



SKRIPTA PODNIKÁNÍ, PRÁVNÍ A LEGISLATIVNÍ NORMY

1. Právní a legislativní požadavky

1.1. Základní pojmy

PODNIKÁNÍ: soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (Proto jako živnostník vystupujete pod svým jménem a ručíte za své podnikatelské aktivity celým svým majetkem.)

PODNIKATEL: samostatný právní subjekt (fyzická i právnická osoba), která vyvíjí svou činnost vlastním jménem, na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku

Podnikatel je buď osoba zapsaná v obchodním rejstříku nebo podniká na základě živnostenského či jiného oprávnění (advokáti, notáři, ...) nebo jako fyzická osoba provozující zemědělskou výrobu (pak je zapsána do evidence na obecním úřadě dle zvláštního předpisu)

OBCHODNÍ FIRMA: název, pod kterým je podnikatel zapsán v obchodním rejstříku, pod tímto názvem činí právní úkony (ustanovení o firmě se na něj nevztahuje a úkony činí svým jménem v případě, že není zapsán v obchodním rejstříku)

Názvy obchodních společností mohou být: věcné (např.: kadeřnictví, zahradnictví,...), osobní (např.: Petra Šikovníá, Petr Motyčka...) nebo smíšené (např.: zahradnictví Motyčka,...), fantazijní (KALE)

Firmou fyzické osoby musí být vždy její jméno a příjmení.

JEDNÁNÍ PODNIKATELE

- Přímé (samostatné - fyzická osoba jedná osobně, právnická osoba jedná statutární orgánem (jednotlivec nebo kolektiv))
- Nepřímé (jednání zástupce na základě plné moci, zástupce může zastupovat jak fyzickou tak právnickou osobu)

Druhy plné moci: generální (zmocňuje ke všem právním úkonům), speciální (zmocňuje jen k určitým druhům právních úkonů), individuální (zmocňuje k jednotlivým právním úkonům)

Plná moc se uděluje písemně, zmocnitel uděluje plnou moc zmocněnci, musí obsahovat přesné uvedení zmocněnceva oprávnění, podpis zmocnitele i zmocněnce. Plná moc zaniká provedením úkonu, odvoláním zmocnitelem, vypovězením zmocněncem, smrtí zmocněnce.

Zvláštní formou plné moci je prokura, podnikatel zmocňuje prokuristu (fyzickou osobu) ke všem právním úkonům v podniku. Prokurista je odpovědný za škodu, nesmí prodávat hmotný majetek a uzavírat úvěry.

OBCHODNÍ REJTRÍK : je veřejný seznam, do kterého se zapisují zákonem stanovené údaje o podnikatelích, vedou ho rejstříkové soudy.

Zapisují se obchodní společnosti a družstva, jiné právnické osoby pokud to stanoví zákon nebo fyzické osoby na vlastní žádost nebo povinně (mají-li za poslední 2 účtovací období výnosy vyšší než 120 milionů Kč).

Povinné náležitosti zápisu: název obchodní firmy, u právnických osob sídlo u fyzických osob bydliště a místo podnikání, IČO (přidělí rejstříkový soud), předmět podnikání, právní forma právnických osob, údaje o statutárním orgánu, údaje o prokuristovi včetně způsobu, jakým jedná a další údaje stanoven právním předpisem (např.: vstup do likvidace, zrušení právnické osoby a jeho důvod, prohlášení konkursu, ...)

PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

Mezi základní právní formy podnikání patří fyzická a právnická osoba, z nichž obě možnosti skýtají několik dalších variant, ze kterých můžete vybírat. Každá má své výhody i nevýhody.

FYZICKÁ OSOBA

- má právní subjektivitu
- má způsobilost k právním úkonům

PRÁVNICKÁ OSOBA

Právnické osoby jsou uměle vytvořené subjekty za účelem dosažení určitého cíle. V právních vztazích vystupují a jednají jako lidé. Podstatu právnických osob tvoří lidé nebo věci. Majetek právnické osoby nepatří jejím zřizovatelům ani členům kolektivních orgánů, ale právnické osobě.

Typy právnických osob: sdružení fyzických nebo právnických osob (obchodní společnosti nebo družstva, zájmová sdružení právnických osob, církevní spolky, politické strany a hnutí), účelová sdružení majetku (jejich základem je majetek určený k určitému účelu, jedná se o nadace nebo nadační fondy), jednotky územní správy (obec, kraj), jiné subjekty, které určuje zákon (zdravotní pojišťovny, banky, česká televize)

Právnické osoby jsou definovány Zákonem o obchodních korporacích (zákon č. 90/2012 Sb.) jako obchodní korporace (organizace).

Znaky: má právní subjektivitu (má samostatné jméno, práva a povinnosti, je zapsána v obchodním rejstříku), ekonomická samostatnost (samostatně hospodaří, rozhoduje o kapitálu a o hospodářském výsledku), určitá organizační struktura (předem určeny orgány a pravomoci)

Vznik: zřízení právnické osoby příslušnou smlouvou ve formě notářského zápisu, vznik právnické osoby dnem zápisu do obchodního rejstříku

Zánik: zrušení právnické osoby (z vůle společníků, uplynutím času, prohlášením konkurzu, rozhodnutím soudu), zánik právnické osoby dnem výmazu z obchodního rejstříku

Zákon o obchodních korporacích rozlišuje obchodní společnosti a družstva, přičemž souhrnně jsou nazývány obchodními korporacemi.

Dle české legislativy rozeznáváme pět typů obchodních korporací: společnost s ručením omezeným (s.r.o.), akciová společnost (a.s.), veřejná obchodní společnost (v.o.s.), komanditní společnost (k.s.) a družstvo.

Přehled obchodních společností (požadavky na jejich založení a jejich základní charakteristiky).

SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM – s.r.o. – nejčastější typ společnosti v ČR

Nejpoužívanější forma obchodní společnosti v ČR hlavně u drobných a středních podniků. (ZOK upravena v §132-242) Má-li s.r.o. internetové stránky, má povinnost na nich zveřejňovat údaje, které má povinnost uvádět na svých obchodních listinách a další údaje vyžadované ZOK. Výčet těchto údajů obsahuje § 435 NOZ: jméno, sídlo, údaj o zápisu do veřejného rejstříku. Uvádí-li se údaj o základním kapitálu společnosti, musí se údaj týkat pouze upsané a splacené části.

- **Podstata:** kapitálová společnost s prvky osobní společnosti
- **Založení:** fyzickými nebo právnickými osobami (1 a více), společenskou smlouvou více společníků) nebo zakladatelskou listinou (jediný společník) ve formě veřejné listiny (notářského zápisu). Návrh na zápis do obchodního rejstříku podat do 6 měsíců od založení
- **Základní kapitál:** min. 1 Kč
- **Ručení majetkem:** společnost ručí veškerým majetkem, společník do výše nesplaceného vkladu (v případě úpadku společnosti může dle § 68 ZOK soud na návrh insolvenčního správce či věřitele rozhodnout o vzniku ručení jednatele za závazky společnosti pokud jednatel věděl nebo mohl vědět, že hrozí úpadek a neučinil vše potřebné k jeho odvrácení v rozporu s péčí řádného hospodáře.)
- **Orgány:** valná hromada – nejvyšší orgán, statutární orgán – jednatel či jednatele Jednatel může nově být kromě fyzické osoby též osoba právnická. V případě, že je jednatel právnická osoba, pokud nezmocní jinou fyzickou osobu k zastupování v daném orgánu, zastupuje ji její statutární orgán (§ 154 NOZ).
- Nepeněžitě vklady není nutné oceňovat znalcem

AKCIOVÁ SPOLEČNOST – a.s. (§ 276 odst. 2 ZOK), je vhodná pro správu a provoz větších podniků, u kterých je potřeba velká kumulace kapitálu. Z velké části je regulována evropským právem. ZOK ukládá povinnost mít internetové stránky (§7 odst. 2 ZOK)

- **Podstata:** kapitálová společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě
- **Založení:** jeden zakladatel (pouze právnická osoba) nebo více zakladatelů, zakladatelskou listinou (1 právnická osoba) nebo zakladatelskou smlouvou (2 PO a více FO)
- **Základní kapitál:** při veřejné nabídce akcií min. 20 milionů Kč, ZK bez veřejné nabídky akcií min. 2 miliony Kč
- **Ručení majetkem:** celým svým majetkem, akcionáři neručí za závazky společnosti.
- **Orgány:** buď valná hromada, představenstvo, dozorčí rada (dle § 453 a ZOK) nebo správní rada doplněná o statutárního ředitele (dle § 456 a ZOK). Zmiňované orgány mohou být jednočlenné

- Akcionář může vlastnit akcie různého druhu

VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST – v.o.s.

- **Podstata:** osobní společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou
- **Založení:** min. dvě osoby společenskou smlouvou
- **Základní kapitál:** není stanoven, je nepovinný
- **Ručení majetkem:** osoby ručí svým majetkem (společně a nerozdílně).
- **Vznik:** zápisem do Obchodního rejstříku.
- **Orgány:** společnost vedou všichni společníci

KOMANDITNÍ SPOLEČNOST – k.s.

- **Podstata:** osobní společnost, která je tvořena minimálně dvěma společníky (komplementářem a komanditou)
- **Založení:** dva a více společníků společenskou smlouvou
- **Základní kapitál:** povinný, vkládá komandista v min. výši 5 000 Kč
- **Ručení majetkem:** komandisté ručí do výše vkladu, komplementář ručí celým svým majetkem
- **Orgány:** společnost vedou komplementáři

DRUŽSTVO

- **Podstata:** společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů.
- **Založení:** minimálně 5 fyzických nebo 2 právnické osoby.
- **Ručení majetkem:** družstvo ručí celým svým majetkem, členové neručí za závazky družstva.
- **Orgány:** představenstvo

Družstvo je dalším subjektem, který má možnost dle ZOK podnikat; jeho podstatou je skutečnost, že jeho vlastníci (členové družstva) do družstva nevnášejí peníze, ale většinou jiné majetkové hodnoty (v zemědělských družstvech to bývá půda, zvířata či později tzv. transformační podíly, v bytových družstvech činnost členů při výstavbě bytových domů); je nutno připustit, že tato forma podnikání je na ústupu.

PRÁVNÍ ÚKONY

Druhy právních úkonů: jednostranné (např.: odstoupení od smlouvy), dvoustranné (např.: smlouvy), vícestranné (např.: veřejná soutěž)

Provedení právního úkonu: jednáním, výslovně (ústně nebo písemně), konkludentně (aktivní jednání – např.: převzetí zásilky, zvednutí ruky při hlasování)

Kdy je právní úkon neplatný?

Je-li nemožné jeho plnění, je-li učiněn osobou, která jedná v duševní poruše nebo nemá způsobilost k právním úkonům, pokud se přičí dobrým mravům nebo je protizákonný, pokud není učiněn ve formě, kterou vyžaduje zákon nebo dohoda účastníků.

Při právních úkonech jsou právnické osoby zastupovány osobami fyzickými, které za ně jednají jejich jménem a na jejich účet buď přímo jako jejich orgány, nebo nepřímo na základě plné moci jako jejich zástupci.

ŽIVNOST

Podmínky živnostenského podnikání upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Proto jako živnostník vystupujete pod svým jménem a ručíte za své podnikatelské aktivity celým svým majetkem.

Živnost může provozovat fyzická či právnická osoba na základě živnostenského oprávnění, která splní další podmínky pro podnikání vyplývající ze živnostenského zákona, daňových zákonů, zákonů o důchodovém, sociálním a zdravotním pojištění, případně se přihlásí jako zemědělec

Druhy živností podle podmínek získání živnostenského oprávnění, jak upravuje živnostenský zákon:

- živnost ohlašovací – může být provozována osobami, které vlastní živnostenské oprávnění, získané na základě ohlášení na živnostenském úřadu a zaplacení správního poplatku. Dále se dělí:
 - řemeslné – nutné prokázat odbornou způsobilost (viz § 21 a 22 zákona č. 455/1991 Sb.)
 - vázané – nutné prokázat odbornou způsobilost (viz §24 zákona č.455/1991 Sb.)
 - volné – jedná se v současné době o většinu živností, zákon nevyžaduje prokázání odborné či jiné způsobilosti
- živnost koncesovaná – mezi nutná je koncese (oprávnění pro výkon těchto živností, které vzniká dnem nabytí právní moci o udělení koncese). Odborná způsobilost tedy musí být prokázána a je upravena zvláštními předpisy. Na vydání koncesní listiny není právní nárok, její vydání může být žadateli ze zákonných důvodů odepřeno.

Co není živnost a není tedy potřeba živnostenského oprávnění? (viz živnostenský zákon §3 a zákon o dani z příjmů §7 odstavec 1 a 2)

- zemědělská výroba, lesní a vodní hospodářství
- činnost autorů- autorské honorář,
- nezávislá povolání, která nejsou živností ani podnikáním podle zvláštních předpisů (spisovatel, herec, hudebník)
- činnosti, ke kterým je většinou potřeba státní zkouška: psychoterapeuti, daňový poradci, advokáti, tlumočníci, znalci, lékařská praxe, přírodní léčitelství

Kdo může provozovat živnost?

Fyzická či právnická osoba, která splňuje následující podmínky:

- dosažení věku 18 let
- má způsobilost k právním úkonům (prokazuje se na základě platného občanského průkazu)
- je trestně bezúhonná (za bezúhonného se pro účely živnostenského zákona nepovažuje, ten, kdo byl pravomocně odsouzen pro úmyslně spáchaný trestný čin a byl mu uložen trest odnětí svobody minimálně 1 roku nebo byl trestný čin spáchán v souvislosti s podnikáním)
- má odbornou či jinou způsobilost, je-li vyžadována
- nemá žádné nedoplatky vůči finančnímu úřadu a OSSZ (nutno doložit potvrzením příslušného úřadu), nedoplatky vůči ZP (doložit čestným prohlášením), na její majetek není prohlášen konkurz

Výhody živnosti

- snadný start
- nízká administrativní a ekonomická náročnost
- při obratu pod 25 mil. Kč jednodušší účtování
- výnosy lze po odečtení sociálního a zdravotního pojištění a daně z příjmu využít pro vlastní potřeby
- možnost daňových paušálů

Výhody společnosti

- lepší image a záruka kontinuity pro obchodní partnery
- snadnější dostupnost financí
- jednodušší nakládání s podnikem
- možnost oddělení osobního majetku a majetku firmy
- lepší možnost daňové optimalizace

1.2. Registrační povinnosti

Začínající podnikatel se dle zákona musí zaregistrovat na úřadech. Jde především o registraci na Finanční úřad (správce daně), na zdravotní pojišťovně a na Okresní správě sociálního zabezpečení.

Finanční úřad

Podnikatel je povinen dle zákona č. 337/1992 sb. do 30 dnů podat přihlášku k registraci u místního finančního úřadu od následujícího dne, kdy začne běžet lhůta právní účinnosti povolení nebo oprávnění k podnikatelské činnosti nebo po dni, kdy začne provozovat jinou samostatnou výdělečnou činnost. Poplatník je povinen oznámit správci daně do 30-ti dnů zřízení stálé provozovny a její umístění na území České republiky.

Podnikatel je jako plátcе daně povinen podat přihlášku k registraci u správce daně nejpozději do 15-ti dnů od vzniku povinnosti srážet daň nebo zálohy na ni nebo daň vybírat, pokud zvláštní předpis nestanoví jinak.

Zdravotní pojišťovna

Podnikatel, který je osobou samostatně výdělečně činnou je povinen dle zákona č. 48/1997 sb. oznámit příslušné zdravotní pojišťovně zahájení a ukončení samostatné výdělečné činnosti nejpozději do 8 dnů.

Zahájení výdělečné činnosti je okamžik, kdy se činnost začne provozovat s cílem "mít příjem" (tj. objednávky, fakturace, uzavření smlouvy apod.). Za zahájení výdělečné činnosti se nepovažuje pouhé získání živnostenského nebo jiného oprávnění k provozování samostatné výdělečné činnosti.

Okresní správa sociálního zabezpečení (OSSZ)

K hlavním povinnostem OSVČ v rámci sociálního zabezpečení patří, při splnění zákonem stanovených podmínek, placení pojistného na důchodové pojištění a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a dále každoroční podávání Přehledu o příjmech.

Podnikatel (OSVČ) má povinnost dle zákona č.589/1992 sb. nejpozději do 8. kalendářního dne měsíce následujícího po měsíci, v němž nastala povinnost, oznámit den, od kterého:

- zahájil (znovuzahájil) samostatně výdělečnou činnost (musí uvést den, od kterého má oprávnění vykonávat samostatně výdělečnou činnost)
- ukončil samostatně výdělečnou činnost
- zaniklo oprávnění vykonávat samostatnou výdělečnou činnost
- nevykonává zaměstnání
- nemá nárok na výplatu invalidního důchodu a rodičovského příspěvku
- přestal osobně pečovat o osobu mladší 10 let, která je závislá na péči jiné osoby ve stupni I – IV
- nemá nárok na výplatu PPM z důvodu těhotenství a porodu, pokud PPM náleží z nemocenského pojištění zaměstnanců
- přestala být nezaopatřeným dítětem, pokud ohlásil a doložil vznik těchto skutečností pro účely výkonu vedlejší samostatné výdělečné činnosti.

Místní příslušnost OSSZ

Místní příslušnost správy sociálního zabezpečení se řídí místem trvalého pobytu OSVČ pro následující účely:

- vedení evidence pro účely důchodového pojištění OSVČ,
- kontrolu plnění povinností plátců pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti,
- vybírání pojistného na sociální zabezpečení a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti,
- vydávání potvrzení pro OSVČ o výši zaplaceného pojistného na důchodové a nemocenské pojištění, vráceném přeplatku na pojistném a vyplacených dávkách nemocenského pojištění pro účely nároku na dávky státní sociální podpory.

Pokud nemá OSVČ v ČR trvalý ani hlášený pobyt, pak se místní příslušnost určí podle místa výkonu samostatné výdělečné činnosti.

Podnikatel, který zaměstnává osoby je povinen do 8 dnů oznámit okresní správě sociálního zabezpečení den zahájení případně skončení jejich pracovní činnosti a změny údajů uvedených na oznámení o zahájení či skončení činnosti.

Všechny tiskopisy jsou elektronické podobě na stránkách www.cssz.cz/cz/tiskopisy/osvc.htm.

JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

Zjednoduší začátek samostatné výdělečné činnosti. Podnikatel provozující svou podnikatelskou činnost na základě živnostenského oprávnění může podat příslušnému živnostenskému úřadu jednotný registrační formulář, což mu umožní.

- ohlásit živnost
- registrovat se na daň z příjmu fyzických osob
- registrovat se na zdravotní pojištění
- registrovat se na sociální pojištění

Může zároveň vyplněním přílohy provést registraci:

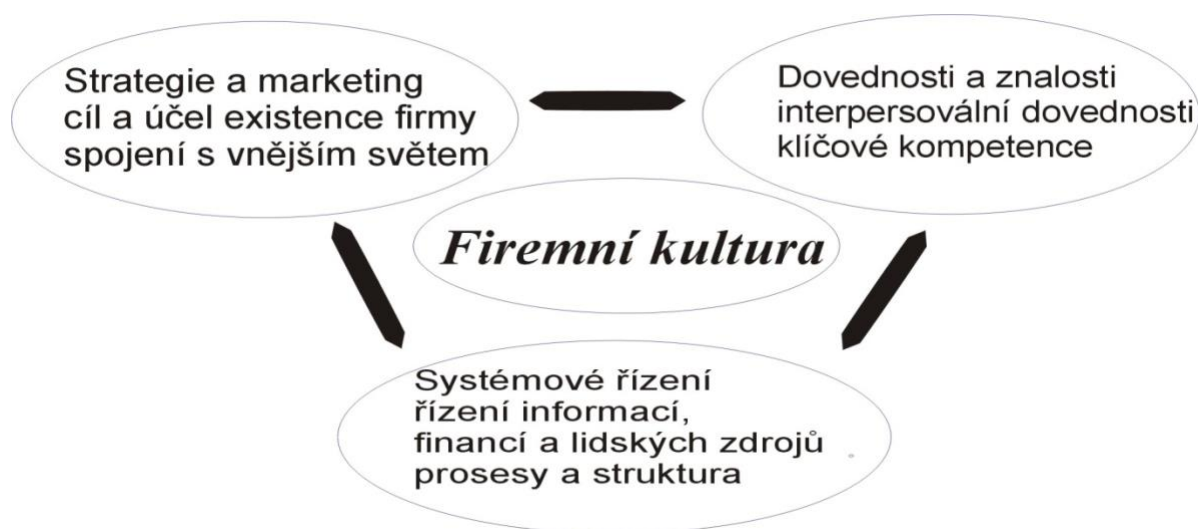
- plátce DPH
- silniční daň
- nemocenské pojištění
- daň z nemovitostí

2. Management pro podnikatele

2.1. Firemní kultura

Každá firma má minimálně 4 základní kameny

- strategie a marketing - ty určují, co by chtěla dělat a na jaké zákazníky se přitom zaměřit
- schopnosti a dovednosti lidí - co umí odborně, jak jsou schopni znalosti použít v praxi k dosažení výsledků. Zda znají např. principy týmové práce, umí řešit konflikty apod.
- systémy to jsou pomocníci usnadňující lidem každodenní práci - např. nastavení procesů, organizační struktura, toky informací. Dále třeba způsob řízení lidských zdrojů, získávání a rozdělování financí
- firemní kultura je to vlastně skutečné chování lidí v organizaci, působí na ni všechny předchozí stavební kameny



FIREMNÍ KULTURA

Každá firma má svou specifickou firemní kulturu, která ovlivňuje strategii firmy a měla by také podporovat dosažení firemních cílů.

Pojem firemní kultura tedy zahrnuje působení firmy a jejich pracovníků navenek, vztahy mezi zaměstnanci, klima firmy. Dále se zde odráží hodnoty, které sdílí většina zaměstnanců a co se považuje za klady a zápory.

Základní prvky firemní kultury:

SYMBOLY, které zahrnují různé zkratky, slang, způsob oblékání, symboly postavení, které jsou známy jen členům této organizace.

HRDINOVÉ, tedy skuteční nebo smyšlení lidé, kteří slouží jako model ideálního chování a jsou nositelé tradice. Slouží jako vzor ideálního zaměstnance či manažera (často jsou jimi zakladatelé společnosti.)

RITUÁLY jsou neformální aktivity (oslavy), formální schůze, psaní zpráv, plánování, informační a kontrolní systémy, tedy různé společensky nezbytné činnosti a projevy.

HODNOTY se promítají do pracovní morálky, sounáležitosti pracovníků s firmou i do celkové orientace firmy. Představují nejhlubší úroveň firemní kultury. Jde o obecné vědomí toho, co je dobré a co špatné. Hodnoty by měli sdílet všichni pracovníci, nebo alespoň zaměstnanci, kteří jsou ve vedoucí pozici.

Kulturu firmy je možné charakterizovat jako způsob vykonávání práce a zacházení s lidmi. Zaměstnavatelé si proto vybírají nové lidi tak, aby do firmy zapadli nebo se firma snaží vychovat si své lidi v jednotném stylu.

Neexistuje univerzální firemní kultura, která by vyhovovala každému. Zvláště ceněnou hodnotou je osobní svoboda, člověk je iniciativní a má chuť se seberealizovat. Styl práce a dodržování dle jeho mínění banálních a nesmyslných psaných i nepsaných pravidel, dokáže otrávit natolik, že místo lidé opouští ještě ve zkušební době.

Zacházení s firemní kulturou může mít vliv i na úspěch či neúspěch firmy. Může sloužit jako velmi mocný nástroj pracovní motivace. Správným uplatňováním firemní kultury lze snížit fluktuaci a zvýšit efektivitu práce.

Pokud organizace vědomě a cíleně formují svou firemní kulturu i marketing, mohou dosáhnout velké konkurenční výhody. Silná organizační struktura by se měla orientovat na současnost a na budoucnost, nezabývat se minulostí v rozvoji firmy. Soustředí-li se firemní kultura příliš na zavedené a fungující normy, zvyky a rituály, je velmi těžké pokusit se o změnu.

Firemní kultura dává firmě identitu. Její aspekty pak se prezentují pomocí marketingové komunikace. Zároveň však komunikační aktivity firmy směřující k veřejnosti působí i na zaměstnance a jejich vnímání. Tak může marketingová komunikace posílit třeba hrdost zaměstnanců na příslušnost k firmě, což eventuálně povede i k posunu u firemní kultury.

Firemní kultura by měla spolupracovat s marketingovou komunikací, měly by být ve vzájemné shodě. Proces budování vhodné kultury firmy je dlouhodobý, stejně jako budování dobrého jména a žádoucí pozice značky u zákazníka. Důležitá je schopnost přizpůsobovat se proměnlivým potřebám trhu a klientů. Organizační struktura musí být jasná a souvislá, v případě, že není má každý zaměstnanec jiné představy o společnosti, její značce a hodnotách. To ovlivňuje marketingovou komunikaci, která pak není dostatečně přesvědčivá.

Mezi firmami mohou být v kultuře propastné rozdíly, říká se, že úspěšné firmy se od neúspěšných liší právě svojí kulturou. Existují firmy, kde většina zaměstnanců sdílí hodnotové nastavení, které firmě pomáhá získat mimořádné schopnosti, vedoucí k úspěchům na trhu. Jsou ale i firmy, kde žádný větší průnik v hodnotách není, kultura je dezintegrována a lidé spotřebovují spoustu energie ve vnitřních konfliktech.

Manažeři, kteří se snaží vyladit firmu k co nejlepšímu výkonu, usilují o to, aby kultura odpovídala strategickému zaměření a aby ji sdíleli všichni zaměstnanci. Pokud například bude konkurenční výhodou firmy naprosto přesné a bezchybné dodržování stanovených postupů, musí její zaměstnanci dodržování postupů a pravidel ctít jako základní princip, mělo vycházet z jejich vnitřního přesvědčení. V takové firmě nebude vhodné uplatnění pro člověka, který rád improvizuje a při práci se řídí známým heslem: „Pořádek je pro blbce, inteligent zvládá chaos“.

Jak ovlivnit kulturu firmy v praxi?

- Určit strategické priority – v čem chce být firma nejlepší a dohodnout se, jaké kulturní nastavení bude zvolenou strategií nejlépe podporovat, zda je potřeba stavět na týmové spolupráci nebo spíše na individuální odpovědnosti, zda mají být lidé tvořiví, flexibilní a ochotní se učit nové věci nebo hledáme zaměstnance, kteří budou pečlivě dodržovat stanovené postupy
- Výběr správných lidí, kteří potřebné kulturní principy už mají zakořeněné – buď z předchozí práce, nebo jako součást svého vnitřního přesvědčení. Častá chyba ze strany firmy při výběru zaměstnanců je přílišné preferování technické znalosti a zkušenosti a opomenutí přezkoumání jejich kulturních preferencí. V praxi bývá jednodušší naučit člověka technické dovednosti, než se snažit změnit vnitřní přesvědčení odborníka, který do organizace kulturně nezapadá.

- Ovlivňování firemní kultury managementem. Patří sem firemní vzdělávání, programy sloužící pro integraci kultury ale i příklad, jak manažeři sami přistupují k práci a ovlivňují tím chování ostatních zaměstnanců.

2.2. Management malé a střední firmy

Malé a střední podniky jsou podniky s nízkým počtem zaměstnanců. Dle Evropské unie se jedná o podniky s maximálně 250 zaměstnanci. Hrají nezastupitelnou roli v české ekonomice a zejména jsou významně spjaty se svým regionem jak podnikatelsky tak společensky. Malé a střední podniky představují v České republice více než 1 milion ekonomických subjektů a zaměstnávají průměrně téměř 2/3 zaměstnanců. Představují tedy významného zaměstnavatele.

Řízení malé firmy je v mnoha ohledech specifické. Malá firma má malému počtu zaměstnanců i vedoucích pracovníků. Řady funkcí bývá soustředěna do kompetencí několika málo pracovníků, často je to jeden až dva lidé. Většinou neexistuje žádná rozsáhlá evidence činností, která by umožňovala funkce jednoduše přerozdělovat.

V malých firmách také obvykle převládá operativní řízení nad strategickým, přičemž naprosto převažuje ústní komunikace nad psanou. Práce se mezi zaměstnance rozděluje za chodu a spíše spontánně, jakékoli rozhodnutí vychází obvykle z aktuálního rozpoložení podnikatele či vedoucího pracovníka.

To všechno s sebou přináší řadu nároků, problémů i výzev, s kterými se musí majitel a manažer (často jedna a tatáž osoba) takové firmy vypořádat.

Patří sem:

- stanovení strategie
- organizace práce a času vytíženého podnikatele
- výběr vhodných spolupracovníků, zastupujících manažerů nebo externích partnerů
- formalizace procesů fungování firmy
- inovační činnost
- zaváděním podpůrných technologií a informačních systémů
- budováním firemní kultury atd.

Mise, vize, strategie, podnikatelský plán malé firmy

Jedním ze základních kamenů úspěchu firmy je stanovení kvalitních cílů.

MISE je to, čeho chceme podnikáním dosáhnout. Co děláme, pro koho, jak a proč. Je potřeba ji průběžně aktualizovat s ohledem na aktuální vývoj ve firmě.

VIZE je naopak něco, co popisuje naší ideální budoucnost a co nás žene stále vpřed. Může se být největším motivačním faktorem ve firmě. Pokud se s ní my i naši zaměstnanci ztotožníme.

STRATEGIE A PODNIKATELSKÝ PLÁN – stanovit strategii a připravit podnikatelský plán by měla být první činnost, kterou by měl začínající podnikatel udělat. Strategie udává směr, kam bude firma směřovat. (Např.: rozhodnutí, zda bude firma nabízet úplně nové produkty či služby nebo zvolí již existující, zda budeme nabízet širší portfolio produktů a služeb v menším množství, nebo naopak pár vybraných ve velkém objemu). Obvykle se od ní odvíjí úspěch či neúspěch firmy. Klíčem k podnikatelskému úspěchu je rovněž příprava reálného podnikatelského plánu v písemné podobě. Tento dokument popisuje fázi, ve které se firma či jeho myšlenka nachází, kam a jakými cestami se chce v určitém dlouhodobějším horizontu dostat. Současně definuje finanční prostředky či jiné zdroje, které budou pro realizaci plánu potřeba. Po přečtení podnikatelského plánu by měl i člověk mimo firmu poznat, co, pro koho a jakým způsobem firma dělá. (Podrobněji se budeme podnikatelským plánem zabývat v kapitole číslo 9).

Výhody malých a středních podniků

- pružné reagování na změny
- inovativnost
- vytváření nových pracovních příležitostí
- odolnost proti hospodářské recesi
- rychlost přijímání podnikatelských rozhodnutí

Stejně tak literatura uvádí, že pružnost je i jednou z hlavních konkurenčních výhod malých a středních podniků vůči nadnárodním a velkým korporacím, díky níž jsou schopny rychleji reagovat na změny na trhu.

Nevýhody malých a středních podniků

- omezené možnosti zaměstnávání odborníků
- vyšší intenzita práce a méně příznivé pracovní podmínky
- omezené možnosti získávání výhod z rozsahu produkce
- omezené prostředky na propagaci a reklamu
- ředitel útvaru musí být kvalifikován po stránce marketingové i obchodní
- potlačení marketingových aktivit ve prospěch obchodu

Podnik je subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. K těmto subjektům patří zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti.

Vlastnosti správného manažera

Jednou z nejdůležitějších vlastností dobrého manažera je autorita. Pokud ho jeho podřízení nerespektují, těžko je může vést. Abyste si ji získali, musíte být sebevědomí, prokázat své schopnosti, ale zároveň musíte umět naslouchat svým podřízeným.

Správný manažer nemusí za každou cenu vystupovat seriózně nebo upjatě, měl by ale dobře vědět, co dělá, jak to dělá a proč to dělá. Nestačí umět řídit druhé, musíte umět řídit i sami sebe.

Mnoho lidí věří, že peníze jsou tou největší životní vivací. Omyl. Přece nepracujeme kvůli penězům, ale kvůli tomu, co za ně můžete mít. Našimi hlavními motivátory jsou potřeby, hodnoty, postoje a zájmy. Úkolem manažera je přesvědčit zaměstnance, že úspěch firmy je v jeho vlastním zájmu. Zaměstnanec by měl souhlasit s tím, co firma dělá, měl by v ní být šťastný, měl by milovat svoji práci. Každého je třeba motivovat trochu jinak. Jak, to zjistíte, když si osvojíte následující schopnost:

Správný manažer se musí být schopný vcítit do potřeb svých zaměstnanců. Musí chápat jejich slabiny a problémy, což se často dotýká nejenom jejich profesního, ale i soukromého života.

Dobrý manažer by měl být připravený svým pořízeným kdykoliv pomoc. Pracovníci musí vědět, že za ním mohou vždycky přijít a požádat ho o radu.

Nestačí umět hezky mluvit. Správnému způsobu komunikace je třeba se naučit. Dobrý manažer musí vycizelovat své rétorické schopnosti. Nezáleží jenom na tom, co říkáte, důležité je i to, jak to říkáte. Naučte se neplýtvat časem svých podřízených. Mluvte jednoduše, jinak vaše příkazy nebudou jasné. Pracovník, který si není stoprocentně jistý tím, co má dělat, to nikdy nemůže udělat správně.

Dávat dobrou zpětnou vazbu je skutečné umění. Nesmíte pracovníka demotivovat, a zároveň mu musíte dát jasně najevo, jaké chyby udělal a jak je může napravit. Průběžná zpětná vazba přispívá k osobnímu vývoji každého člověka.

Jelikož má manažer obvykle na starosti celé oddělení, dříve či později bude zavalený nejrůznější prací. Musíte se ji naučit delegovat dál. Správný manažer by neměl mít jinou práci než organizaci, kontrolu a případnou pomoc. Tím, že delegujete své úkoly na lidi pod sebou, zvyšujete jejich pocit zodpovědnosti. Pokud lidi pod vámi dostanou za úkol řídit další lidi, svým způsobem děláte manažery i z nich.

3. Marketing

3.1. Marketingový plán

Marketing je proces řízení, jehož výsledkem je předvídání, poznání, ovlivňování a uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem, zajišťujícím splnění cílů organizace. Marketing je uplatňován v každé zemi, kde je nadbytek zboží.

Každá firma, chceš-li uspět na trhu musí vycházet ze znalosti zákazníka a konkurence. Marketingová činnost je souhrn činností, kterými se firma snaží o zvýšení prodeje. Poznatky z této činnosti jsou přenášeny do tvorby nových výrobků, do obchodní činnosti a do ovlivňování spotřeby. Marketingová činnost úzce souvisí s odbytem, usiluje o to, aby se ke správnému spotřebiteli dostal správný výrobek, za správnou cenu, na správném místě, ve správném čase a při vhodné komunikaci.

Hlavní marketingové činnosti:

- průzkum trhu
- požadavky na vlastnosti výrobku a obaly
- statistika prodeje
- určování cen
- doprava a způsob
- propagace a reklama
- organizace prodeje a výchova prodávačů
- obchodně technické služby
- skladování
- převzetí rizika

MARKETINGOVÝ PLÁN

Klíčem k úspěchu každé firmy je dobrý marketingový plán. Je důležitý pro koordinaci všech propagačních a marketingových aktivit.

Marketingový plán ukazuje, jaké kroky musí firma provést, aby realizovala své obchodně-marketingové cíle. Umožňuje poznat konkurenční výhodu firmy, mapuje dosavadní úspěchy, napomáhá zvýšit zisk i obrát, motivuje zaměstnance. Prostřednictvím marketingového plánu a pravidelného plánování lze odhalit nedostatky, kterých se při realizaci marketingových aktivit firma dopouští a ušetřit nám tak nejenom čas, ale i peníze. Stejně jako kterýkoliv jiný plán pomůže i marketingový plán získat pocit kontroly.

Při tvorbě marketingového plánu myslete na to, že i sebelepší marketingový plán je nám k ničemu, pokud leží-li v šuplíku. Pokud se lidé, kteří realizují marketingový plán, budou podílet na jeho přípravě, lépe se s ním dokážou ztotožnit. Plán je třeba pravidelně aktualizovat a

reagovat na nejnovější podmínky a změny. Je dobré mít několik variant plánu, budete tak připraveni na situaci, kdy něco nevyjde nebo se plán ukáže jako nerealizovatelný. Je vhodné proto vytvořit plány a rozpočty pro ideální, reálné i krizové podmínky.

Při tvorbě marketingového plánu musíme nejprve poznat vstupní předpoklady. Existuje celá řada analytických postupů, pomocí nichž lze určit východiska a stanovit si reálné cíle a optimální prostředky k jejich dosažení.

Důležitým krokem marketingového plánování je definování poslání a cílů firmy. Poslání firmy bývá vyjádřeno velmi obecně a často se stává ústředním reklamním sloganem firmy. Cíle musí být definovány konkrétně. Cíle firmy lze rozdělit podle oblastí, kterých se týkají např.: postavení firmy na trhu, zvýšení zisku a obrátu, finanční cíle, sociální oblasti, tržní prestiže. Obecné cíle nutné konkretizovat a rozpracovat do dílčích cílů. Na stanovení cílů navazuje určení strategií, které povedou k jejich dosažení.

Situace na trhu z pohledu zákazníka:

Kdo je zákazník?

Zákazník je vždycky nejdůležitější osoba, ať už je přítomen osobně, nebo poštou. Není závislý na nás, ale my jsme závislí na něm. Zákazník nás nikdy nevyrušuje z práce, ale je jejím smyslem. Neděláme mu laskavost tím, že mu sloužíme, on prokazuje laskavost nám tím, že nám dává příležitost, abychom to mohli dělat. Zákazník je osobnost, která nám přináší své požadavky a naším úkolem je zvládat je v jeho i náš prospěch.

MARKETINGOVÁ SITUAČNÍ ANALÝZA je prvním krokem přípravy marketingového plánu. Zkoumá prostředí firmy, segmenty trhu, konkurenci, odhad budoucí poptávky a prodejů. Směřuje k volbě cílových trhů a k nalezení reálných a současně náročných marketingových cílů a strategií firmy. Včetně strategií jednotlivých prvků marketingového mixu.

Situační analýzu zpracovávají marketingoví manažeři, aby získali informace potřebné pro navržení nových strategií nebo ke změně existující strategie.

Marketingovou situační analýzu lze rozdělit do tří částí, a to:

- Informační část, v jejímž rámci dochází ke sběru informací a jejich hodnocení. Informační část obsahuje:
 - hodnocení vnějších faktorů: vnějšího prostředí firmy (makroprostředí i mikroprostředí)
 - hodnocení vnitřních faktorů: vnitřního prostředí firmy
 - matici konkurenčního profilu
- Porovnávací část, která generuje možné strategie při využití různých metod např.: SWOT analýzy.
- Rozhodovací část, v níž se objektivně hodnotí zvažované strategie a doporučují se případné změny.

Vypracování projektu situační analýzy sestává z:

- definování problému, který vyžaduje zpracování situační analýzy;

- definování potřebných informací;
- stanovení typů informací a určení jejich zdrojů;
- určení metod sběru informací;
- stanovení způsobu zpracování a vyhodnocení informací;
- určení odpovědnosti;
- stanovení časového harmonogramu;
- sestavení rozpočtu.

SWOT ANALÝZA

Metoda byla vyvinuta Albertem Humphreyem v 60.letech 20.století.

Název SWOT vznikl z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů:

Strengths - silné stránky	Weaknesses - slabé stránky
Threats - hrozby	Opportunities - příležitosti

SWOT analýza je obvykle součástí dlouhodobého plánování používá jako situační analýza v rámci strategického řízení. Spočívá v rozboru a hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí firmy ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (například nového produktu či služby). Ve vnitřním prostředí se hledají a klasifikují silné a slabé stránky, vyhodnocuje se tedy současný stav firmy. Ve vnějším prostředí se klasifikují příležitosti a hrozby spojené s podnikatelským záměrem, projektem, strategií či restrukturalizací procesů).

Oblasti použití SWOT analýzy je hodně např.: marketing, management, procesní nebo projektové řízení, systém kvality.

V praxi existuje celá řada různých metodik, výkladů a způsobů vytváření SWOT analýzy.

Zvolte správný “mix” !

Ted' je potřeba zvolit vhodné marketingové nástroje (tzv. marketingový mix), které firma využívá k tomu, aby dosáhla svých cílů.

MARKETINGOVÝ MIX definován jako základ taktiky umožňující dosáhnout marketingového cíle. Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky (4P). V oblasti internetu se svým významem marketingový mix často nesprávně dostává spíše do oblasti strategie.

KONCEPT 4P

4P jsou zkratkou z anglických slov product (produkt), price (cena), place (place) a promotion (propagace), v obecném marketingu se tak označují čtyři základní složky marketingového mixu. Pokud některá z těchto složek chybí, marketingový mix pravděpodobně nebude účinný.

Co konkrétně označují 4P?

- produktem se myslí samotný výrobek či služba a způsob nabízení a prodeje
- cena je zřejmá, patří sem však i různé slevy a pobídkové akce
- místem se myslí způsob, jakým si zákazník může výrobek zakoupit, jde tedy o fyzické místo prodeje, ale i celou problematiku distribuce produktu
- propagace je způsob, jak informovat potenciální zákazníky o výrobku. Patří sem tedy reklama a další prostředky podpory prodeje. Na internetu jde o hlavní složku marketingového mixu.

DOTAZOVÁNÍ

Jeden z nejběžnějších nástrojů pro sběr dat pro různé typy průzkumů je dotazník. Je sestavený ze série otázek, jejichž cílem je získat názory a fakta od respondentů. Prostřednictvím dotazníku je možné získat informace s menší námahou a levněji než při použití jiných typů průzkumů jako například osobní nebo telefonický rozhovor, pozorování nebo skupinový rozhovor. Výsledná data také dají jednodušeji zpracovávat.

Přes tyto výhody může být sestavení a správné vyhodnocení dotazníku dost obtížné.

Dotazník má i jisté nevýhody: může být obtížné získat respondenty, v dotazníku je snadnější vyplnit nepravdivé informace, redukuje komunikaci, protože 90 % komunikace je nonverbální dotazník ji nedokáže zachytit.

Dotazník by měl na první pohled upoutat pozornost, nesmí respondent hned na začátku odradit. Je potřeba se zaměřit především na srozumitelnost, přehlednost a snadnou orientaci, jednoduchost vyplňování, jazykovou korektnost, grafickou úpravu.

Postup tvorby dotazníku:

- stanovení cíle (Na počátku tvorby dotazníku je důležité si stanovit cíl průzkumu, na který se zaměříme. Pokud není přesně definován, může se stát, že průzkum nesplní očekávání. Cíl musí být především zjistitelný a srozumitelný).
- délka vyplňování (Více než 20 otázek zpravidla dotazovanou osobu odradí. Obzvláště u dotazníků vyplňovaných přes internet je vhodné udržet celkovou dobu vyplňování pod 10 minutami.)
- formování otázek (hlavní zásady formulování otázek je Jednoznačnost - formulovat výstižné a jednoduché věty, srozumitelnost - používat jazyk cílové skupiny respondentů, stručnost - krátké, stručné věty, validnost - ptát se na to, co skutečně potřebujeme zjistit, nepoužívat sugestivní otázky).
- řazení otázek (Na začátku dotazníku by měly být zařazeny zajímavé otázky, které upoutají pozornost. Uprostřed by se měly nacházet stěžejní otázky, jejichž vyplnění vyžaduje soustředění, a na konci otázky méně závažné.)

Na začátku dotazníku je dobré dotazovanou osobu, slušně oslovit a požádat o vyplnění dotazníku, představit náplň dotazníku, naznačit význam odpovědí a smysl celého dotazníku, a pokud možno zdůraznit přínos správného vyplnění pro samotného respondenta. Dále sdělit stručné pokyny k vyplňování, je-li to nutné, zmínit přibližnou délku vyplňování dotazníku a poděkovat za čas, který bude vyplňování věnovat.

Na závěr dotazníku je vhodné poděkovat za čas strávený vyplňováním dotazníku. Je možné také připsat stručné pokyny k odevzdání dotazníku.

Typy otázek

- otevřené (Osoba nedostává na výběr z předpřipravených variant odpovědí, může se tedy vyjádřit svými slovy podle vlastního uvážení. Výhodou je, že umožňují získat odpověď, která tvůrce dotazníku nemusela napadnout, věrněji zachycují pohled respondenta na otázku, jelikož není omezen variantami odpovědí, podněcují k hlubšímu zamyšlení nad tématem. Hodí se jako úvodní otázky, které napomáhají získat kontakt s respondentem. Nevýhodami je, že volnost odpovědí znesnadňuje následné zpracování, může být obtížné odpověď interpretovat, kvalita odpovědi je ovlivněna verbálními schopnostmi respondenta.)
- uzavřené otázky (nabízejí několik možných variant odpovědí, ze kterých si dotazovaný vybírá jednu nebo více odpovědí, které se nejvíce blíží jeho názoru. Tento typ otázek je vhodný v případě, že znáte většinu možných odpovědí. Výhody uzavřených otázek jsou jednoduché vyplnění odpovědi, nasměrování respondenta na to, co nás zajímá, snadné zpracování odpovědí. Oproti tomu nevýhody můžeme shledat v tom, že umožňují nahodilé vyplnění a sugestivní odpovědi, nemusí vystihnout názor respondenta a jsou složitější na vytváření.

Motivace

Dotazové osoby je potřeba dostatečně motivovat k vyplnění dotazníku např.: penězi, dárkem nebo poskytnutím výhod, zdůrazněním důležitosti názoru a výhod pro respondenta, apelováním na hodnoty dotazovaného, např. "vyplněním tohoto dotazníku pomůžete zlepšení ochrany přírody" nebo "pomůžete studentovi, který musí vypracovat školní projekt".

Velmi důležité je také vysvětlit význam dotazníku, důvod jeho vzniku a smysl jeho vyplnění. Například málokomu by se chtěl vyplňovat dotazník o spatřených hnízdech ptáků, dokud by nevěděl, že to napomůže zachránit mnoho mláďat.

CENA

Cena je jedním ze čtyř prvků marketingového mixu a důležitou součástí konkurenčního boje a stanovení správné výše ceny je velmi složitý proces, který se musí podřídit, celkové firemní strategii a zohlednit celou řadu vnějších a vnitřních faktorů.

Proces stanovení ceny

- upřesnění poslání a cílů při stanovení ceny
- odhad poptávky
- odhad nákladů

- rozbor cen konkurence
- metody stanovení ceny
- konečná strategie stanovení ceny

Říká se, že všechno na světě má svou cenu. Dobří obchodníci v duchu tohoto hesla říkají, že vše lze prodat – záleží jen na ceně. Tvorba ceny se tak odehrává na střetu nabídky a poptávky.

4. Řízení lidských zdrojů

4.1. Životopis a personalistika

ŽIVOTOPIS, známý též jako curriculum vitae (CV), je dokument obsahující přehled vzdělání a pracovních zkušeností. Většinou je psán s cílem najít zaměstnání. Často je právě životopis prvním prostředkem komunikace mezi uchazečem a potenciálním zaměstnavatelem.

Životopis musí zaujmout na první pohled, má být strukturovaný, maximálně 2 strany dlouhý, Neměl by obsahovat lživé informace, žádné fráze, text zarovnaný do bloku, pravopisné chyby.

Jak sepsat životopis a na nic nezapomenout?

Osobní údaje

- jméno a příjmení, kontaktní adresu, telefonické spojení, adresu e-mailu
- je zvykem uvádět rovněž datum narození, případně národnost, pokud je jiná než česká. Někdo připojuje i rodinný stav a počet dětí. Tyto údaje jsou ale nepovinné.
- do hlavičky životopisu je dobré vložit fotografii. Nejvhodnější fotografie bude vyzývavě neutrální, třeba klasická portrétová fotografie.

Pracovní zkušenosti

- pracovní zkušenosti seřazené chronologicky od nejnovějších po nejstarší.
- u všech zkušeností název zaměstnavatele a název pracovní pozice, u jednotlivých pozic měsíc a rok nástupu a odchodu.
- popište svou činnost na každé pozici: za co jste zodpovídali, co patřilo k vašim běžným i zvláštním úkolům, jakých výsledků jste dosáhli.
- životopis bude působit mnohem lépe, pokud uvedete konkrétní údaje, například počet lidí v týmu, který jste vedli, dosažený obrát z vašeho prodeje, počet získaných zákazníků, procenta zvýšení zisku...

Vzdělání

- nejvyšší dosažené vzdělání, název školy, obor studia, získaný titul, rok dokončení.
- základní škola se neuvádí
- poté ostatní absolvované formy studia (kurzy a školení), uveďte název instituce, která vzdělávání organizovala, dobu trvání a zda studium bylo zakončeno zkouškou.
- pokud jste ještě na škole, uveďte předpokládanou dobu jejího zakončení

Další schopnosti

- jazykové, počítačové a jiné charakteristiky. Vyberte to, co by se vašemu potenciálnímu zaměstnavateli mohlo zdát přínosné (například řidičský průkaz).
 - vyjmenujte další výrazné pracovní úspěchy, zahraniční stáže nebo konference, kterých jste se zúčastnili, vědecké práce nebo publikační činnosti, různá ocenění, ale i svá hobby, pokud by mohly personalistu zaujmout.
 - dovednosti a znalosti, můžete zmínit také některé osobnostní
- (vzor životopisu viz příloha 4.1. A)

PERSONALISTIKA A LIDSKÉ ZDROJE je oblast procesů ve firmě, která se zabývá řízením a rozvojem lidských zdrojů. Zahrnuje celou řadu postupů a různých metod řízení pro řízení lidských zdrojů a pro práci s lidmi ve firmě. Např.: získávání pracovníků, uzavření pracovní smlouvy, osobní rozvoj, vyplácení mezd...

„Rozhodování o lidech je jednou z nejdůležitějších věcí. Je potřeba umístit lidi na to správné místo a pak odvedou pořádnou práci.“

Personalistika má úzkou návaznost na management podniku. Je vhodné, aby organizace měla zpracovanou strategii rozvoje lidských zdrojů.

V podniku existuje personální útvar - provádí personální činnost, do které se řadí:

PLÁNOVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ - jeho úkolem je zajistit pro firmu zaměstnance tak, aby mohla plnit své úkoly a rozvíjet se. Z časového hlediska se uplatňuje krátkodobé (obsazení pracovního místa během krátké doby) a dlouhodobé (koncepční).

PRACOVNÍ ANALÝZA – opírá se o analýzu pracovních míst. Účelem je získání informací o významu pracovního místa, vymezení pracovní náplně a stanovení potřebné kvalifikace. Personální útvar navrhuje účelné změny v pracovních místech:

- Racionalizace tedy odstranění zbytečných činností a pracovních míst
- Humanizace práce vede k samostatnosti pracovníků a možnosti iniciativy, nejednotvárnost činností, prostor k pracovnímu postupu, zvyšování kvalifikace

NÁBOR A VÝBĚR ZAMĚSTNANCŮ – formy získávání zaměstnanců. Smyslem je vybrat pro dané pracovní místo vybrat zaměstnance, který nejlépe splňuje kvalifikační osobní a zdravotní předpoklady

Při hledání zaměstnanců můžeme využít inzerce, náborové letáky, spolupráci s pracovními úřady, osobní pohovory, zprostředkovací agenturu.

Následuje výběrové řízení, jehož součástí je získání podkladů od uchazeče o zaměstnání a jejich vyhodnocení, osobní pohovor (zjištění vzhledu, vystupování, důvod, proč se o místo uchází), zkouška způsobilosti (tedy ověření si znalostí, schopností a dovedností v simulovaných situacích), zdravotní způsobilost.

Posledním krokem je rozhodnutí o přijetí, či nepřijetí.

Výběrová řízení probíhá u různých kategorií pracovníků různě. Pro některá pracovní místa je vypisován konkurz. Konkurz je veřejná soutěž na obsazení pracovního místa na základě předem stanovených podmínek

UMÍSTĚNÍ A EVIDENCE PRACOVNÍKŮ

Na základě rozhodnutí o přijetí do pracovního poměru je třeba: řádně se zaměstnancem uzavřít pracovní poměr, zavést jeho evidenci, umístit ho na pracoviště, provést jeho adaptaci na pracovní místo a pracoviště.

Úkolem personalistiky je seznámit pracovníka: s firmou (historie, pravidla řízení), s provozem firmy (hlavní útvary, na kterých bude pracovat), s pracovištěm, se spolupracovníky, s povinnostmi.

Jaké údaje musíme vést o zaměstnanci?

Osobní nebo také personální evidence o zaměstnancích představuje souhrn informací, které potřebuje zaměstnavatel k plnění svých zaměstnavatelských funkcí, a to ve vztahu k sobě samému, k zaměstnancům i k orgánům, které jsou oprávněny některé údaje vyžadovat.

Formální požadavky na osobní evidenci nejsou zákonem stanoveny, ale obsah sledovaných údajů vyplývá z příslušných zákonů. Jedná se zpravidla o následující skupiny údajů a údaje:

Osobní údaje zaměstnance: příjmení, jméno, tituly, datum a místo narození, rodinný stav, státní občanství, adresa trvalého pobytu, rodné číslo.

Údaje související s pracovním právním vztahem: údaje o vzniku, změnách a skončení pracovního poměru nebo jiného pracovního právního vztahu

Doklady související s pracovním právním vztahem:

- pracovní smlouva, její změny, potvrzená přihláška OSSZ, přihlášení ke zdravotní pojišťovně, doklad o rozvázání pracovního poměru, včetně kopie potvrzení o zaměstnání (tzv. zápočtový list), případný pracovní posudek
- doklady o předchozím pracovním poměru, především potvrzení o zaměstnání
- údaje o dosažené kvalifikaci (fotokopie příslušných vysvědčení, osvědčení či diplomů), údaje o školeních a přezkušování u vybraných profesí, pro něž jsou tyto povinnosti stanoveny právními předpisy, popřípadě údaje o získané praxi
- doklad od soudu v případě, že byl nařízen výkon soudního rozhodnutí srážkami ze mzdy (exekucí)
- údaje o zdravotní způsobilosti k výkonu práce, tj. příslušné lékařské posudky, záznam o tom, zda občan pobírá důchod, druh důchodu, číslo rozhodnutí o pobírání důchodu.
- mzdový list je součástí mzdové evidence, obsahuje údaje o hrubém a čistém příjmu, zákonných srážkách, údaje o osobách, na něž zaměstnanec uplatňuje daňový odpočet (nezdanitelné částky příjmu)
- evidence pracovní doby (docházka), včetně časových údajů o práci přesčas pro účely sledování limitů
- evidenční list důchodového pojištění

- prohlášení k dani z příjmů (v případě, že ho zaměstnanec podepíše, může každý měsíc uplatňovat slevu na dani v hodnotě 2070,-Kč).
- jiné doklady, například kopie informací o zaměstnanci, které zaměstnavatel poskytl orgánům oprávněným je vyžadovat, upozornění na porušení pracovní kázně
- údaje o dovednostech a reference z předchozích zaměstnání
- zápočtový list (viz příloha 4.1. B)

Přijatá a vydaná potvrzení o zaměstnání (zápočtové listy), podklady pro jejich zpracování a údaje mzdové evidence je nutno archivovat. Podle zákona o účetnictví se mzdové údaje vztahující se k důchodové evidenci archivují 20 let.

ODBORNÁ PŘÍPRAVA A ROZVOJ

Zaměstnanec je povinen udržovat, obnovovat a prohlubovat si kvalifikaci k výkonu práce.

Zaměstnavatel je oprávněn vysílat zaměstnance na školení, kurzy, stáže, rekvalifikace, studium.

Zaměstnavatel může poskytnout pracovní úlevy (studijní volno), hmotné zabezpečení (náhrady mezd).

Zaměstnavatel je povinen zaškolit pracovníka, který přichází na nové pracoviště nebo na nový druh práce (rekvalifikace).

HODNOCENÍ PRACOVNÍKŮ A PRACOVNÍCH POSTUPŮ

Klíčovou činností personálního managementu je hodnocení vykonané práce, jehož cílem je rozlišení úrovně pracovníků pro odměňování, povýšení, zvýšení mzdy.

Smysl hodnocení pro zaměstnance je podnět pro zvýšení výkonu a odhalení nedostatků.

Hodnocení slouží zaměstnavateli jako základ pro pracovní zařazení, plánování pracovního postupu, odměňování.

Existují různé metody hodnocení, které si vedení zvolí např.:

- hodnotící stupnice: jednotlivé hodnocené vlastnosti se ohodnotí počtem bodů připravené stupnice: výborný – 5b, dobrý – 3b, slabý – 1b
- metoda dotazníků: dotazník nabízí dostatečné množství kritérií, podle kterých se hodnotí výkon či osobní vlastnosti pracovníka
- metoda klíčové události: záznamy se týkají výjimečně dobrého či špatného jednání každého pracovníka.
- metoda pomocného posudku: používá se u některých profesí, k hodnocení je přizván odborník (např. psycholog)

MOTIVOVÁNÍ A ODMĚŇOVÁNÍ PRACOVNÍKŮ

Motivace je souhrn podnětů k provádění určité činnosti.

Cílem personálního managementu v této oblasti odměňování je získat kvalifikované pracovníky, udržet si současné kvalitní pracovníky, udržet rovnováhu mezi mzdou a relativní hodnotou práce

Mzda je odměna za vykonanou práci, cena pracovní síly, motivační prvek pracovníka a složka makroekonomických ukazatelů (hrubý domácí produkt).

Odměňování pracovníků za práci v pracovněprávních vztazích upravuje komplexně zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce. Odměňování probíhá podle množství a kvality práce.

Každá firma musí mít vypracované mzdové předpisy v souladu se zákonem.

PÉČE O ZAMĚSTNANCE

Placení pojištění: SP, ZP, pojištění odpovědnosti organizace za škodu při pracovním úrazu a nemoci z povolání.

Zajištění ochrany zdraví při práci (viz BOZP).

Poskytování informací zaměstnancům

- např. o plánovaném hromadném propouštění zaměstnanců, plány, rozvoje...
- péče, školení, stáže, podpora zvyšování kvality práce zaměstnanců

Zabezpečení a příspěvky na stravování, rekreaci, kulturní a sportovní využití (viz. Ustanovení kolektivní smlouvy)

SPOLUPRÁCE S ODBORY

Odbory jsou právnická osoba zvláštního typu. K tomu, aby vznikly je třeba dohody alespoň 3 zaměstnanců pracujících u téhož zaměstnavatele, vznikají dnem zápisu do knihy odborů, kterou vede ministerstvo vnitra, hlavním nástrojem odboru je kolektivní smlouva (smlouva mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci, kteří jsou zastupováni odbory, její ustanovení se vztahují na všechny zaměstnance, i na ty, kteří nejsou členy odborů. Vycházejí z obecných zásad – tzv. generální dohody mezi odbory, vládou a zaměstnavateli (tripartita), uzavírané každý rok.

Obsah kolektivní smlouvy

- Všeobecné údaje o účastnících jednání
- Vznik a zánik pracovního poměru – podmínky pouze neuvedené v zákoníku práce. Např. organizační změny (propouštění) a jejich projednávání s odbory předem, rekvalifikace, kurz navíc..
- Bezpečnost práce – úhrada vstupních prohlídek před přijetím do zaměstnání, ochranné pomůcky
- Mzdová oblast – navazuje na vyšší kolektivní smlouvu. Smlouva uzavírána mezi svazem podnikatelů v určitém odvětví, Svazem odborových orgánů a vládou. Jsou zde uvedeny minimální mzdové tarify. Např. zařazení do tarifních tříd, podmínky pro smluvní platy, příplatky ke mzdám
- Sociální oblast – (tvorba a čerpání peněz z FKSP), kulturní, sportovní, společenské akce atd...

- Práva a povinnosti odborových orgánů – zavedení dalších přestávek
- Závěrečné ustanovení – platnost kolektivní smlouvy, délka (na rok), postup při zrušení kolektivní smlouvy

Příloha 4.1. A

VZOR ŽIVOTOPISU:

Osobní údaje

Jméno: Ing. Petra Nováková
Datum narození: 10. 10. 1985
Adresa: Gorkého 4, 602 00 Brno, Česká republika
Tel č.: +420 731 450 556
E-mail: p.novakova@email.cz

Vzdělání

09/2004 - 06/2009 Masarykova univerzita v Brně, ČR

Fakulta: Ekonomicko-správní fakulta
 Studijní program: Ekonomika a management
 Studijní obor: Podniková ekonomika a management

09/2000 - 06/2004 Gymnázium Brno

Doplňující vzdělání

10/2008	CDE, s.r.o. Brno, ČR, Školení asertivního sebeprosazení,
7/2008 - 8/2010	Educa CZ, Německý jazykový kurz (B2)
1/2007 - 1/2008	Vzdělávání s.r.o., ČR, Prodejní dovednosti I, Prodejní dovednosti II

Pracovní zkušenosti

08/2011 – současnost ABC, spol. s.r.o. (internetový portál)

Pozice: Sales Representative

Náplň práce:

- prodej komplexních řešení pro náborový proces firem v segmentu SME
- HR marketing a jiné doplňkové služby pro HR
- aktivní vyhledávání nových obchodních příležitostí
- péče o stávající portfolio klientů malých a středních podniků
- odpovědnost za plnění obchodních cílů, pravidelný reporting vedoucímu

03/2010 – 07/2011 XYZ, spol. s.r.o. (reklamní agentura)

Pozice: Specialista firemní propagace

Náplň práce:

- prodej inzertního prostoru na portálech a webech Prodejna, s.r.o. (firemní katalog Hledej.cz, Tečka.cz)

- vyhledávání nových obchodních příležitostí, péče o VIP klienty
- vyhodnocování reklamních kampaní- Google AdWords, Facebook

Jazykové znalosti

Anglický jazyk – aktivně slovem i písmem, schopnost tlumočit obchodní jednání

Španělský jazyk – začátečník, momentálně navštěvuji jazykovou školu

Počítačové znalosti

MS Office (Word, Excel, PowerPoint) - pokročilý uživatel

Unix/Linux - pokročilý uživatel

WordPress - uživatelská znalost

Specifické znalosti

Znalosti projektového řízení - projekt komunitní mobilní zahrady v Brně: „Zahrada v pytli“

Řidičský průkaz

sk. B (aktivní řidič, najeto přibližně 30 000 km/rok)

Zájmy

Ráda cestuji, poznávám nové kultury, lidi, jídlo. Věnuji se literatuře, zejména z oblasti marketingu a IT. Ze sportů mě baví plavání, 8 let jsem se věnovala i basketbalu. Sleduji veřejné dění, mám ráda kulturu, dokumentární filmy, divadlo a scénický tanec.

Reference

Ing. Andrej Nehyba, ředitel společnosti ABC, spol. s.r.o.

E-mail: andrej.nehyba@abc.cz

Ostatní kontaktní osoby ráda poskytnu na vyžádání.

LinkedIn: www.linkedin.com/xxxxxx

Brno, 01. 01. 2015

Ing. Petra Nováková

Příloha 4.1. B

POTVRZENÍ PŘI ZMĚNĚ ZAMĚSTNÁNÍ				
ZÁPOČTOVÝ LIST (odevzdává se při vstupu do nového zaměstnání)				
Jméno a adresa (razítko) organizace : Pekárny s.r.o. Nádražní 836 Brno 60002	Jméno	Tereza	Příjmení	Kozlová
	narozen	1.1.1986	rodné číslo	865101/3256
	adresa	Kohoutova 584, Prostějov		
	PSČ	51402		
V naší organizaci byl(a) zaměstnán od		1.1.2010	do	20.8.2014
a vykonával(a) práci		Pekařka		

Údaj o dosažené kvalifikaci		Vyučena v oboru pekařství	
Doba započtená pro účely dovolené na zotavenou ke dni skončení pracovního poměru			
3	roků	25	dnů; slovy
			Tři roky dvacet pět dní
Počet dnů nevyčerpané dovolené pro účely refundace :			0

Pro osobní oddělení
Pro mzdovou účtárnu

Přehled pracovní neschopnosti

V období jednoho roku před skončením pracovního poměru měl(a) zaměstnanec(-kyně) tyto pracovní neschopnosti (neschopnosti se uvedou v tomto případě, když se nezapočtou do podpůrčí doby, tj. zaměstnání trvalo alespoň 6 měsíců od skončení poslední pracovní neschopnosti, nebo byla tato neschopnost z důvodu pracovního úrazu, nemoci z povolení nebo karantény).

Od	Do	Počet kalendářních dnů
5.6.2011	10.6.	5

Od	Do	Počet kalendářních dnů

Celkem dnů pracovní neschopnosti	6
---	---

Zdravotní pojišťovna ke dni skončení pracovního poměru	Pojišťovna ministerstva vnitra
---	--------------------------------

Počet kalendářních dnů doby zaměstnání v I., resp. v II.kategorii za dobu před 1.1.1993 pro účely důchodového zabezpečení			
v I. kategorii		v II. kategorii	

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, Vodňanského 4, Praha 6-Břevnov, tel. 233 356 811

4.2. Typy pracovních vztahů a smluv

Základním právním předpisem, který upravuje typy pracovních poměrů, je zákon č. 262/2006 Sb. ve znění pozdějších předpisů - zákoník práce. Nejčastějším způsobem založení pracovního poměru je jeho založení pracovní smlouvou mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem a vždy se uzavírá písemně, minimálně ve dvou vyhotoveních. Pracovní smlouva je dvoustranný právní úkon, který musí splňovat určité formální a obsahové náležitosti. Především pracovní smlouva musí být uzavřena písemně. Musí být vyhotovena a podepsána nejpozději v den, který je sjednán jako den nástupu do práce. V případě, že zaměstnanec nemůže předložit v den nástupu do práce písemnou pracovní smlouvu, hrozí dle novely zákona pokuta jak zaměstnavateli, tak zaměstnanci. Mohou být vyhotoveny i dodatky k pracovním smlouvám např.: o změně druhu práce a změně pracovního úvazku, s dodatkem musí souhlasit a podepsat obě strany.

Pracovní smlouva musí obsahovat:

- druh práce, na který je zaměstnanec přijímán, může obsahovat i více druhů práce
- místo nebo místa výkonu práce (obec a organizační jednotka nebo jinak určené místo)
- den nástupu do práce (nejčastěji je používáno označení konkrétním kalendářním dnem. Nenastoupí-li zaměstnanec ve sjednaný den do práce, aniž mu v tom bránila překážka v práci, nebo se zaměstnavatel do týdne (§ 350a) nedozví o této překážce, může zaměstnavatel od pracovní smlouvy odstoupit. Pro odstoupení od pracovní smlouvy se vyžaduje dodržení písemné formy, jinak se k němu nepřihlíží. Vedle tzv. podstatných náležitostí pracovní smlouvy, lze v pracovní smlouvě dohodnout i další podmínky, na kterých mají účastníci zájem.

V pracovní smlouvě lze sjednat např. pracovní poměr na dobu určitou, vysílání na pracovní cesty, kratší nebo jinak upravenou pracovní dobu, výkon práce ve směnách apod. Výši výdělku je možné sjednat zvlášť ve mzdovém výměru. Při sjednávání obsahu pracovní smlouvy je však třeba brát v úvahu, že nesmí obsahovat ujednání, která svým obsahem odporují právním předpisům, jinak by byla smlouva neplatná. Je-li možné právní jednání vyložit různým způsobem, použije se výklad pro zaměstnance nejvýhodnější.

Pracovní poměry lze rozdělit podle různých kritérií například podle doby, na kterou se pracovní poměr uzavírá, podle charakteru zaměstnavatele či podle místa výkonu práce.

Podle doby trvání pracovního poměru

Pracovní poměr se může lišit také dobou trvání. Podle tohoto kritéria se rozlišuje pracovní poměr na dobu určitou a pracovní poměr na dobu neurčitou. Jestliže údaj o době trvání pracovního poměru v pracovní smlouvě není uveden, pak platí, že pracovní poměr je sjednán na dobu neurčitou. V pracovních smlouvách na dobu určitou i neurčitou se obvykle sjednává i délka dovolené nebo zkušební doba. (vzor viz příloha A)

Podle zákona lze mezi týměž zaměstnavatelem a zaměstnancem sjednat pracovní poměr na dobu určitou nejvýše po dobu dvou let ode dne vzniku tohoto pracovního poměru. Pokud chce tentýž zaměstnavatel a zaměstnanec sjednat pracovní poměr opět na dobu určitou, musí uplynout mezi ukončením prvního pracovního poměru na dobu určitou a vzniku nového pracovního poměru doba alespoň šest měsíců (tzv. zákaz řetězení pracovních poměrů na dobu určitou).

Podle charakteru zaměstnavatele

Určité rozdíly v pracovním poměru zakládá i charakter zaměstnavatele, tedy je-li zaměstnavatelem podnikatelský subjekt nebo subjekt nepodnikatelský, např. státní úřad či „státní“ školy a školky (jde o zaměstnavatele vyjmenované v § 109 odst. 5 zákoníku práce).

Praktický význam má toto rozlišování např. v případě uzavírání kolektivní smlouvy, a především pak při vydávání vnitřního předpisu. Podnikatelský subjekt tak má například širší možnosti úpravy mzdových nároků (příplatky ke mzdě za noční práci, práci v sobotu a v neděli a v jiných obdobných případech jsou stanoveny zákoníkem práce jako minimální, zatímco u platu jsou tyto příplatky pevně stanoveny) a jiných práv zaměstnanců než subjekt nepodnikatelský (např. výměru dovolené je možné bez omezení zvyšovat u podnikatelských subjektů, zatímco u zaměstnavatelů uvedených v § 109 odst. 3 zákoníku práce je dovolená 5 týdnů v kalendářním roce a prodloužit ji nelze).

Podle způsobu vzniku pracovního poměru

Podle způsobu vzniku pracovního poměru rozlišujeme pracovní poměr založený pracovní smlouvou a pracovní poměr, který vznikl jmenováním.

Jmenováním se zakládá pracovní poměr pouze u osob:

- vedoucích organizačních složek státu,
- vedoucích organizačních jednotek organizačních složek státu,
- ředitelů státních podniků,
- vedoucích organizačních jednotek státních podniků,
- vedoucích státních fondů, jestliže je v jejich čele individuální orgán,
- vedoucích příspěvkových organizací,
- vedoucích organizačních jednotek příspěvkových organizací,
- ředitelů školské právnické osoby.

Podle rozsahu pracovní doby

Pracovní poměry můžeme rozdělit také podle rozsahu pracovní doby, a to na pracovní poměry se stanovenou týdenní pracovní dobou. Délka stanovené pracovní doby přitom nesmí překročit 40 hodin týdně.

Druhy pracovních úvazků:

Poloviční úvazek

- Zaměstnanec a zaměstnavatel se dohodnou na kratší pracovní době s tím, že mzda bude vzhledem k tomuto rozvržení nižší.
- O kratší pracovní dobu žádají nejčastěji lidé pečující o malé dítě, těhotné zaměstnankyně nebo ti, kteří se starají o nemocného blízkého. Pokud tomu nebrání vážné provozní důvody, je zaměstnavatel povinen takové žádosti vyhovět.
- Zaměstnanec pracuje například 4 hodiny denně 5 dní v týdnu. Pracovní podmínky jsou stejné, jako u plného úvazku: zaměstnanec má nárok na poměrnou část dovolené a firemních

benefitů, v případě pracovní neschopnosti se na něj vztahují podobná pravidla jako na ostatní zaměstnance.

Pružná pracovní doba

- Zaměstnanec si sám určuje začátek a konec pracovní doby podle časových úseků, které určí zaměstnavatel.
- Pružnou pracovní dobu lze použít u částečných i plných pracovních úvazků.

Podle místa výkonu práce

Podle místa výkonu práce se rozlišují pracovní poměry, v nichž zaměstnanci vykonávají práci na pracovištích zaměstnavatelů, od pracovních poměrů zaměstnanců, kteří nepracují trvale na pracovišti zaměstnavatele. Jedná se zpravidla o tzv. home office, kdy zaměstnanec pracuje z domova. Tito zaměstnanci bývají označováni jako domácí zaměstnanci. Nevztahují se na ně některé úpravy zákoníku práce, např. úprava rozvržení pracovní doby, prostoje či důležitých osobních překážek v práci, za něž jim nepřísluší náhrada mzdy nebo platu, apod.

Dohody konané mimo pracovní poměr

Jedná se o dohodu o provedení práce a dohodu o pracovní činnosti. Obě mají zákoníkem práce stanoven maximální možný rozsah práce.

- **DOHODA O PROVEDENÍ PRÁCE** – rozsah práce, na který se dohoda o provedení práce uzavírá, nesmí překročit 300 hodin v kalendářním roce u jednoho zaměstnavatele. Do rozsahu práce se započítává také doba práce konaná zaměstnancem pro zaměstnavatele v stejném kalendářním roce na základě jiné dohody o provedení práce. Musí zde být uvedena doba, na kterou se tato dohoda uzavírá. Kdo pracuje na dohodu o provedení práce, nemá obvykle nárok na dovolenou. (vzor viz příloha B)
- **DOHODA O PRACOVNÍ ČINNOSTI** – sjednává se maximálně v rozsahu nepřekračujícím v průměru polovinu stanovené týdenní pracovní doby. Posuzuje se za celou dobu, na kterou byla dohoda o pracovní činnosti uzavřena, nejdéle však za období 52 týdnů. V dohodě musí být uzavřen sjednaný rozsah pracovní doby a doba, na kterou se dohoda uzavírá. (vzor viz příloha C)

Práce z domova (homeoffice)

- Zákoník práce umožňuje vykonávat práci mimo prostory zaměstnavatele, tedy například z domova.
- Záleží na dohodě, jestli zaměstnanec bude pracovat z domova všechny pracovní dny v měsíci nebo jen některé. Vždy to vychází z konkrétní povahy práce.
- Při práci z domova musí zaměstnanec dodržovat pravidla bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, jako by byl normálně na pracovišti.

Práce z domova umožňuje například lidem s dětmi lépe skloubit rodinu a kariéru. Zaměstnavatelé zase šetří náklady, například za energie.

Pracovní smlouva na dobu určitou
podle § 39 zákona č. 262/2002 Sb., zákoníku práce

Organizace IČ DIČ
se sídlem zastoupená zapsaná v
Obchodním rejstříku vedeném soudem v, oddíl, vložka č.
(dále jen „zaměstnavatel“)

a

Jméno a příjmení zaměstnance, narozen/a bytem
(dále jen „zaměstnanec“)

uzavírají tuto **pracovní smlouvu**:

I.

Zaměstnanec nastoupí do zaměstnání dne (den, měsíc, rok, příp. hodina), čímž
mezi účastníky vznikne pracovní poměr.

II.

Zaměstnanec bude pracovat na pozici (název pozice).

III.

Místem výkonu práce je (např. obec).

IV.

Rovnoměrně rozvržená týdenní pracovní doba činí hodin.

V.

Před uzavřením této pracovní smlouvy seznámil zaměstnavatel zaměstnance s povinnostmi a
právy, které pro něj z uzavřené pracovní smlouvy vyplývají. Zaměstnanec byl seznámen s
pracovními a mzdovými podmínkami, za nichž bude práci vykonávat. Zaměstnanec byl
seznámen s povinnostmi k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a s protipožárními
předpisy.

VI.

Tato pracovní smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do.....

VII.

Podle zákona lze obsah této pracovní smlouvy měnit pouze písemnou dohodou mezi
zaměstnancem a zaměstnavatelem.
Tato pracovní smlouva byla sepsána ve dvou vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží
po jednom vyhotovení.

V dne

.....
podpis zaměstnavatele

.....
podpis zaměstnance

Příloha 4.2. B

Dohoda o pracovní činnosti

*uzavřena v souladu s ustanovením § 76 zákona č. 262/2006 Sb., zákoníku práce ve znění
pozdějších předpisů*

Smluvní strany

Název KOLOPM S.R.O., Pobřežní 456, 45623 Hradec Králové

IČ 1232546202574

společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u okresního soudu v Hradci Králové

zastoupená Ing. Petrem Svobodou

dále jen „zaměstnavatel“

a

pan/í Karolína Světlá

r.č./datum narození 15.7.2013

bytem Novákova 452, 54200 Prostějov

dále jen „zaměstnanec“, uzavírají na základě vzájemné shody tuto

Dohodu o pracovní činnosti

Článek I. Druh práce

Na základě této dohody o pracovní činnosti (dále jen „Dohoda“) bude zaměstnanec vykonávat pro zaměstnavatele tyto činnosti mzdové účetnictví (dále jen „práce“).

Článek II. Místo a doba výkon práce

Místem výkonu práce je provozovna KOLOPM, 28.října 548, 542 00 Olomouc

Článek III.

Povinnosti plynoucí z Dohody

Zaměstnanec se zavazuje vykonávat svou činnost pro zaměstnavatele efektivně, podle svých nejlepších schopností a v souladu s touto Dohodou a pokyny zaměstnavatele. Zaměstnanec se dále zavazuje řídit se interními předpisy zaměstnavatele a všemi příslušnými směrnicemi týkajícími se bezpečnosti práce, protipožární ochrany, zaměstnanců a hygieny. Zaměstnanec potvrzuje, že byl před uzavřením této Dohody seznámen s právy a povinnostmi z ní vyplývajícími, s pracovními a mzdovými podmínkami, za nichž má u zaměstnavatele vykonávat svoji činnost, se všemi vnitřními předpisy vydanými zaměstnavatelem a s příslušnými předpisy k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Zaměstnanec se zavazuje tyto povinnosti řádně dodržovat. Zaměstnanec se zavazuje zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech týkajících se zaměstnavatele, jeho ostatních zaměstnanců, zákazníků, obchodních partnerů a společností, které tvoří se zaměstnavatelem holding, o nichž se dozví v souvislosti s výkonem činnosti podle této Dohody, zejména pak je povinen zachovávat mlčenlivost ohledně obchodního tajemství těchto osob.

Článek IV.

Rozsah výkonu práce

Zaměstnanec bude práci pro zaměstnavatele vykonávat nepravidelně. Zaměstnanec se dostaví do místa výkonu práce vždy po předchozí dohodě se zaměstnavatelem. Pracovní činnost specifikovanou v článku I. této dohody bude zaměstnanec pro zaměstnavatele vykonávat v dohodnutých dnech od 8 do 15 hod. Tato dohoda se uzavírá na dobu určitou od 1.9.2014 do 31.6.2015. Sjednaný rozsah pracovní doby činí 15 hodin týdně. (maximálně však polovinu stanovené týdenní pracovní doby, tzn. max 20 hodin). Kterákoliv ze smluvních stran může tuto Dohodu ukončit písemnou výpovědí z jakéhokoliv důvodu nebo

i bez uvedení důvodu s 15denní výpovědní dobou, která začíná běžet dnem, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. Tato Dohoda může být skončena také okamžitým zrušením. Okamžité zrušení této Dohody je možné z důvodů uvedených v § 55 a násl. Zákoníku práce. V okamžitém zrušení Dohody musí být skutkově vymezen jeho důvod tak, aby jej nebylo možno zaměnit s jiným. Uvedený důvod nesmí být dodatečně měněn. Okamžité zrušení této Dohody musí být písemné. U okamžitého zrušení zaniká tato Dohoda okamžikem jeho doručení druhé smluvní straně.

Článek V.

Odměna za vykonanou práci

Zaměstnanci za vykonanou práci náleží odměna ve výši 14523,- Kč, (slovy: čtrnáct tisíc pět set dvacet tři korun českých), za každou hodinu vykonané práce Odměna je splatná pozadu jedenkrát měsíčně převodem na bankovní účet zaměstnance č. 14256352525/6233, a to nejpozději do 20. dne v měsíci. Zaměstnanec a zaměstnavatel se na bezhotovostní formě výplaty mzdy dohodli.

Článek VI.

Závěrečná ustanovení

Zaměstnanec odpovídá za škodu způsobenou porušením povinnosti při výkonu práce nebo v přímé souvislosti s ní. Zaměstnavatel seznámil zaměstnance s předpisy vztahujícími se na výkon jeho práce, zejména s předpisy k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ustanovení neupravená touto dohodou se řídí obecně platnými právními předpisy České republiky, zejména zákoníkem práce. Změny a doplnění této dohody jsou možné pouze v písemné podobě a na základě vzájemné dohody obou smluvních stran. Tato dohoda se uzavírá ve dvou vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží jedno. Obě smluvní strany prohlašují, že si tuto dohodu před podpisem přečetly, porozuměly jejímu obsahu, s obsahem souhlasí, a že je tato dohoda projevem jejich svobodné vůle.

V Hradci Králové dne 3.5.2014

podpis zaměstnavatele

podpis zaměstnance

příloha 4.2. C

Dohoda o pracovní činnosti

Níže uvedeného dne, měsíce a roku uzavřeli

ABCD s.r.o.

se sídlem Praha 1, Vyskočilova 33, PSČ 110 00

IČO 5698742

společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 12354,

zastoupena jednatelem Pavlem Pěkným

(dále jen „**Zaměstnavatel**“)

a

Lukáš Šikovný

bytem Praha 3, El. Krásnohorské 25, PSČ 130 00

nar. 28.3.1975
(dále jen „Zaměstnanec“)

tuto

Dohodu o pracovní činnosti

v souladu s § 76 a násl. zákona č. 262/2006 Sb., zákoník práce, v platném znění

1. PŘEDMĚT ZÁVAZKU

1.1 Zaměstnanec se zavazuje pro zaměstnavatele vykonávat práci na **pozici skladníka**.

1.2 Pracovní doba zaměstnance se stanoví 20 hodin týdně a její rozvržení určí zaměstnavatel, dle své potřeby vždy 14 dní dopředu, přičemž práce bude vykonávána výlučně v sídle zaměstnavatele, uvedeném shora.

1.3 Pracovní náplní zaměstnance bude příjem a výdej zboží, jakož i uskladnění zboží.

1.4 Za práci bude zaměstnanci poskytována odměna 100Kč/hod, která je splatná do každého 15. dne měsíce následujícího po měsíci, ve kterém byla práce pro zaměstnavatele zaměstnancem vykonána.

1.5 Jako den nástupu do práce se stanovuje **1.7.2014**.

1.6 Dohoda se uzavírá na dobu neurčitou.

2. ZRUŠENÍ ZÁVAZKU

2.1 Zaměstnavatel může tuto dohodu okamžitě zrušit z důvodů uvedených v § 55 zákoníku práce.

2.2 Zaměstnanec může tuto dohodu okamžitě zrušit z důvodů uvedených v § 56 zákoníku práce.

2.3 Jednostranně může tuto dohodu zrušit zaměstnavatel i zaměstnanec, a to bez udání důvodu, s 15-denní výpovědní dobou, která počíná běžet dnem, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně.

3. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

3.1 Tato dohoda, jakož i práva a povinnosti vzniklé na základě této dohody nebo v souvislosti s ní, se řídí zákonem č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů a souvisejícími předpisy.

3.2 Tato dohoda se pořizuje ve 2 vyhotoveních a každá ze smluvních stran obdrží jeden podepsaný stejnopis.

3.3 Smluvní strany výslovně prohlašují a svým podpisem stvrzují, že tuto dohodu uzavírají svobodně, určitě a vážně, s tím, že si obsah dohody řádně přečetly, všemu porozuměly neshledávají ji rozpornou a nemají k jejímu obsahu žádných námitek, ani výhrad.

V Praze dne 12.6.2014

Zaměstnavatel

Pavel Pěkný

ABCD s.r.o.

zastoupena Pavlem Pěkným, jednatelem

V Praze dne 12.6.2014

Zaměstnanec

Lukáš Šikovný

Lukáš Šikovný

4.3. Mzdová problematika

Mzda je peněžní plnění poskytované zaměstnavatelem zaměstnanci, součástí může být i naturální plnění. Jedná se o odměnu za práci v pracovním poměru.

Pro každého zaměstnance se vyhotoví mzdový list na období jednoho roku. Pro daňové účely musí obsahovat základní údaje o zaměstnanci (např. jméno a příjmení, rodné číslo, bydliště, rodná čísla osob, na které uplatňují slevy na dani a jiné údaje) a za každý kalendářní měsíc údaje o:

- počtu odpracovaných dnů a o dnech nemocí
- hrubé mzdě a jejich složkách
- sraženém pojistném sociální a zdravotní pojištění
- zdanitelnou mzdu pro výpočet zálohy na daň
- slevy na dani, např. na poplatníka, na děti a jiné slevy,
- výši zálohy na daň před slevou a po slevě
- měsíčním daňovým bonus
- čerpání dávek nemocenského pojištění a jiné údaje.

Za kalendářní rok pak součet těchto pevných a pohyblivých složek mzdy

Složky mzdy:

- Základní mzda – stanovená platovým výměrem nebo smlouvou
- Náhrada mzdy - dovolená, svátek, návštěva lékaře, doprovod k lékaři a další paragrafy
- Příplatky – např.: za práci přes čas, v rizikovém prostředí, v noci nebo ve svátek
- Odměny – výkonnostní složky jsou nenárokovou složkou mzdy
- Srážky

ZÁKLADNÍ MZDA

- **Časová mzda** - výdělek je závislý na množství odpracovaného času

- **Úkolová mzda** - výdělek je závislý na počtu jednotek vykonané práce. Používaná většinou v dělnických profesích nebo při dohodách o provedení práce.
- **Podílová mzda** - se uplatňuje v obchodních činnostech a některých službách. Podílová mzda je zcela nebo zčásti závislá na obratu nebo dosaženém zisku.

Zpravidla, zejména u dlouhodobých zaměstnání, se kombinuje více složek mzdy podle uvedených druhů mezd (kombinovaná mzda).

NÁHRADA MZDY je mzda za neodpracovaný čas, na kterou mají pracovníci nárok podle zákoníku práce. Patří sem dávky po dobu nemoci, které vyplácí prvních 14 dní zaměstnavatel, od 14. Dne přejímá výplatu dávek OSSZ. Z těchto částek se neodvádí zdravotní ani sociální pojištění ani daň. Dávky po dobu nemoci se počítají z průměrného přepočítaného měsíčního výdělku za kalendářní čtvrtletí.

PŘÍPLATKY

Povinné příplatky za práci:

- přes čas 25% z hrubé mzdy
- ve svátek 100% z hrubé mzdy
- ve ztíženém prostředí 1000 až 1500 Kč
- v noci se uděluje hodinové příplatky
- v sobotu a v neděli 25% hrubé mzdy

ODMĚNY jsou nárokové složky mzdy, jejich výši a přiznání stanoví interní předpis. Osobní ohodnocení vyjadřuje trvalejší kvalitu práce určitého zaměstnance a lze jej odebrat pouze při zhoršení kvality práce zaměstnance. Prémie jsou stanoveny v procentech a slouží ke zvýšení motivace.

SRÁŽKY ZE MZDY

- **Zákonné** - může mzdová účetní strhnout bez souhlasu pracovníka např.: daň z příjmů, zdravotní a sociální pojištění zaměstnance, exekuce na základě výkonu soudního rozhodnutí
- **Ostatní** – s těmi musí souhlasit zaměstnanec. Sepsaná dohoda o srážkách ze mzdy na spoření, pojištění, výživné

Výpočet mzdy

Pro výpočet mzdy jsou potřebné docházky pracovníků, neschopenky, potvrzení o ošetření člena rodiny, dovolenky a ostatní doklady. Předávají se ke zpracování nejpozději poslední pracovní den příslušného měsíce.

Výpočet čisté mzdy

SUPERHRUBÁ MZDA (Mzdový náklad zaměstnavatele)

Superhrubou mzdou je základ daně z příjmů při výpočtu záloh na daň z příjmů ze závislé činnosti, tedy „daně ze mzdy“ u zaměstnanců. (viz *zákon o daních z příjmů* č. 586/1992 Sb. §6 odst. 13). Je definována jako hrubá mzda pracovníka povýšená o sociální (26 % z hrubé mzdy)

a zdravotní (9 % z hrubé mzdy) pojištění, které je povinen za zaměstnance odvádět zaměstnavatel. Pro stanovení základu daně se výpočet zaokrouhluje na stokoruny nahoru.

ČISTÁ MZDA

Hrubá mzda snížená o sociální pojištění (6,5 %), zdravotní pojištění (4,5 %) a záloha na daň po uplatnění slev.

Záloha na daň je 15% ze super hrubé mzdy.

SLEVA NA DANI PRO ROK 2015

Sleva na dani	Roční	Měsíční
Na poplatníka	24 840 Kč	2070 Kč
Na poplatníka – starobního důchodce	24 840 Kč	2070 Kč
Na dítě	1. dítě 13 404 Kč,	1. dítě 1117 Kč,
	2. dítě 15 804 Kč,	2. dítě 1317 Kč,
	3. a další 17 004 Kč	3. a další 1417 Kč
Na dítě – držitele průkazu ZTP/P	1. dítě 26 808 Kč,	1. dítě 1934 Kč,
	2. dítě 31 608 Kč,	2. dítě 2634 Kč,
	3. a další 34 008 Kč	3. a další 2834 Kč
Na vyživovanou manželku/manžela	24 840 Kč	neuplatňuje se
Na vyživovanou manželku/manžela – držitele průkazu ZTP/P	49 680 Kč	neuplatňuje se
Invalidita I. a II. stupně	2520 Kč	210 Kč
Invalidita III. stupně	5040 Kč	420 Kč
Držitel průkazu ZTP/P (i bez důchodu)	16 140 Kč	1345 Kč
Student	4020 Kč	335 Kč

V případě srážek ze mzdy se čistá mzda před vyplacením zaměstnanci ještě понižuje. Může se jednat například o soudně nařízenou exekuci platu.

Sleva na poplatníka se uplatňuje v případě, že poplatník podepíše prohlášení poplatníka (viz příloha 4.3.A).

Daňové přiznání

Roční zúčtování daně z příjmu fyzických osob provádí zaměstnavatel při splnění zákonných podmínek. V případě, že toto zúčtování daně zaměstnancem není ze zákona možné, podává zaměstnanec sám daňové přiznání, kde uvede příjem ze závislé činnosti, příjem z podnikání, příjem z kapitálového majetku, příjem z pronájmu a ostatní příjmy.

DOHODA O PROVEDENÍ PRÁCE

Pokud je výdělek nižší než 10 tisíc měsíčně neodvádí zaměstnavatel ani zaměstnanec sociální ani zdravotní pojištění, pracovníkovi se strhne pouze srážková daň (15%). Takový výdělek se nepočítá do důchodového pojištění. Započítává se pouze v případě hrubého výdělku vyššího

než 10 tisíc korun, v tom případě odvádí zaměstnanec i zaměstnavatel sociální i zdravotní pojištění a vzniká nárok na dovolenou, nemocenskou a ošetřování člena rodiny.

DOHODA O ČINNOSTI

Může se využít jako souběžný pracovní poměr, odvádí se sociální i zdravotní pojištění, zaměstnanec má nárok na nemocenské dávky, ošetřování člena rodiny a dovolenou.

5. Daňová problematika

5.1. Daňová evidence a další evidence

Daňová evidence nahrazuje dřívější jednoduché účetnictví, její vedení upravuje zákon o dani z příjmu fyzických a právnických osob (zákon č. 586/1992 Sb). Daňovou evidenci vedou fyzické osoby, které nejsou účetními jednotkami.

Daňovou evidenci potřebujeme, pokud máme příjmy z podnikání nebo jiné samostatné výdělečné činnosti a chceme v daňovém přiznání k dani z příjmu uplatnit výdaje podle skutečnosti, tedy podle dokladů (ne paušálem). V případě, že budeme uplatňovat výdaje paušálem, stačí evidovat příjmy (schovávat příjmové doklady a výdajové faktury).

Co daňová evidence poskytuje?

- přehled příjmů a výdajů, eviduje stav a pohyb obchodního majetku a závazků
- informace úřadům (finančnímu úřadu, okresní správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně,...)
- umožňuje kontrolu hospodaření

Kdo je účetní jednotkou?

- Právnické osoby, které mají sídlo na území ČR
- Fyzické osoby, které podnikají a jsou zapsány v obchodním rejstříku
- Fyzické osoby, jejichž obrat za předchozí rok přesáhl částku 25 milionů korun
- Ostatní fyzické osoby, které vedou účetnictví na základě svého rozhodnutí
- Fyzické osoby, kterým povinnost vést účetnictví ukládá zvláštní právní předpis (např.: příjemci státních dotací)
- Organizační složky státu (např.: vojáci, zdravotní zařízení, policie, profesionální hasiči,...)

Účetní jednotky mají povinnost vést podvojně účetnictví (dále jen účetnictví). V tomto případě je lepší najmout profesionální účetní.

Jak má daňová evidence vypadat?

Daňovou evidenci si můžeme upravit podle naší potřeby. Dle zákona je daný obsah nikoli formou vedení daňové evidence. Musí obsahovat všechny peněžní i nepeněžní příjmy, které jsme v souvislosti s podnikáním nebo jinou samostatnou výdělečnou činností obdrželi za dané účetní období (zpravidla 1 kalendářní rok). V našem zájmu je, aby evidence obsahovala také všechny daňově uznatelné výdaje za dané účetní období, odpisy dlouhodobého majetku, stravné při pracovních cestách a výdaje na auto. Plátcí daně uvádějí všechny částky bez DPH.

Evidujeme:

- příjmy a výdaje - v jednoduchých případech stačí dva sloupce zdanitelné příjmy a daňově uznatelné výdaje např.:

Daňová evidence				
Rok 2014		jméno, adresa: Eliška Nováková, Českoskalická 123, Náchod		
datum	doklad	popis	příjmy	výdaje
2.1.2014	V1			
5.2.2014	P1			
7.2.2014	P2			
18.3.2014	V2			

- majetek a závazky.

Jak evidovat majetek?

Nesmí chybět inventura majetku (zjišťování stavu majetku a závazků k určitému dni u jednotlivých složek majetku i závazků). Vyhotovujeme vždy na začátku a na konci zdaňovacího období (tedy k 1.1. a 31.12.) nebo ke dni ukončení podnikání.

- zjistíme skutečný stav: zásob, dlouhodobého hmotného majetku, pohledávek, závazků
- o tomto zjištění provedeme zápis, který archivujeme stejně dlouho jako ostatní daňovou evidenci
- o případné rozdíly (př. manka - viz níže) upravíme základ daně (viz § 24 a 25 zákona o daních z příjmů)

Nemusíme inventarizovat majetek nehmotný ani stav peněz.

OBCHODNÍ MAJETEK

Je souhrn věcí, pohledávek, jiných práv a peněží ocenitelných jiných hodnot, které vlastníme nebo uvádíme nebo jsme uváděli v evidenci majetku a závazků nebo v daňové evidenci (§4 odstavce 4 zákona o daních z příjmů)

DLOUHODOBÝ HMOTNÝ MAJETEK (DHM)

Movité věci, jejichž vstupní hodnota je vyšší než 40 tisíc korun doba použitelnosti je delší než jeden rok, budovy, byty, nebytové prostory a stavby, pěstitelské celky trvalých porostů,

základní stádo, tažná zvířata, jiný majetek např.: technické zhodnocení nebo výdaje hrazené námi jako nájemcem, které tvoří součást ocenění majetku na leasing, pokud dohromady s kupní cenou převyší 40.000 Kč (viz § 26-27 zákona o daních z příjmů)

Výdaje na pořízení DHM nejsou daňově uznatelné, ale můžeme uplatňovat odpisy. Odpis je část vstupní ceny, kterou můžeme uplatnit jako daňově uznatelnou v jednom roce a vyjadřuje opotřebení za jedno účetní období. Přitom uplatníme odpis za každý majetek, který máme v evidenci k 31.12., i když je pořízen a uveden do provozu třeba až v prosinci. Výše odpisu se stanovuje dle skupiny, do které majetek patří. Například výpočetní techniku odepisujeme 3 roky, auto 5 let, jeřáby nebo montované stavby z betonu 10 let, budovy a haly ze dřeva 20 let, domy 30 let. Odepisuje vždy vlastník majetku, je to jeho právo ne povinnost.

Zásoby nejsou hmotným majetkem.

Co je dobré uvést v evidenci majetku pro případnou daňovou kontrolu?

- popis a údaje identifikující majetek, případně pořadové číslo
- ocenění majetku
- datum a způsob pořízení
- způsob využití
- datum uvedení do užívání (hlavně u majetku pořizovaného postupně)
- zvolený způsob daňových odpisů (rovnoměrný - zrychlený)
- částky daňových odpisů za každý rok a zůstatkové ceny
- datum a způsob vyřazení

DLOUHODOBÝ NEHMOTNÝ MAJETEK

Ti, kteří vedou podvojný účetnictví, mohou odpisovat i dlouhodobý nehmotný majetek

CESTOVNÍ NÁHRADY

Za každý kalendářní den pracovní cesty poskytne zaměstnavatel zaměstnanci stravné podle § 163 odst. 1 zákoníku práce nejméně v navrhované výši:

- 69 Kč, trvá-li pracovní cesta 5 až 12 hodin
- 104 Kč, trvá-li pracovní cesta déle než 12 hodin, nejdéle však 18 hodin
- 163 Kč, trvá-li pracovní cesta déle než 18 hodin

Pro stanovení, resp. změnu sazby základní náhrady za používání silničních motorových vozidel, jsou určující výchozí hodnoty stanovené zákoníkem práce a vývoj indexů cen položek spojených s pořízením a provozem motorových vozidel. Ministerstvo práce a sociálních věcí navrhuje sazbu základní náhrady za 1 km jízdy podle § 157 odst. 4 zákoníku práce

- u jednostopých vozidel a tříkolek nejméně 1,00 Kč,
- u osobních silničních motorových vozidel nejméně 3,70 Kč.

Aktuálně navržené průměrné ceny pohonných hmot odpovídají statisticky zjištěným hodnotám a zákonem stanovenému způsobu jejich zaokrouhlování. Výše průměrné ceny za 1 litr pohonné hmoty podle § 158 odst. 3 věty třetí zákoníku práce by měla v roce 2015 činit:

- 35,90 Kč u benzínu automobilového 95 oktanů,
- 38,30 Kč u benzínu automobilového 98 oktanů,
- 36,10 Kč u motorové nafty.

VÝDAJE ZA AUTO

Výdaje na provoz auta můžeme uplatňovat několika způsoby, které u jednoho auta nemůžeme kombinovat:

- podle dokladů
- paušálem podle počtu ujetých kilometrů
- paušálem na dopravu

V každém případě musíme za auto platit silniční daň.(viz příloha 001 a 002) Platíme ji jen za ty měsíce, ve kterých jsme auto my nebo kdokoliv jiný pro samostatnou činnost použili. Zálohy platíme čtyřikrát ročně během doby, kdy auto využíváme k podnikání nebo můžeme zálohy zaplatit na celý rok dopředu.

STRAVNÉ

Stravné - diety - je daňově uznatelný výdaj na cesty za účelem podnikání či jiné samostatné výdělečné činnosti. Při cestách po ČR můžeme jako OSVČ uplatnit stravné při pracovních cestách delších než 12 hodin, a to v rozmezí:

cesta trvala:

více než 12, maximálně 18 hodin	104-125 Kč
více než 18 hodin	163 - 195 Kč

5.2. Daň z přidané hodnoty

DPH – daň z přidané hodnoty (upravuje zákon č.235/2004 Sb)

DPH patří mezi nepřímé daně, je obsažena v ceně zboží a služeb. Výrobce a prodejce ji připočítá k ceně výrobku a služeb a zákazník je zaplatí spolu s cenou. Zaúčtování DPH se týká pouze plátců DPH. Pokud nejsme plátcí, daň se stává součástí pořizovací ceny a v účetnictví se "nezobrazí".

Od 1.1.2015 je zavedena třetí sazba daně tedy k základní 21% a snížené 15% přibyla od začátku roku ještě **snížená 10% daň** pro knihy, kojeneckou výživu a léky.

DANĚ NA VSTUPU – jedná se o daň, kterou zaplatíme dodavateli za poskytnuté služby nebo dodané zboží. Jedná se o daň, kterou si můžeme v daňovém přiznání tzv. „odečíst“.

DAŇ NA VÝSTUPU – daň, kterou je plátce povinen přiznat ze základu daně za uskutečněné zdanitelné plnění nebo z přijaté platby, tedy daň, kterou zaplatí zákazník za zboží nebo služby, tuto daň musí plátce v rámci daňového přiznání odevzdat státu.

DAŇOVÁ POVINNOST – vzniká jako rozdíl mezi daní na vstupu a daní na výstupu. Je-li rozdíl kladný, vzniká vlastní odvodová povinnost, je-li záporný, vzniká nárok na nadměrný odpočet.

V praxi to znamená, že u plátců DPH netvoří daň zaplacená na vstupu součást jejich nákladů ani nevstupuje do hodnoty nakoupeného majetku. DPH neovlivní výnosy účetní jednotky, protože DPH z prodeje nezůstává podnikateli, ale musí ji odvést do státního rozpočtu, tedy vzniká odvodová povinnost

Jak se registrovat jako plátce daně?

- povinná registrace – právnická či fyzická osoba, která má sídlo, místo podnikání nebo provozovnu na území ČR a jejíž obrat za posledních 12 kalendářních měsíců přesáhl částku 1 milion korun
- dobrovolná registrace – každý člověk se může přihlásit jako plátce daně, většinou využívají obchodní firmy, které uskutečňují nákup a prodej od plátců daně

Zaregistrovat se musíme do 15 dnů po skončení kalendářního měsíce, ve kterém jsme překročili zákonem stanovený obrat nebo do 15 dnů ode dne, ve kterém jsme se stali plátcem DPH z jiného důvodu (viz § 94 zákona o DPH). Registraci na finančním úřadu dle místa podnikání plátce daně získá DIČ (daňové identifikační číslo).

REGISTR PLÁTCŮ DANĚ Z PŘIDANÉ HODNOTY

je celostátní registr dat zveřejňovaných Ministerstvem financí České republiky. V rejstříku plátců jsou uvedeny základní údaje o subjektu (název, sídlo), ale i příslušný finanční úřad nebo právní subjektivita.

Nalezneme zde i řadu užitečných údajů o všech typech osob registrovaných k dani z přidané hodnoty (DPH). Nejedná se tedy jen o plátce DPH, ale také o skupiny a identifikované osoby.

Kromě základních informací jako jsou daňové identifikační číslo (DIČ), obchodní název, právní forma nebo sídlo, zde od roku 2013 naleznete velmi důležité informace týkající se ručení za nezaplacenou daň z přidané hodnoty - údaj, zda se jedná o nespolehlivého plátce, a čísla účtů plátce.

NESPOLEHLIVÝ PLÁTCE - je označen plátce DPH, který poruší závažným způsobem své povinnosti vztahující se ke správě daně (např.: nepodá daňové přiznání, neuhradí DPH,...). Jde o porušení povinnosti, které svou intenzitou ohrožuje veřejný zájem na řádném výběru DPH. Pokud někoho finanční úřad označí za nespolehlivého plátce, může se proti tomu odvolat do 15dní. Kontrola spolehlivosti/nespolehlivosti Vašeho dodavatele a čísla účtu k úhradě Vám může ušetřit velké finanční ztráty.

Zbavit se označení „nespolehlivý plátce“ se může nejdříve po roce od rozhodnutí FÚ, pokud dotyčný celý rok neporušil své povinnosti vztahující se ke správě DPH.

Ručení za odvod DPH

Pokud se rozhodneme odebrat službu nebo zboží od „nespolehlivého plátce“, přebíráme riziko ručení za nezaplacenou DPH ze zdanitelného plnění. Riziku plnění se můžeme vyhnout, zaplatíme-li rovnou správci daně. Dvojímu zaplacení DPH se můžeme vyhnout (dodavateli a FÚ), pokud využijeme zvláštní způsob zajištění daně podle §109a zákona o DPH a zaplacením DPH místo dodavateli přímo na účet správce daně.

Současně s touto platbou uvedeme:

- identifikaci poskytovatele zdanitelného plnění
- daň, na kterou je daň určena
- identifikaci příjemce zdanitelného plnění
- den uskutečnění zdanitelného plnění

Kdy a jak má plátce daně podat přiznání k DPH?

daňové přiznání plátcí mohou podávat čtvrtletně (do 25. dne následujícího měsíce po skončení čtvrtletí) nebo měsíčně (opět do 25. dne následujícího měsíce).

Pokud je součet daně na vstupu vyšší než součet daně na výstupu (jedná se o nadměrný odpočet), pak finanční úřad vrátí rozdíl do 30-ti dnů od data podání. Pokud je součet daně na vstupu nižší, než na výstupu pak vzniká tzv. daňová povinnost, plátce musí tuto částku zaplatit finančnímu úřadu nejpozději do 25. dne následujícího měsíce.

Od 1.1.2014 má řada firem povinnost vlastnit datovou schránku a komunikovat s úřady pouze elektronicky. Elektronicky musí podnikatelé podávat jak daňové přiznání, tak hlášení včetně příloh, přihlášku k registraci za plátce DPH a oznámení o změně registračních údajů u plátce DPH. Výjimku mají pouze plátcí DPH – fyzické osoby, jejichž obrat za 12 předcházejících kalendářních měsíců nepřesáhne 6 milionů korun.

5.3. Faktury a jiné doklady

Účetní doklad je průkazný účetní záznam, ve kterém se zachycuje a ověřuje hospodářská nebo účetní operace. Doklady jsou prvkem průkaznosti účetnictví

Třídění:

- prvotní – shodné pro daňovou evidenci a účetnictví (příjmový pokladní doklad, výdajový pokladní doklad, peněžní deník, cestovní příkazy, faktury vydané, faktury došlé, mzdové listky, výplatní listina a další)(viz příloha 5.3.A)
- druhotné (vnitropodnikové)

Náležitosti prvotních dokladů (většinou jsou doklady předtištěné)

- číslování (souvislá číselná řada)

- datum vzniku operace
- místo vzniku operace
- název firmy (většinou razítko)
- částka (číselně i slovně)
- účtovací předpis
- účtující osoba, schvalující osoba, příjemce nebo vkladatel

Knihy daňové evidence

- peněžní deník (základní kniha daňové evidence, zachycuje pohyb prostředků v hotovosti a na účtu, údaje zapisujeme chronologicky dle pokladních dokladů a bankovních výpisů)(viz příloha 5.3.B)
- pokladní kniha (přehled o pohybu peněžních prostředků v hotovosti v případě, že není veden peněžní deník)
- doklady o zásobách (příjemka, výdejka, skladová karta)
- doklady o dlouhodobém hmotném majetku (inventurní karta)
- kniha cenin (eviduje podle druhu a hodnoty např.: poštovní známky, dálniční známky, kolky, telefonní karty, stravenky, karty na odběr pohonných hmot, předplacené jízdenky na hromadnou dopravu,...)
- karty rezerv (zákonné rezervy se tvoří v souladu se zákonem o rezervách na ochranu dlouhodobého majetku zařazeného do odpisové skupiny a nesmí se použít na pořízení majetku)
- karty úvěru (zaznamenává výši, účel, čerpání a splátky úvěru a úroku)
- kniha jízd (eviduje datum, místo a účel jednání, počet najetých kilometrů, cena pohonných hmot, průměrná spotřeba)
- kniha pohledávek (kdo a kolik podnikateli dluží) a závazků (komu a kolik dluží on)
- doklady o zaměstnancích, práci a mzdách

FAKTURA je doklad o splnění dodávce a zároveň podklad pro zaplacení

Vydaná (odběratelská) faktura – prodali jsme zboží, vydali fakturu, zaslali odběrateli a očekáváme od něj platbu

Přijatá (dodavatelská) faktura – koupili jsme zboží, přijali fakturu a musíme zaplatit dodavateli

Náležitosti faktur:

- datum vystavení
- číslo dokladu (používá se vzestupná číselná řada)
- název odběratele nebo dodavatele (spolu s IČ)
- předmět faktury
- částka
- datum splatnosti
- datum a způsob úhrady (úhrada buď převodem z běžného účtu nebo v hotovosti: vystavíme stvrzenku)
- v případě plátce DPH musí faktura obsahovat DIČ

Faktura se vystavuje se ve dvou provedeních, originál se dá odběrateli a kopie zůstává ve firmě (ukládá se do knihy faktur).

Splnění dodávky nastává: předáním zboží kupujícím, při předání poště k odeslání, předáním zboží prvnímu přepravci k přepravě, uskladněním ve skladu prodávajícího, jestliže kupující nepřišel nebo znemožnil řádné plnění

Splnění dodávky znamená: zánik kupní smlouvy, změna majetkového práva, počátek běhu záruční lhůty, právo a povinnost fakturovat

Mzdový list je součástí mzdové evidence, který kromě údajů o hrubém a čistém příjmu, zákonných srážkách atd. obsahuje i údaje o osobách, na něž zaměstnanec uplatňuje daňový odpočet (nezdanitelné částky příjmu).

DAŇOVÉ PŘIZNÁNÍ NEPLÁTCE DANĚ

Termín pro podání daňového přiznání z daně z příjmů na FÚ je konec března následujícího roku. Je-li poslední den března sobota nebo neděle, je posledním dnem následující pondělí.

Podání do 5 pracovních dnů po uplynutí původní lhůty pro nás neznámá žádné sankce.

Daň musí poplatník zaplatit vždy ve lhůtě pro podání daňového přiznání, osobně na pokladně finančního úřadu nebo převodem na příslušný účet FÚ. Peníze musejí být na účtu finančního úřadu do konce lhůty pro daňové přiznání.

PRODLOUŽENÍ TERMÍNU PRO DAŇ Z PŘÍJMŮ

Termín pro daňové přiznání i zaplacení daně z příjmu můžeme posunout o 3 měsíce dvěma způsoby:

- požádáme finanční úřad ve lhůtě pro podání daňového přiznání za poplatek o prodloužení termínu, o kladném vyřízení rozhoduje finanční úřad
- kontaktujeme daňového poradce a podepíšeme mu plnou moc k zastupování ve věci "Přiznání k dani z příjmu". Daňový poradce pak už za nás zařídí odložení termínu.

Pokud máme odklad termínu pro daňové přiznání, musíme tuto skutečnost nahlásit do konce dubna své zdravotní pojišťovně a na OSSZ.

Základ daně ze samostatné činnosti (podnikání, dříve samostatná výdělečná činnost) spočítáme buď procentem z příjmů nebo s pomocí všech dokladů a daňové evidence vyčísleme skutečné příjmy a výdaje.

ZÁKLAD DANĚ

Základ daně z příjmů fyzických osob pro daňové přiznání tvoří dílčí základy daně:

- příjmy ze závislé činnosti
- příjmy výdaje z podnikání a jiné samostatné výdělečné činnosti
- příjmy a výdaje z pronájmu
- příjmy z kapitálového majetku
- ostatní příjmy (a někdy i související výdaje)

Do základu daně nepatří příjmy osvobozené a příjmy již zdaněné.

Příklad plnění osvobozených od daně:

- poštovní služby
- rozhlasové a televizní vysílání
- finanční a pojišťovací činnost
- výchovy a vzdělávání
- zdravotnické služby
- sociální pomoc a další

(Viz § 5 a § 23 zákona o daních z příjmů).

5.4. Pojištění

Všechny osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) vykonávající hlavní činnost musí na sociálním a zdravotním pojištění platit měsíční zálohy, které se odvozují z hrubého zisku, kterého OSVČ dosáhla v minulém období. Vždy však musí být placena alespoň minimální výše měsíční zálohy. Ta se odvíjí od průměrné mzdy stanovené Ministerstvem práce a sociálních věcí. Jelikož byla průměrná mzda pro rok 2015 navýšena, zvyšují se tím pádem i minimální zálohy na povinném pojistném. Ke zvýšení minimální měsíční zálohy na povinném pojistném (sociální a zdravotní pojištění dohromady) dochází každoročně.

Co je to minimální vyměřovací základ?

Sociální pojištění i zdravotní pojištění odvádí OSVČ z vyměřovacího základu, který je polovinou daňového základu. Je-li skutečný vyměřovací základ nižší než minimální vyměřovací základ, pak musí být při výkonu hlavní samostatné výdělečné činnosti pojistné na sociální zabezpečení i zdravotní pojištění zapláceno z minimálního vyměřovacího základu. Minimální vyměřovací základ je pro sociální zabezpečení jiný než pro pojištění zdravotní. OSVČ s nízkým ziskem musejí na povinném pojistném odvádět více, než odpovídá dosaženému hrubému zisku. Minimální měsíční zálohy platí kromě OSVČ s hrubým ziskem do limitu rovněž i ti podnikatelé, kteří výkon hlavní samostatné výdělečné činnosti v daném roce zahájí.

Minimální záloha na zdravotní pojištění

Sazba zdravotního pojištění pro OSVČ činí 13,5 % z vyměřovacího základu. Pro rok 2015 je minimální měsíční vyměřovací základ stanoven na 13 305,50 Kč, minimální měsíční záloha na zdravotním pojištění tedy bude 1 797 Kč (počítáno vynásobením částky 13 305,50 Kč a 13,5 %, výsledek se zaokrouhlí na celé koruny nahoru). Měsíční zálohu na zdravotním pojištění musejí OSVČ zaplatit do 8. dne následujícího měsíce. Jestliže připadá den splatnosti na víkend, tak se datum splatnosti prodlužuje.

Minimální záloha u sociálního zabezpečení?

Na pojistném na sociální zabezpečení odvádí OSVČ 29,2 % z vyměřovacího základu. OSVČ, které vstoupily do II. pilíře, potom 26,2 % z vyměřovacího základu. Minimální měsíční záloha do podání „Přehledu o příjmech a výdajích“ za rok 2014 činí 1 894 Kč, od měsíce podání „Přehledu“ se minimální měsíční záloha zvyšuje na 1 943 Kč. Důvodem je skutečnost, že minimální měsíční vyměřovací základ se zvyšuje z 6 486 Kč na 6 653 Kč. Splatnost nové měsíční zálohy u sociálního zabezpečení je tedy, na rozdíl od zdravotního pojištění, navázána na období od podání „Přehledu“. Měsíční zálohu na sociální zabezpečení platí OSVČ vždy do 20. dne následujícího měsíce.

Strop pro zálohy na sociální pojištění.

Pro pojistné na sociální zabezpečení platí maximální vyměřovací základ. Maximální vyměřovací základ za rok 2015 činí 1 277 328 Kč, osoby s vysokými zisky zaplatí na sociálním zabezpečení 372 980 Kč. Pro platbu sociálního zabezpečení je zaveden strop, u zdravotního pojištění však nikoliv. Za rok 2015 se zdravotní pojištění platí z celého vyměřovacího základu. Limit pro placení zdravotního pojištění tedy neexistuje.

Penále

Všichni živnostníci by měli věnovat pozornost tomu, aby bylo povinné pojistné vždy zapláceno řádně a včas. Za každý den prodlení v informačních systémech Okresní správy sociálního zabezpečení a příslušné zdravotní pojišťovny automaticky naskakuje penále, které činí 0,05 % denně z dlužného pojistného. Nedoplatky na sociálním zabezpečení a zdravotním pojištění jsou přitom pověřenými institucemi exekučně vymáhány.

6. Internet a počítač v praxi podnikatele

6.1. Tvorba a využití webových stránek

Internet je nedílnou součástí dnešního života, umožňuje vám spojit se se svými zákazníky z pohodlí domova. Díky velkému rozvoji webových nástrojů a technologií můžete vytvořit poutavý on-line obsah, který přiláká zákazníky k vám, nebudete je muset nahánět vy. Ani ten sebelepší výrobek se nebude úspěšný, pokud se o něm lidé nedozvědí. Nejdůležitější na webových stránkách je jejich obsah. Vytvořit zajímavý obsah je jedním z hlavních cílů marketingový plánů. V obsahu se musíme zaměřit a dvě důležité věci pohled firmy, co dokáže a pohled zákazníka, co mu daný výrobek nebo služba přinese. Dalším nástrojem je využití on-line platform jako je FaceBook, Twitter, YouTube, Blogy a dalším.

Jakým způsobem zákazník shání to, co potřebuje?

Většina lidí (ve výzkumech se uvádí tři z pěti) se trhu orientuje právě díky internetu, hledá na Facebooku, Twitteru, on-line diskuzích, shání recenze a názory ostatních spokojených či nespokojených zákazníků. Na druhé straně má spousta úspěšných i velkých firem zaměstnance,

který hlídá diskuze na sociálních sítích, jinde na internetu a odchytávají tam své potenciální zákazníky. Čímž zvyšují svůj prodej.

Proč vytvořit online obsah?

Změnila se pravidel – nestačí a už dostatečně nefunguje chrlit na zákazníky reklamu a marketingové zprávy

Změnilo se chování zákazníků a jejich očekávání – dělají si průzkum na internetu pomocí google, FB,... než něco koupí

Všichni jsou média – firmy mohou oslovit své zákazníky přímo s relativně nízkými náklady

OBSAH je široký pojem. Patří do něho všechny vaše webové stránky, texty, obrázky, videa, fotografie, webináře, prohlášení, e – knihy, podcasty a v neposlední řadě všechny věci, které publikujeme na jiných stránkách jako FaceBook, Twitter, LinkedIn.

Vytvoření zajímavého obsahu může přilákat zákazníky, zvýšit povědomí o vaší společnosti, instruovat zákazníky, kteří uvažují o koupi, překonat odpor nebo vyslovit námitky, vyvolat diskuzi, získat si důvěru ve svém oboru, vyprávět příběh, vyvolat pozornost, vybudovat základnu příznivců a přimět zákazníky k neplánované koupi. Zákazníci chtějí obsah, který pomáhá řešit jejich aktuální problém, proto má obsah být aktuální, snadno pochopitelný, publikovaný v médiích nabízet praktické informace, vypadat jako by ho napsala skutečná osoba. Každá část obsahu by měla být svázána s krátkodobým cílem (aby se lidi přihlásili na webinář) nebo strategickými cíli (zvýšit prodej o 15procent), musíme mít jasný cíl, čeho chceme dosáhnout.

Pravidla tvoření obsahu

- Přijměte fakt, že jste vydavatelem
- Pochopení zákazníka povzbudí originalitu (odpovězte si na otázky: Proč tvoříte obsah, čeho tím chcete dosáhnout, kdo je vaše cílová skupina, jaké jsou jejich preference a problémy, kde budete publikovat, kdy a jak budete rozšiřovat obsah? viz strana 34.knihy)
- Vědět, proč tvoříme obsah. To buduje dynamiku.
- Mluvit jazykem zákazníků, tedy lidskou řečí (Vytvořit si vlastní zřetelný styl, řeč, oblečení. Pochopit nejprve sebe a pak zákazníka. Jazyk zákazníka se dá dobře zjistit na FB, Twitteru, ... Budou – li vaše stránky mluvit řečí zákazníka, bude se také snadněji zobrazovat ve vyhledávačích jako je Google, yahoo, ...)
- Nesnažit se zaujmout všechny, ale pouze cílovou skupinu
- Dobrý obsah přetvořit na různé platformy (Každá část obsahu, který vytvoříte by měla být součástí celku. Obsah se dá přetvořit na e – knihy, blogy, videa, podcasty)
- Nesnažit se prodat za každou cenu, to zákazníky odradí, spíš sdílet nápady a řešit problémy
- Ukázat, jak výrobek nebo služba funguje v praxi, jak ho lidé používají
- Přidat prvek překvapení. Ten je velmi důležitý, může vyvolat žádoucí virální sdílení
- „přikládat na oheň“
- Budovat na pevných základech a umožnit svobodně se rozvíjet a sdílet na sociálních sítích
- Využít své silné stránky

Optimalizace vyhledávačů

Vyšší pozici ve vyhledávačích zajistí více jedinečných částí obsahu v kombinaci s odkazy jiných www stránek, pokud někdo sdílí link na vaše stránky, vysoká návštěvnost stránek, mnohonásobné sdílení videa nebo příspěvku na blogu. Obsah tedy musí obsahovat klíčová slova a všechny části by měly mít schopnost sociálního sdílení (konverzní tlačítka – call to action), tlačítka pro sdílení „lajky“ pro bitter, FaceBook, LinkedIn a také „subscribe“. Optimalizaci pro vyhledávání pomůže i založit si profily na sociálních sítích, i v případě, že budou sloužit pouze pro přesměrování na vaše stránky.

Ujistěte se také, zda se dá obsah shlédnout na iPhonech i iPadech např.: apple nepodporuje ABODE FLASH tedy pokud jsou příspěvky a videa ve FLASHi, pak se tam nezobrazí.

Co považujete za úspěch?

Otázka, kterou by si měl položit každý hned na začátku. Důležité je říct si konkrétní čísla např: počet lidí, kteří se přihlásili na Blog, počet komentářů, „lajků“ a palců nahoru na Facebooku, zobrazení videí a fotografií, registraci a návštěvnost webinářů, stažení e – knihy.

Jak odlišit svůj obsah a mluvit lidsky?

Vyhňte se marketingovým výrazům, cizím nesrozumitelným slovům, piště uvolněně, s radostí, nadšením a nadhledem. Nadšení je nakažlivé. Tvořte obsah o produktech, ale také o tom jak pomohou lidem a vyřeší jejich problémy. Buďte vstřícní. Velmi důležitá je značka, její jedinečnost a odlišení se od ostatních. Příběhy by měly zákazníkům vyprávět produkty.

Vhodné je používat podstatná jména a slovesa, nezveličovat a používat tradiční pravopis. (viz Doporučení, která slova nepoužívat strana 51 až 54)

Jak vytvořit vlastní obsah?

Prvním krokem k sestavení poutavého obsahu je originální nápad, k němu sepsat, co už je vytvořené. Následně stanovit harmonogram publikování. Jako inspirace může sloužit Russellův model 1-7-30-4-2-1.

Jednou denně aktualizovat Twitter, okomentovat příspěvky, případně odpovědět na dotazy.

Jednou za týden umístit jeden příspěvek na FB, Twitter nebo blog (vhodné jsou i dva týdně), krátké video, aktualizovat část webové stránky.

Jednou za měsíc napsat obsáhlejší článek na základě důkladnějšího výzkumu, vytvořit třiminutové video s rostoucí produkční hodnotou s texty, více kamerami a vhodnou lokalitou, audio podcast, vytvořit prezentaci v PowerPointu, vytvořit e – mailový zpravodaj.

Jednou za čtvrt roku publikovat průzkumem podloženou zprávu, vytvořit sérii případových studií ve formátu pdf, e - knihu, sérii videí, speciální číslo e – zpravodaje, soutěž, webový seminář.

Pololetně nebo ročně – událost, která stojí za to natočit, akce, která je oslavou , událostí, reklamou, hru, aplikaci pro iPhone.

Existují dva postupy, jak vytvořit obsah. Buď vytvořit jeden větší obsah a pak ho rozkouskovat na menší podcasty, blogy,..... Tento způsob používají hlavně větší firmy. Menší firmy a živnostníci postupují většinou opačně, vytvoří menší části, a pak je sloučí ve větší celek. Pro začátek je jednodušší vytvořit menší obsahy, což nám umožní otestovat, co zaujme a co vyhledají potencionální zákazníci. (návod jak začít viz str. 63). Dobrý obsah by tedy měl být věcný, lidský, mít nadšení, originální a překvapivý. (inspirace obsahu str.67 – 72).

Uživatelé mohou sami tvořit obsah tzv. uživateli generovaný obsah. Je dobré ho ovlivňovat plánováním činností, domluvit dopředu pravidla, jakým způsobem budou uživatelé publikovat. Každý podnikatel se musí připravit i na nevhodné reakce. Proto je vhodné nastavit filtr, který odstraní vulgární příspěvky.

6.2. webináře a videa

WEBINÁŘ nebo-li webový seminář je určitý typ on-line konference, kterou účastník absolvuje na dálku. Bývá kombinací zvuku a prezentace PowerPointu, probíhají na konferenčních webových platformách. Jedná se o silný marketingový nástroj. Může být ke stažení jako aplikace do počítače a nebo on-line. Dobře udělaný webinář by měl být zábavný, účastníci mohou sledovat obrázky, prezentace nebo videa a poslouchat při tom řečníka. Budí dojem konferenční místnosti, může přilákat i nerozhodnuté zákazníky. Webinář je cenově dostupnější než uspořádání přednášky, geograficky neutrální a v neposlední řadě umožní kontaktovat telefonicky nebo mailem účastníky před a po webináři (návod jak postupovat při vytvoření webináře viz str.129 až 132)

Z průzkumů vyplývá, že publikování podcastu na registrační stránce webináře zvýší jeho návštěvnost až o 50%. Webinář je možné použít k tvorbě podcastu po webináři a článků z webináře na Blog. Během webináře zvýší návštěvnost přidaná anketa.

Platformy pro pořádání webinářů strana 136.

VIDEO je v dnešní době důležitou součástí marketingu. K pořízení videa postačí webová kamera, fotoaparát případně mobilní telefon. Podle průzkumů je padesátkrát vyšší pravděpodobnost, že na prvním místě se ve vyhledávači jako je např.: Google nebo Bing objeví vaše stránky, když budou obsahovat video. Oba zmiňované vyhledávače používají smíšené vyhledávání, což znamená, že se ve vyhledávači objeví videa, obrázky, mapy, fotky, texty.

K natáčení videa je dobré použít kameru se stativem, aby byl obraz stabilní. To je zvláště potřeba, pokud chceme natočit rozhovor s někým jiným. Záznam je dobré uložit na externí disk.

Rozhodující je také příběh, který chceme natočit, měl by být skutečný, představit skutečné lidi a zahrnout cizí zdroje.

Postup jak vytvořit video

- Seznámit se s kamerou a všemi jejími funkcemi, umístěte ji na stabilní místo (případně stativ)
- vybrat vhodné klidné prostředí, daleko od hluku, aby nerušil záběr
- hlídejte osvětlení, sluneční svit a stíny

- pokud chcete použít hudbu na pozadí, pozor na autorská práva, lépe přidat hudbu až při úpravách než při samotném natáčení
- kontrolujte perspektivu, nastavení obrazu a každý záběr si hned po natočení prohlédněte
- aby video působilo přirozeně, musí se moderátor uvolnit a bavit se při natáčení

(další praktické rady na straně 158 – 160)

6.3. Blogy, e-knihy a on-line texty

BLOG bývá doporučován jako první krok k publikování vytvořeného zajímavého obsahu. Slovo BLOG vzniklo spojením termínů web a log. Jedná se o centrální místo, odkud můžeme sdílet své nápady, slova a myšlenky se světem. Každá firma si může sama zvolit nejvhodnější typ blogu. Nejnovější příspěvky se často zobrazují nahoře.

Blogovací platformy: WodrPress, Squarespace, Movable Type, TypePad a Blogger.

Nejlepší je začlenit blog přímo do webové stránky. Opět i zde platí obecné zásady, jak vytvořit poutavý blog.

Určete si svůj záměr – Čeho chcete dosáhnout? Jak budete měřit úspěch? Kdo jsou vaši čtenáři a kdo je vaše konkurence? O čem je váš blog?

O úspěšnosti blogu rozhoduje více faktorů, mezi které patří styl, forma, vzhled, design ale hlavně obsah. Vypracujte tedy pečlivě spolehlivý plán, jak často budete blogovat. Obecně se doporučuje nejméně dvakrát týdně. Většinou během pracovního týdne a občas o víkendu. Publikovat rozmanité články, tedy promíchat dlouhé s krátkými, aktuální s nadčasovými. (konkrétní případ viz kapitola 24). Cílem je zainteresovat. Když někdo sdílí příspěvek, objeví se jeho přátelům. Je lépe sdílet vícekrát, ale neobtěžovat s tím. Nabídněte více než text – foto, video zaujme víc než text. Záleží na délce příspěvku, měl by být dostatečně dlouhý, aby vystihl podstatu, ale dostatečně krátký, aby zůstal zajímavý.

Nejdůležitější částí příspěvku je titulek, který v čtenářích vzbudí zvědavost. Do titulku je užitečné vložit klíčová slova pro vyhledávače, čímž se zvýší šance na zobrazení na vyšších pozicích ve vyhledávači a příspěvek se stane viditelnější.

Poutavý titulek by měl vzbudit zvědavost, obsahovat superlativy, překvapivé nebo nezvyklé analogie. Měl by ale být přesný, může jít proti proudu nebo může zjednodušovat složité téma. Pozornost také upoutají čísla hlavně lichá.

Na vytvoření designu existuje na každé platformě spousta šablon, do šablony je dobré zahrnovat možnost přihlásit se z odběru e-mailem, kontakt na autora, vyhledávací pole, archiv nejnovějších příspěvků, ikony sdílení na sociálních sítích, odkazy na FB, Twitter, LinkedIn...

Na Blogu není důležité zacházet do detailů, důležité je, aby měl Blog spád, vše bylo rozdělené do kategorií, kvůli přehlednosti a hlavně pište tak, jak mluvíte. (návod jak vytvořit blog viz str. 124)

E- KNIHA je vlastně kniha v elektronické podobě, určená ke stažení a čtení na obrazovce nebo vytištěná. Je určená pro rychlé čtení a prohlížení. Bývá rozdělená na menší části, vizuálně pestrá, hlavní text je doplněn odrážkami a popisky. E – knihy jsou vhodným nástrojem pro firmy, které potřebují dát instrukce lidem, ještě předtím než si koupí jejich výrobek, chtějí sdělit zajímavé příběhy úspěšných zákazníků. Dále u těch, které řídí dlouhé cykly mezi počátečním kontaktem a uzavřením smlouvy, chtějí změnit skryté předosti na hmatatelné hodnoty, mají produkt nebo službu, která vyžaduje pečlivé zvážení ze strany zákazníka.

E-knihu nepotřebují firmy, které konkurují hlavně cenou a příslušenstvím a ne kvalitou, prodávají zboží, které nepotřebuje zákaznický průzkum (např.: rohlíky, šroubky, tužky, časopisy,...). Takové firmy často spoléhají na náhodné koupě.

Jak vytvořit E – knihu, kterou lidé budou číst?

Snažte se sdílet a řešit problémy potencionálních zákazníků, představit váš produkt jako věc, která ulehčí zákazníkům život. Správná e- kniha by měla trochu pobavit, obsahovat poutavé titulky, ukazovat nejen vyprávět, pro čtení na obrazovce je lepší pokud je formát na šířku. Opět nezapomeňte na tlačítka pro sdílení na sociálních sítích. Názory na vyžadování kontaktních údajů za stažení knihy se různí, záleží tedy pouze na vás, zda je využijete a potřebujete.

TWITTER - rozhodnete-li se psát příspěvky na Twitter, buďte struční, bezprostřední a pište jasně, co chcete sdělit. Ideálně by měl příspěvek mít 85-100 znaků (maximálně 140 znaků). Platí zde zlaté pravidlo méně je někdy více, ale nepište zkratky. Skutečnost zda bude obsah virální tedy zajímavý pro sdílení záleží na náhodě a štěstí. Na Twitteru je dobré odkazovat na blogy nebo jiné on-line zdroje linkem na celý příběh.

Při psaní příspěvku začínějte tím nejlepším, pak až vysvětľujte, uvádějte kontext. Nezapomeňte na poutavý titulek, obrázky, které rozvíjí příběh. A hlavně berte v úvahu osobnost čtenáře.

7. Problematika BOZP a PO

7.1. Zákoník práce a související předpisy

Majitel nebo statutární zástupce společnosti má odpovědnost za dodržování předpisů v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci na základě požadavků:

- zákona č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů
- zákona č. 309/2006 Sb., kterým se upravují další požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci v pracovněprávních vztazích

Tyto předpisy předepisují povinnost zpracovat a vést dokumentaci o školeních, zkouškách, kontrolách, revizích, lékařských prohlídkách a další evidenci.

Použité zkratky:

BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
PO	Požární ochrana
OOPP	Osobní ochranné pracovní prostředky
OS	Organizační směrnice

V oblasti BOZP je zaměstnavatel povinen:

- vytvářet bezpečné a zdravé neohrožující pracovní prostředí a podmínky
- zajistit všem zaměstnancům školení o právních a ostatních předpisech k zajištění BOZP, dále soustavně vyžadovat a kontrolovat jejich dodržování,
- omezovat vznik rizik a odstraňovat jejich zdroje
- o stávajících rizicích zaměstnance informovat
- vybavit pracoviště potřebným počtem lékárníček, umístit je na volně přístupném místě
- poskytovat zaměstnancům osobní ochranné pomůcky a na své náklady je udržovat
- vést knihu úrazů a hlásit případné pracovní úrazy příslušným institucím
- nepřipustit, aby zaměstnanec vykonával zakázané práce a práce, jejichž náročnost by neodpovídala jeho schopnostem a zdravotní způsobilosti,
- sdělit zaměstnanci, které lékařské zařízení pro něj koná závodně preventivní péči
- nepoužívat způsobu odměňování prací, při kterém by zaměstnanci byli vystaveni zvýšenému nebezpečí újmy na zdraví
- zajistit dodržování zákazu kouření na pracovištích
- hradit náklady spojené se zajišťováním BOZP, tyto náklady nesmějí být přenášeny přímo ani nepřímo na zaměstnance
- plnit další zde neuvedené povinnosti na základě požadavků zákoníku práce v platném znění.

V oblasti BOZP je zaměstnanec (osoba v obdobném pracovně právním vztahu) povinen:

- dbát o svou bezpečnost a zdraví i o bezpečnost a zdraví osob, kterých se bezprostředně dotýká jeho jednání
- účastnit se školení BOZP
- podrobit se zdravotní prohlídkám
- oznamovat pracovní úrazy a drobná poranění
- dodržovat při práci stanovené pracovní postupy, používat stanovené pracovní prostředky a pomůcky
- oznamovat nadřízenému nedostatky a závady, které ohrožují bezpečnost
- podrobit se na pokyn oprávněného vedoucího zaměstnance zjištění, zda není pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek.

Zakázané činnosti zaměstnanců a osob v obdobném pracovně právním vztahu:

- provádění prací, které mohou vést ke vzniku úrazů, požárů nebo havarijních stavů, pokud nemá požadovanou odbornou způsobilost
- používání poškozených spotřebičů, zařízení a strojů,
- používání nefunkčních nebo poškozených osobních ochranných pracovních prostředků,
- požívání alkoholických nápojů a jiných návykových látek na pracovišti
- kouření na pracovištích a v jiných prostorách, kde jsou účinkům kouření vystaveni také nekuřáci, příp. v prostorách, kde je kouření zakázáno,
- instalování a používání elektrických a tepelných zařízení a spotřebičů, které nejsou schváleny zaměstnavatelem,
- poškozování, zneužívání nebo jiné znemožnění použití hasicích přístrojů, hydrantů a požárně bezpečnostních zařízení, a hlavních uzávěrů a vypínačů (elektřina, voda, plyn)
- vypalování porostů.

Zaměstnanec je oprávněn odmítnout výkon práce, o níž má důvodně za to, že bezprostředně a závažným způsobem ohrožuje jeho život nebo zdraví, popřípadě život nebo zdraví jiných osob. Takové odmítnutí není možné posuzovat jako nesplnění povinnosti zaměstnance.

7.2. Směrnice podniku a zákonné povinnosti

Každý podnik by měl zpracovat dokument – organizační směrnici, ve které budou stanoveny povinnosti, odpovědnosti, bezpečnostní požadavky a zákazy týkající se všech oblastí ve vztahu k BOZP a PO.

Na tuto základní organizační směrnici mohou navazovat další směrnice nebo pokyny týkající se jednotlivých konkrétních činností, např. systém řízení a prevence rizik, školení zaměstnanců o BOZP a PO, organizace BOZP a PO, havarijný plán pro zdolávání mimořádných událostí, traumatologický plán, kategorizace prací a pracovišť, místní provozní řád skladů (způsob provádění lékařských prohlídek, seznam prací a pracovišť zakázaných ženám a mladistvým, způsob poskytování OOPP, požadavky na provádění kontrol BOZP na pracovištích, ...), a další.

ŠKOLENÍ ZAMĚSTNANCŮ

Zaměstnavatel je povinen:

- zajistit školení o právních a ostatních předpisech k zajištění BOZP a PO všem zaměstnancům
- zajistit řádné zpracování a ukládání záznamů o všech školeních (osnovy a prezenční listiny)

Zaměstnanec je povinen:

- zúčastnit se vstupního a opakovaného školení o BOZP a PO,
- podrobit se ověření znalostí.

(Neúčast na školení bez omluvy může být důvodem k rozvázání pracovního poměru!)

Kdo provádí školení?

Má-li firma maximálně 25 zaměstnanců může školení zaměstnanců provádět zaměstnavatel sám, má-li k tomu potřebné znalosti. Ve firmách s více než 25 zaměstnanci musí školení BOZP plnit osoba odborně způsobilá.

Jak je to se školením o požární ochraně?

Školení podle zákona o požární ochraně se provádí ve firmách, které provozují činnosti se zvýšeným nebo s vysokým požárním nebezpečím. U činností bez zvýšeného požárního nebezpečí postačí školení podle zákoníku práce, tzn. školení o právních a ostatních předpisech k zajištění BOZP, mezi které patří také předpisy o požární ochraně.

LÉKAŘSKÉ PROHLÍDKY

Povinnosti zaměstnavatele, zaměstnanců a poskytovatelů pracovně lékařských služeb stanoví:

- zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 373/2011 Sb., o specifických zdravotních službách, ve znění pozdějších předpisů.

Zaměstnavatel je povinen:

- sdělit zaměstnancům poskytovatele pracovnělékařských služeb
- nahradit zaměstnanci, který se podrobí preventivní prohlídce, vyšetření nebo očkování případnou ztrátu na výdělku, a to ve výši průměrného výdělku
- zajistit, aby každý zaměstnanec absolvoval:
 - vstupní lékařskou prohlídku – před nástupem do pracovního poměru,
 - preventivní lékařskou prohlídku – v průběhu pracovního poměru, ve stanovených lhůtách,
 - mimořádnou lékařskou prohlídku – v případě potřeby,
 - výstupní lékařskou prohlídku – při rozvázání pracovního poměru,
- odeslat zaměstnance na mimořádnou pracovnělékařskou prohlídku, pokud o to zaměstnanec požádal.

Zaměstnavatel má právo:

- vyslat zaměstnance na mimořádnou pracovnělékařskou prohlídku, má-li pochybnosti o zdravotní způsobilosti zaměstnance k práci.

Zaměstnanec je povinen:

- podrobit se stanoveným pracovnělékařským prohlídkám, vyšetřením, příp. očkováním v určených lhůtách,
- podrobit se nařízeným pracovnělékařským službám,

Vstupní, preventivní, mimořádné a výstupní lékařské prohlídky jsou prováděny u poskytovatele pracovnělékařských služeb, s nímž má zaměstnavatel uzavřenou písemnou smlouvu, nebo u registrujícího poskytovatele v oboru všeobecné praktické lékařství u prací kategorie 1.

Typy lékařských prohlídek

Vstupní lékařské prohlídky

Vstupní prohlídka se provádí, aby k výkonu práce nebyla zařazena osoba ucházející se o zaměstnání, jejíž zdravotní způsobilost neodpovídá zařazení k předpokládané práci. Zaměstnanec ji má vykonat ještě před uzavřením pracovního poměru. Případné odmítnutí této prohlídky může být důvodem k neuzavření pracovního poměru.

Provádí se kromě případů stanovených zákonem též před převedením zaměstnance na jinou práci.

Vstupní lékařskou prohlídku hradí osoba ucházející se o zaměstnání, pokud se nedohodne se zaměstnavatelem jinak nebo stanoví-li právní předpis jinak.

Periodické prohlídky: lhůty lékařských prohlídek stanoví vyhláška č. 79/2013 Sb.

Mimořádné prohlídky: podnětem k absolvování mimořádné prohlídky je podezření, že u zaměstnance došlo ke změně zdravotní způsobilosti k práci.

Výstupní prohlídky: výstupní prohlídka se provádí na základě žádosti zaměstnance s důrazem na zjištění změn zdravotního stavu, u kterých lze předpokládat souvislost se zdravotní náročností vykonávané práce.

Pro provedení lékařských prohlídek použije zaměstnanec formulář (Žádost o posouzení zdravotní způsobilosti k práci), který si firma sama zpracuje a je v něm uvedena profese, kterou zaměstnanec vykonává.

SYSTEM ŘÍZENÍ A PREVENCE RIZIK

Je nutné provádět a aktualizovat identifikaci a hodnocení rizik v pravidelných intervalech, které stanoví zaměstnavatel.

Mezi nejčastější rizika patří zejména:

- neodborná, nedbalá obsluha
- nerespektování vydaných nařízení
- úraz elektrickým proudem
- poranění nástrojem
- pád břemene
- špatná viditelnost, nepořádek na pracovišti
- pád z výšky nebo do hloubky
- neprovádění předepsaných kontrol, revizí, údržby, oprav
- používání poškozeného stroje, přístroje nebo zařízení
- používání stroje, přístroje nebo zařízení s chybějícím ochranným zařízením, krytem
- zakopnutí, uklouznutí, pád
- nepoužívání předepsaných OOPP
- vznik požáru, výbuchu

Zaměstnavatel stanoví hlavně:

- identifikovaná nebezpečí – rizika ve společnosti (analýza rizik)

- kdo a čím je ohrožen
- opatření ke snížení nebezpečí
- požadavky na vedení a ukládání potřebné dokumentace o hodnocení rizik, odpovědnosti a pravomoci

KATEGORIZACE PRACÍ A PRACOVIŠŤ

Kategorizace prací a pracovišť se provádí na základě zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů, § 37 odst. 2.

Podle míry výskytu faktorů, které mohou ovlivnit zdraví zaměstnanců, a jejich rizikovosti pro zdraví se práce zařazují do čtyř kategorií. Kritéria, faktory a limity pro zařazení prací do kategorií stanoví prováděcí právní předpis.

O zařazení prací do třetí nebo čtvrté kategorie rozhoduje příslušný orgán ochrany veřejného zdraví.

Další povinnosti zaměstnavatele, na jehož pracovištích jsou vykonávány rizikové práce, jsou stanoveny v zákoně o ochraně veřejného zdraví.

PRÁCE ZAKÁZANÉ TĚHOTNÝM ŽENÁM A MLADISTVÝM

Stanoví se na základě vyhlášky č. 288/2003 Sb., kterou se stanoví práce a pracoviště, které jsou zakázány těhotným ženám, kojícím ženám, matkám do konce devátého měsíce po porodu a mladistvým, a podmínky, za nichž mohou mladiství výjimečně tyto práce konat z důvodu přípravy na povolání.

OSOBNÍ OCHRANNÉ PRACOVNÍ PROSTŘEDKY

Osobní ochranné pracovní prostředky (OOPP) jsou prostředky osobní ochrany schválené příslušnou autorizovanou zkušebnou. Zaměstnanci se jejich používáním chrání před riziky, která by mohla ohrozit jejich život, bezpečnost nebo zdraví při práci.

Zaměstnavatel je povinen:

- poskytovat bezplatně zaměstnancům OOPP, mycí a čisticí prostředky
- informovat zaměstnance o rizicích, před kterými je používání OOPP chrání
- seznámit zaměstnance se způsobem používání OOPP a s návodem výrobce
- kontrolovat vybavenost a správné používání OOPP jen k těm účelům, pro které jsou určeny
- zajistit nebo provést výměnu OOPP, když je snížena jejich ochranná funkce
- poskytnout mycí a čisticí prostředky, příp. regenerační krémy a masti zaměstnancům, kteří přicházejí do styku s látkami, jež mohou způsobit podráždění pokožky nebo znečištění zaměstnance
- vést evidenci o výdeji OOPP

Zaměstnanci jsou povinni:

- používat přidělené OOPP v souladu s příkazy a pokyny zaměstnavatele a řádně o ně pečovat
- oznamovat závady na přiděleném OOPP svému nadřízenému
- nepoužívat poškozené nebo nefunkční OOPP

MIMOŘÁDNÉ UDÁLOSTI A PRACOVNÍ ÚRAZY

Za mimořádnou událost se považuje:

- pracovní úraz
- požár, výbuch
- přepadení
- zhroucení konstrukcí
- zamoření objektu látkami ohrožujícími zdraví nebo život lidí
- a další (dle typu provozu)

Pracovním úrazem podle § 380 zákoníku práce se rozumí poškození zdraví nebo smrt zaměstnance, došlo-li k nim nezávisle na jeho vůli krátkodobým, náhlým a násilným působením zevních vlivů při plnění pracovních úkolů nebo v přímé souvislosti s ním, jako pracovní úraz se posuzuje též úraz, který zaměstnanec utrpěl při plnění pracovních úkolů, pracovním úrazem není úraz, který se zaměstnanci přihodil na cestě do zaměstnání a zpět.

Zaměstnanec je povinen:

- bezodkladně oznamovat svému nadřízenému pracovní úraz, pokud mu to jeho zdravotní stav dovolí
- spolupracovat při zjišťování příčin vzniku úrazu, poskytovat veškeré potřebné informace

Zaměstnavatel je povinen:

- vést evidenci o všech úrazech (v knize úrazů)
- vyhotovit záznam o úrazu neprodleně, nejpozději však do 5 pracovních dnů ode dne, kdy se o úrazu dozvěděl a vést dokumentaci o všech pracovních úrazech, jejichž následkem došlo:
 - ke zranění zaměstnance s pracovní neschopností delší než 3 kalendářní dny (tzn. bylo-li vystaveno potvrzení o pracovní neschopnosti a je zřejmé, že pracovní neschopnost přesáhne 3 kalendářní dny)
 - k úmrtí zaměstnance
- předat postiženému zaměstnanci jedno vyhotovení záznamu o úrazu (v případě smrtelného pracovního úrazu jeho rodinným příslušníkům)
- ohlásit pracovní úraz a zaslat záznam o úrazu stanoveným orgánům a institucím
- ohlásit bez zbytečného odkladu pracovní úraz stanoveným orgánům a institucím, došlo-li k pracovnímu úrazu, u kterého poškození zdraví vyžaduje hospitalizaci zaměstnance na dobu delší než 5 dní nebo se jedná o smrtelný úraz (ohlašovací povinnost)

LÉKÁRNIČKA

Příklad minimálního vybavení lékárničky první pomoci na pracovišti:

1. Aspirin – 1 balení s 10 tabletami 500 mg
2. Peroxid vodíku 3% - k dezinfekci ran, 1 ks 200 ml plastová láhev
3. CUTISEPT F – k dezinfekci okolní kůže, nikoli přímo do ran, 1 ks sprej X ml
4. STERILLIUM – dezinfekční kapesníčky k dezinfekci rukou zachránce, 10 ks
5. TEX – náplast na cívce, 1 ks 2,5 cm x 5 m, 1 ks 5 cm x 5 m
6. SOFT 1 – adhezivní obvaz, 5 cm x 1 m
7. X – náplast s polštářkem, X kusů různých velikostí
8. BLISTOBAN – náplast na puchýře, 3 ks
9. Hotový obvaz sterilní č. 1, 2 – 1 ks, č. 3, 4 – 2 ks
10. Šátek trojcípý 1 ks
11. Obinadlo elastické kohezivní 1 ks 4 cm x 5 m, 1 ks 8 cm x 5 m
12. Obinadlo škrťací gumové 1 ks
13. Rouška popáleninová sterilní 1 ks 20 x 30 cm
14. Tampony hotové sterilní 10 ks
15. SAM Splint – dlaha pro dospělé, 11 cm x X cm, 2 ks
16. SAM Splint Finger – dlaha na prsty, X x X cm, 2 ks
17. WATER JEL – chladicí gel na popáleniny, 1 ks 125 ml
18. Gumové rukavice nesterilní 2 páry vel. M, 2 páry vel. L
19. Nůžky rovné 1 ks
20. Resuscitační rouška 1 ks
21. Seznam lékárničky
22. Kniha ošetřených
23. Propisovací tužka

BEZPEČNOSTNÍ ZNAČENÍ

V objektech je nutné rozmístit minimálně tyto výstražné, bezpečnostní a požární tabulky:

Umístění značky	Značka
hlavní uzávěry médií	    + ovládané el. zařízení
el. rozvaděče	      na každý el. rozvaděč
chodby, schodiště, východy	

	  vyznačení směru úniku  doplňková tabulka nad dveře
prostory, kde je zákaz kouření a výskytu otevřeného ohně	    ZÁKAZ KOUŘENÍ A MANIPULACE S PLAMENEM ZÁKAZ KOUŘENÍ V CELÉ BUDOVĚ ZÁKAZ KOUŘENÍ NO SMOKING
prostory, kde má vstup pouze personál	  NEPOVOLANÝM VSTUP ZAKÁZÁN např. provozní zázemí, sklady apod.
hasicí přístroje (na nesnadno viditelných místech) a hydranty	   doplňková šipka (směr umístění)
regály	 evidenční číslo a nosnost regálu
překážky v komunikacích, které nelze odstranit	 žlutočerné šrafování

ROČNÍ PROVĚRKY BOZP

Kontroly bezpečnosti a ochrany zdraví při práci se provádějí 1x ročně na všech pracovištích. Kontroly provádí zaměstnavatel (pokud zaměstnává max. 25 zaměstnanců), příp. odborně způsobilá osoba v prevenci rizik.

Předmětem kontroly BOZP je zejména:

- vyhledávání nebezpečných činitelů pracovního prostředí a pracovních podmínek, zjišťování jejich příčin a zdrojů, vyhledávání a hodnocení rizik a přijímání opatření k jejich odstranění
- zjišťování úrovně bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

- označení pracovišť příslušnými bezpečnostními značkami, příkazy, zákazy a pokyny
- dokumentace BOZP (směrnice, pokyny, apod.), její zpracování a aktuálnost
- provádění lékařské péče o zaměstnance, dokumentace k pracovním úrazům
- zajištění první pomoci a lékárníček
- vybavení zaměstnanců OOPP, včetně potřebné dokumentace, a používání stanovených OOPP zaměstnanci
- provádění školení (vstupní, opakovaná, příp. odborná), včetně příslušných osnov školení,
- provádění revizí
- způsob skladování, skladovací prostory a činnosti s tím související
- dodržování technických podmínek a návodů vykonávaných činností
- odstranění dříve zjištěných závad a nedostatků ve stanovených termínech, včetně závad zjištěných Oblastním inspektorátem práce

O každé kontrole (roční prověrce) musí být proveden záznam.

Záznam o kontrole obsahuje: datum provedení kontroly, označení objektu a pracoviště, zjištěné skutečnosti, navržená opatření a stanovení způsobu a termínů jejich splnění, jméno a podpis osoby, která záznam provedla, jméno a podpis vedoucího zaměstnance kontrolovaného pracoviště, záznam o splnění navržených opatření.

Záznam o kontrole musí být uložen na kontrolovaném pracovišti, příp. na jiném určeném a dostupném

8. Sebekoučování a zdravý životní styl

Světová zdravotnická organizace popisuje stres jako jeden z největších problémů 21.století. Stres je stav organismu, který je obecnou odezvou na jakoukoliv výrazně působící zátěž – fyzickou nebo psychickou.

Situace, ve kterých nejvíce pocítujeme stres, jsou zejména:

- **Neustálý tlak na termíny a výkon**
- **Neustále vyrušování během pracovních povinností**
- **Monotónní a jednotvárná práce**

Stres se týká každé věkové skupiny, všechny skupiny trpí stresem více než před několika málo lety. Nejvíce jsou postiženy věkové skupiny od 25 do 55 let.

Stres je nejen psychický, ale také fyzický, jinými slovy stres ve svém důsledku negativně ovlivňuje naše tělo, náš metabolismus a naše tělesné pochody. Při stresu se vylučují stresové hormony – kortizol, kortizon, adrenalin a noradrenalin a tyto hormony ovlivní činnost většiny orgánů v těle. Zvyšuje se prokrvení orgánů, naopak zvýší se odvod krve z trávicího ústrojí a omezuje se jeho činnost. **Stresový hormon kortisol podporuje ukládání tuku do břicha.**

Při stresu se zvyšuje svalové napětí. To může vést k bolestem svalů, migrénám a svalovým potížím. Reakcí na stres může být také zrychlené mělké dýchání, které vede k nedostatečnému prokysličení organismu. U mužů může stres výrazně ovlivnit reprodukci a vést k potížím s produkcí testosteronu, spermií a tím až k neplodnosti. U žen může chronický stres vést k poruchám menstruace nebo k bolestivější menstruaci.

Člověk je odpradáвна vycvičen reagovat na nebezpečí (stres) bojem nebo útekem. K tomu má vyvinuty obranné mechanismy, které mají za cíl se s tímto stresem vyrovnat a uvést tělo zpátky do stavu rovnováhy, tedy homeostázy. Pokud je organismus v rovnováze, činnost parasympatiku a sympatiku (složek vegetativního nervstva, které neovládáme svojí vůlí) je vyrovnaná (tedy 1:1).

Pokud stres vede k vyšším psychickým nebo fyzickým výkonům, jedná se zátěž v pozitivním slova smyslu - tento druh stresu patří totiž k hlavním motivačním prvkům lidského konání. Pokud ovšem působení stresu trvá příliš dlouho nebo přesáhne určitou mez, vede k nadměrné zátěži, která může vést úzkostnému (únik) nebo depresivnímu (ústup) chování.

Ochranné mechanismy těla se u psychického stresu aktivují a spouští naprosto stejně jako u stresu fyzického. Problémem je, že se tyto ochranné mechanismy těla spouští i v případě, kdy je moderní člověk vystaven psychickým tlakům, které nejsou skutečnou hrozbou pro jeho fyzickou existenci. Vlivem okolí a způsobu dnešního života nemůže moderní situace člověk zvládnout bojem nebo útekem. Často pak takový člověk psychický tlak trvale nezvládá a

přechází do stadia, kdy původně užitečné obranné mechanismy začnou tělu škodit. Musíme si uvědomit, že NEJSME GENETICKY NASTAVENI PRO DNEŠNÍ STÁLE SE ZVYŠUJÍCÍ POŽADAVKY. Důsledkem neustálému se vystavování stresu s nedostatečnou ventilací (relaxační techniky, zdravý životní styl, pohyb) vedou problémy s imunitou a trávicím problémům.

Např. z dlouhodobého hlediska je zvýšené uvolňování glukózy ve stresu jedním z faktorů vzniku diabetes mellitus druhého typu, často zvýšený tlak je jednou z příčin trvale zvýšeného tlaku (hypertenze) nebo ischemické choroby srdeční, jejímž asi nejobávanějším projevem je infarkt myokardu. Stres také působí sníženou odolnost žaludeční sliznice k vnějším vlivům, snížením prokrvení sliznice, a to může vyústit v tzv. stresový vřed žaludku. K jiným možným důsledkům stresu patří zvýšené riziko astmatu.

Co se děje s naším tělem ve stresu?

Ve stresových situacích vyrábějí chemické továrničky v našich buňkách, tzv. mitochondrie, mnohonásobně více energie než při běžném životě. V důsledku toho ale vzniká více odpadních látek. Tyto odpadní látky se nazývají volné radikály, které tělu mohou škodit. Neškodí pouze v případě, pokud je naše tělo dokáže neutralizovat. Problém nastane, když už naše tělo volné radikály zneškodňovat nestíhá.

První důsledky:

- **Neustálá únava a pocit nedostatku energie**
- **Vyčerpání**
- **Poruchy koncentrace a výkonu**
- **Pocení a vnitřní nepokoj**

Chronický stres je únavný a vyvolává pocit vyčerpání. Dochází k poklesu imunity a ztrátě radosti ze života, člověk má pocit že stále něco hledá a hledá a...nenachází. Chronický stres může vést až k syndromu vyhoření nebo k depresím.

Stresu se často nevyhneme, co dělat v oblasti zdravého životního stylu?

Nešťastné je, že v době stresu, kdy máme většinou potíže s trávením, nedodáváme tělu dostatek mikroživin. Čím větší stres cítíme tím častěji saháme po hotových jídlech, vynecháme oběd nebo si častěji dopřejeme „něco sladkého“ – čokoládu, sušenku nebo dortík. Právě při stresu potřebujeme mnoho vitaminů, minerálních látek a stopových prvků (mikroživin)!

Kouření enormně zvyšuje počet volných radikálů. S každou cigaretou přibude v našem těle miliarda volných radikálů. Kouření je ovšem výborný prostředek k uvolnění stresu, stejně tak alkohol nebo drogy....

Když mikroživiny správně zkombinujeme, neutralizujeme stres a ještě podnítime tvorbu energie. K látkám neutralizujícím stres patří antioxidanty – především

- **Resveratrol** – chrání orgány citlivé na stres, srdce mozek a imunitní systém
- **Chlorofyl** – podporuje krvetvorbu a zásobování s kyslíkem a energií
- **Vitamin E** – chrání mozek
- **Selen** – chrání srdce a mozek, podporuje metabolismus a aktivuje hormony štítné žlázy

Antioxidanty neutralizují volné radikály, zmírňují nebo zcela zabraňují poškození způsobená volnými radikály a chrání mitochondrie aby chemické továrničky na výrobu energie. **Antioxidanty jsou zabíjáci stresu.**

Mikroživiny podporující produkci energie

- **Vitaminy skupiny B** – podporují funkci mozku, tvorbu červených krvinek, zvyšuje imunitu
- **Cholin** – podporuje paměť, pozitivně působí na mozek a nervové buňky, bojuje proti poruchám spánku, bolestem hlavy a zapomětivosti
- **Koenzym Q10** – chrání mozek a cévy, podporuje výkonnost
- **Železo** – ovlivňuje pozornost, kreativitu, schopnost koncentrace, bojuje proti únavě

Abychom stres snáze překonali, potřebujeme hodně tělesné i duševní energie. Přísnem správných mikroživin produkci energie podpoříme a zlepšíme tak vlastní výkonnost.

Relaxační techniky a pohyb

Každý pohyb přispívá k odbourání stresu. Sportovní aktivity musíme přizpůsobit podmínkám prostředí, možnostem a našemu aktuálnímu zdravotnímu stavu a kondici. Na úplný začátek postačí 30-45 minutová procházka každý den, nejlépe v parku nebo v zeleni. Zhluboka dýchejte a myslte na pozitivní věci! Zlepšíme si kondici, odbouráme stresové hormony a naše tělo zaplaví hormony štěstí.

Výborným cvičením na odbourání stresu a nalezení vnitřní rovnováhy je power jóga či jóga.

Kombinace pohybu a odpočinku pomáhá snižovat stres

9. Podnikatelský plán

Zpracujte váš osobní podnikatelský plán dle vzoru. V podnikatelském plánu se opírejte o aktuální legislativu.