,2%) – povinné,
- Nemocenské pojištění (2,3%) – dobrovolné.

Stejně jako u zdravotního pojištění se zálohy na sociální pojištění platí měsíčně.

Pro OSVČ vykonávající hlavní SVČ v roce 2016 bude minimální roční vyměřovací základ činit 81 024 Kč a minimální záloha je 1 972 Kč.<sup>2</sup>

Na rozdíl od zdravotního pojištění je u SP stanoven maximální vyměřovací základ na 1 296 288 Kč. To znamená, že OSVČ, která v daném roce maximálního vyměřovacího základu nemusí platit zálohy od kalendářního měsíce, kdy to oznámí na OSSZ.

Obě tyto měsíční platby musíme brát v úvahu a počítat s nimi při dalším postupu.

## 4.4 Účetnictví nebo daňová evidence?

Lucie se musí rozhodnout, zda bude pro své podnikání používat účetnictví, nebo i vystačí s daňovou evidencí.

Jelikož chce Lucie podnikat jen jako kadeřnice, bylo by zbytečné kupovat si účetní software. Stačí jí, když bude vést daňovou evidenci, která je pro její typ podnikání vhodnější. Během roku si bude uchovávat doklady, které pak použije na konci kalendářního období k výpočtu daně.

## 4.5 Bankovní úvěry

Existují dva druhy půjček:

- účelové, které mohou být použity jen na daný účel, který uvedla osoba při založení úvěru,
- neúčelové, ty jsou poskytovány všem osobám a slouží ke krytí jakýchkoliv potřeb.

V dnešní době je na trhu nespočet bank, které nabízejí neúčelové půjčky a předbíhají se ve výši poskytovaného úroku. Tím je dosaženo, že úrok u půjček neustále klesá a zdá se být i celkem výhodný než v dřívějších dobách. Je to dáno hlavně tím, že na trh přicházejí neustále nové bankovní či nebankovní instituce

---

<sup>1</sup> Zdroj: [www.vzp.cz](http://www.vzp.cz)

<sup>2</sup> Zdroj: [www.cssz.cz](http://www.cssz.cz)

nabízející půjčky s nízkým úrokem a vhodnými podmínkami pro splácení úvěru jako je např. předčasné splacení zdarma, mimořádný vklad zdarma, vedení atd. Díky nízkému úroku není třeba žádat o účelovou půjčku, ale stačí si zažádat o bezúčelnou, která bude vyřízena mnohem rychleji, než půjčka účelová.

Částka, která je potřeba na financování z cizích zdrojů je ve výši 40 000 Kč. Vzhledem k tomu, že je celkem nízká, bude doba splácení stanovena na 2 roky.

V následující tabulce je přehled nabízených půjček od různých bankovních společností.

Banka	Produkt	Úrok	Poplatek za správu	Poplatky spojené s úvěrem	Celková splatná částka
Equa bank	Minutová půjčka	11,9%	0 Kč	0 Kč	45 168 Kč
Česká spořitelna	Úvěr s odměnou	7,8%	400 Kč	0 Kč	43 588 Kč
Zuno	Půjčka	12,9%	0 Kč	0 Kč	45 600 Kč
GE Money	Expres půjčka	9,9%	0 Kč	0 Kč	44 255 Kč
<b>Air bank</b>	<b>Půjčka</b>	<b>6,9%</b>	<b>0 Kč</b>	<b>0 Kč</b>	<b>42 776 Kč</b>
ČSOB	Půjčka na cokoliv	10,9%	0 Kč	0 Kč	44 688 Kč
Cetelem	Osobní půjčka	10,9%	0 Kč	0 Kč	44 688 Kč
SBERBANK	FÉR půjčka	20%	0 Kč	0 Kč	49 008 Kč
Mbank	mPůjčka	9,9%	0 Kč	0 Kč	44 255 Kč
UniCredit bank	PRESTO půjčka	12%	0 Kč	0 Kč	47 851 Kč

Tabulka 1: Srovnání bankovních půjček

Po srovnání půjček od různých bank jsem dospěla k názoru, že nejvýhodnější půjčku nabízí společnost Air bank s úrokem 6,9%. Při včasné splácení Lucii odpustí jednu splátku. Měsíční splátka bude ve výši 1860 Kč a celkově splatná částka bude 42 776 Kč. Air bank také umožňuje předčasné splacení zdarma. Tuhle možnost by Lucie mohla při vyšších ziskách využít.

Dále by se dala využít i půjčka od České spořitelny. Přeplatek se velmi neliší. Česká spořitelna má jednu velkou výhodu a to, že mají pobočky téměř po celé České republice. Rozhodnutí však záleží jen na daném subjektu. Lucie bude chtít půjčku, která pro ni bude finančně nejvýhodnější, proto také zvolí banku Air bank.

## 4.6 Vytvoření podnikatelského plánu

# Podnikatelský plán

Kadeřnictví Lucie



Každá může být krásná

Datum: 1. května 2016  
Vypracovali: Lucie Nováková  
Email: lucie.novakova@seznam.cz  
Tel: +420 777 666 555

## 1. Subjekt vstupující do podnikání:

### Charakteristika subjektu

Jmenuji se Lucie Nováková. Je mi 22 let, jsem vdaná a bydlím v Břeclavi. Po ukončení základní devítileté docházky, kterou jsem absolvovala v roce 1996 až 2005, jsem nastoupila na střední odbornou školu v Břeclavi v oboru kadeřník. To jsem po třech letech úspěšně ukončila a získala výuční list v oboru kadeřnice. Po zdárném ukončení učiliště jsem nastoupila na nástavbové studium oboru podnikání, které jsem studovala formou dálkového studia. Nyní pracuji jako zaměstnanec jedné kadeřnické firmy a chtěla bych začít pracovat sama pro sebe. Při práci na živnostenské oprávnění bych se mohla dále rozvíjet a nebyla bych fixovaná na stálou mzdu. Svůj čas bych si mohla přizpůsobit tak, jak by byla potřeba, abych svým zákazníkům vyšla co nejvíce vstříc.

Bez problémů zvládám uživatelskou práci na počítači a internetu. Mezi mé záliby patří aktuální dění ve světě módy, nové technologie a sport.

### Profesní předpoklady

Již během studia jsem absolvovala kadeřnickou soutěž, kde jsem se dostala ve 3. ročníku po absolvování školního kola do soutěže v Brně. Na konci roku 2011 v listopadu jsem absolvovala dvoudenní seminář v Brně. Před koncem školního roku jsem se chodila zaučovat do kadeřnictví v Hodoníně. Po vyučení jsem nastoupila do kadeřnictví v Břeclavi jako pomocnice. Nyní hodlám všechny praktické i teoretické znalosti a zkušenosti využít při vlastním podnikání.

## 2. Podnikatelský záměr

### Charakteristika projektu

Mým podnikatelským záměrem je vybudování salonu poskytující kvalitní kadeřnické služby všem občanům s cílem vykonávat velmi dobrou práci a tím přimět své zákazníky, aby se ke mně vraceli. Velkou výhodou je to, že kadeřnictví chci opravdu vytvořit pro všechny segmenty trhu. Své služby chci nabídnout jak pro ženy, muže, děti, tak i pro důchodce.

V rámci svých podnikatelských aktivit budu provádět veškeré kadeřnické služby. Zejména se jedná o:

- stříhání, mytí,
- moderní účesy pro každého a jakoukoliv příležitost,
- melírky, kombinované melírky,
- barvení, odbarvení, přelivy,
- vodová ondulace, trvalá ondulace,
- foukaná,

- vlasová regenerace,
- společenské a svatební účesy,
- vlasové poradenství,
- vlasovou masáž,
- doplňkový prodej vlasové kosmetiky.

Pro svou práci budu používat pouze kvalitní a osvědčené kadeřnické přípravky, aby mí zákazníci byli opravdu spokojeni. Zaměřuji se především na pohodlí a spokojenost svých zákazníků, kteří chtějí vlasy upravit, tak, aby se o svůj účes nemuseli starat více, než je potřeba. Hodlám vytvořit zejména stálou klientelu mého salonu, což je současně nejlevnější a zároveň i nejúčinnější reklama.

Svou podnikatelskou činnost chci provozovat v Břeclavi, v pronajatých prostorech. Provozovna bude umístěna skoro v centru města. Prostory, ve kterých bych chtěla podnikat, mi z hlediska umístění a velikosti naprosto vyhovují. Z důvodu plnění přísných hygienických norem, však musím provést rekonstrukci prostor tak, aby vyhovovaly legislativě v naší zemi a také EU. Nejedná se však o rozsáhlé a nákladné úpravy.

K realizaci svého podnikatelského záměru bude zejména zapotřebí provést malé stavební úpravy. Dále bude potřeba zakoupení potřebného vybavení nutného k provozování živnosti. Do těchto nákladů lze zahrnout především:

- kadeřnické křeslo,
- mycí soupravu,
- kadeřnickou obsluhu,
- sušící helmu.

Toto vybavení budu nakupovat od kadeřnické firmy a bude tvořit investiční náklad projektu (kadeřnický komplet).

Dále je zapotřebí vybavit salon nábytkem. Jedná se o recepci, kancelářský nábytek a zařízení čekárny (stolek + křesla). Pro zahájení činnosti je také důležité zakoupit provozní materiál, jako jsou šampony, gely, barvy, tužidla apod. Podrobný rozpis nákladů projektu uvádím v následujícím přehledu.

<b>Položka</b>	<b>Kalkulovaný náklad</b>
Poplatek za založení živnosti	1 000 Kč
Stavební úpravy	20 000 Kč
Kadeřnický komplet	70 000 Kč
Vybavení kadeřnictví čekárny nábytkem	30 000 Kč
Provozní materiál	40 000 Kč
Náklady na propagaci	2 833 Kč
<b>Celkem</b>	<b>163 833 Kč</b>

Tabulka 2: Rozpis nákladů

## Rozdělení zdrojů na realizaci

<b>Zdroj</b>	<b>Částka</b>
Vlastní zdroje	63 833 Kč
Dotace z úřadu práce	60 000 Kč
Cizí zdroje – úvěr	40 000 Kč
<b>Zdroje celkem</b>	<b>163 833 Kč</b>

Tabulka 3: Rozdělení zdrojů

Jelikož jsem si s myšlenkou založení svého vlastního salonu pohrávala již delší dobu, snažila jsem se našetřit si co možná nejvíce financí, abych nemusela být závislá na bankovních půjčkách. V mém nápadu mě podpořila i rodina, která je ochotná mi v případě chybějících financí půjčit. Případnou dotaci z ÚP Břeclav použiji na zakoupení části kadeřnického kompletu. Chybějící finance získám z úvěru od banky.

### 3. Marketing

#### Analýza odvětví

Můj obor je, bohužel, z hlediska konkurence poměrně náročný, ale Břeclav je celkem velké město a působí zde asi 14 kadeřnictví. Hlavně bych chtěla využít dobré prostory, jelikož v blízkém dosahu je pouze jedno kadeřnické studio. V oblasti kadeřnictví a kosmetiky dochází k velkému boomu a na trh přichází stále nové a modernější technologie a účesy. Mnoho lidí chce jít s dobou, ale nemá čas sledovat všechny tyto záležitosti, a proto navštěvují téměř pravidelně kadeřnické salony, s jejich službami jsou spokojeni.

#### SWOT analýza

Pomocí SWOT analýzy identifikuji své silné a slabé stránky a zjistím, jaké mám příležitosti a jaké hrozby mě ohrožují. Budu se snažit využít svých silných stránek a příležitostí, abych eliminovala případné hrozby.



<b>Silné stránky (Strengths)</b>	<b>Slabé stránky (Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příznivé ceny</li> <li>• Příjemné prostředí</li> <li>• Flexibilní pracovní doba</li> <li>• Dobrá dopravní dostupnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Začínající subjekt</li> <li>• Neznámá firma</li> <li>• Pouze kadeřnické služby</li> <li>• Špatná znalost potřeb nových zákazníků</li> </ul>
<b>Příležitosti (Opportunities)</b>	<b>Hrozby (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provozovna přímo v centru</li> <li>• Rozšířené poskytování služeb</li> <li>• Mění se potřeby zákazníků</li> <li>• Využití různých společenských akcí</li> <li>• Návštěvy veletrhů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vysoká konkurence</li> <li>• Mění se potřeby zákazníků</li> <li>• Odchod zákazníků ke konkurenci</li> <li>• Vysoké ceny spotřebního materiálu</li> <li>• Omezující předpisy a zákony</li> </ul>

**Tabulka 4: SWOT analýza**

## Cenová politika

Cenová politika se bude lišit zejména od druhu poskytnuté služby. U standardního stříhání zejména dětí a mužů počítám s cenou cca 100 Kč.

U žen se bude cena odvíjet na základě požadavků. Z tohoto důvodu stanovit cenu dámského kadeřnictví je velmi obtížné. Záleží na délce vlasů, množství použitého materiálu, časové a technické náročnosti. Většina žen má zájem zejména o služby typu stříhání a barvení. Dle dosavadních zkušeností však předpokládám cenové rozpětí mezi 250 až 700 Kč.

## Obchodní partneři – dodavatelé i odběratelé

Potřebný materiál k provozování své živnosti budu nakupovat převážně ve velkoobchodě kadeřnických potřeb v Břeclavi, popřípadě v Hodoníně nebo i v Brně. Dodávky materiálu a všech vlasových přípravků mám zajištěno od firmy Artégo, která je jedna z nejkvalitnějších firem na trhu s vlasovou kosmetikou.

Mezi mé zákazníky budou patřit převážně moji nynější zákazníci. Jsou to zejména ženy a jejich rodiny. Jak jsem však již uvedla, hodlám své služby poskytovat všem návštěvníkům mého salonu a nijak nechci své zákazníky rozdělovat do různých kategorií. Také to budou bezesporu starší občané, kterým budu v případě žádosti služby poskytovat přímo u nich doma. A jelikož se Břeclav nachází na blízké hranici s Rakouskem, můžu počítat i s tím, že mé zákaznice budou pocházet právě z této oblasti, protože do Břeclavi jezdí často nakupovat.

## Reklama a propagace

K propagaci svého kadeřnického salonu jsem si vybrala venkovní reklamu, přesněji řečeno využiji plakátovou plochu, kterou vyvěsím nad provozovnou. Plakát bude zároveň informovat kolemjdoucí o otevření nového salonu a bude sloužit zároveň i jako označení provozovny.

Jako další nástroj, který chci použít k oslovení mých potenciálních zákazníků, budou vytištěné reklamní letáčky, které budu vkládat lidem do schránek. Je mi jasné, že každý si letáky nebere domů a rovnou je vyhazuje, ale určitě valná většina lidí si je bere domů k prostudování. Tímto by si zajisté všimli mého letáčku, který by je mohl zaujmout. Leták by také sloužil jako slevový kupon, kde by byla sleva ve výši 20% na kadeřnickou službu dle výběru zákazníka.

K propagaci chci využít také internetové stránky. Zejména se jedná o vytvoření účtu na sociální síti facebook, který je v dnešní době nejrozšířenější sítí a mnoho lidí u něj tráví i několik hodin denně. Výhodou je, že finanční náklady na provozování této stránky jsou nulové a dokážou se pomocí sdílení dostat do povědomí velmi velkému počtu zejména mladých lidí.

Forma propagace	Počet kusů	Cena za kus bez DPH	Celkem
Plakát	1 ks	1 320 Kč	1 320 Kč
Reklamní letáčky	2 500 ks	0,50 Kč	1 513 Kč
<b>Celkem</b>			<b>2 833 Kč</b>

Tabulka 5: Náklady na propagaci

Pro kalkulaci nákladů na propagaci jsem využila webové stránky: <http://www.cenik-tisku.cz/>.

## 4. Ekonomický výhled

Provozní náklady se budou skládat zejména ze spotřebovaného materiálu (tužidla, šampony, barvy, gely apod.), který tvoří největší položku nákladů. Tahle položka je velmi proměnlivá. Odráží se od toho, kolik budu mít zákazníků za měsíc. Dále se náklady budou skládat také z, dá se říci, neměnných nákladů, jako je nájemné a spotřeba energií (voda, elektřina, plyn), platby sociálního a zdravotního pojištění a ostatních provozních nákladů (kancelářské potřeby, úklidové prostředky apod.). Jednotlivé položky včetně jejich výše uvádím v následujícím přehledu.

Kalkulované měsíční náklady:

<b>Položka</b>	<b>Částka</b>
Nákup materiálu	12 000 Kč
Nájem včetně energií	6 000 Kč
Sociální a zdravotní pojištění	3 795 Kč
Ostatní provozní náklady	1 000 Kč
Splátka úvěru	1 860 Kč
<b>Náklady celkem</b>	<b>24 655 Kč</b>

Tabulka 6: Měsíční náklady

Kalkulované měsíční tržby se skládají z poskytovaných služeb jednotlivým klientům, které jsem rozdělila na pánské, dětské a dámské kadeřnictví a dále na účesy. Předpokládám, že za měsíc ostrhám 15 mužů, 15 dětí a zároveň poskytnu službu cca 100 ženám, u kterých počítám s průměrnou cenou za službu ve výši 400 Kč. Podrobnější rozpis uvádím v následujícím přehledu.

Kalkulované měsíční příjmy:

<b>Položka</b>	<b>Počet</b>	<b>Cena</b>	<b>Částka</b>
Služby pánského kadeřnictví	15	100 Kč	1 500 Kč
Služby dětského kadeřnictví	15	100 Kč	1 500 Kč
Služby dámského kadeřnictví	120	350 Kč	42 000 Kč
Účesy	2	300 Kč	600 Kč
<b>Tržby celkem</b>			<b>45 600 Kč</b>

Tabulka 7: Měsíční příjmy

Kalkulovaný měsíční zisk: 45 600 Kč – 24 655 Kč = **20 945 Kč**

Čistý zisk z podnikání činí 20 945 Kč. Samozřejmě se jedná o pohyblivou částku. Záleží také na tom, kolik času budu v kadeřnictví trávit, jaké budou požadavky zákazníků.

## 5. Šance a rizika

V této době vidím největší šanci úspěchu mého podnikatelského záměru v tom, že se pokusím do mého kadeřnictví vnést co nejpříjemnější prostředí s kvalitními službami. Do budoucna mám také v úmyslu absolvovat kurzy na zlepšování se v technologii, fantazii a nových trendech kadeřnické praxi, které nabídnu svým

klientům. V posledních dnech přichází na trh stále něco nového a právě tyto nové trendy chci využívat ve svém vlastním salonu.

Jako rizika mě nejvíce ohrožuje skutečnost, že jsem nový podnikatelský subjekt na trhu a budu si muset vytvořit kvalitní zázemí týkající se stálé klientely. Toho hodlám dosáhnout poskytováním kvalitních služeb a vybudováním vkusně vybaveného kadeřnického salonu.

## 5 Závěr

Živnostenský zákon byl již několikrát novelizován. Většinou se jednalo o menší úpravy různých ustanovení. Cílem novelizací živnostenského zákona je především snížení administrativní zátěže podnikatelům, kteří již podnikají nebo se teprve chystají si své živnostenské oprávnění založit.

Cílem bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu. V literární rešerši byla uvedena obecná struktura plánu, ve vlastní práci pak podnikatelský záměr pro konkrétní fyzickou osobu. Podnikatelský plán se od obecného plánu moc neliší. Vždy záleží především na velikosti firmy a druhu podnikání. Podle potřeby se také upraví či rozšíří struktura záměru. Jinak bude vypadat podnikatelský plán pro založení výrobní činnosti a jinak pro založení kadeřnického salonu.

Každá fyzická či právnická osoba, která chce začít podnikat, si musí nejprve zažádat o živnostenské oprávnění. Učiní tak na živnostenském úřadě, kde vyplní jednotný registrační formulář a zaplatí poplatek ve výši 1 000 Kč. Pokud se jedná o živnost ohlašovací, může začít podnikat již ode dne ohlášení. Lucie Nováková chce podnikat v oboru kadeřnictví, který patří do živnosti řemeslné a musí tedy doložit doklady o odborné způsobilosti. V jejím případě dokladem bude výuční list z odborného učiliště. Výpis ze živnostenského rejstříku jí přijde do 15i dnů.

Jelikož se Lucie stala osobou samostatně výdělečně činnou, musí si plnit závazky vůči sociálnímu a zdravotnímu pojištění a také vůči finančnímu úřadu. Každý měsíc bude odvádět zálohu na zdravotní a sociální pojištění ve výši uvedené v kapitole 4.3. Na konci roku je také povinna vypočítat a odvést daň z příjmu finančnímu úřadu ve stanovené lhůtě.

Dříve, než si založila svoji vlastní živnost, vypracovala si podnikatelský plán, ve kterém zhodnotila všechny důležité aspekty jejího podnikání. Zaměřila se především na analýzu konkurence, která může její podnikatelskou činnost velmi ovlivnit. Jelikož neměla dostatek financí na zajištění základních potřeb, musela se rozhodnout, jaký bude nejvhodnější úvěr pro financování jejího podnikání. Poté, co vzala v úvahu všechny finanční náklady, které souvisí se založením podnikání, vypracovala si přehled nákladů, podle kterého pak zjistila výši potřebných financí na založení podnikání. V podnikatelském plánu zhodnotila také své měsíční příjmy a výdaje a vypočítala si přibližný měsíční zisk.

Když zhodnotím výhody a nevýhody živnostenského oprávnění právě u této konkrétní osoby, dospěla jsem k názoru, že v jejím případě převažuje více výhod než nevýhod. Výhodou je, že si Lucie může svůj pracovní režim upravit tak, jak sama potřebuje nebo jak to vyžadují její zákazníci a nemusí být fixována na stálou pracovní dobu. Dovolenu si také může vzít kdykoli bude potřeba. Finanční náklady nejsou vysoké, jelikož má vlastní zdroje, kterými bude své podnikání financovat. Využití cizích zdrojů není v dnešní době nic neobvyklého, jelikož úvěry od bank jsou velmi výhodné.

Jako nevýhodu vidím zejména v tom, že si jako OSVČ musí sama podávat daňové přiznání. Tahle nevýhoda lze obejít pomocí daňového poradce, který může

za ni daňové přiznání podat. Také můžeme nevýhodu spatřit i v tom, že za všechny rizika spojené s podnikáním nese odpovědnost.

Jako celkové doporučení pro všechny budoucí podnikatele bych uvedla zejména to, že je na každém, aby si sám zhodnotil, zda má pro své podnikání dostatek financí, jestli bude jeho podnikání výhodnější a podle toho se také rozhodnout, zda začít či nezačít podnikat. Za nejdůležitější považuji být při sestavování podnikatelského plánu realistický a pracovat s aktuálními informacemi. Tím se předejde zkresleným údajům a jedině tak se dostane kvalitního výsledku.

## 6 Literatura

1. HAVIT, s.r.o. *Živnostenský zákon* [online]. 2016 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>
2. KOLÁŘOVÁ, MONIKA. *Velká kniha pro podnikání*. 2., aktualiz. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. Podnikání. ISBN 978-80-7346-157-7.
3. JANKŮ, MARTIN. *Základy práva pro posluchače neprávnických fakult*. 5., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckovy mezioborové učebnice. ISBN 978-80-7400-494-0.
4. CEED. CEED [online]. Praha: Copyright, 2015 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: [http://www.ceed.cz/podnikani/32\\_definice\\_zivnosti.htm](http://www.ceed.cz/podnikani/32_definice_zivnosti.htm)
5. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU [online]. Praha: Copyright, 2016 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument159758.html>
6. FIREMFINANCE.CZ [online]. 0113n. 1. [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/53913-co-delat-kdyz-si-chci-zaridit-zivnostensky-list/>
7. PODNIKATEL.CZ [online]. 2016 [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/kdy-je-v-podnikani-nutna-koncesni-listina/>
8. JAKPODNIKAT [online]. Brno, 2016 [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/provozovna.php>
9. SRPOVÁ, JITKA. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
10. POŠVÁŘ, ZDENĚK a HELENA CHLÁDKOVÁ. *Management*. Vyd. 1. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2011. ISBN 978-80-7375-347-4.
11. VEBER, JAROMÍR A JITKA SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
12. KORÁB, VOJTĚCH, MÁRIA REŽŇÁKOVÁ A JIŘÍ PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.
13. SRPOVÁ, JITKA A VÁCLAV ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
14. ČESKÁ SPOŘITELNA. *Česká spořitelna* [online]. Praha, 2001 [cit. 2016-04-18]. Dostupné z: [http://www.csas.cz/static\\_internet/cs/Obchodni\\_informace-Produk-](http://www.csas.cz/static_internet/cs/Obchodni_informace-Produk-)

ty/Ostatni\_produkty\_a\_sluzby/Podnikatele\_a\_male\_firmy/Prilohy/podnikatelsky\_plan\_krok\_za\_krokem\_web.pdf

15. JOBS.CZ. *Jobs.cz* [online]. Praha: LMC, s.r.o., 2016 [cit. 2016-04-18]. Dostupné z: <http://www.jobs.cz/poradna/15-kroku-jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>
16. BUSINESSINFO.CZ. *BusinessInfo.cz* [online]. Praha: CzechTrade, 2016 [cit. 2016-04-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!&chapter=1>
17. BUSINESSINFO.CZ. *BusinessInfo.cz* [online]. CzechTrade, 2016 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/osobni-prodej-2852.html#!&chapter=1>
18. UČITELKA.INFO - *titul snadno* [online]. 2016 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: <http://www.ucitelka.info/marketing/cenova-politika>
19. LORENC.INFO [online]. 2013 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: <http://lorenc.info/3MA381/graf-ganttuv-diagram.htm>
20. MEDIA GURU [online]. Praha: PHD, a.s., 2016 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/swot-analyza/swot-analyza-2/>
21. SYNEXTECH [online]. České Budějovice, 2008 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: <http://www.synnext.cz/vyrobkova-politika-politika-produktu.html>



## 7 Seznam obrázků


Obrázek 1: Marketingové aktivity podnikatele .....	27
Obrázek 2: Produkt .....	28
Obrázek 3: Ganttův diagram.....	31
Obrázek 4: SWOT analýza .....	33
Obrázek 5: Jednotný registrační formulář .....	52

## 8 Seznam tabulek

Tabulka 1: Srovnání bankovních půjček .....	36
Tabulka 2: Rozpis nákladů .....	39
Tabulka 3: Rozdělení zdrojů.....	40
Tabulka 4: SWOT analýza.....	41
Tabulka 5: Náklady na propagaci .....	42
Tabulka 6: Měsíční náklady.....	43
Tabulka 7: Měsíční příjmy.....	43

# **Přílohy**

# A Jednotný registrační formulář

 <p><b>CRM</b> CENTRÁLNÍ REGISTRAČNÍ MÍSTO</p>	<p><b>JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ</b></p> <p><b>PŘÁVNICKÁ OSOBA</b></p>	<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin: 0 auto;"></div> <p>podací razítko</p>
<p><b>ČÁST A - PODNIKATEL</b></p>		
<p><b>01 Podnikatel</b></p>		
<p>a) obchodní firma / název právnické osoby <sup>1)</sup></p>		
<p>b) právní forma</p>		<p>c) identifikační číslo</p>
<p><b>02 Sídlo</b></p>		
<p>a) název ulice</p>		<p>b) číslo popisné c) číslo orientační d) PSČ</p>
<p>e) název obce</p>		<p>f) část obce</p>
<p>g) okres</p>		<p>h) stát</p>
<p><b>03 Předmět podnikání (u živností volně vyznačte čísla oborů činností na seznamu) - ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašuji živnost resp. žádám o koncesi</b></p>		
<p>pořadové číslo 1.</p>		
<p><b>04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu</b></p>		
<p>a) titul</p>	<p>b) jméno</p>	<p>c) příjmení</p>
<p>e) datum narození</p>		<p>d) titul</p>
<p>f) rodné číslo</p>		
<p><b>05 Bydliště / pobyt <sup>2)</sup>člena statutárního orgánu na území ČR</b></p>		
<p>a) název ulice</p>		<p>b) číslo popisné c) číslo orientační d) PSČ</p>
<p>e) název obce</p>		<p>f) část obce</p>
<p>g) okres</p>		<p>h) stát</p>
<p><b>06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu</b></p>		
<p>a) titul</p>	<p>b) jméno</p>	<p>c) příjmení</p>
<p>e) datum narození</p>		<p>d) titul</p>
<p>f) rodné číslo</p>		
<p><b>07 Bydliště / pobyt <sup>2)</sup>člena statutárního orgánu na území ČR</b></p>		
<p>a) název ulice</p>		<p>b) číslo popisné c) číslo orientační d) PSČ</p>
<p>e) název obce</p>		<p>f) část obce</p>
<p>g) okres</p>		<p>h) stát</p>
<p><b>08 Odpovědný zástupce</b></p>		
<p>a) titul</p>	<p>b) jméno</p>	<p>c) příjmení</p>
<p>e) státní občanství</p>		<p>d) titul</p>
<p>f) rodné příjmení</p>		<p>g) datum narození</p>
<p>h) rodné číslo</p>		<p>h) rodné číslo</p>
<p>i) místo narození</p>	<p>j) okres</p>	<p>k) stát</p>
<p>l) pohlaví <sup>3)</sup></p>		<p>l) pohlaví <sup>3)</sup> žena / muž <sup>3)</sup></p>
<p><b>09 Bydliště odpovědného zástupce</b></p>		
<p>a) název ulice</p>		<p>b) číslo popisné c) číslo orientační d) PSČ</p>
<p>e) název obce</p>		<p>f) část obce</p>
<p>g) okres</p>		<p>h) stát</p>
<p><b>10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)</b></p>		
<p>a) název ulice</p>		<p>b) číslo popisné c) číslo orientační d) PSČ</p>
<p>e) název obce</p>		<p>g) okres</p>

<sup>1)</sup> vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo  
MPO PO – vzor č. 06 (012011)

Obrázek 5: Jednotný registrační formulář