



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra aplikované matematiky a informatiky

## Bakalářská práce

# Fiktivní firma jako prostředek rozvoje kompetencí k podnikavosti žáků SŠ

Vypracoval/a: Lucie Říhová

Vedoucí práce: RNDr. et PhDr. Jan Fiala, Ph.D.

České Budějovice 2024



# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2020/2021

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Lucie ŘÍHOVÁ**  
Osobní číslo: **E19549**  
Studijní program: **B0413A050023 Ekonomika a management**  
Studijní obor:  
Téma práce: **Fiktivní firmy jako prostředek rozvoje kompetencí k podnikavosti žáků SŠ**  
Zadávající katedra: **Katedra aplikované matematiky a informatiky**

### Zásady pro vypracování

Cílem práce je detekovat vliv zapojení střední školy v projektu fiktivních firem na rozvoj kompetencí žáků k podnikavosti a shrnout zkušenosti učitelů a žáků s tímto projektem.

#### Metodický postup:

1. Teoretická část: Problematika fiktivních firem, možnosti rozvoje kompetencí k podnikavosti žáků SŠ, metody a formy rozvoje kompetencí k podnikavosti žáků SŠ, Centrum fiktivních firem (CEFIF), veletrhy, soutěže pro žáky a školy, procesy vedení fiktivní firmy.
2. Praktická část: Student se seznámí s modelem fiktivních firem, realizuje praxi na SŠ (partnerská škola Písek), která je zapojena do projektu fiktivních firem. Student realizuje dotazníkové šetření, jehož cílem je zjistit vliv účasti školy/jednotlivých žáků v projektu fiktivních firem na jejich zájem o založení skutečného podnikání, a shrme zkušenosti žáků, učitelů a školy s projektem fiktivních firem.
3. Výzkumné metody a postupy: dotazníkové šetření u žáků/učitelů/škol a jeho vyhodnocení se zaměřením na posouzení vlivu výukového konceptu fiktivních firem na rozvoj kompetencí k podnikavosti žáků a na zakládání skutečných podnikání.
4. Závěr a doporučení.

Rozsah pracovní zprávy: **40 – 50 stran**  
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

#### Seznam doporučené literatury:

1. Malach, J. (2015). *Rozvoj a hodnocení smyslu pro iniciativu a podnikavost žáků základních škol*. Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta.
2. Pindáková, E. (2018). *Výchova k podnikavosti žáků na středních školách*. VŠE. Vedoucí práce Marie Fišerová.
3. Časopis Informátor CEFIF.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. et PhDr. Jan Fiala, Ph.D.**  
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání bakalářské práce: 25. ledna 2021  
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2022

  
doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13  
370 05 České Budějovice

  
doc. RNDr. Tomáš Mrkvička, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 25. ledna 2021

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Podpis studenta



## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu práce RNDr. et PhDr. Janu Fialovi, Ph.D. za rady, a hlavně trpělivost při zpracování bakalářské práce





# OBSAH

ÚVOD .....	3
1. Podnikání.....	4
2. Podnikavost .....	5
3. Kompetence k podnikavosti .....	6
3.1. Nápady a příležitosti .....	6
3.2. Zdroje.....	7
3.3. Do akce .....	7
4. Fiktivní firma.....	9
4. 1. Historie fiktivních firem .....	10
4. 2. Obdoby fiktivních firem .....	11
4. 3. Vznik fiktivní firmy .....	12
4. 4. Volba předmětu podnikání.....	13
4. 4. 1. Volný výběr .....	13
4. 4. 2. Spolupráce s reálnou firmou .....	13
4. 4. 3. Dědění fiktivní firmy .....	14
4. 5. Založení fiktivní firmy.....	14
4. 6. Vnitřní struktura fiktivní firmy .....	15
5. CEFIF .....	19
5.1. Úřady CEFIF.....	19
5.1.1. Rejstříkový soud .....	20
5.1.2. Finanční úřad .....	23
5.1.3. Správa sociálního zabezpečení .....	24
5.1.4. ZDRAFIK .....	25
5.1.5. Pojišťovna CEFIF .....	25
5.1.6. Centrální dodavatel .....	27
5.1.7. BANKOVNICTVÍ.....	28
5.2. Soutěže a certifikát CEFIF .....	29
6. Průběh výuky .....	31
7. Metodický postup .....	36
7. 1. Cíl bakalářské práce.....	36
7. 2. Postup práce .....	36
7. 3. Sběr dat .....	36
8. Metodologie.....	37

8. 1. Dotazníkové šetření .....	37
9. Výsledky šetření .....	39
9.1. Výzkumný soubor .....	39
9.2. Výsledky dotazníků .....	39
10. Shrnutí (diskuse) .....	56
11. Závěr .....	58
I. Summary .....	60
II. Seznam literatury .....	61
III. Seznam použitých obrázků, tabulek, grafů, zkratk .....	1
IV. Seznam příloh .....	3
V. Přílohy .....	4

# ÚVOD

Bakalářská práce, která nese název „Fiktivní firmy jako prostředek rozvoje kompetencí k podnikavosti žáků SŠ“ je zaměřena na výukový předmět fiktivní firma, jenž se převážně vyučuje na školách ekonomického typu.

Fiktivní firma, téma bakalářské práce, spojuje několik různých předmětů v jeden. Jedná se převážně o ekonomii a účetnictví, avšak studenti zde využijí i znalosti z obchodní korespondence. Fiktivní firma, předmět jako takový, existuje již delší dobu, avšak až nyní se na středních školách začíná využívat v takovém rozsahu a také dochází k jeho modernizaci.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá vysvětlením toho, co to je fiktivní firma, její historií, procesem založení fiktivní firmy, informacemi o CEFIF a průběhem výuky fiktivní firmy. V praktické části je nejprve popsán cíl, postup práce, popis dotazníkového šetření, rozhovoru a poté jsou analyzovány výsledky. Výsledkem práce je pak vyhodnocení názoru studentů na fiktivní firmy.

Cílem bakalářské práce je zjistit, zda předmět fiktivních firem přispívá k rozvoji kompetencí žáků k podnikavosti.

# 1. Podnikání

Podnikání podle § 2 zákona č. 455/1991 Sb. živnostenský zákon – znění od 15.01.2023: *„je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“*

Starší definice podle § 2 zákona č. 513/1991 Sb. obchodní zákoník – znění od 01.07.2013, který nyní již neplatí a byl nahrazen Zákonem o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), definuje podnikání jako: *„soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“*

Jednotnými znaky podnikání tedy jsou soustavnost, samostatnost, vlastní jméno a odpovědnost a snaha dosáhnout zisku.

Srpová a kolektiv říká, že soustavnost znamená, že se jedná o činnost provozovanou pravidelně, opakovaně. Samostatnost znamená, že činnost je provozována osobně živnostníkem nebo v zastoupení statutárních orgánů. Vlastní jméno pak znamená, že živnostník podniká pod vlastním jménem a příjmením a společnost podniká pod zvoleným názvem, s čímž souvisí i odpovědnost, které nesou oni sami. Hlavním faktorem je úmysl vytvářet zisk, důležité je však, že toho zisku nemusí být dosaženo, hlavní je, že tam ten záměr je.

Podnikat může každý, kdo je plně svéprávný a je trestně bezúhonný, avšak jsou jisté předpoklady, které naznačují, že člověk bude úspěšný. Jedním z těchto předpokladů je podnikavost.

## 2. Podnikavost

Podnikavost je základním pojem, který je úzce spojený se samotným podnikáním. Podle Putnové a Sekničky (2007 str. 92) je podnikavost „*komplex duchovních i materiálních předpokladů k podnikání.*“ Podobně podnikavost vidí i Srpová a Řehoř (2010, str. 31), kteří podnikavost vidí jako „*spojení umu a příslušné aktivity směřující k naplnění smyslu podnikání.*“ Obě tyto definice jsou poměrně obecné a pohlízejí na podnikavost jako na komplex nespecifikovaných schopností, jež pomohou k naplnění cíle podnikání.

S novější a také mnohem přesnější definicí přišla Evropská unie v rámci EntreComp. Definice podle EntreComp (2018, str. 4) je, že podnikání je „*schopnost jednat na základě příležitostí a přeměnit je na hodnotu pro ostatní. Vytvořená hodnota může být finanční, kulturní nebo sociální.*“

Tato definice se zakládá na tom, že člověk je schopný identifikovat určitou příležitost, kterou je schopen poté využít a z ní vytvořit hodnotu, jež má přidanou hodnotu pro ostatní. Tato hodnota může mít více podob. Vychází z toho také to, že člověk musí mít určité znalosti či kompetence k tomu, aby byl schopný vytvořit určitou hodnotu. Tyto kompetence lze označit za kompetence k podnikavosti.

## 3. Kompetence k podnikavosti

Jedná se o schopnosti, které mají člověku pomoci k úspěšnému podnikání. EntreComp (2018) rozděluje kompetence k podnikavosti do třech různých oblastí:

- nápady a příležitosti,
- zdroje,
- do akce.

Každá tato oblast se pak dále rozděluje na pět kompetencí. Dohromady pak podle EntreComp (2018) je celkem patnáct kompetencí, které dopomáhají člověku k podnikatelskému myšlení.

### 3.1. Nápady a příležitosti

Všechny kompetence v této oblasti se pojí právě k nápadům a příležitostem. EntreComp (2018) do této oblasti řadí tyto kompetence:

- vyhledávání příležitostí,
- kreativita,
- vize,
- vyhodnocování nápadů,
- etické a udržitelné myšlení.

Kompetence vyhledávání příležitosti EntreComp (2018) vysvětluje jako schopnost využívat svou kreativitu k rozpoznání příležitosti pro vytvoření určité hodnoty. K tomu slouží průzkum sociální, ekonomického a kulturního prostředí.

Kreativita znamená schopnost rozvíjet myšlenky a inovovat již vzniklé nápady.

Vize má přiblížit, jak si představit budoucnost a jak správně postupovat pro dosažení vizualizované budoucnosti.

Vyhodnocování nápadů má za úkol naučit, jak rozpoznat potenciál nápadů pro vytvoření hodnoty a jak jej využít na maximum.

Poslední kompetencí z této oblasti je etické a udržitelné myšlení. Účelem je schopnost posoudit veškeré důsledky a dopady podnikání jak na společnost, tak i na

životní prostředí. Také schopnost posoudit to, jak dlouhodobá je zvolená vytvořená hodnota a způsob, jakým je tvořena.

### 3.2. Zdroje

Tato oblast je zaměřena více na to, z čeho je potřeba čerpat. Podle EntreComp (2018) sem patří:

- sebeuvědomění a sebevědomí,
- motivace a vytrvalost,
- mobilizace zdrojů,
- finanční a ekonomická gramotnost,
- mobilizace ostatních.

Sebeuvědomění a sebevědomí je jedna z nejdůležitějších kompetencí. Podle EntreComp (2018) je důležité být schopný se zamyslet nad svými silnými a slabými stránkami a analyzovat své potřeby v různých časových horizontech (krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé).

Pro dosažení zvoleného cíle je právě motivace a vytrvalost. Je důležité naučit se trpělivosti a pracovat pod tlakem při neúspěších.

Kromě motivace a vytrvalosti jsou pro splnění zvoleného cíle potřeba i různé zdroje. Většinou se jedná o materiální, nemateriální a digitální zdroje. Důležité je také umět tyto zdroje využít na maximum.

V rámci finanční a ekonomické gramotnosti je dobré zjistit, jaké jsou potřebné náklady, jak plánovat finanční rozhodnutí a jak řídit finance, aby podnikání mohlo fungovat dlouhodobě.

Mobilizace ostatních znamená, jak přesvědčit ostatní, že právě zvolená příležitost je ta pravá pro vytvoření hodnoty. Důležité je se naučit komunikovat, vyjednávat a vést lidi.

### 3.3. Do akce

Kompetence v této oblasti jsou ty, které se využívají už u samotného uskutečnění nápadů. Podle EntreComp (2018) sem spadá:

- převzetí iniciativy,

- plánování a řízení,
- vyrovnávání se s nejistotou, nejednoznačností a rizikem,
- práce s ostatními,
- učit se praxí.

Schopnost převzít iniciativu, pracovat a zodpovídat za plnění úkolů je důležitou kompetencí.

Při plánování a řízení je důležité stanovit cíle (krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé), priority a připravit se na náhlé změny.

Jelikož je úplně běžné, že vše nejde podle předem stanovených plánů, je důležité se vyrovnávat s nejistotou, nejednoznačností a rizikem. Je důležité se umět rozhodnout ve chvíli, kdy je výsledek nejistý a zároveň umět řešit náhlé situace a případné neúspěchy.

Jednou z nejdůležitějších kompetencí je práce s ostatními. Spolupráce v týmu je pro většinu projektů naprosto nezbytná. Kromě kooperace je součástí práce v týmu i řešení konfliktů.

Učit se praxí je jednou z nejlepších možných forem učení, jelikož si člověk hned vyzkouší to, co se naučil. Z této formy učení vlastně vychází fiktivní firmy. Studentům se tak dostává příležitosti učit se praxí bez reálných rizik.



## 4. Fiktivní firma

Definice fiktivní firmy podle Národního ústavu pro vzdělávání říká, že „*fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků středních a vyšších odborných škol. Poskytuje jim možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a znalosti. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena jako, by skutečně existovala. Simuluje reálné procesy, produkty a služby.*“ (nuv.cz, 2011)

Starší definice podle Rotport a Koudely (1997, s. 8) vnímá fiktivní firmy hlavně tak, že „*práce ve fiktivní firmě má co možná nejvíce připomínat práci ve skutečné firmě, pro níž jsou žáci na obchodních akademiích připravováni. Jedině tak je může také pro tuto práci dobře prakticky připravit. Fiktivní firma pracuje jako skutečná firma (výrobní, obchodní, popřípadě dopravní).*“

Čapek (2015, str. 298) to vidí tak, že „*fiktivní firma je virtuální společnost, jejímž cílem je co největší přiblížení se skutečné společnosti, ve které pracují převážně žáci středních škol. Ve fiktivní firmě dochází k uplatňování teoretických poznatků v praxi a k učení pracovat samostatně i v týmu. Žáci si prohlubují získané znalosti z teoretického studia a získávají nové znalosti potřebné pro jejich budoucí povolání.*“

Velmi podobně je to podle Rohlíkové a Vejvodové (2012, str. 68) na tom i další definice, kdy „*fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí a poskytuje studentům možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a rozvíjet znalosti a dovednosti obchodní praxe. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena jako reálná společnost. Simuluje reálné procesy, produkty a služby. Fiktivní firma odpovídá reálné společnosti svojí formou, strukturou a funkcí. Fiktivní firmy spolu obchodují navzájem podle běžných obchodních zvyklostí.*“

Podrobněji lze říci, že „*fiktivní firma odpovídá reálné společnosti svojí formou, strukturou a funkcí, řídí se stejnými právními předpisy, využívá stejné podklady z hospodářské praxe. Fiktivní firmy spolu obchodují navzájem podle běžných obchodních zvyklostí. Její pracovníci uskutečňují všechny základní podnikové činnosti jako jsou např.: nákup, prodej, reklama, písemný i telefonický hospodářský styk, fakturace a účtování, činnosti podnikového sekretariátu.*“ (nuv.cz, 2011)

Za nejaktuálnější, nejpřesnější a nejdůležitější definici fiktivní firmy, lze považovat tuto: „*Fiktivní firma je učební metoda, která prostřednictvím simulace aktivit reálného*

*podnikatelského subjektu rozvíjí podnikatelské kompetence žáků a studentů základních, středních, vyšších odborných a vysokých škol.*“ (Hula, 2022, str. 3)

Veškeré uvedené definice se shodují, že se jedná o předmět, kde se navzájem propojují teoretické znalosti studentů s tím, jak jsou tyto znalosti většinou využívány v praxi, kdy celý předmět je uzpůsobený tak, aby studentům pomohl se připravit na jejich budoucí povolání bez toho, aniž by byli nuceni podstupovat opravdové riziko.

#### 4. 1. Historie fiktivních firem

Jak samotný pojem fiktivní firma, tak celý její koncept se může zdát jako záležitost posledních pár let, ale je tomu naopak. Hula (2022, str. 3) uvádí že, *„Historicky nejstarší doložená FF působila v polském Gdaňsku v 17. století.*“

Avšak k této snaze v 17. století není dostatek zdrojů, které o tom pojednávají. Nelze tak říci, zda byl projekt fiktivní firmy pro manufaktury úspěšný nebo nikoliv. Možné také je, že pouze nejsou dochovány záznamy o těchto zdrojích. Ať už se jedná o jakýkoliv z těchto důvodů, o fiktivních firmách nebylo téměř tři století slyšet.

První zmínka po nejstarší fiktivní firmě v 17. století pak pochází z Německa. Hula (2022. str. 3) tuto situaci popisuje takto: *„Moderní verze fiktivní firmy vznikla v Německu jako součást praktické rekvalifikace nezaměstnaných někdy kolem roku 1975. První centrála byla v Heidelbergu, teprve později vznikla centrála v Essenu.*“

V druhé polovině 20. století na počátku fiktivních firem v Německu, bylo podle Huly (2022) zaznamenáno okolo 175 různých fiktivních firem, jež sloužily k rekvalifikaci nezaměstnaných.

Německo tak učinilo první krok pro moderní fiktivní firmy, i přesto trvalo sedmáct let, než se fiktivní firmy dostaly do České republiky, o něco dříve byly představeny na Slovensku. Představení fiktivních firem pro Českou republiku proběhlo ve Vídni ředitelem obchodní akademie panem Mgr. Peterem Slanařem. Oproti velkému množství fiktivních firem, které byly hned na začátku zaregistrovány v Německu, jich bylo v České republice zaregistrováno pouhých šest. (Hula, 2022)

Jako i všechno ostatní dění v České republice v té době, tak i fiktivní firmy byly ovlivněny politickou situací – rozdělení Československa na dva samostatné státy. České fiktivní firmy se tedy neregistrovaly v Centru Fiktivních Firem v Bratislavě, proto bylo v roce 1992 založeno samostatné centrum pro české fiktivní firmy – Centrum Fiktivních

Firem na VŠE, které bylo původně financováno Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, později však financování převzal Národní ústav odborného vzdělávání. (Lukáš Hula, 2022)

Za významná data v historii fiktivních firem v České republice lze považovat roky 2001 a 2003. V roce 2001 přestal CEFIF (Centrum Fiktivních Firem) působit na VŠE a přešel na Výzkumný ústav odborného školství nyní Národní ústav pro vzdělávání. A rok 2003 kdy se stal CEFIF přidruženým členem EUROPEN-PEN International, což je asociace, jež se zabývá sdružováním fiktivních firem z celého světa.

#### 4. 2. Obdoby fiktivních firem

Fiktivní firmy mají své místo v českém vzdělávání převážně na středních školách, avšak obdobu tohoto projektu lze nalézt v České republice i na vyšších odborných školách či na vysokých školách.

Například ekonomická fakulta na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích má ve své nabídce předmětů Podporu podnikavosti, která je svým cílem totožná s cíli předmětu na středních školách, i když průběh a obsah vyučování se odlišuje. *„Cílem předmětu je podpořit podnikavost studentů Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Co se studenti absolvováním předmětu dozvědí a naučí?*

- *jak rozumět potenciálu k podnikavosti, jeho zdrojům a motivacím;*
- *jaký je rozdíl mezi kreativitou, podnikavostí a podnikáním;*
- *způsoby identifikace podnikatelských příležitostí;*
- *jak založit podnik či neziskovou organizaci;*
- *seznámení se s náležitostmi podnikatelského plánu či projektu neziskové organizace (NNO);*
- *jak kreativně myslet, pracovat v týmu, řídit lidské zdroje a podnik;*
- *informace z oblasti financí, marketingu a práva;*
- *kde získat zdroje financování projektu.“ (Řehoř, 2018)*

Fiktivní firmy se objevují také i v zahraničí a mají mnohem rozšířenější využití než u nás. *„V zahraničí se fiktivních firmy používají i pro vzdělávání dospělých. Kromě studentů vyšších odborných a vysokých škol jimi procházejí i nezaměstnaní*

v rekvalifikaci, handicapovaní lidé, ženy vracející se z mateřské dovolené nebo třeba vězni.” (nuv.cz, 2011) Podle Rohlíkové a Vejvodové (2012) je v zahraničí také využívají firmy pro zaškolování nových zaměstnanců.

Fiktivní firmy mohou sloužit jako základ pro další předměty. Na principech fiktivní firmy byl vystavěn i další předmět na Ekonomické fakultě na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích – předmět Firma 1 a 2.

Studenti Jihočeské univerzity tento předmět absolvují dva semestry po sobě, kdy se věnují své firmě. Rozdíl mezi fiktivní firmou a Firmou 1 a 2 je, že studenti už své produkty neprodávají pouze virtuálně, ale opravdu je prodávají koncovým spotřebitelům. Tento předmět je tedy navíc obohacen i o celý výrobní proces. Hlavní nevýhodou oproti fiktivní firmě v tomto předmětu je, že studenti jsou omezeni množstvím prostředků, jež jsou schopni a ochotni do daného projektu vložit.

#### 4. 3. Vznik fiktivní firmy

*„Vznikem fiktivní firmy myslíme období několik prvních týdnů výuky, kdy je vybrán název, předmět podnikání, je vytvořena a naplněna organizační struktura a začínají se tvořit první propagační materiály, katalogy atd.“* (Hula, 2022, str. 5)

Velmi důležitým faktorem při výuce fiktivní firmy je úplně první hodina, jejímž hlavním cílem je představení myšlenky fiktivních firem žákům a představením základních pravidel. (Hula, 2022)

Základní pravidla pro výuku fiktivních firem jsou:

- *„vyučující je žákům rádcem a pomocníkem, ale odpovědnost za výsledky leží čistě na žácích,*
- *frontální výuka musí být omezena na nezbytné minimum.“* (Hula, 2022, str. 5)

Celý předmět má za cíl v žácích budovat a rozvíjet samostatnost, z čehož vychází i první pravidlo výuky, kdy vyučující je pouze pomocníkem. Žáci se na první hodině, po seznámení s fiktivními firmami, rozdělí do skupinek. Nejčastěji se dělí podle vlastního rozhodnutí a vyučující pak pouze určuje velikost požadovaných skupinek. Velikost skupinek je dána v závislosti na velikosti třídy.

## 4. 4. Volba předmětu podnikání

Dalším krokem žáků v první hodině je volba předmětu podnikání. U fiktivních firem je více způsobů, jakými může vzniknout nápad na předmět podnikání:

- žáci mají volnou ruku při výběru,
- žáci spolupracují s reálnou firmou,
- žáci dědí fiktivní firmy. (Lukáš Hula, 2022)

Učitel již před začátkem vyučování fiktivní firmy sám rozhodne, který z těchto způsobů pro žáky zvolí. Obchodní akademie většinou patří ke školám, které svým žákům nabízejí největší volnost při výběru předmětu podnikání pro fiktivní firmu. Ostatní odborné střední školy volí cestu, která je blízká jejich zaměření, čímž se více snaží propojit teoretické vyučování s praxí. (Lukáš Hula, 2022)

### 4. 4. 1. Volný výběr

Jedná se o variantu s největší volností, kdy žáci mohou naplno využít svou kreativitu. U této varianty však musí žáci dodržovat jistá pravidla:

- „*fiktivní firma nesmí obchodovat s nevhodným zbožím – drogy, tabákové výrobky, alkoholické nápoje, eskortní služby, sexuální pomůcky, kasino apod.*
- *fiktivní firma se nesmí jmenovat stejně jako velká známá firma ani ve variaci tento název připomínající (např. Toyota, Abidas)*
- *obchodní jméno fiktivní firmy nesmí evokovat nevhodná slova, a to ani v cizím jazyce.*“ (Lukáš Hula, 2022, str. 5)

### 4. 4. 2. Spolupráce s reálnou firmou

„*Spolupráce s reálnou firmou posunuje výuku ve fiktivní firmě na vyšší úroveň, nese však s sebou i určitá úskalí.*“ (Hula, 2022, str. 6) Mezi hlavní nevýhodu této varianty podle Huly (2022) je, že takovou firmu, jenž je ochotná se do fiktivních firem zapojit, je velmi obtížné nalézt. Nejčastěji mezi tyto firmy patří společnosti, jež mají se školou dlouhodobou spolupráci, nebo firmy, ve kterých podnikají rodiče studentů. Podle Huly (2022) tento způsob přináší pro žáky hlavně výhody v podobě zkušeností, avšak i pro firmu v tom jsou výhody, kdy firma může své budoucí zaměstnance hledat právě mezi žáky, jenž s nimi

spolupracovali v předmětu fiktivní firma, nebo mohou, díky výrobkům, které poskytnou studentům na veletrhy, získat názory od veřejnosti, která navštíví veletrh fiktivních firem.

#### 4. 4. 3. Dědění fiktivní firmy

*„Dědění firmy spočívá v tom, že žáci si postupně předávají jednu a tu samou firmu a drží tím tradiční obchodní jméno. Noví žáci odkoupí obchodní podíly od svých předchůdců a firma nadále pokračuje ve své činnosti.“* (Hula, 2022, str. 6)

Podle Huly (2022) je nejčastější forma dědění firmy taková, kdy žáci zdědí název firmy, avšak změní předmět podnikání, nebo si mohou žáci starší firmu rozdělit do divizí. Toho je příkladem firma Progress, s. r. o. z Obchodní akademie v Písku, která, podle Huly, patří k dosud nejstarším, avšak stále aktivním českým fiktivním firmám, jež žáci dělí do divizí (například – Progress live).

#### 4. 5. Založení fiktivní firmy

*„Založení fiktivní firmy je oproti založení reálné firmy zjednodušené. Na rozdíl od současné praxe nevyžaduje CEFIF výpis z trestního rejstříku, nevyžaduje souhlas místních orgánů s umístěním provozovny atd.“* (nuv.cz, 2011)

I když je proces založení fiktivní firmy pro žáky zjednodušen, i přesto je zde mnoho podmínek, jež žáci musí splnit.

Zpravidla k založení fiktivní firmy dochází v prvních hodinách výuky poté, co žáci mají již připravený název, formu podnikání a předmět podnikání. Žáci podle Národního ústavu pro vzdělávání (nuv.cz, 2011) nadále potřebují zakládací dokument, zahajovací bilanci a také rozhodnout, jaké prostředky na účtu budou mít k dispozici.

Aby žáci mohli obdržet od CEFIF živnostenský list a výpis z obchodního rejstříku, musí zaslat následující dokumenty:

- *„1x společenskou smlouvu s podpisy společníků,*
- *1x ohlášení živnosti (vyplněné podle předtisku) nebo žádost o koncesi,*
- *1 x návrh na zápis do obchodního rejstříku,*
- *průvodní dopis,*
- *příhlášku plátce daně.“* (nuv.cz, 2011)

Ve chvíli, kdy žáci mají veškeré dokumenty v pořádku, a tedy obdrželi živnostenské listy, výpis z obchodního rejstříku a tím i IČO, musí si v následujícím kroku otevřít účet u některé z fiktivních bank, které žáci zašlou žádost o otevření bankovního účtu načež obdrží smlouvu a podpisový vzor. Pro poslední dva kroky pro dokončení založení fiktivní firmy požaduje Národní ústav pro vzdělávání (nuv.cz, 2011), aby se firma přihlásila k placení zdravotního a sociálního pojištění.

#### 4. 6. Vnitřní struktura fiktivní firmy

*„Fiktivní firma má obdobnou organizační strukturu jako každá jiná firma. Jedinou výjimkou je skutečnost, že fiktivní firma nepotřebuje výrobní oddělení, a tudíž žádné nemá – veškerá případná výroba je také fiktivní a pozice vedoucího výroby není potřeba. Jinak je organizační struktura obdobná jako ve firmě reálné.“* (Lukáš Hula, 2022, str. 7)

Žáci si o vnitřní struktuře fiktivní firmy rozhodují sami během prvních hodin výuky, proto struktura fiktivních firem nemusí být totožná. Každá vnitřní struktura fiktivní firmy se může odlišovat, tedy některé pozice, jež jedna firma má, nemusí u druhé firmy vůbec existovat.

Lukáš Hula (2022) ve své metodice doporučuje pro firmy vytvořit a rozdělit tyto pozice:

- Ředitel fiktivní firmy,
- zástupce ředitele fiktivní firmy,
- sekretariát,
- personálně právní oddělení,
- mzdová účtárna,
- finanční účtárna,
- obchodní a marketingové oddělení.

Další pozice, jež může fiktivní firma vytvořit, jsou ty, které jsou nezbytné k chodu specifického druhu podnikání – například pro fitness centra to mohou být trenéři, či fyzioterapeuti

#### 4. 5. 1. Ředitel fiktivní firmy

Stejně jako reálné společnosti i ty fiktivní musí mít osobu, která je povede. Tuto činnost zastává ředitel fiktivní firmy. Hula (2022, str. 7) popisuje funkci ředitele ve fiktivní firmě

takto: „*jak už název napovídá, ředitel fiktivní firmy řídí její činnosti a zodpovídá za chod firmy. Je pravou rukou vyučujícího, který jeho prostřednictvím zadává hlavní úkoly. Obvykle je to ředitel fiktivní firmy, který reprezentuje fiktivní firmu navenek (např. představení firmy na veletrhu). Do jeho pravomocí spadají i porady.*“

Ředitel má tedy na starost práci ostatních žáků, rozděluje ji, kontroluje ji a popřípadě ji poté prezentuje vyučujícímu či dále na veletrzích fiktivních firem, kde žáci, kromě prezentace své firmy, soutěží i v různých kategoriích, jako je například nejlepší prodejce, či nejlepší fiktivní firma.

Při výběru ředitele jsou podle Huly (2022) tři možnosti:

- Ředitele určí vyučující,
- ředitele si vyberou žáci,
- kombinace výběru ředitele a žáků.

Pokud se firma rozhodne pro první variantu, kdy ředitele určí vyučující, rozhoduje zde učitel podle znalostí, schopností a dovedností žáků. Podle Huly (2022) by si zde vyučující měli také vybrat studenta, u kterého ví, že s nimi bude dobře spolupracovat. Hlavní nevýhodou této varianty je, že tím žáci přicházejí o svobodu rozhodování.

U druhé varianty, kdy si ředitele vyberou žáci, je podle Huly (2022) největším rizikem to, že žáci mohou vybrat studenta, jenž na tuto pozici není vhodný, čistě z důvodů oblíbenosti či lhostejnosti.

Naopak Hula (2022) doporučuje třetí variantu, tedy kombinaci výběru ředitele a žáků. Tento výběr probíhá tak, že učitel vybere menší skupinku žáků, většinou se jedná o dva až tři žáky. U těchto žáků učitel předpokládá, že mají potenciál na to, být dobrým ředitelem fiktivní firmy. Následně studenti vybírají, kdo se z těchto vybraných studentů stane ředitelem jejich fiktivní firmy. Výhoda toho je, že učitel tak má vliv na výběr a žáci mají pořád možnost volby.

#### 4. 5. 2. Ostatní funkce ve fiktivní firmě

Zástupce ředitele fiktivní firmy

Jedná se o důležitou pozici, zejména jako podpora ředitele fiktivní firmy, neboť „*pro něj platí prakticky to samé, co pro ředitele. Tito žáci spolu úzce spolupracují a podílejí se na chodu firmy.*“ (Lukáš Hula, 2022, str. 8)



## Sekretariát

Jedná se o další pozici, jenž úzce spolupracuje jak s ředitelem fiktivní firmy, tak jeho zástupcem. „*Stejně jako v reálu je potřeba evidovat příchozí a odchozí poštu, dělat zápisy z porad, spravovat e-mailovou schránku firmy, spravovat veškerou dokumentaci fiktivní firmy atd.*“ (Lukáš Hula, 2022, str. 8)

## Personálně právní oddělení

Skutečné společnosti zpravidla mívají personální oddělení a právní oddělení. Hula (2022, str. 8.) vysvětluje, že „*pro účely fiktivní firmy spojujeme tato dvě oddělení do jednoho. Důvodem je jejich rozdílná vytíženost v průběhu životního cyklu firmy.*“

## Mzdová účtárna

Podle Huly (2022) je mzdová účtárna jedno z oddělení, jenž firma může jednoduše vynechat tím, že se jej rozhodne sloučit a tím přesunout jeho povinnosti na jiné oddělení či pozici. Nejčastěji se spojuje s finanční účtárnou nebo s personálně právním oddělením. Pokud se firma rozhodne mzdovou účtárnu nevynechat, má na starost vedení mezd, zdravotní a sociální pojištění.

## Finanční účtárna

Hula (2022) uvádí, že je toto oddělení totožné s jeho reálnou podobou, kdy i pro fiktivní firmy je doporučované, aby používaly účetní software.

## Obchodní a marketingové oddělení

Mezi hlavní činnosti tohoto oddělení patří:

- *„Zpracovává katalog zboží;*
- *připravuje hlavičkový papír, vizitky, letáky apod.;*
- *připravuje logo/slogan firmy;*
- *spravuje webové stránky;*
- *spravuje sociální média firmy;*
- *připravuje promo akce;*
- *je ve styku s obchodními partnery;*
- *je ve styku s Centrálním dodavatelem;*
- *zajišťuje nákup zboží od ostatních fiktivních firem.“ (Hula, 2022, str. 10)*

## 5. CEFIF

CEFIF je zkratka pro Centrum fiktivních firem. „*Úkolem CEFIF je koordinovat činnost sítě fiktivních firem v České republice, poskytovat podporu a poradenství žákům a učitelům působícím ve fiktivních firmách. CEFIF je členem mezinárodní sítě PEN Worldwide, která sdružuje fiktivní firmy z celého světa.*“ (nuv.cz, 2011)

### 5.1. Úřady CEFIF

Stejně jako ve skutečném světě, i ve světě fiktivních firem jsou úřady, které dohlíží na jejich činnost. „*Úřadem CEFIF je míněna každá instituce, kterou vede CEFIF, která poskytuje služby fiktivním firmám či učitelům a žákům. Nemusí se vždy jednat o úřad v pravém slova smyslu.*“ (nuv.cz, 2011)

Hula (2022, str. 10) vidí hlavní rozdíl oproti realitě v tom, že „*úřady CEFIF mají své účty u všech fiktivních bank v ČR. Neexistuje tedy jeden centrální účet jako v reálu, ale několik. Platí zásada, že banka platí na účet u té banky, u které má sama vedený účet.*“

Seznam úřadů podle Národního ústavu pro vzdělávání (nuv.cz, 2011), které v únoru 2022 působily na CEFIF:

- rejstříkový soud
- živnostenský úřad
- finanční úřad
- správa sociálního zabezpečení
- ZDRAFIK – fiktivní zdravotní pojišťovna
- pojišťovna CEFIF
- centrální dodavatel
- FIBA banka
- CEFIFBANKA

### 5.1.1. Rejstříkový soud

Podle § 42 zákona č. 304/2013 Sb. o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob – znění od 1. 7. 2023 „*Do obchodního rejstříku se zapisují*

*a) Obchodní společnosti a družstva podle zákona upravujícího právní poměry obchodních společností a družstev,*

*b) fyzické osoby,*

*1. které jsou podnikateli, mají bydliště v České republice a požádají o zápis, a*

*2. uvedené v § 43, které podnikají na území České republiky, a požádají o zápis,*

*c) další osoby, stanoví-li povinnost jejich zápisu tento nebo jiný zákon.“*

Dále podle § 2 zákona č. 304/2013 Sb. o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob – znění od 1. 7. 2023 „*rejstříkový soud zveřejní zápis do veřejného rejstříku, jeho změnu nebo výmaz (dále jen „zápis“), jakož i uložení listin, včetně listin v elektronické podobě (dále jen „listina“) do sbírky listin bez zbytečného odkladu po zápisu.“*

Podle § 7 zákona č. 304/2013 Sb. o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob – znění od 1. 7. 2023 „*ministerstvo financí uveřejní způsobem umožňujícím dálkový přístup informace o osobách zapsaných v České republice a údaje o tom, ve kterém veřejném rejstříku jsou tyto osoby zapsány, zahrnující*

*a) jméno,*

*b) den vzniku právnické osoby, den jejího zrušení s uvedením právního důvodu a den jejího zániku,*

*c) sídlo, adresu místa pobytu, popřípadě také bydliště, liší-li se od adresy místa pobytu,*

*d) identifikační číslo osoby, bylo-li jí přiděleno,*

*e) účel nebo předmět činnosti,*

*f) jméno, adresu sídla nebo místa pobytu, popřípadě také bydliště, liší-li se od adresy místa pobytu, každého člena statutárního orgánu spolu s uvedením způsobu, jakým právnickou osobu zastupuje, a den vzniku a zániku výkonu funkce,*

g) členství v právnické osobě a její jméno, je-li členem právnické osoby,

h) členství v orgánu právnické osoby a její jméno, je-li členem orgánu právnické osoby,

i) označení rejstříku, ve kterém je osoba zapsána. “

Podle Národního ústavu pro vzdělávání je „obchodní rejstřík veřejný registr (seznam), ve kterém jsou evidovány subjekty (podniky, společnosti, organizace a organizační složky), kterým to ukládá zákon. Zápis do obchodního rejstříku provádí rejstříkový soud, který je podřízený Ministerstvu spravedlnosti. V obchodním rejstříku jsou uvedeny základní identifikační údaje subjektu (např. u s. r. o. předmět činnosti, členové statutárního orgánu, struktura majetku a další klíčové informace související se subjektem).“ (nuv.cz, 2011)

Z toho vyplývá, že rejstříkový soud jako úřad CEFIF plní totožnou funkci jako reálný rejstříkový soud. Rozdílem je, že obchodní rejstřík fiktivních firem nemá vlastní webovou stránku, ale lze nalézt na CEFIF portálu.

Živnostenský úřad

V České republice se živnostenský úřad rozděluje do tří různých instancí a to na: obecní živnostenské úřady, krajské živnostenské úřady a Živnostenský úřad České republiky.

§ 1 zákona č. 570/1991 Sb. o živnostenských úřadech – znění od 1. 1. 2015 definuje živnostenské úřady jako:

„a) obecní živnostenské úřady, kterými jsou odbory obecních úřadů obcí s rozšířenou působností, a na území hlavního města Prahy živnostenské odbory úřadů městských částí určených Statutem hlavního města Prahy,

b) krajské živnostenské úřady, kterými jsou odbory krajských úřadů, a na území hlavního města Prahy živnostenský odbor Magistrátu hlavního města Prahy,

c) Živnostenský úřad České republiky.“

Tyto tři typy spolu tvoří jeden funkční celek, jenž rozhoduje, koordinuje a řídí živnostenské podnikání v našem státě. Jednotlivé typy fungují i pracují sami za sebe, každý z nich plní jiné funkce, provádí jiné činnosti a má rozlišné pravomoci.

Dále podle § 2 zákona č. 570/1991 Sb. o živnostenských úřadech – znění od 1. 1. 2015 „obecní živnostenský úřad vykonává činnosti v rozsahu stanoveném živnostenským

*zákonem, plní další úkoly stanovené zvláštními právními předpisy a dále jako centrální registrační místo*

*a) přijímá přihlášky k registraci nebo oznámení určené správci daně od osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění,*

*b) přijímá oznámení a hlášení v oblasti sociálního zabezpečení od fyzických osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění, a to v rozsahu stanoveném zvláštními právními předpisy,*

*c) přijímá oznámení osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění o vzniku volných pracovních míst nebo jejich obsazení,*

*d) přijímá oznámení a hlášení fyzických osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění vůči zdravotním pojišťovnám v rozsahu stanoveném zvláštním právním předpisem.“*

Také je dle § 2 odst. 3 zákona č. 570/1991 Sb. o živnostenských úřadech – znění od 1. 1. 2015 „*obecní živnostenský úřad provozovatelem živnostenského rejstříku.*“

Dle § 3 zákona č. 570/1991 Sb. o živnostenských úřadech – znění od 1. 1. 2015 „*krajský živnostenský úřad*

*a) vykonává řídicí, koordinační, kontrolní a metodickou činnost, a to včetně výkonu funkce centrálních registračních míst a jednotných kontaktních míst, vůči obecním živnostenským úřadům ve svém správním obvodu; obecním živnostenským úřadům ve svém správním obvodu může nařídít provedení živnostenské kontroly,*

*b) rozhoduje o odvolání proti rozhodnutím obecních živnostenských úřadů ve svém správním obvodu,*

*c) spolupracuje na úseku živnostenského podnikání s příslušnými správními úřady, v jejichž působnosti jsou odvětví, ve kterých se provozuje živnostenské podnikání, s hospodářskými komorami, podnikatelskými svazy a sdruženími,*

*d) je oprávněn vyžadovat od ústředních správních úřadů potřebná stanoviska a vyjádření,*

*e) je provozovatelem živnostenského rejstříku,*

*f) plní další úkoly stanovené zvláštními právními předpisy.“*

Národní ústav pro vzdělávání (2011) udává, že živnostenský rejstřík „je veřejným registrem (seznamem), ve kterém jsou evidovány podnikatelské subjekty, kterým to ukládá zákon.“

Živnostenský úřad provádí pro fiktivní firmy různé druhy aktivit, jež popisuje právě Národní ústav pro vzdělávání.

„Živnostenský úřad:

- vykonává činnosti v rozsahu stanoveném zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) a zák. č. 130/2008 Sb. ve znění pozdějších předpisů, dále jen „živnostenský zákon“,
- provádí živnostenskou kontrolu a ukládá pokuty za porušení povinností podle živnostenského zákona,
- plní další úkoly stanovené zvláštními právními předpisy,
- vede živnostenský rejstřík a podává informace o zápisech v ŽR,
- vydává výpisy z živnostenského rejstříku,
- a další činnosti.“ (nuv.cz, 2011)

Při porovnání funkcí a činností živnostenského úřadu fungujícího v České republice, a popisu živnostenského úřadu od CEFIF pro fiktivní firmy podle Národního ústavu pro vzdělávání, lze vidět, že opravdu fungují na témže principu a jsou téměř identické.

### 5.1.2. Finanční úřad

Podle zákona č. 280/2009 Sb. v reálné situaci každému daňovému subjektu (fyzické osobě nebo právnické osobě) vzniká povinnost k jednotlivým daním, a tedy si i k nim podat přihlášku.

Stejně tak se i fiktivní firmy registrují k jednotlivým daním, k některým musí povinně, další jsou dobrovolné. „Fiktivní firmy se musí povinně přihlásit k těmto daním:

- *Dani z příjmu*
- *Dani ze závislé činnosti a funkčních požitků”* (nuv.cz, 2011)

Kromě těchto daní i Národní ústav pro vzdělávání doporučuje, aby se firma přihlásila i k platbě DPH (daně z přidané hodnoty), neboť tím je podmíněné vydání certifikátu studentům o jejich práci ve fiktivní firmě. (nuv.cz, 2011)

Fiktivní firmy jsou tedy povinny platit daně, stejně jako reálné podniky a stejně tak se k jejich platbě musí přihlásit.

Hlavním rozdílem mezi klasickými firmami a fiktivními firmami je jejich místní příslušnost.

Pro reálné firmy platí, že „místní příslušnost správce daně, není-li stanoveno jinak v tomto nebo ve zvláštním zákoně, se řídí u právnické osoby místem jejího sídla v České republice a u fyzické osoby bydlištěm v České republice, jinak místem, kde se převážně zdržuje, tj. v němž pobývá nejvíce dnů v roce. Pro účely tohoto zákona se rozumí bydlištěm fyzické osoby místo trvalého pobytu.“ (Zákon č. 337/1992 Sb.)

Zatímco podle Národního ústavu pro vzdělávání (2011) pro fiktivní firmy platí, že jsou místě příslušné k finančnímu úřadu v Praze.

### 5.1.3. Správa sociálního zabezpečení

Podle Huly (2022) je správa sociálního zabezpečení pro fiktivní firmy alternativou pro Českou Správu sociálního zabezpečení.

V metodice výuky ve fiktivní firmě se uvádí, že „*všichni žáci mají povinnost se přihlásit k platbě sociálního pojištění.*“ (Hula, 2022, str. 12) Důvodem, proč se sociální pojištění pro fiktivní firmy řeší je, že „*pravidelné odvody sociálního pojištění jsou jedním z předpokladů pro udělení osvědčení o práci ve fiktivní firmě.*“ (nuv.cz, 2011)

První rozdíl u správy sociálního zabezpečení pro fiktivní a skutečné firmy je místní příslušnost.

„*Pro všechny fiktivní firmy je místně příslušná Česká správa sociálního zabezpečení se sídlem v Praze.*“ (nuv.cz, 2011)

Místní příslušnost pro reálné společnosti se řídí zákonem č. 582/1991 Sb., o organizaci a provádění sociálního zabezpečení.

Místní příslušnost se tedy podle zákona řídí:

- místem trvalého pobytu občana nebo místem hlášeného pobytu,
- sídlem zaměstnavatele,
- místem útvaru zaměstnavatele, kde zaměstnavatel vede evidenci mezd či platů,
- trvalého pobytu fyzické osoby,



- místem výkonu zaměstnanců (pokud společnost nemá v ČR trvalý ani hlášený pobyt),
- místem výkonu samostatné výdělečné činnosti,

Místní příslušnost pro fiktivní firmy je značně zjednodušena – pouze na Prahu, zatímco pro reálné společnosti je zde mnoho faktorů.

Jedním z dalších rozdílů je také samotná výplata dávek. Dávky pro fiktivní firmy se vyplácejí následovně:

- „1. – 3. den nemoci nikdo,
- 4. – 21. den nemoci zaměstnavatel,
- 22. a další den nemoci OOSZ“ (nuv.cz, 2011)

Podle Národního ústavu pro vzdělávání žákům nemoc vždy končí 21. den, tedy v rámci procvičování nikdy nedochází k výplatě nemocenské dávky OOSZ. Hrají zde roli i jiné faktory než zjednodušení – například to, že nemají vlastní účty v bance.

Pro skutečné společnosti platí, že „v prvních dvou týdnech trvání dočasné pracovní neschopnosti vyplácí zaměstnavatel náhradu mzdy, a to za pracovní dny. Od 15. dne trvání pracovní neschopnosti vyplácí nemocenské (OSSZ), a to za kalendářní dny (tj. včetně víkendů a svátků).“ (cssz.cz, 2023)

V postupu pro fiktivní firmy je tedy navíc krok, kdy pro první až třetí den nemoci nemocenskou dávku nikdo nevyplácí, také je rozdíl v počtu dnů, které proplácí zaměstnavatel.

#### 5.1.4. ZDRAFIK

Podle Huly (2022, str. 12) se jedná o alternativu k Všeobecné zdravotní pojišťovně pro fiktivní firmy a platí zde stejná pravidla, jako u sociálního zabezpečení. Studenti tak mají povinnost se přihlásit k jeho platbě.

Podle Metodiky výuky ve fiktivní firmě se vše související se zdravotním pojištěním provádí přes portál – CEFIF portál.

#### 5.1.5. Pojišťovna CEFIF

„Tato pojišťovna poskytuje fiktivním firmám zákonem povinně uložená pojištění. Jedná se o:

- *odpovědnost zaměstnavatele za zaměstnance a případnou škodu,*
- *povinné pojištění pro cestovní kanceláře proti úpadku.*“ (nuv.cz, 2011)

Na webové stránce Národního ústavu pro vzdělávání je postup pro uskutečnění obou pojištění, jež je v prvním kroku totožný – jedná se o vyplnění přihlášky. Druhým krokem je, že fiktivní firmy mají pravidelně platit pojistné poplatky pojišťovně CEFIF. Liší se zde pouze stanovené intervaly. Pro pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za zaměstnance a případnou škodu je interval stanoven čtvrtletně. Pro povinné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku je interval Národním ústavem pro vzdělávání uveden jako – pravidelný, není ale blíže časově specifikovaný.

Skutečné společnosti pak mají také povinná pojištění. Jedná se o pojištění odpovědnosti zaměstnavatele za zaměstnance a případnou škodu. „*Povinnost platit pojistné vzniká zaměstnavateli, zaměstnává-li alespoň jednoho zaměstnance.*“ (Vyhláška č. 125/1993 Sb.)

Pro cestovní kanceláře je udává zákon č. 159/1999 Sb. Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. „*Cestovní kancelář je povinna sjednat pojištění záruky pro případ úpadku nebo bankovní záruku pro případ úpadku na základě, kterých vzniká zákazníkovi cestovní kanceláře právo na plnění v případech, kdy cestovní kancelář z důvodu svého úpadku*

- *neposkytne zákazníkovi repatriaci,*
- *nevrátí zákazníkovi zaplacenou zálohu nebo cenu zájezdu včetně ceny zaplacené za poukaz na zájezd v případě neuskutečnění zájezdu, nebo*
- *nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil pouze zčásti.*“ (Zákon č. 159/1999 Sb.)

Typy zákonného pojištění, které musí mít fiktivní firmy, jsou totožné i pro skutečné společnosti. Tímto tak fiktivní firmy pro studenti zrcadlí realitu pojištění v podnikání.

Metodika výuky fiktivních firem dále uvádí, že další pojištění jsou na dohodě mezi jednotlivými fiktivními firmami a pojišťovnou CEFIF.

Další pojištění, která pojišťovna CEFIF fiktivním firmám nabízí, se rozděluje do dvou kategorií:

- Pro právnické osoby,
- pro fyzické osoby.

Pojištění pro právnické osoby, které pojišťovna CEFIF nabízí, jsou následující:

- *„Živelné pojištění,*
- *pojištění pro případ krádeže a loupežného přepadení,*
- *pojištění technických rizik,*
- *pojištění odpovědnosti za škody,*
- *havarijní pojištění.“* (nuv.cz, 2011)

A u pojištění pro fyzické osoby se jedná o:

- *„životní pojištění*
- *úrazové pojištění*
- *cestovní pojištění (pojištění léčebných výloh při cestách do zahraničí).“* (nuv.cz, 2011)

### 5.1.6. Centrální dodavatel

Centrální dodavatel pro fiktivní firmy je jedna z mála záležitostí, jež je specifická pro fiktivní firmy a neprolíná se do skutečného světa podnikání.

*„Centrální dodavatel je dodavatel, který fiktivním firmám dodává zboží pro jejich podnikání.“* (Hula, 2022, str. 12) Podle Národního ústavu pro vzdělávání je hlavním úkolem centrálního dodavatele pokrývat výpadky nebo mezery v dodávkách pro fiktivní firmy. *„Pokud neseženete zboží ani u fiktivních firem v ČR ani u fiktivních firem zahraničních, je zde pro Vás Centrální dodavatel CEFIF.“* (nuv.cz, 2011)

Hula (2022) v metodice výuky fiktivních firem studentům doporučuje přes centrálního dodavatele nakupovat pouze zboží pro další prodej. Ceny zboží jsou navrhovány fiktivní firmou, která zboží objednává, pokud se jedná o cenu obvyklou, je ihned schválena CEFIF pracovníkem a následuje vystavení faktury pro fiktivní firmu (pro ni se jedná o přijatou fakturu), čímž je celý nákup od centrálního dodavatele uzavřen. Hula dále

upozorňuje na další možnou variantu, která může nastat ve chvíli, kdy fiktivní firma do své objednávky neuvede cenu za zboží, jež by byla obvyklá. V tu chvíli je celá objednávka vrácena fiktivní firmě společně s vysvětlením.

Účelem existence centrálního dodavatele, kromě pokrytí dodávek pro fiktivní firmy, je také procvičení výpočtu DPH pro žáky. Proto je centrální dodavatel plátcem DPH. Procvičení výpočtu DPH žáky spočívá v tom, že „*fiktivní firma musí také správně uvést sazbu DPH a také vypočítat její výši.*“ (Hula, 2022, str.13)

### 5.1.7. BANKOVNICTVÍ

Fiktivní banky jsou nedílnou součástí celého systému fiktivní firem, stejně jakou jsou skutečné banky nedílnou součástí skutečného trhu. Hula (2022) říká, že každá fiktivní firma je povinna mít vlastní fiktivní bankovní účet, kdy je důraz kladen na fakt, že každá fiktivní firma má mít založen pouze jeden bankovní účet.

Banky využívané fiktivními firmami se rozdělují na tři kategorie:

- Fiktivní banky,
- CEFIF banka,
- FIBA banka.

#### Fiktivní banka

Jedná se o „*fiktivní banku, která je operována přímo žáky fiktivní banky.*“ (Lukáš Hula, 2022, str. 13) Tedy tato banka je na stejné úrovni, jako ostatní fiktivní firmy, je vedena žáky a nikdo z pracovníků CEFIF do jejího chodu nezasahuje. Lukáš Hula (2022) v metodice výuky fiktivních firem doporučuje, že tento typ banky by měl být hlavní bankou, jenž bude fiktivní firma využívat.

#### CEFIF banka

Naopak „*CEFIF banka je banka provozovaná CEFIF.*“ (Lukáš Hula, 2022, str. 13)

Podle Národního ústavu pro vzdělávání „*je CEFIF BANKA komerční banka, která zajišťuje platební transakce mezi českými fiktivními firmami, popřípadě mezi fiktivní firmou a některým z úřadů CEFIF.*“ (nuv.cz, 2011) Lze tedy říci, že CEFIF banka slouží pouze k tuzemským transakcím. I zde je však výjimka. S účtem u CEFIF banky lze

obchodovat i se zahraničím, avšak „*musí použít formuláře pro platby do zahraničí.*“ (nuv.cz, 2011)

## FIBA banka

„*Banka FIBA zabezpečuje platební styk českých fiktivních firem se zahraničím. Účet je veden v eurech.*“ (nuv.cz, 2011)

V metodice výuky fiktivních firem je uvedeno, že FIBA banka slouží k „*propojení české a mezinárodní databáze fiktivních firem budou umožněny mezinárodní platební příkazy prostřednictvím e-bankingu a tato banka bude zrušena.*“ (Hula, 2022, str. 13)

Obě definice se shodují v tom, že účet u FIBA banky fiktivní firmy využívají, pokud mají zájem i o mezinárodní platební styky, avšak podle Huly (2022) bude v budoucnu tato banka zrušena. Důvodem může být, že i CEFIF banka lze využít k mezinárodním platebním stykům.

## 5.2. Soutěže a certifikát CEFIF

CEFIF v rámci celého projektu vyhláší dvě hlavní soutěže. První je soutěž o nejlepší slogan. „*Posuzovat budeme vazbu k předmětu podnikání, údernost, vtipnost, smysl, zapamatovatelnost. Pokud máte veršovaný slogan, tak prosíme dbejte na to, aby se shodoval rytmus a pokud možno počet slabik.*“ (nuv.cz, 2011)

Druhá soutěž je o nejlepší vizitku, žáci se zde musí zaměřit na její grafickou podobu, správné rozměry a zda se celý vzhled vizitky hodí ke zvolenému předmětu podnikání. (nuv.cz, 2011)

CEFIF poskytuje studentům možnost získat certifikát, který potvrzuje jejich vynikající práci a získané zkušenosti v práci ve fiktivní firmě. „*Fiktivní firma, která splní všechna níže uvedená kritéria může požádat CEFIF o udělení Certifikátu o práci ve fiktivní firmě. Tento certifikát nedostanou všichni žáci, ale je určen jenom těm nejlepším (zhruba jedné čtvrtině žáků). O certifikát požádá vyučující fiktivní firmy.*“ (nuv.cz, 2011) Tento certifikát se může v budoucnu velmi vyjímat v životopisu, avšak podmínky pro jeho získání jsou striktní.

„*Kritéria pro udělení certifikátu:*

- *Celková hodinová dotace minimálně tři týdenní vyučovací hodiny celkem za studium (možnost např. i 2 roky po 2 hodinách týdně).*

- *Účast firmy na dvou regionálních nebo jednom mezinárodním veletrhu fiktivních firem (žák, který certifikát obdrží, se musí osobně zúčastnit alespoň jednoho veletrhu).*
- *Firma je úspěšně založena nebo úspěšně prošla změnou vlastníků.*
- *Firma je přihlášena a odevzdává vyplněné formuláře zdravotního pojištění (nejméně 5 po sobě jdoucích měsíců).*
- *Firma je přihlášena a odevzdává vyplněné formuláře sociálního pojištění (nejméně 5 po sobě jdoucích měsíců).*
- *Firma je registrována na finančním úřadě k dani z příjmu a k DPH a nejméně jednou odevzdala přiznání k dani z příjmu.*

*Vyučující má nárok navrhnout až 1/4 žáků fiktivní firmy na zisk našeho certifikátu. Při obchodování se zahraničím, nebo velmi dobrých výsledcích firmy na veletrzích, je možné individuálně s CEFIF vyjednat několik certifikátů navíc. Pokud firma nesplňuje všechny výše uvedené podmínky, tak má nárok na 1 certifikát. “ (nuv.cz, 2011)*

## 6. Průběh výuky

V průběhu úplně první vyučovací hodiny fiktivní firmy je hlavním cílem seznámit žáky s tím, co to fiktivní firma je a co daný předmět obnáší. Dalším bodem první hodiny zpravidla bývá i rozdělení žáků do skupin, které později budou tvořit jednotlivé fiktivní firmy.

V následujících několika hodinách žáci využívají hlavně své kreativní myšlení, kdy se mezi sebou rozhodují o předmětu podnikání jejich budoucí firmy. V této fázi výuky je k získávání nápadů nejvhodnější využívat brainstorming nebo v případě, že někteří žáci mají problém s vyjadřováním svých nápadů před celou skupinkou, brainwritting. Trvání této části záleží na kreativních schopnostech členů firmy a zároveň na jejich schopnosti se mezi sebou dohodnout.

Ve chvíli, kdy mají žáci jasno o svém předmětu podnikání, přichází čas na zvolení vhodného obchodního jména. I pro tuto fázi je vhodné využít metody brainstormingu nebo brainwrittingu.

Pokud žáci spolupracují s reálnou firmou, zcela jim odpadá část vymýšlení předmětu podnikání a zpravidla i obchodního jména.

Další možností je, že fiktivní firmu dědí. V tu chvíli záleží, v jakém rozsahu ji dědí. Pokud dědí fiktivní firmu jako celek – jak obchodní název, tak i předmět podnikání, tak stejně jako u spolupráce s reálnou firmou jim odpadá vymýšlení předmětu podnikání a obchodního jména. U druhé varianty, kdy žáci dědí pouze název, je čeká proces vymýšlení předmětu podnikání.

Také se v tuto chvíli rozhoduje o formě podnikání pro fiktivní firmu, a tedy zda bude firma podnikat jako fyzická osoba (tato forma se zpravidla volí, pokud škola nemá dostatek financí, či studentů) nebo právnická osoba (jedná se o nejčastější formu podnikání pro fiktivní firmy).

Náplní dalších hodin je pro žáky rozdělení funkcí uvnitř fiktivní firmy. Tato fáze se zakládá hlavně na spolupráci žáků mezi sebou, neboť oni se rozhodují, kdo bude jakou funkci vykonávat. Nejdůležitější funkcí, kterou si žáci volí, je ředitel fiktivní firmy, neboť zodpovídá za chod a reprezentaci fiktivní firmy.

Založení fiktivní firmy nastává ve chvíli, kdy mají žáci jasné tyto věci:

- předmět podnikání,

- obchodní název,
- formu podnikání,
- organizační strukturu.

Registrace fiktivní firmy probíhá na webu CEFIF portál. Zde žáci vyplní údaje o své fiktivní firmě.

**Registrace - fyzická osoba**

Registrace nové firmy

Jméno fiktivní firmy \*

Emailová adresa fiktivní firmy \*

Kontrolní emailová adresa \*

**Upozornění:**  
 Nově vznikající fiktivní firma ve své nabídce zboží a služeb nesmí nabízet: tvrdý alkohol, tabák, tabákové výrobky, erotické pomůcky, erotické maloy, eskortní služby, hazardní hry, drogy apod. Pokud fiktivní firma obchoduje s plivem a vlnem, nesmí je prodávat osobám mladším 18 let (což platí striktně pro jakýkoliv věleřhy). Firma, která toto poruší, může být zrušena!

Předm. předmět podnikání \*

Datum ukončení činnosti  Firma se dědí a nebude smazána  
 Ukončení činnosti podnikání k datu

Firma bude automaticky smazána ze systému 2 měsíce po ukončení činnosti

Exportovat

Ověřovací kód \*

Stav

**Adresa firmy**

Název školy \*

Ulice a č.p. \*

Město \*

PSČ \*

PSČ zadávejte ve tvaru XXXXX (bez mezer).

Email učitele \*

Prosíme, vyplňujte pracovní e-mail, který nepodléhá ustanovením GDPR. E-mail bude využit pro rozesílání informačních e-mailů.

Fiktivní rodné číslo \*

Uvedte RČ zapisované osoby bez lomítka, tj. ve tvaru XXXXXXZZZZ. Toto číslo nesmí být dělitelné 11.

Typ společnosti

Poznámka

Obrázek 1 - Registrace fiktivní firmy jako fyzické osoby

(Zdroj: www.nuv.cz)



Registrace PO - Spol. s.r.o.

### Registrace nové firmy

Jméno fiktivní firmy \*

Emailová adresa fiktivní firmy \*

Kontrolní emailová adresa \*

Ověřovací kód \*

**Upozornění:**

Nově vznikající fiktivní firma ve své nabídce zboží a služeb nesmí nabízet: tvrdý alkohol, tabák, tabákové výrobky, erotické pomůcky, erotické malby, eskortní služby, hazardní hry, drogy apod. Pokud fiktivní firma obchoduje s pivem a vínem, nesmí je prodávat osobám mladším 18 let (což platí striktně pro jakékoliv veletrhy). Firma, která toto poruší, může být zrušena!

Předmět podnikání

Datum ukončení činnosti

Firma se dělí a nebude smazána

Ukončení činnosti podnikání k datu

Firma bude automaticky smazána ze systému 2 měsíce po ukončení činnosti

Exportovat

Stav  Čeká na schválení

**Šídlo firmy**

Název školy \*

Ulice a č.p. \*

Město \*

PSČ \*

PSČ zadávejte ve tvaru XXXXX (bez mezer).

Email uštěle \*

Prostředím, vyplňujte pracovní e-mail, který nepodléhá ustanovením GDPR. E-mail bude využit pro rozestání informačních e-mailů.

Typ společnosti  Společnost s ručením omezeným

Poznámka

**Info:** Pokud již máte přidělené IČ, vyplňte tuto informaci do poznámky  
Do poznámky zadejte náhradní jméno firmy pro případ, že by to první Vámi uvedené nebylo možné schválit.

Obrázek 2 - Registrace fiktivní firmy jako právnické osoby

(Zdroj: www.nuv.cz)

Po vyplnění a odeslání registrace žáci vyplní dotazník týkající se jejich fiktivní firmy, formulář pro živnostenský úřad pro vystavení živnostenského listu a poté i návrh na zapsání do obchodního rejstříku.

V následujících hodinách pak žáci opět pracují na více kreativních činnostech. Navrhují logo a slogan, které jejich firmu nejvíce vystihují, vytváří vizitky pro jednotlivé zaměstnance fiktivní firmy. Některé fiktivní firmy si vytváří i design pro své razítko, jež si poté nechají vyrobit.



Obrázek 3 - Vizitka fiktivní firmy CUBEFIT s. r. o.

(Zdroj: vlastní zpracování, 2017)

V této fázi vyučování se také fiktivní firma rozhoduje, jaké přesně služby nebo produkty bude nabízet a jaká bude jejich prodejní cena. Nejčastěji žáci zpracovávají nabídku své fiktivní firmy v podobě letáku, v němž jsou uvedené veškeré nabízené produkty či služby.

Ve chvíli, kdy má fiktivní firma vytvořenou svou vlastní nabídku, se žáci zpravidla zabývají nákupem od dodavatelů a prodejem odběratelům. Díky tomu se učí vyplňovat potřebné doklady (pokladní doklady a faktury) a později tyto operace i účtují. Zabývají se také tvorbou a účtováním mezd, pojištění a daňového přiznání.

Administrativní činnosti jsou i nadále prokládány těmi kreativními. Žáci vytváří nástěnku nebo stánek, jenž reprezentuje jejich firmu. Tento stánek, kromě jiného, využijí, pokud se firma zúčastní veletrhu fiktivních firem.



Obrázek 4 - Nástěnka vytvořená fiktivní firmou CUBEFIT s. r. o.

(Zdroj: vlastní zpracování, 2017)

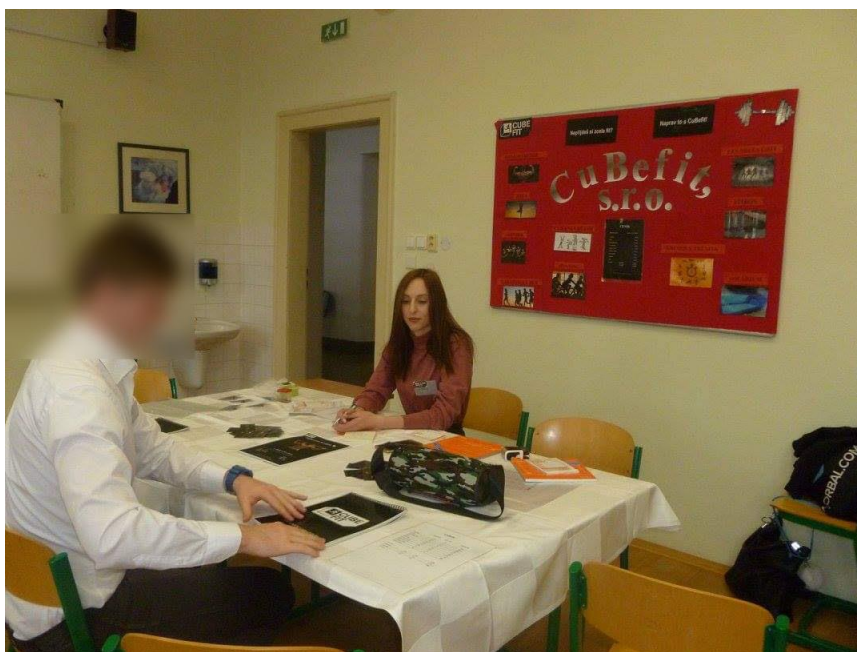
Vrcholem předmětu fiktivní firmy je většinou účast na veletrhu fiktivních firem, kterých probíhá v průběhu roku několik. Fiktivní firma na veletrhu využije své logo a slogan, vizitky, leták s nabízenými službami či zbožím a také nástěnku/stánek. Kromě těchto věcí, jež má firma již připravené a zpravidla udělá pár finálních úprav, si firma také připraví prezentaci, kde svou firmu představí a ukáže její nabídku. Na samotném

veletrhu si pak žáci vyzkoušejí, jaké je to nabízet a prodávat své zboží či služby jak ostatním žákům nebo jiným fiktivním firmám, tak i veřejnosti, pro kterou jsou veletrhy také přístupné.



Obrázek 5 - Veletrh fiktivních firem

(Zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 6 - Veletrh fiktivních firem

(Zdroj: vlastní zpracování)

Výuka ovšem veletrhem fiktivních firem nekončí. V následujících hodinách po veletrhu se žáci nadále zaměřují na účtování či tvorbu nabídek a poptávek.

## 7. Metodický postup

### 7. 1. Cíl bakalářské práce

Cílem práce je detekovat vliv zapojení střední školy v projektu fiktivních firem na rozvoj kompetencí žáků k podnikavosti a shrnout zkušenosti žáků s tímto projektem.

### 7. 2. Postup práce

Pro pochopení dané problematiky bylo třeba zjistit, co to vlastně fiktivní firmy jsou. Jelikož se jedná o předmět, který v sobě kombinuje aspekty z několika jiných předmětů, jako jsou ekonomie nebo účetnictví, nejsou k němu přímo určené učebnice. Nejlepším materiálem, ze kterého bylo čerpáno byly oficiální stránky Národního ústavu pro vzdělávání a zákonné předpisy České republiky. Důležitým faktorem byla také osobní zkušenost s fiktivními firmami. Na základě toho byla zpracována teoretická část, vysvětleno, co je to fiktivní firma, její vznik, založení a struktura. Dále jaké úřady fiktivní firmy simulují a jaké znalosti pro ně žáci potřebují. Pro koho ten předmět je a jak probíhá jeho vyučování.

Praktická část bakalářské práce se bude zabývat tím, jak žáci hodnotí získané znalosti, dovednosti, jaký pohled mají na podnikání a či se jejich názor změnil po absolvování předmětu fiktivní firma. Bude zde i rozebrán pohled vyučující, která předmět vyučuje.

### 7. 3. Sběr dat

V této bakalářské práci byl k dosažení stanoveného cíle využit kvantitativní způsob šetření.

## 8. Metodologie

### 8. 1. Dotazníkové šetření

Metodologie dotazníku se řídí Gavorou (2000). Podle Gavora (2000) se jedná o nevhodnější výzkumnou metodou pro hromadné získávání údajů. Gavora (2000) ve své knize rozděluje typy otázek podle stupně jejich otevřenosti mezi typy otázek, jež byly v dotazníku pro tuto bakalářskou práci použity patří uzavřené otázky, otevřené otázky a škálové otázky.

Gavor (2000) ve své knize uvádí, že ke škálování se využívají různé posuzovací škály, kdy respondent svůj názor vyjádří umístěním bodu na škále. Posuzovacích škál, které se dají využít je několik druhů, mezi hlavní typ škály, jenž je v této bakalářské práci použit, patří Likertovy škály. Odpovědi na Likertovy škály se podle Gavora (2000) pohybují na stupnici od plně nesouhlasím (minimum) po plně souhlasím (maximum). Byla zvolena stupnice o šesti stupních, účelem čehož bylo dosáhnout maximální jemnosti při vyhodnocování odpovědí.

Na počátku samotného dotazníkového šetření, bylo nutno stanovit výzkumný problém, na který se dotazník pokusí odpovědět.

***Výzkumný problém :*** Předmět fiktivní firma přispívá k rozvoji kompetencí k podnikavosti u studentů středních škol.

Samotný dotazník lze rozdělit do tří částí. První část obsahuje osobní otázky, které mají napomoci rozdělit a přiblížit jednotlivé respondenty. Další část otázek je tvořena tak, aby každá otázka odpovídala na jednu z 15 kompetencí. Poslední část jsou doplňující otázky.

Dotazník je sestaven na základě seznamu kompetencí k podnikání podle Entre-Comp. Každá otázka je zaměřena na jednu kompetenci a cílem je zjistit, zda předmět fiktivní firma pomohla studentům rozvíjet danou kompetenci. Pokud většina studentů bude souhlasit, lze to pokládat za úspěšné.

Při volbě výzkumného souboru bylo potřeba brát v potaz několik podstatných faktorů. Prvním faktorem bylo, že se musí jednat o žáky středních škol. Jelikož předmět fiktivní firma je svým zaměřením značně specifický, nebylo možné vybrat jakékoliv střední školy v České republice. Bylo proto nutné zvolit střední školy, jenž mají předmět

fiktivní firma ve svých osnovách. Jedná se hlavně tedy o střední školy obchodního zaměření.

Výzkumným souborem tedy byli studenti středních škol:

- Obchodní akademie a Vyšší odborná škola Příbram,
- Obchodní akademie, Plzeň,
- Obchodní akademie Neveklov,
- Obchodní akademie a jazyková škola Písek.

Pro dotazník byl provedena pilotáž. Byla provedena na skupince deseti bývalých studentů z Obchodní akademie a Vyšší odborné školy Příbram. Pilotáž dotazníku se zaměřila hlavně na to, zda pokyny pro jeho vyplnění byly všem jasné, dále také, zda všichni účastníci výzkumu porozuměli všem otázkám tak, jak byly zamýšleny a také zda čas, jež zabere vyplnění dotazníku je podle nich takový, aby budoucího respondenta neodradil od jeho vyplnění.

Všichni respondenti, jež se zúčastnili pilotáže dotazníku, se shodli, že pokyny pro vyplnění jsou jasné, otázky také byly pochopeny zamýšleným způsobem. Většina respondentů z pilotáže se pak shodla, že dotazník je v takové délce, která budoucího respondenta neodradí od jeho vyplnění.

## 9. Výsledky šetření

Data byla získána pomocí dotazníku, který je k náhledu v Příloze č. 1. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 137 studentů ze čtyř různých škol. Odpovědi do dotazníku byly získávány několika způsoby. V některých případech byl dotazník osobně předán studentům k vyplnění, v dalším případě byl dotazník zaslán ve formátu PDF (Portable Document Format) vyučujícím daného předmětu, kteří jej vytiskli a následně jej vyplněný a naskenovaný poslali zpět. V posledním případě byly již vytištěné dotazníky zaslány vyučujícím poštou, jež je obratem vyplněné zaslali zpět.

### 9.1. Výzkumný soubor

Dotazníkového šetření se zúčastnily celkem čtyři různé školy a celkem 137 studentů, kdy složení výzkumného souboru bylo 80 dívek, 50 chlapců, 2 nebinární, 1 gender queer a 2 si nepřáli tento údaj uvádět. Jednalo se z 47 % o studenty 3. ročníku střední školy a z 31 % o studenty 4. ročníků střední školy a 22 % studentů druhého ročníku střední školy. Tito studenti se pohybovali ve věku mezi 16. a 20. rokem.

### 9.2. Výsledky dotazníků

1. V jakém oboru je Vaše fiktivní firma?

Tabulka 1-Obory fiktivních firem

Obor	Počet	Procenta
Potravinářství	35	25,5
Móda	20	14,6
Kosmetika	18	13,1
Sport	16	11,7
Reklamní služby	15	10,9
Organizace akcí	12	8,8
Airsoftové zbraně	12	8,8
Leasing aut	9	6,6

(Zdroj: vlastní zpracování)

Výsledky a diskuse:

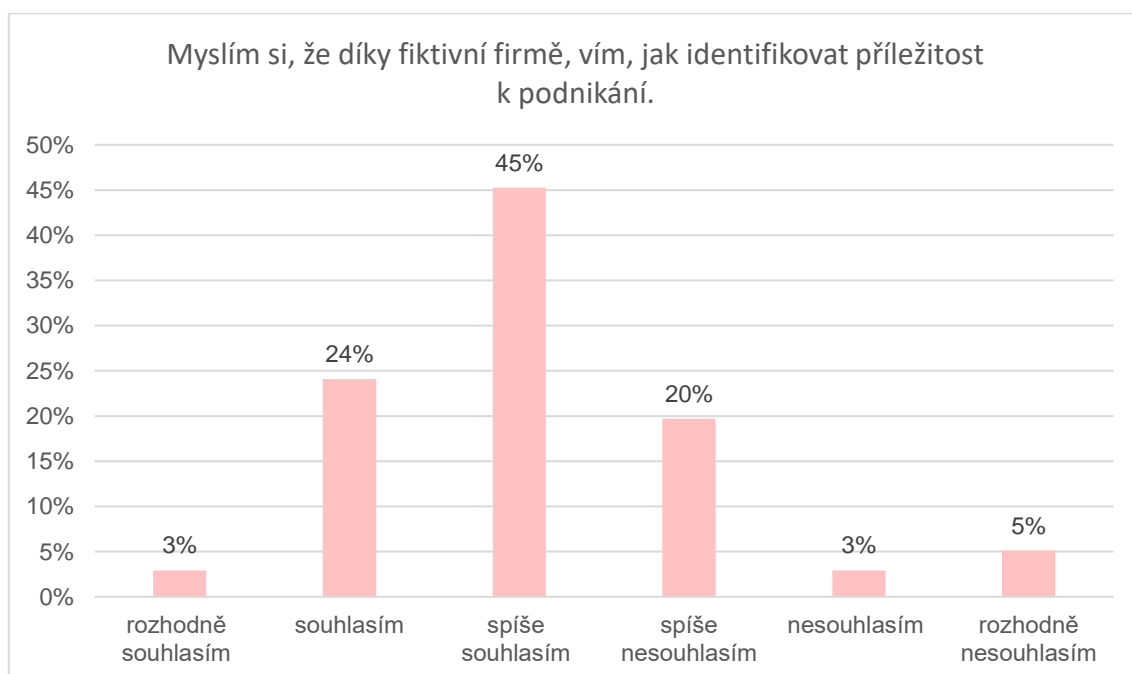
Za účelem zjednodušení zvýšení přehlednosti tabulky, byli jednotlivé odpovědi studentů zařazeny do kategorií, které označují širší pojmy. Například studenti odpovídali, že mají pekařství, bageterii a cukrářství, tyto veškeré obory byli tak zahrnuti do kategorie: potravinářství.

Mezi studenty tedy k nejpobulárnějším oborům, ve kterých si založí fiktivní firmu, patří potravinářství, móda a kosmetika.

Důvodů, proč jsou u studentů populární právě tyto obory, může být několik. Může se jednat o fiktivní firmy, které byly zděděné po předchozích majitelích nebo se může jednat o obory, s nimiž jsou studenti obeznámeni z běžného života. Dalším možným důvodem, proč je právě potravinářství, móda a kosmetika populárnější než airsoftové zbraně a leasing aut, může být to, že se jedná o činnosti, které jsou běžně považovány za „holčičí“ a složení studentů ukazuje, že fiktivní firmy studuje o 21 % více dívek než chlapců.

2. Myslím si, že díky fiktivní firmě, vím, jak identifikovat příležitost k podnikání.

Graf 1 - Schopnost identifikovat příležitost k podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

### Komentář

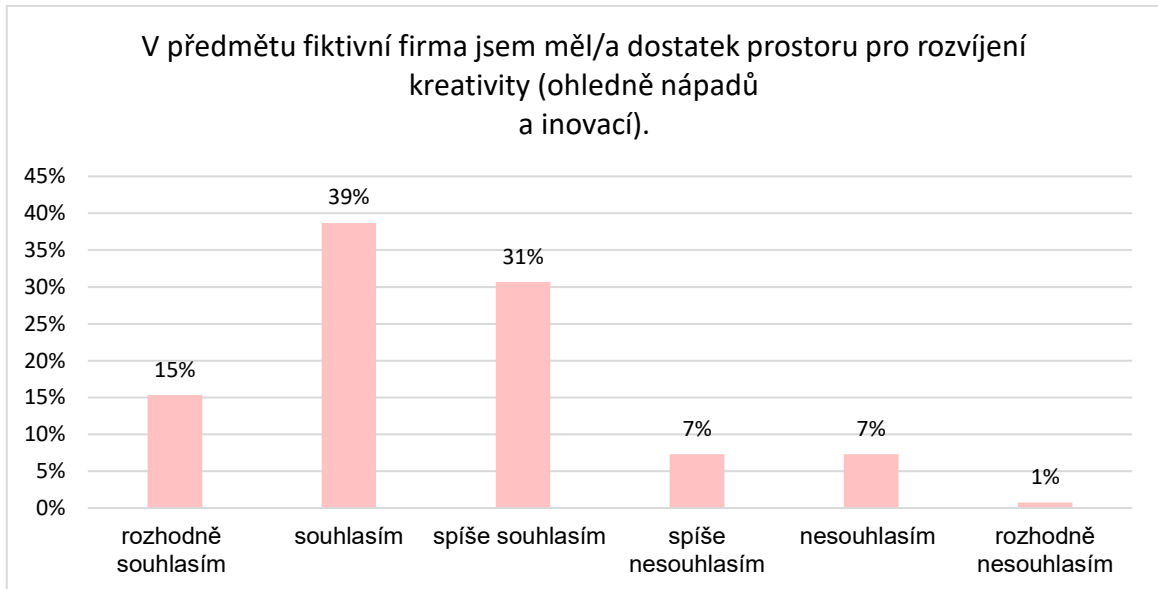
Otázkou číslo 2 začíná část dotazníku, která je tvořena za účelem získat odpovědi na všech 15 kompetencí. Tato otázka spadá do oblasti nápady a příležitosti, kam se právě řadí schopnost studentů vyhledávat příležitosti.

Z odpovědí lze říci, že se studenti naučili, jak správně identifikovat příležitost k podnikání.



3. V předmětu fiktivní firma jsem měl/a dostatek prostoru pro rozvíjení kreativity (ohledně nápadů a inovací).

Graf 2 - Rozvoj kreativity



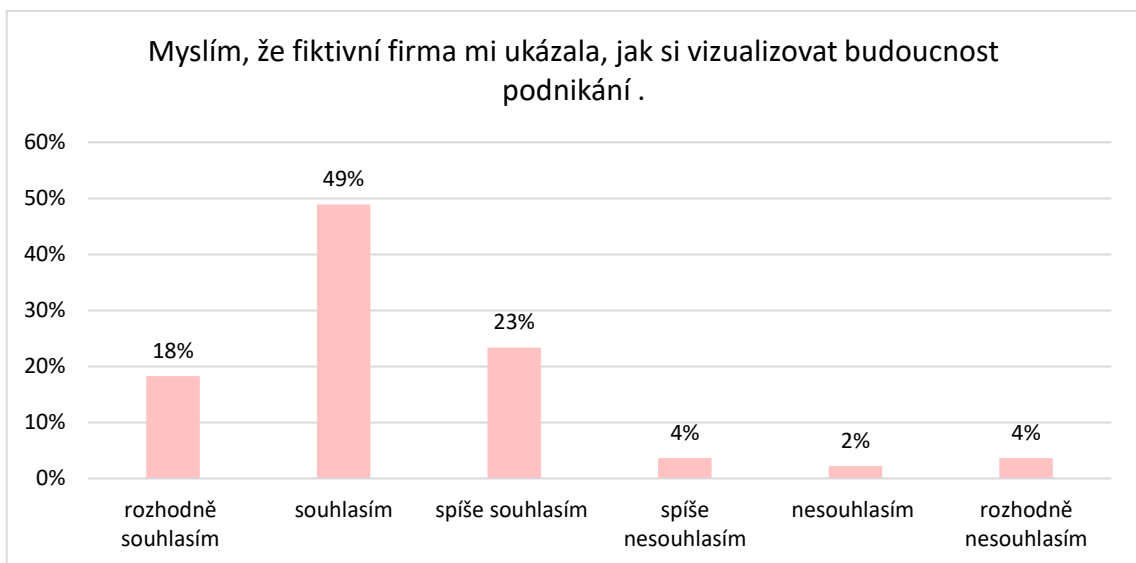
(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

Většina studentů v dotazníku souhlasila s tím, že dostali dostatečnou kreativní volnost, díky čemuž mohli přinést nové nebo inovativní nápady.

4. Myslím, že fiktivní firma mi ukázala, jak si vizualizovat budoucnost podnikání.

Graf 3 - Schopnost vizualizace budoucnosti v podnikání



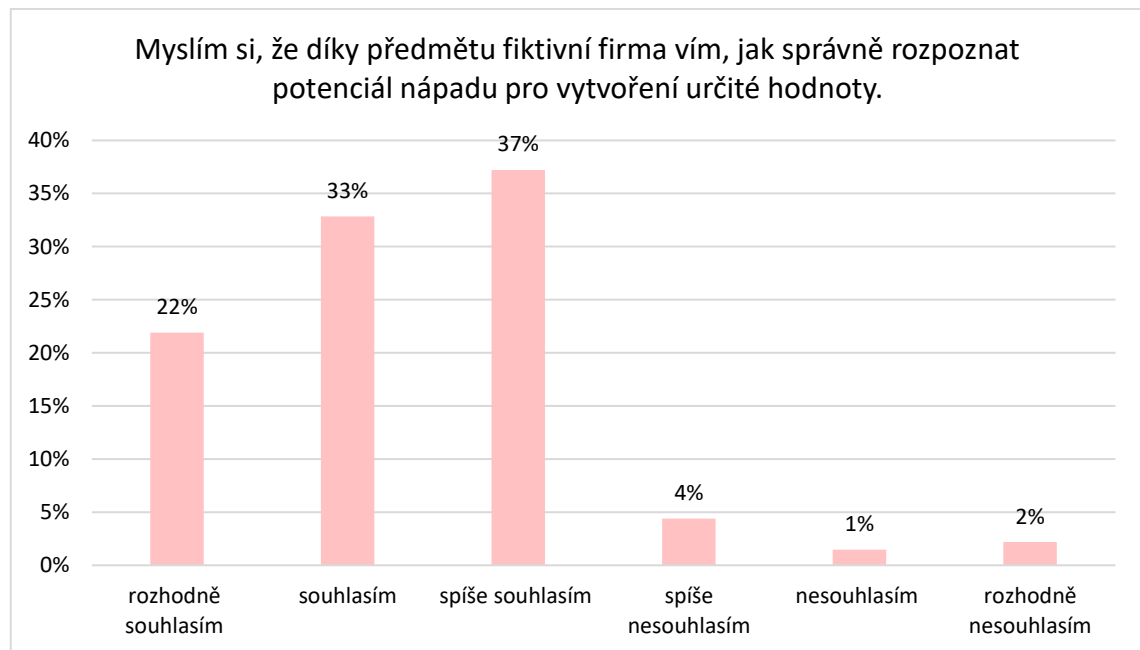
(Zdroj: vlastní zpracování)

## Komentář

Tato otázka je zaměřena na to, zda bylo studentům dostatečně vysvětleno, jak vizualizace daného cíle může pomoci k jeho dosažení, a jak to využít pro podnikání a vizualizovat si tak právě jeho budoucnost. Téměř všichni studenti s tímto názorem v různé míře souhlasilo.

5. Myslím si, že díky předmětu fiktivní firma vím, jak správně rozpoznat potenciál nápadu pro vytvoření určité hodnoty.

Graf 4 - Schopnost rozpoznání potenciálu nápadu



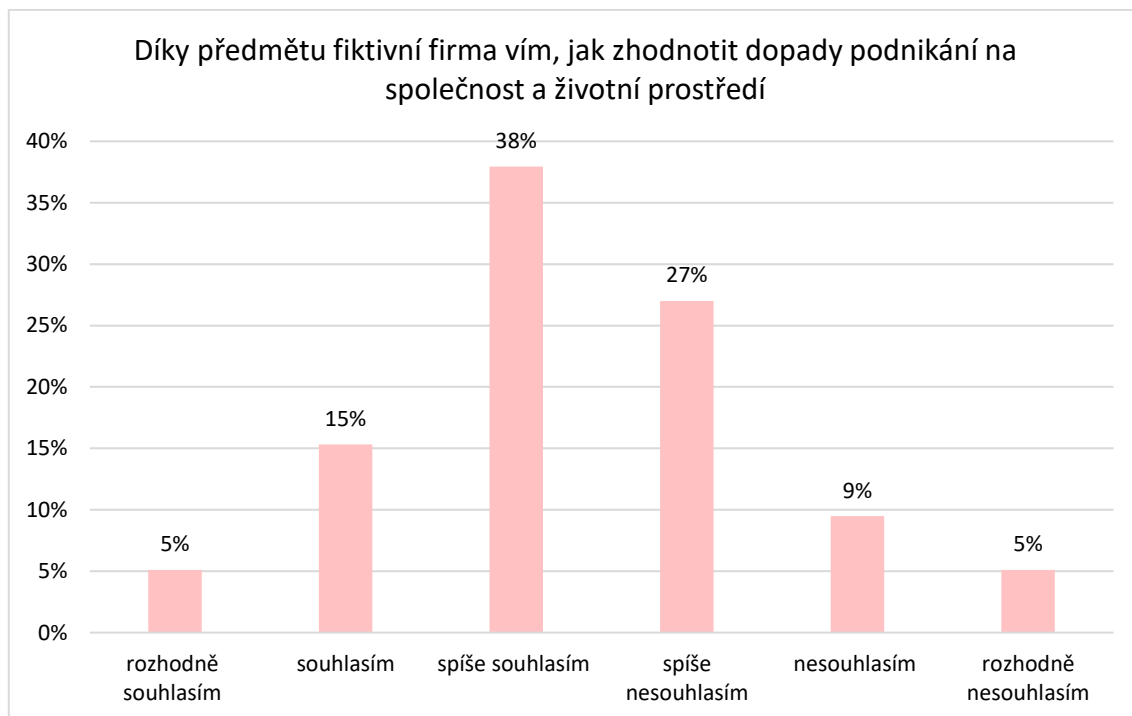
(Zdroj: vlastní zpracování)

## Komentář

Tato kompetence má studentům ukázat, jak rozeznat nápad, který má budoucnost a je možné z něj něco vytvořit od nápadu, který nikam nevede. Opět s tím souhlasili téměř všichni studenti.

6. Díky předmětu fiktivní firma vím, jak zhodnotit dopady podnikání na společnost a životní prostředí.

Graf 5 - Zhodnocení dopadů podnikání na společnost a životní prostředí



(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

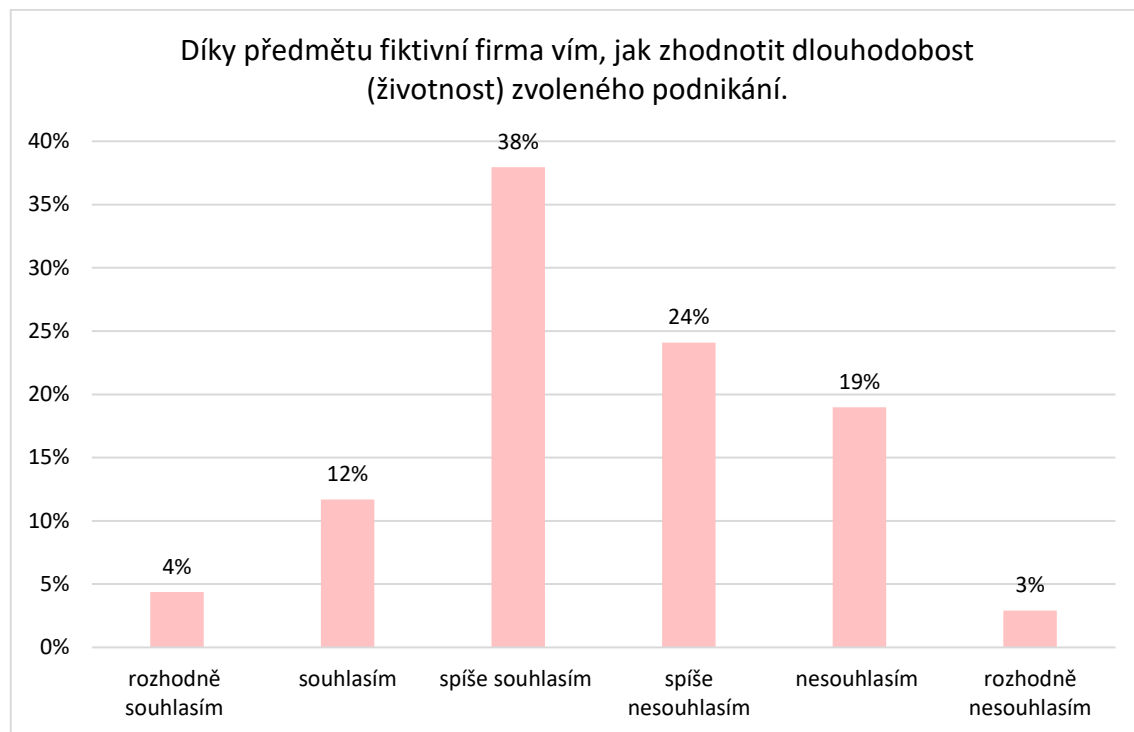
Jedná se o poslední kompetenci z oblasti nápady a příležitosti. Tato kompetence byla kvůli své rozsáhlosti rozdělena do dvou částí.

V první části se otázka zabývá dopady podnikání. Lze říci, že jde o celkem moderní kompetenci, vzhledem k tomu, že v této době se klade větší a větší důraz na to, jaké má veškeré jednání dopady a následky. Cílem je ukázat studentům, jaký vliv může mít jejich podnikání na společnost i životní prostředí, a zároveň jim ukázat, že jsou za následky (ať už pozitivní či negativní) zodpovědní.

U této otázky, i když jsou odpovědi stále kladné, jsou blíže k hranici, kdy studenti nejsou se zdrojem informací ohledně tématu spokojeni. Není vyloženě nutné se na tuto kompetenci zaměřit, ale zároveň by to studentům mohlo prospět.

7. Díky předmětu fiktivní firma vím , jak zhodnotit dlouhodobost (životnost) zvoleného podnikání.

Graf 6 - Vyhodnocení životnosti podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

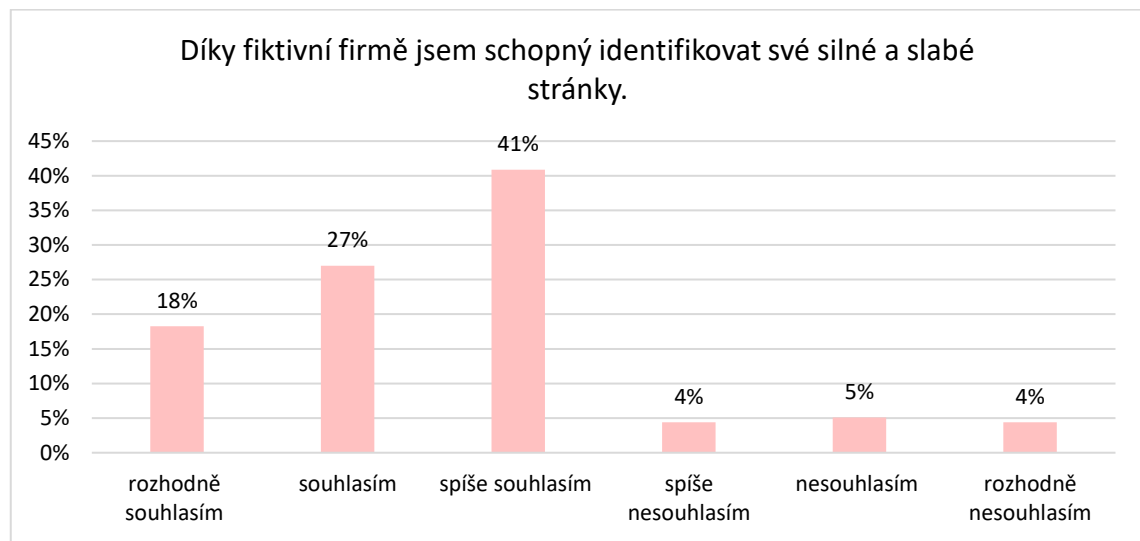
#### Komentář

Jde o druhou část poslední kompetence z oblasti nápady a příležitosti. Tato část poukazuje na to, jakou životnost má zvolené podnikání a tím se snaží studentům vysvětlit, zda má jejich nápad dlouhodobě smysl. Stejně jako u předchozí části, jsou studenti spíše spokojeni s tím, jak jsou schopni dlouhodobost podnikání vyhodnotit.

Pokud se jedná o to, jak zlepšit znalosti studentů o etickém a udržitelném myšlení, lze do výuky například zapojit diskusi o používání znovu využitelných zdrojů, recyklovaných obalů a také přiblížit studentům, jak si zvolit dlouhodobé podnikání. Díky dlouhodobosti podnikání se sníží spotřeba nevyužitých materiálů nebo zdrojů, v případě, že by firma zkrachovala.

## 8. Díky fiktivní firmě jsem schopný/á identifikovat své silné a slabé stránky.

Graf 7 - Identifikace silných a slabých stránek



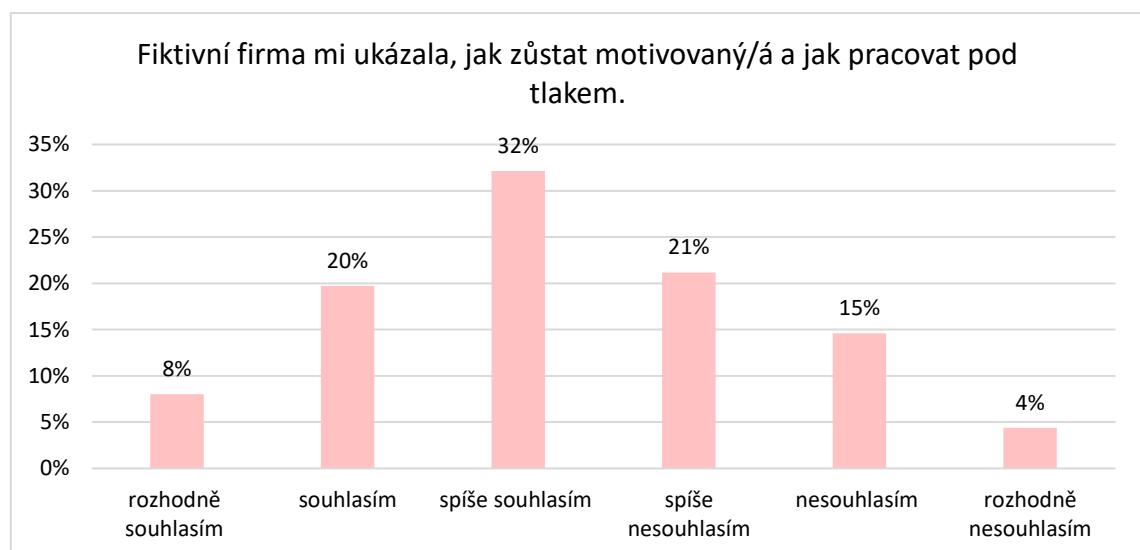
(Zdroj: vlastní zpracování)

### Komentář

Otázka číslo sedm je první z oblasti zdroje, kde se studenti učí čerpat z různých zdrojů, aby dosáhli svého cíle. Jedním z těchto zdrojů jsou právě oni sami. Měli by tedy být schopni analyzovat své silné a slabé stránky, což podle odpovědí studenti schopni jsou.

## 9. Fiktivní firma mi ukázala, jak zůstat motivovaný/á a pracovat pod tlakem.

Graf 8 - Jak zůstat motivovaný/á a pracovat pod tlakem



(Zdroj: vlastní zpracování)

## Komentář

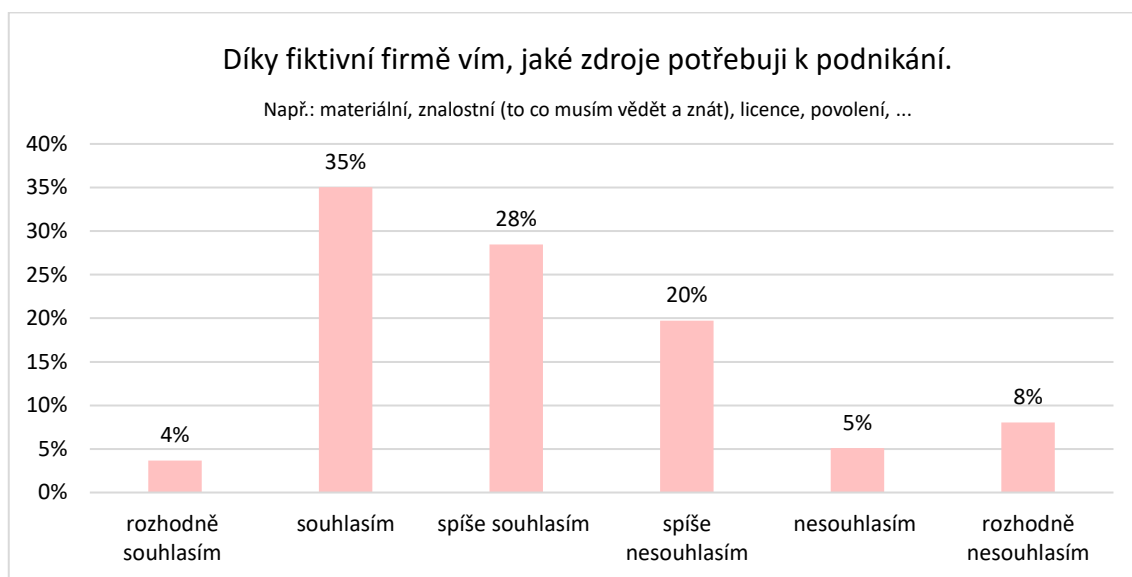
Za touto kompetencí se skrývá myšlenka toho, že většinou motivace po určité době vyprchá, proto je dobré se naučit, jak se motivovat v dlouhodobém měřítku. S tím i souvisí schopnost práce pod tlakem, která je při podnikání více než častá. Většina studentů má pocit, že obě tyto vlastnosti si procvičili ve fiktivní firmě.

I u této otázky, i když je odpověď kladná, jsou studenti téměř nerozhodni. I na tuto otázku by se proto bylo dobré zaměřit, i když to není nutné.

Motivace a vytrvalost je osobní věc pro každého studenta, jelikož každý student je motivován jinak a jinak reaguje na stresové situace. Je to spíše vnitřní práce studenta sama se sebou, avšak učitelé jim mohou být oporou, pomoci jim osobnostními testy a ukázat různé možnosti, jak se motivovat a vyrovnávat se stresem, aby si každý student mohl vybrat, co mu bude vyhovovat.

10. Díky fiktivní firmě vím, jaké zdroje potřebuji k podnikání. Např.: materiál, znalostní (to co musím vědět a znát), licence, povolení...

Graf 9 - Potřeba zdrojů k podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

## Komentář

Otázka číslo 10 souvisí s otázkou číslo 8. Otázka 10 je zaměřena na to, zda studenti mají pocit, že ví, jaké všechny zdroje jsou potřeba k dosažení jimi zvoleného cíle.

Opět většina studentů souhlasí s tím, že jsou dostatečně informováni o potřebných zdrojích.

11. Fiktivní firma mi ukázala, jaké jsou náklady na podnikání, jak dané náklady zjistit a jak podnikání správně financovat pro jeho dlouhodobé fungování.

Graf 10 - Zjištění nákladů potřebných pro podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

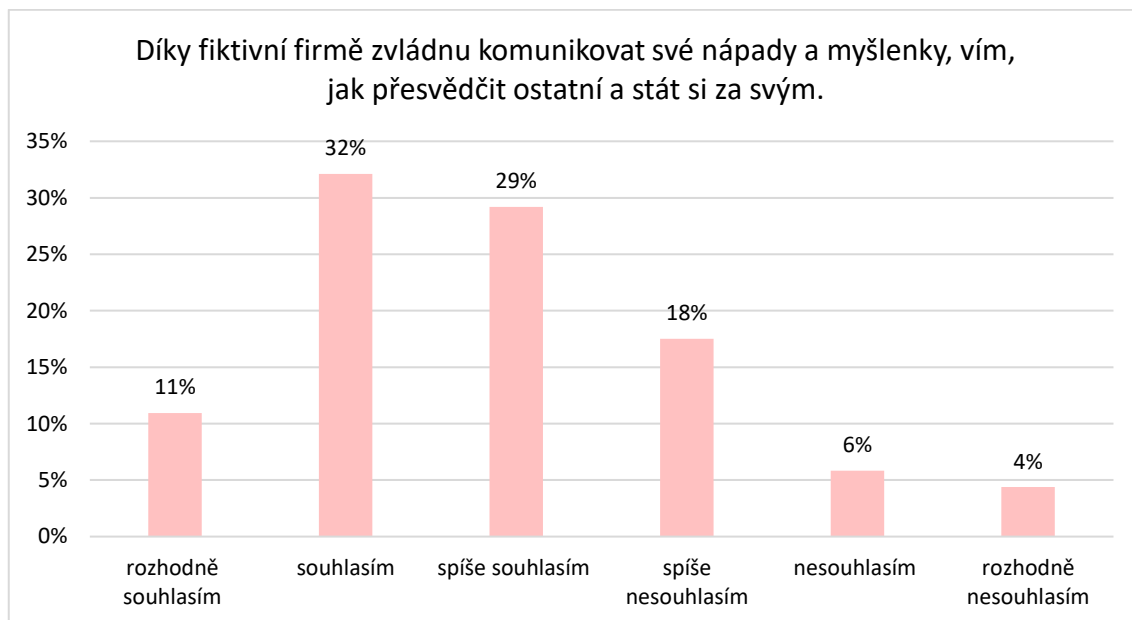
#### Komentář

Tato otázka poukazuje na propojení předmětu fiktivní firma s ostatními, přesněji s ekonomii, kde se žáci teoreticky učí, jaké jsou potřebné náklady pro podnikání. Fiktivní firma by jim pak tím, že si žáci zjišťují reálné ceny zboží, pronájmu a dalších potřeb, měla pomoci si představit, jak vysoké náklady ve skutečnosti jsou.

Více než polovina studentů odpověděla, že nesouhlasí s tím, že právě toto je fiktivní firma naučila. Je zde několik možných variant, proč tomu tak je. Jelikož studenti sice pracují se skutečnými cenami, avšak mají virtuální neomezený budget, je možné, že právě možnost toho, že mají neomezený budget, může jejich vnímání zkreslovat. Také dodavatelé mohou být jedním z faktorů. Ostatní dodavatelé jsou jiné fiktivní firmy, které si své ceny nastavují samy, a tak nemusí odpovídat realitě.

12. Díky fiktivní firmě zvládnu komunikovat své nápady a myšlenky, vím, jak přesvědčit ostatní a stát si za svým.

Graf 11 - Schopnost komunikovat svůj názor a stát si za ním



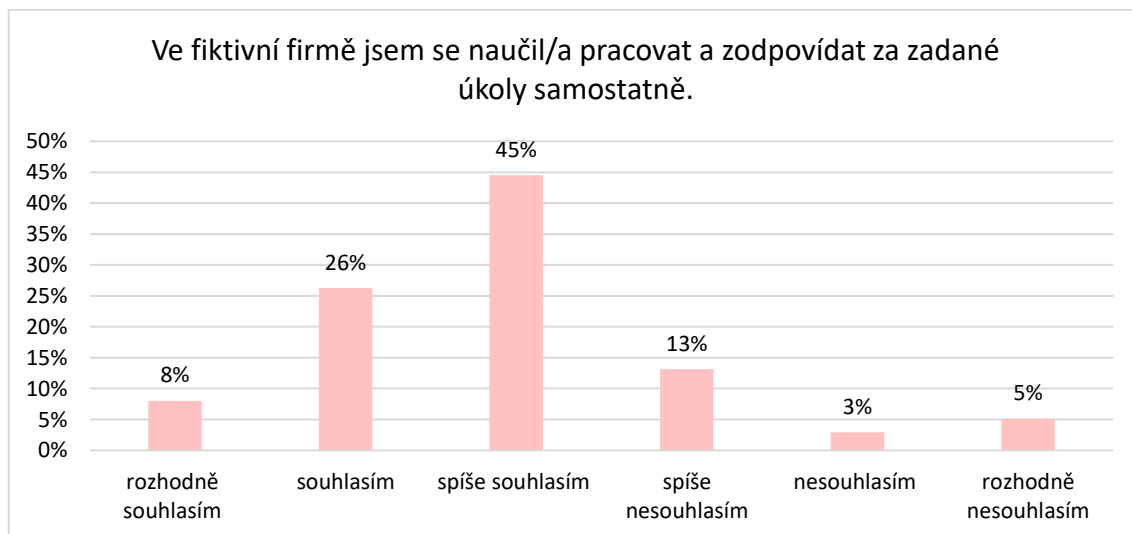
(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

Fiktivní firma by měla i pracovat na sebevědomí studentů s ohledem na jejich prosazení ve skupině. Většina studentů souhlasí s tím, že jim s tím fiktivní firma pomohla.

13. Ve fiktivní firmě jsem se naučil/a pracovat a zodpovídat za zadané úkoly samostatně.

Graf 12 - Schopnost pracovat a zodpovídat za úkoly samostatně



(Zdroj: vlastní zpracování)

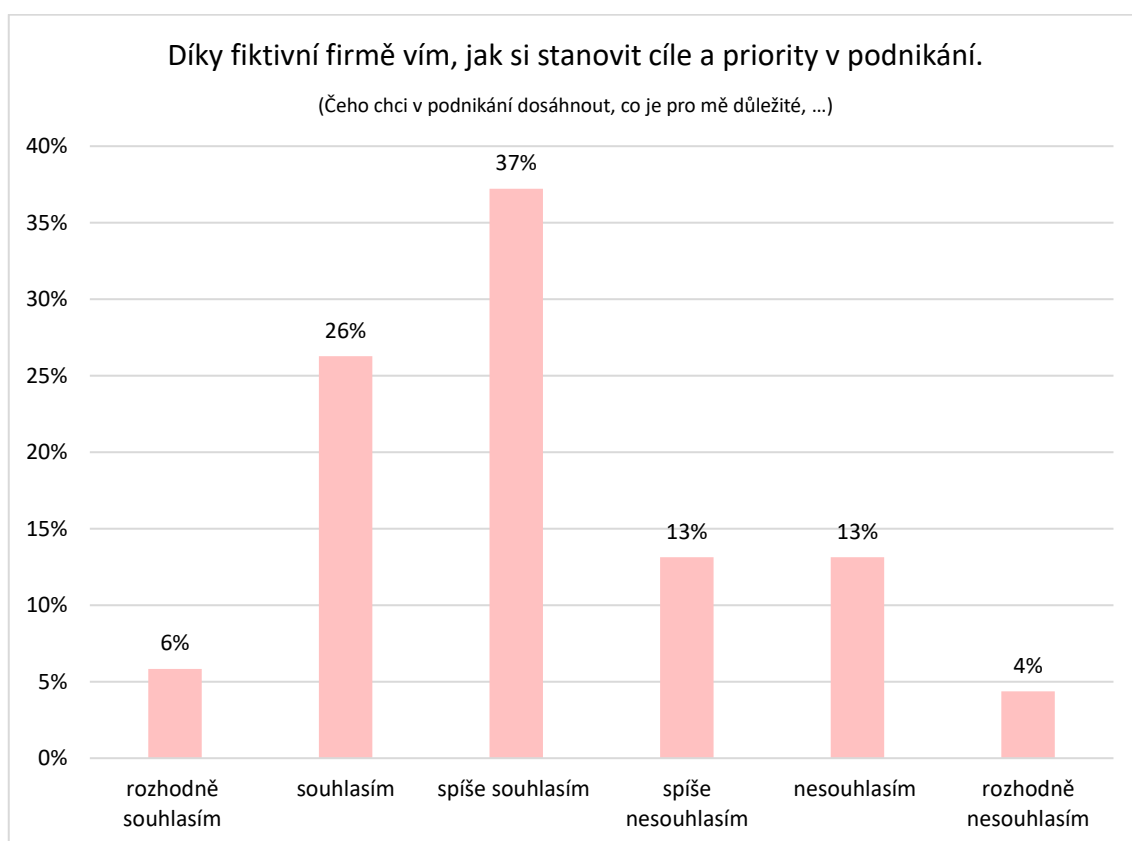


## Komentář

Ačkoliv je fiktivní firma skupinový projekt, každý zde zastává určitou roli, kterou musí plnit sám a také sám zodpovídá za vypracované úkoly. Tato kompetence by měla žáky připravit na jejich pracovní život v budoucnosti, což se dle odpovědí studentů, daří.

14. Díky fiktivní firmě vím, jak si stanovit cíle a priority v podnikání. (Čeho chci v podnikání dosáhnout, co je pro mě důležité, ...)

Graf 13 - Cíle v podnikání



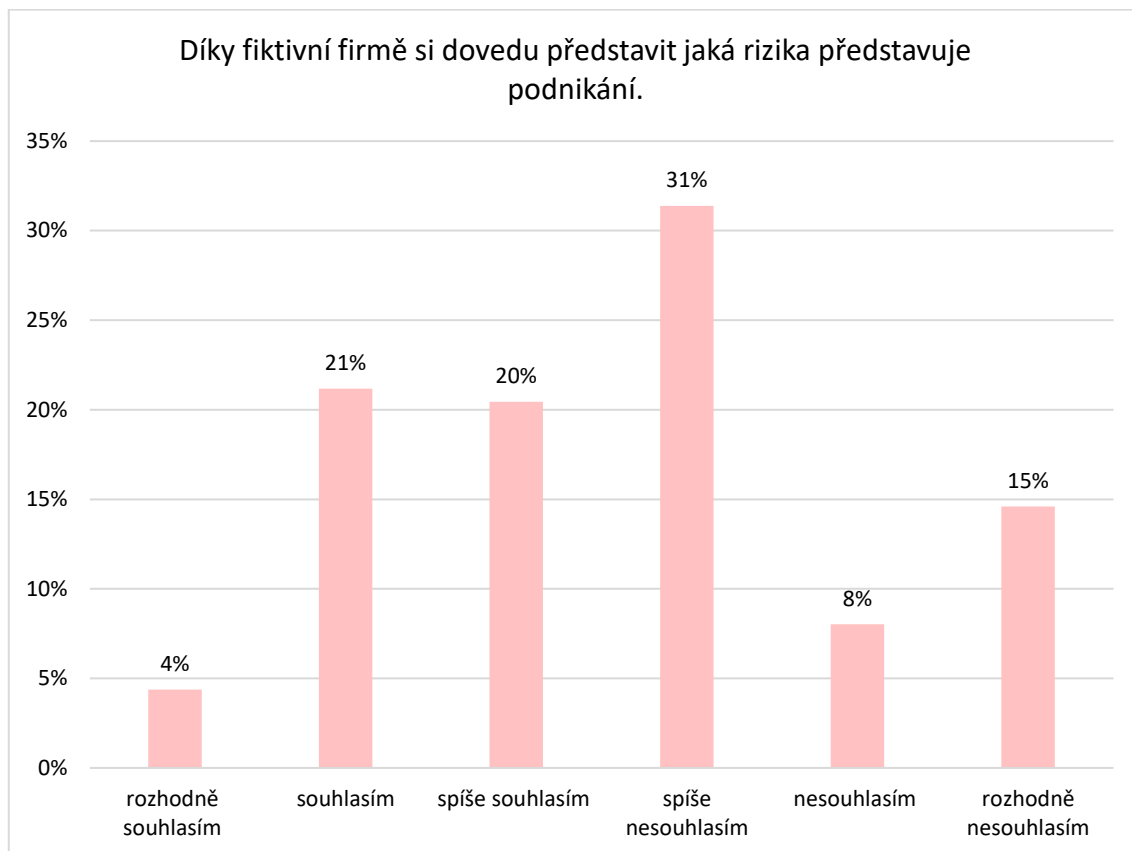
(Zdroj: vlastní zpracování)

## Komentář

Hlavním cílem každé společnosti bývá zisk, avšak kromě tohoto cíle je množství jiných, kterých může chtít společnost dosáhnout. Může jít o otevření další pobočky, určitého počtu zaměstnanců nebo vliv na prostředí. Důležité je, aby studenti byli schopni stanovit tyto cíle v různě dobém horizontu. Přesto, že fiktivní firma pro studenty zpravidla netrvá déle než dva roky, jsou s tím žáci spokojeni.

15. Díky fiktivní firmě si dovedu představit jaká rizika představuje podnikání.

Graf 14 - Představa o riziku podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

Opravdové podnikání s sebou nese určitá rizika. Fiktivní firma by měla studentům pomoci si vyzkoušet podnikání bez reálných rizik, jelikož studenti neinvestují do fiktivní společnosti své skutečné peníze, neručí svým vlastním majetkem, nemohou se dostat do insolvence a další.

Více než polovina studentů má pocit, že si nedokáže dostatečně představit, jaká rizika pro ně představuje podnikání. Jde o propojení ekonomiky a fiktivní firmy. Studenti se v rámci ekonomiky učí, jaká jsou rizika podnikání, jakým majetkem ručí a o jaké finance mohou přijít. Ale jsou to jen teoretické znalosti. I ve fiktivní firmě jde o teoretické znalosti, protože studentům nehrozí žádná rizika spojená s neúspěšnou společností. Studenti ničím neručí, neinvestují své peníze a mají pro svou firmu neomezený rozpočet. Pro tuto situaci není moc reálné řešení. Jediné, co by mohlo pomoci, je každé firmě stanovit určitý rozpočet.

16. Fiktivní firma mě naučila, jak pracovat v týmu, kooperovat a řešit konflikty.

Graf 15 - Schopnost práce ve skupině, kooperace a řešení konfliktů



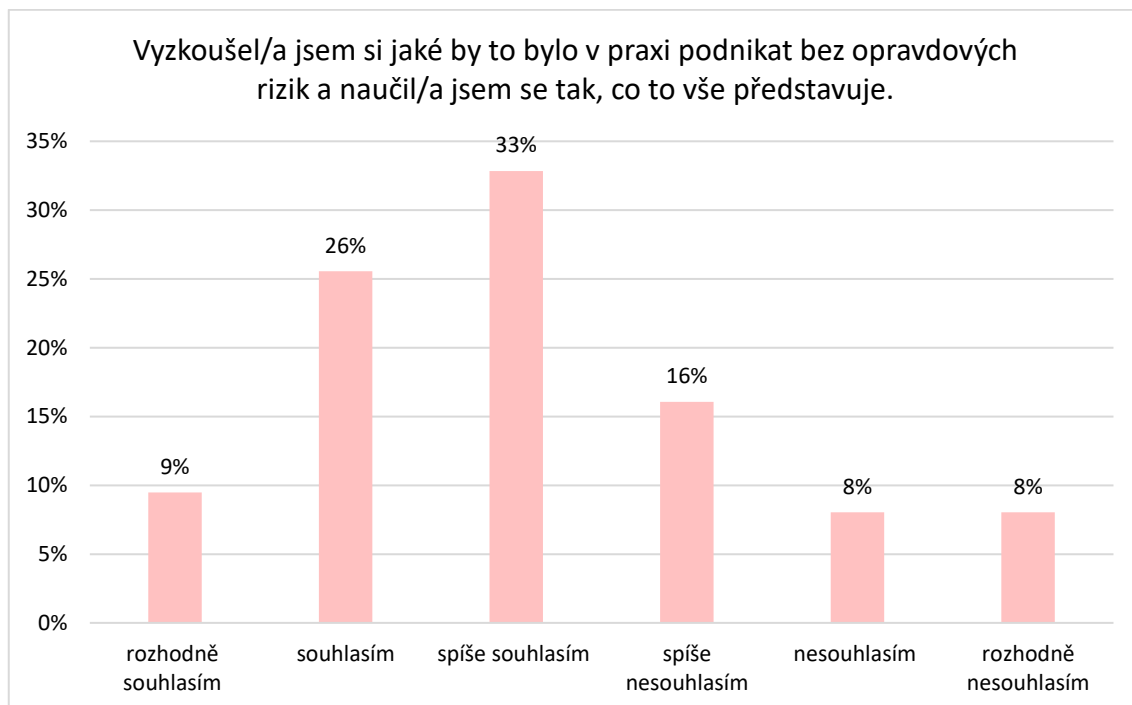
(Zdroj: vlastní zpracování)

### Komentář

Fiktivní firma je skupinový projekt, kde sice každý zastává svou roli, avšak musí studenti spolupracovat jako tým, aby vše fungovalo. I přesto, že studenti musí řešit různé konflikty, se shodují, že jim fiktivní firma s prací ve skupině pomohla.

17. Vyzkoušel/a jsem si jaké by to bylo v praxi podnikat bez opravdových rizik a naučil/a jsem se tak, co to vše představuje.

Graf 16 - Fiktivní podnikání v praxi



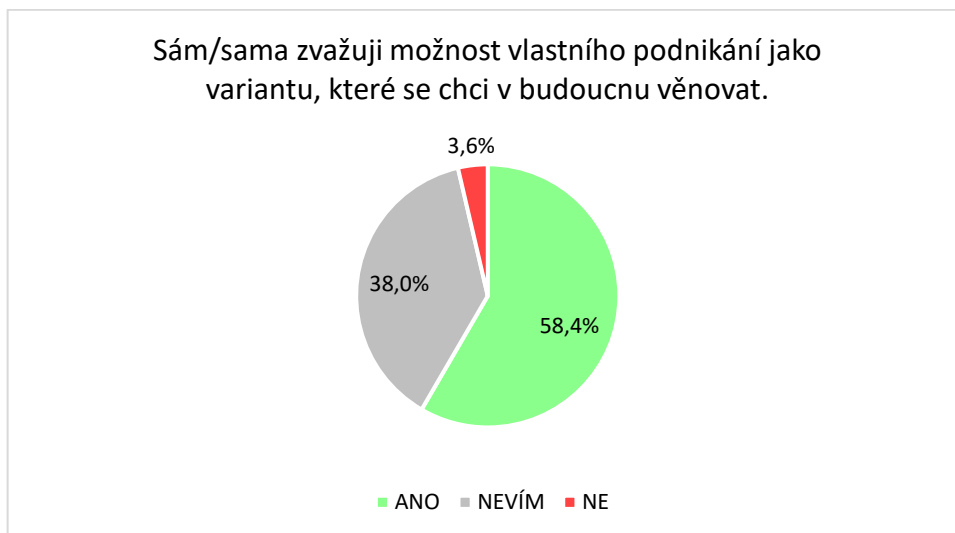
(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

Fiktivní firmy učí studenty praxí. Většina studentů souhlasí s tím, že právě díky fiktivní firmě si vyzkoušeli, jaké by to bylo v praxi podnikat a co vše k tomu potřebují.

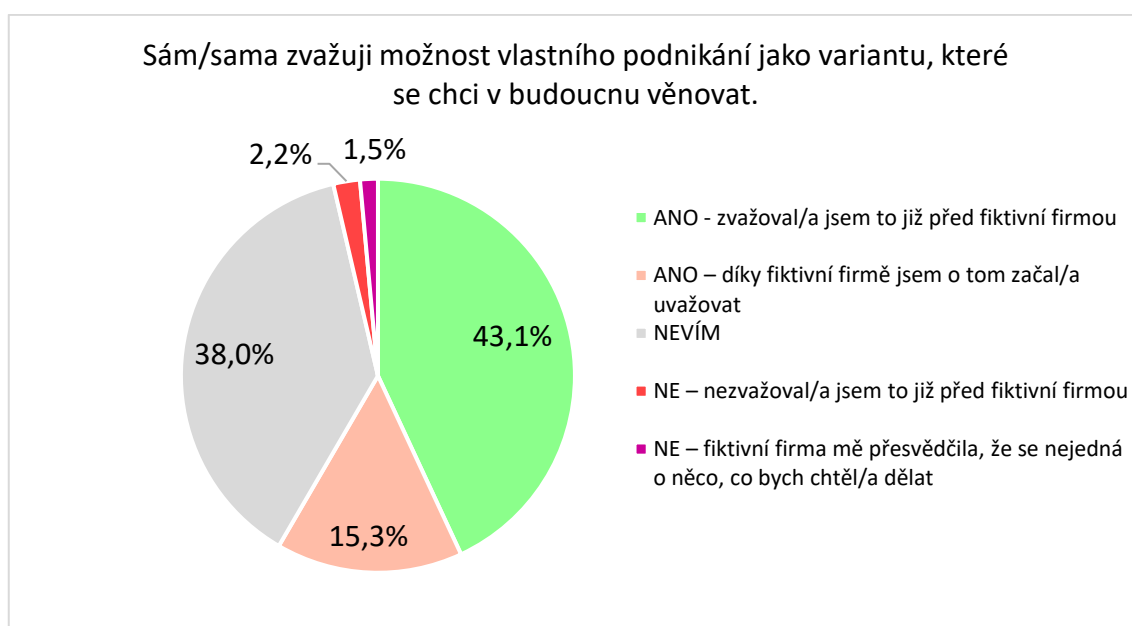
18. Sám/sama zvažuji možnost vlastního podnikání jako variantu, které se chci v budoucnu věnovat.

Graf 17 - Postoj studentů k vlastnímu podnikání



(Zdroj: vlastní zpracování)

Graf 18 - Postoj studentů k vlastnímu podnikání – podrobnější rozbor



(Zdroj: vlastní zpracování)

### Komentář

Graf číslo 17 ukazuje, že celkem 80 studentů, což je více než polovina, má zájem v budoucnu podnikat. Pro 26,25 % z nich byla impulzem, aby o podnikání začali

uvažovat, právě zkušenost s fiktivní firmou. Naopak 1,5 % ze všech studentů bylo po zkušenostech ve fiktivní firmě odrazeno od toho, aby v budoucnu podnikali.

Poměr mezi množstvím studentů (58,4 %), kteří obecně chtějí podnikat, a množstvím studentů (3,6 %), kteří o podnikání zájem nemají, je ovlivněný tím, že dotazník byl proveden na školách s obchodním zaměřením, kam chodí studenti s tím předpokladem, že tam jistý zájem o podnikání je nebo bude.

19. Důvody, proč chci (pokud v předchozí otázce byla odpověď ANO) nebo nechci (odpověď byla NE) podnikat.

Tabulka 2 - Důvody proč studenti mají zájem o podnikání

Důvody proč podnikat	Procenta
Svoboda, nezávislost, být svůj "šéf"	25,0%
Peníze	25,0%
Touha vytvořit něco vlastního	9,4%
Dělat něco co mě baví	7,8%
Volná pracovní doba	7,8%
Příležitosti, zkušenosti	6,3%
Lepší než být zaměstnanec	4,7%
Je to dlouhodobým snem	4,7%
Možnost osobního rozvoje	4,7%
Kreativita	3,1%
Získat známosti	1,6%

(Zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka 3 - Důvody proč studenti nemají zájem o podnikání

Důvody proč nepodnikat	Procenta
Peníze	37,5%
Rizika	25,0%
Chci dělat něco jiného	25,0%
Konflikty	12,5%

(Zdroj: vlastní zpracování)

#### Komentář

Tato poslední otázka v dotazníku byla položena jako otevřená otázka, aby dala studentům možnost se vyjádřit v takovém rozsahu, v jakém chtějí. Na tuto otázku neodpověděli všichni studenti, netýkala se těch, kteří v otázce číslo 18 odpověděli „nevím“.

Otázka se tedy týkala 85 studentů (odpověděli buď „ano“ nebo „ne“) a z nich na tuto otázku odpovědělo 51 studentů, ostatní ji přeskočili.

Jelikož se jedná o otevřenou otázku, měli studenti možnost se v odpovědi rozepsat. Někteří studenti tak uvedli více než jeden důvod. Některé jejich odpovědi byly dlouhé, proto jsou všechny odpovědi rozřazeny do kategorií. Student v jedné odpovědi uvedl, že nebude závislý na jiné osobě. Tato odpověď byla zařazena do kategorie: Svoboda, nezávislost, být svůj vlastní „šéf“. Všechny jejich odpovědi jsou v příloze č. 2.

Společným argumentem pro obě skupiny jsou peníze. Jedny motivuje vidina možnosti vysokého zisku, druhé demotivuje nestálost příjmu. Dalším velkým faktorem, proč podnikat je svoboda, kterou studenti vidí v tom, že budou svým vlastním „šéfem“, mohou dělat svá rozhodnutí a nemusejí poslouchat nikoho jiného.

## 10. Shrnutí (diskuse)

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 137 studentů. Dotazník byl rozdělen do čtyř částí. Úvodní část se zaměřila na identifikační údaje respondentů. Výsledky dotazníku ukázaly, že na dotazník odpověděly převážně dívky. Respondenti dotazníku byli studenti ze třetího a čtvrtého ročníku středních škol. Věk respondentů se pohyboval mezi 16. a 20. rokem.

V druhé části byly sbírány informace o fiktivní firmě studentů. Mezi nejoblíbenější obory u studentů patří potravinářství, móda nebo kosmetika, lze předpokládat, že tyto obory jsou u výzkumného souboru populární z toho důvodu, že respondenty byly převážně dívky.

Dle odpovědí se studenti cítí jisti, z první skupiny kompetencí, ve vyhledávání příležitostí, využívání kreativity, vizualizaci si budoucnosti, vyhodnocování nápadů a také si v etickém a udržitelném myšlení. Z druhé skupiny kompetencí si jsou vědomi svého sebeuvědomění a pracují na svém sebevědomí, ví, jak se motivovat a pracovat pod tlakem, jak mobilizovat zdroje a mobilizovat ostatní pro svou věc. Naopak mají pocit, že nemají dostatečnou finanční a ekonomickou gramotnost, co se podnikání týče. Ke zlepšení by mohlo přispět lepší propojení ekonomiky a účetnictví s fiktivní firmou. Také dávat větší důraz jak teoretické znalosti z ekonomiky a účetnictví lze aplikovat v praxi. U poslední skupiny kompetencí jsou spokojeni s tím, jak umí převzít iniciativu, plánovat a řídit, pracovat s ostatními, i když tento faktor se pro některé stal důvodem, proč o podnikání nemají zájem. Souhlasí také s tím, že se úspěšně učili praxí. Nejsou, avšak spokojeni s tím, co se naučili o riziku podnikání a jak se vyrovnávat s nejistotou a nejednoznačností. Opět jde o propojení ekonomiky a fiktivní firmy. V této oblasti jsou znalosti pouze teoretické, neboť studentům nehrozí žádná rizika spojená s podnikáním (ničím neručí, neinvestují, ...). Mají také neomezený rozpočet, který ale když by se stanovil předem, by mohl fiktivní firmu přiblížit realitě.

Ukázalo se, že více než polovina studentů má zájem ve své budoucnosti podnikat. Zde může hrát roli samotný fakt, že se do dotazníkového šetření zapojili studenti Obchodní akademií, u kterých lze předpokládat, že studium na obchodní akademii si vybrali právě z důvodu zájmu o podnikání. Vyšlo najevo, že větší množství studentů bylo o svém názoru na podnikání přesvědčeno již před absolvováním fiktivní firmy. O podnikání mělo celkem zájem 80 studentů, z nich 26,25 % uvedlo, že o podnikání začali uvažovat až díky



zkušenosti s fiktivní firmou. Naopak pouze jen 1,5 % z celkového počtu studentů uvedlo, že je fiktivní firma odradila od touhy v budoucnu podnikat. Navazující otevřená otázka zjišťovala motivy pro názor studentů. Nejčastějším důvodem, proč studenti chtějí nebo nechtějí podnikat, byly peníze. Studenti, kteří mají zájem o podnikání, je vidí jako motivátor v podobě možnosti vysokého zisku. Naopak studenti, co nechtějí podnikat, je vidí jako nejistou položku. Obecně mezi nejčastější důvody, proč podnikat patří peníze, svoboda, nezávislost a být svůj „šéf“ a touha vytvořit něco vlastního. Mezi důvody, proč nepodnikat pak patří peníze, rizika spojená s podnikáním a touha dělat něco jiného.

Tabulka 4 - Shrnutí kompetencí a zda je fiktivní firma podle žáků rozvíjí či nikoliv

Kategorie	Kompetence	Rozvíjí/nerozvíjí
Nápady a příležitosti	Vyhledávání příležitostí	Rozvíjí
	Kreativita	Rozvíjí
	Vize	Rozvíjí
	Vyhodnocování nápadů	Rozvíjí
	Etické a udržitelné myšlení	Rozvíjí
Zdroje	Sebeuvědomění a sebevědomí	Rozvíjí
	Motivace a vytrvalost	Rozvíjí
	Mobilizace zdrojů	Rozvíjí
	Finanční a ekonomická gramotnost	Nerozvíjí
	Mobilizace ostatních	Rozvíjí
Do akce	Převzetí iniciativy	Rozvíjí
	Plánování a řízení	Rozvíjí
	Vyrovňování se s nejistotou, nejedoznačností a rizikem	Nerozvíjí
	Práce s ostatními	Rozvíjí
	Učit se praxí	Rozvíjí

(Zdroj: vlastní zpracování)

## 11. Závěr

Tato práce se zabývala předmětem fiktivní firma, což je předmět vyučovaný na středních školách převážně ekonomického typu. Přesto, že se nejedná o nový předmět, dostává se do popředí až v poslední době a nově i čím dál tím více využívá moderní technologie. Zároveň má potenciál žákům předat opravdu cenné informace a zkušenosti.

Cílem bakalářské práce bylo detekovat vliv zapojení střední školy v projektu fiktivních firem na rozvoj kompetencí žáků k podnikavosti a shrnout zkušenosti žáků s tímto projektem.

Dotazníkového šetření probíhalo na čtyřech obchodních akademiích za pomoci fyzického dotazníku. Celkem se do něj zapojilo 137 studentů ve věku od 16 do 20 let. Respondenti odpovídali jak na škálové otázky, tak i na otevřené.

Z dotazníku bylo zjištěno, že studenti cítí zásadní nedostatky v oblasti finanční, a ekonomické gramotnosti. Výuka fiktivní firmy by se proto měla lépe propojit s výukou ekonomie a účetnictví, kde by se měl klást větší důraz na převod teorie do praxe.

Také mají pocit, že neví, jak se mají vyrovnávat s nejistotou, nejednoznačností a rizikem. Studentům nehrozí žádná rizika spojená s neúspěšnou společností, neinvestují své peníze a zároveň mají neomezený rozpočet. Představit rozpočet s určitou částkou by tedy mohl předmět více přiblížit realitě.

Dle studentů by prospělo, pokud by se výuka více zaměřila i na etické a udržitelné myšlení. Důraz by se měl ve výuce klást na udržitelné a znovu obnovitelné zdroje a využívání recyklovaných materiálů.

Nedostatky pocítují i v oblasti motivace a vytrvalosti. Motivace a vytrvalost je individuální, proto by na ní měl každý student pracovat sám. Učitelé mohou být studentům oporou při osobnostních testech nebo jim mohou nabídnout pomoc v podobě ukázek možností, jak se vyrovnat se stresem a zůstat motivovaný.

Studentů se cítí nejisti svými vědomosti u dvou kompetencí, lze tedy říci, že fiktivní firmy úspěšně ovlivňují rozvoj kompetencí studentů pro podnikání.

Celkem 58,4 % studentů má zájem o podnikání. Roli zde hraje fakt, že dotazníkové šetření bylo provedeno na obchodních akademiích, kde se předmět vyučuje. Dá se předpokládat, že studenti si danou školu vybrali i z důvodu zájmu o podnikání. Z 80 studentů, kteří mají zájem o podnikání, měla na rozhodnutí 26,25 % z nich vliv zkušenost

s fiktivní firmou. Naopak 1,5 % ze všech studentů zkušenost s fiktivní firmou odradila od podnikání v budoucnu. Lze tedy konstatovat, že fiktivní firma má pozitivní dopad na rozhodnutí studentů ohledně podnikání.

Celková zkušenost studentů s fiktivní firmou lze považovat za pozitivní a prospěšnou. Znalosti, které studenti díky fiktivní firmě získali a rozvíjeli, mají pozitivní dopad na jejich budoucí rozhodnutí a další rozvoj.

## I. Summary

The aim of the bachelor thesis, Fictitious Companies as a Means of Developing Competences for Entrepreneurship of Secondary School Pupils, is to find out whether the subject

of fictitious companies contributes to the development of pupils' knowledge for entrepreneurship.

The thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part deals with the explanation of what a fictitious company is, its history, the process of establishing a fictitious company, information about CEFIF and the course of the teaching itself. The practical part of the thesis uses quantitative research, based on the data obtained from questionnaires with students.

The research has shown that the fictitious company course has many positive aspects that students can benefit from in the future, while also providing an interesting insight into the motivation of students to start their own company.

**Key words:** Fictitious Companies, Secondary School, Entrepreneurship, Secondary School Pupils

## II. Seznam literatury

Čapek, R. (2015). *Moderní didaktika: lexikon výukových a hodnoticích metod*. Grada.

Česká správa sociálního zabezpečení. (2023). Získáno: Listopad 24, 2023, Dostupné z <https://www.cssz.cz/web/cz/nemocenske>

European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion, (2018). *Entre-Comp: the European Entrepreneurship Competence Framework*, Úřad pro publikace. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/405164>

Hula, L. (2022). *Metodika výuky ve fiktivní firmě*. Národní pedagogický institut České republiky.

Národní ústav pro vzdělávání. (2011). Získáno Únor 5, 2022, Dostupné z [www.nuv.cz](http://www.nuv.cz)

Putnová, A., & Seknička, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit*. Grada.

Rohlíková, L., & Vejvodová, J. (2012). *Vyučovací metody na vysoké škole: praktický průvodce výukou v prezenční i distanční formě studia*. Grada.

Rotport, M., & Koudela, J. (1997). *Didaktika předmětu práce ve fiktivní firmě*. Vysoká škola ekonomická.

Řehoř, P. (2018). *Podpora podnikavosti: v rámci výuky dostupné ve výběru IS STAG --- KRE/P*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

Srpková, J., & Řehoř, V. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Grada.

Zákon č. 304/2013 Sb.: *Zákon o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob* (2013). Listopad 24, 2023, Dostupné z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2013-304#p1>

Zákon č. 570/1991 Sb.: *Zákon České národní rady o živnostenských úřadech* (1991). Listopad 24, 2023, Dostupné z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-570#p2>

### III. Seznam použitých obrázků, tabulek, grafů, zkratk

#### Obrázky:

Obrázek 1 - Registrace fiktivní firmy jako fyzické osoby .....	32
Obrázek 2 - Registrace fiktivní firmy jako právnické osoby .....	33
Obrázek 3 - Vizitka fiktivní firmy CUBEFIT s. r. o. ....	34
Obrázek 4 - Nástěnka vytvořená fiktivní firmou CUBEFIT s. r. o. ....	34
Obrázek 5 - Veletrh fiktivních firem.....	35
Obrázek 6 - Veletrh fiktivních firem.....	35

#### Grafy:

Graf 1 - Schopnost identifikovat příležitost k podnikání .....	40
Graf 2 - Rozvoj kreativity .....	41
Graf 3 - Schopnost vizualizace budoucnosti v podnikání.....	41
Graf 4 - Schopnost rozpoznání potenciálu nápadu.....	42
Graf 5 - Zhodnocení dopadů podnikání na společnost a životní prostředí.....	43
Graf 6 - Vyhodnocení životnosti podnikání.....	44
Graf 7 - Identifikace silných a slabých stránek.....	45
Graf 8 - Jak zůstat motivovaný/á a pracovat pod tlakem .....	45
Graf 9 - Potřeba zdrojů k podnikání .....	46
Graf 10 - Zjištění nákladů potřebných pro podnikání .....	47
Graf 11 - Schopnost komunikovat svůj názor a stát si za ním .....	48
Graf 12 - Schopnost pracovat a zodpovídat za úkoly samostatně .....	48
Graf 13 - Cíle v podnikání.....	49
Graf 14 - Představa o riziku podnikání .....	50
Graf 15 - Schopnost práce ve skupině, kooperace a řešení konfliktů.....	51
Graf 16 - Fiktivní podnikání v praxi.....	52
Graf 17 - Postoj studentů k vlastnímu podnikání .....	53
Graf 18 - Postoj studentů k vlastnímu podnikání – podrobnější rozbor .....	53

## Tabulky:

**Tabulka 1-Obory fiktivních firem ..... 39**

**Tabulka 2 - Důvody proč studenti mají zájem o podnikání ..... 54**

**Tabulka 3 - Důvody proč studenti nemají zájem o podnikání ..... 54**

## Zkratky:

**NNO – Nestátní nezisková organizace**

**FF – Fiktivní firma**

**CEFIF – Centrum fiktivních firem**

**IČO – Identifikační číslo osoby**

**OOSZ – Okresní správa sociálního zabezpečení**

**DPH – Daň z přidané hodnoty**

**PDF – Portable Document Format (Přenosný formát dokumentu)**

## IV. Seznam příloh

**Příloha 1- Dotazník.....4**

**Příloha 2 – Důvody studentů, proč podnikat nebo nepodnikat .....6**



# V. Přílohy

## Příloha 1- Dotazník

### DOTAZNÍK – Fiktivní firmy jako rozvoj kompetencí k podnikavosti žáků středních škol

---

Pohlaví: \_\_\_\_\_ Věk: \_\_\_\_\_ Ročník studia: \_\_\_\_\_

1. V jakém oboru je Vaše fiktivní firma: \_\_\_\_\_

2. Myslím si, že díky fiktivní firmě, vím, jak identifikovat příležitost k podnikání.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

3. V předmětu fiktivní firma jsem měl/a dostatek prostoru pro rozvíjení kreativity (ohledně nápadů a inovací).

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

4. Myslím, že fiktivní firma mi ukázala, jak si vizualizovat budoucnost podnikání .

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

5. Myslím si, že díky předmětu fiktivní firma vím, jak správně rozpoznat potenciál nápadu pro vytvoření určité hodnoty.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

6. Díky předmětu fiktivní firma vím, jak zhodnotit dopady podnikání na společnost a životní prostředí.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

7. Díky předmětu fiktivní firma vím, jak zhodnotit dlouhodobost (životnost) zvoleného podnikání.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

8. Díky fiktivní firmě jsem schopný identifikovat své silné a slabé stránky.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

9. Fiktivní firma mi ukázala, jak zůstat motivovaný/á a jak pracovat pod tlakem.

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

10. Díky fiktivní firmě vím, jaké zdroje potřebuji k podnikání. Např.: materiální, znalostní (to co znám vzhledit a zrealizovat), licence, , povolení, ...

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**11. Fiktivní firma mi ukázala, jaké jsou náklady na podnikání, jak dané náklady zjistit a jak podnikání správně financovat pro jeho dlouhodobé fungování.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**12. Díky fiktivní firmě zvládnou komunikovat své nápady a myšlenky, vím, jak přesvědčit ostatní a stát si za svým.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**13. Ve fiktivní firmě jsem se naučil/a pracovat a zodpovídat za zadané úkoly samostatně.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**14. Díky fiktivní firmě vím, jak si stanovit cíle a priority v podnikání.** (Čeho chci v podnikání dosáhnout, co je pro mě důležité, ...)

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**15. Díky fiktivní firmě si dovedu představit jaká rizika představuje podnikání.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**16. Fiktivní firma mě naučila, jak pracovat v týmu, kooperovat a řešit konflikty.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**17. Vyzkoušel/a jsem si jaké by to bylo v praxi podnikat bez opravdových rizik a naučil/a jsem se tak, co to vše představuje.**

rozhodně souhlasím    souhlasím    spíše souhlasím    spíše nesouhlasím    nesouhlasím    rozhodně nesouhlasím

**18. Sám/sama zvažuji možnost vlastního podnikání jako variantu, které se chci v budoucnu věnovat.**

ANO – zvažoval/a jsem to již před fiktivní firmou

ANO – díky fiktivní firmě jsem o tom začal/a uvažovat

NEVÍM

NE – nezvažoval/a jsem to již před fiktivní firmou

NE – fiktivní firma mě přesvědčila, že se nejedná o něco, co bych chtěl/a dělat

**19. Důvody, proč chci (pokud v předchozí otázce byla odpověď ANO) nebo nechci (odpověď byla NE) podnikat.**

---

## Příloha 2 – Důvody studentů, proč podnikat nebo nepodnikat

### Důvody, proč chci podnikat :

- svoboda, čím více podnikáte, tím více vyděláváte (nemusíte čekat 5, 10, 15 let na to až mi šéf přidá 2 tisíce měsíčně), chci něco vytvářet a snažit se chopit příležitosti, také je lepší žít v nejistotě „na horské dráze“ než jet normálním vlakem furt stejně, když občas díky sobě vydělám 20 000 a pak 50 000, 30 000, 80 000 je to lepší než mít furt 50 000 i když to třeba v průměru vyjde méně tak z toho nemůžete mít radost,
- chci hodně peněz,
- rád bych vytvořil podnik, ve kterém bych mohl provádět velká rozhodnutí, měl bych možnost podnikat v oboru, který mě zajímá a baví,
- peníze,
- vnímám podnikání jako činnost a svobodu, která mě dostane ze starobylého systému, nebudu řízen a ovlivňován druhými, jež jsou silně vypěstováni z komunistické doby, bez svobody myšlení, bez otevřenosti, s velkou mírou omezenosti, finančně svobodný být nemůžu bez podnikání (abych už nikdy nevěsil paže a nebyl otrokem),
- peníze,
- dělání něčeho, co mě bude opravdu bavit + pracovní doba nebude fixní,
- je to lepší než dělat něco jiného,
- peníze,
- proč ne,
- nové zkušenosti,
- mohu pracovat kdy chci,
- zkušenosti, peníze známosti,
- chci něco pod svým vedením a nepracovat pro někoho,
- vlastní projekty, podnikatelská svoboda, kreativita,
- je to můj sen už dlouhá léta a mým cílem je si vybudovat vlastní firmu,
- chci mít hodně peněz,
- chci mít něco svého, chci něco budovat, chci být na sebe pyšná,
- velký zisk,
- už dlouhou dobu nad tím přemýšlím, myslím, že i proto jsem na této škole,

- jsem spontánní člověk, ráda přináším nové věci, nechci dělat celý život rozhodnutí někoho jiného, raději se budu snažit pracovat 12 hodin pro sebe než 8 hodin pro někoho jiného,
- je to těžké najít práci, která mě bude bavit, také si myslím, že podnikat v tom, co mě baví (bude bavit) je ideální, stanu se svým vlastním "vedoucím", je to riziko, ale riziko představuje úspěch,
- protože u sebe člověk vidí neustálý rozvoj a má velkou možnost se posouvat,
- baví mě ekonomika, budu svůj šéf,
- volná pracovní doba,
- peníze,
- vždy mě to lákalo si založit vlastní firmu,
- možnost vysokého zisku, vlastní pracovní doba,
- líbilo b se mi mít nějakou firmu, která by se zaměřovala na něco, co mě baví, co mám ráda,
- asi protože mi přijde fajn, že něco sami vybudujete i přes všechna rizika,
- chci mít hodně peněz a chci si našetřit peníze do budoucna,
- peníze mě přesvědčila
- z každé chyby jsem se začal motivovat,
- ano po fiktivní firmě chci podnikat,
- peníze,
- chci
- být bohatá,
- práce sama na sebe – mohu rozhodovat, kterým směrem podnik povedu, nemusím být někoho zaměstnanec, peníze,
- zajištění pasivního příjmu,
- beru to jako projev nápadů a určitou volnost, protože můžu začít s čím chci,
- myslím, že by mě to bavilo více reálně než fiktivně,
- dle mého se zaměstnání v dnešní době vyplatí čím dál tím méně,
- nebudu závislá na jiné osobě,
- protože bych byl na sebe hrdý, že jsem něco vytvořil vlastníma rukama,
- vymyslet svůj vlastní produkt/značku a být s tím úspěšná.

### Důvody, proč nechci podnikat:

- rizika, peníze,
- chci se věnovat jinému sektoru práce,
- žádná jistota příjmu, není to něco, co by mě naplňovalo,
- mnoho rizik, nestálý plat,
- konflikty mezi mnou a mou kolegyní.