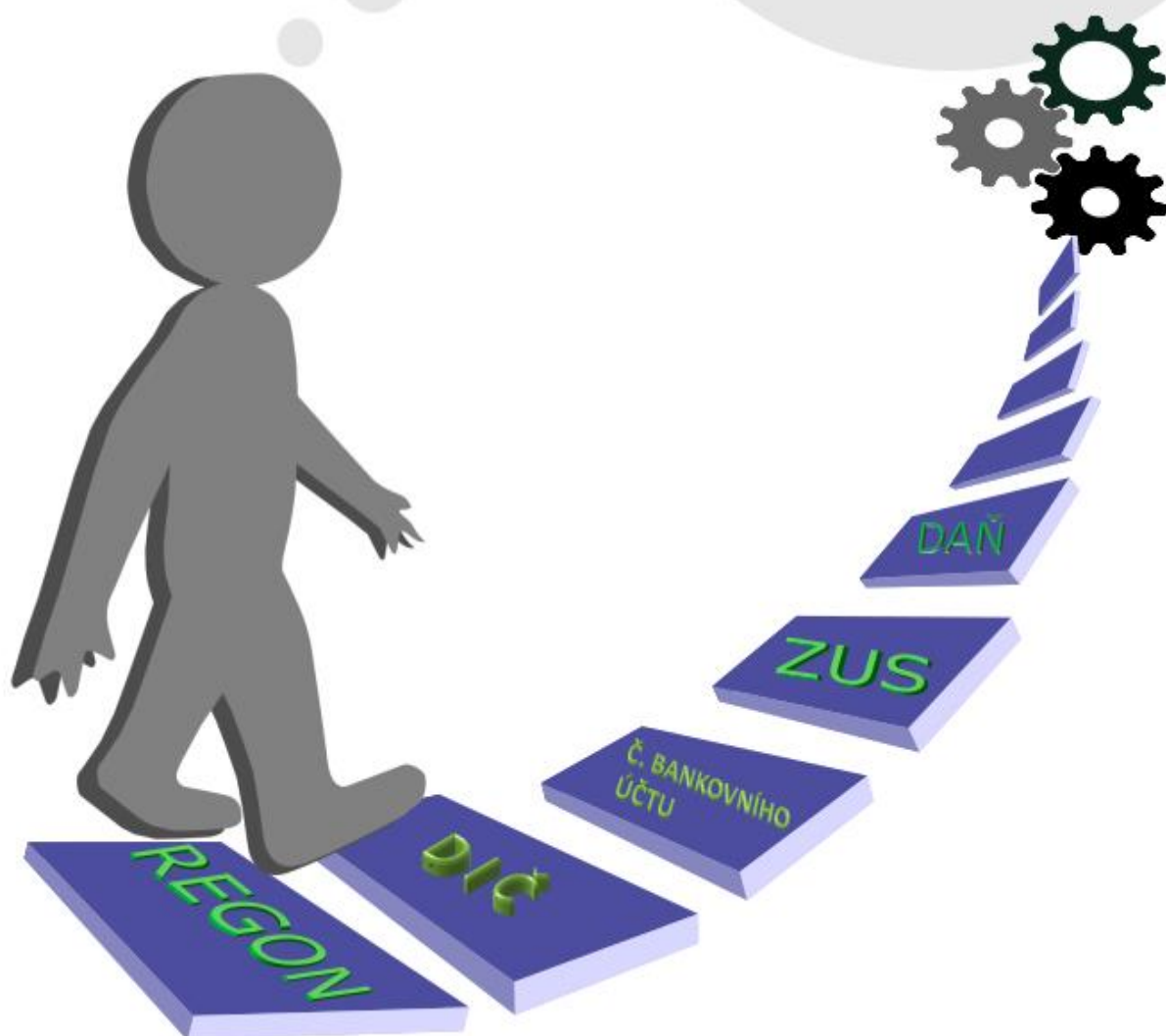


JAK VÉST A ROZVÍJET FIRMU

**POCHOPIT
VYDRŽET
ZVÍTĚZIT**





Městský úřad v Świdnici

Jak vést a rozvíjet firmu

II. část

HRpro Sp. z o.o.

- AGNIESZKA PARKITNA¹, JERZY TUTAJ², KAMILA URBAŃSKA³ -

Grafické zpracování a sazba – Wojciech Tutaj

¹ odborný asistent, Wroclawská Polytechnika, Fakulta Informatiky a managementu

² odborný asistent, Wroclawská Polytechnika, Fakulta Informatiky a managementu

³ odborný asistent, Vysoká škola obchodní ve Wroclawi



ISBN: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Świdnica 2019



Obsah

Úvod	7
1 Práva a povinnosti podnikatele	7
1.1 Práva podnikatelů	7
1.2 Povinnosti podnikatelů	9
2 Formy zaměstnání	10
3 Zdroje financování	14
3.1 Financování vlastními prostředky	16
3.2 Anděle byznysu	16
3.3 Fundusze venture capital	16
3.4 Dluhové financování	17
3.4.1 Leasing	17
3.4.2 Faktoring.....	18
3.4.3 Středně a dlouhodobé dluhové financování.....	18
3.4.4 FStředně a dlouhodobé dluhové financování	18
3.5 Crowdfunding - financování ze sociálních sítí	19
3.6 Zdroje financování podnikatelů typu start-up z veřejných prostředků.....	19
3.7 Financování podnikatelů institucemi z podnikatelského prostředí.....	20
3.7.1 Podnikatelské inkubátory	20
3.7.2 Průmyslové a technologické parky	21
3.7.3 Centra transferu technologií	21
4 Propagace a marketing	22
4.1 Marketingová praxe.....	22
4.1.1 Rozdělení trhu.....	23
4.1.2 Marketingové strategie	24
4.1.3 Strategie mix marketing.....	24
4.1.4 Marketingové vztahy	25
4.1.5 Nabídka hodnoty pro zákazníka	26
4.2 Propagace	27
5 Povinnosti spjaté s zaměstnáváním pracovníků	29



5.1	Povinnosti podnikatele z titulu občanskoprávních smluv	29
5.2	Povinnosti podnikatele založené předpisy o bezpečí a hygieně pracovního prostředí 30	
5.3	Povinnosti podnikatele vůči ZUS	30
6	Vyúčtování se ZUS	31
6.1	Sociální pojištění podnikající osoby v Polsku	31
6.2	Lhůty pro vyúčtování se ZUS.....	32
6.3	Vyúčtování se ZUS.....	33
6.3.1	Kdy lze uplatnit daňovou úlevu pro začínající	34
6.3.2	Kdy lze uplatnit výpočet příspěvků dle velikosti dosaženého příjmu?.....	35
7	Vyúčtování s Finančním úřadem.....	35
7.1	Vyúčtování DPH	36
7.1.1	Daňová povinnost	37
7.1.2	Dodání zboží po dobu 6 měsíců od zahájení podnikání	37
7.1.3	Split payment čili rozdělení platby	37
7.1.4	Bezplatné plnění	39
7.1.5	Refaktoring	39
7.1.6	Řetězcové dodávky.....	39
7.2	e-přiznání e-Deklaracja a JPK	40
7.3	Vyúčtování daně z příjmu	40
7.4	Vyúčtování spotřební daně	41
8	Pozastavení a ukončení podnikání	41
9	Bezpečný byznys.....	41
9.1	Důvěrný profil	42
9.2	Obchodní riziko a BIG	42
9.3	Ochrana osobních údajů a GDPR.....	43
10	Zahraniční obchod	43
10.1	Přihlášení pro VAT-EU.....	43
10.2	Dovoz a vývoz z hlediska daně DPH	44
10.3	Pojmy: území státu, členský stát, třetí země a Evropská unie	45



Úvod

Příručka, kterou držíte v rukou, je cenný zdroj informací, které by měl znát každý podnikatel starající se o svůj byznys. V této příručce najdete popis práv a povinností podnikatele, forem zaměstnání a s ním spjatých povinností, zdrojů financování a doporučení pro účinné vedení propagace a marketingu výrobků a služeb. Na jejích stránkách najdete pomocné informace a rady k vyúčtování se zdravotní a sociální pojišťovnou ZUS a FÚ, o zahraničním obchodu a bezpečném byznysu. Pamatujte si, že váš úspěch umožní jen dosažení vysoké úrovně satisfakce zákazníka, a zároveň i vašich smluvních partnerů, spolupracovníků nebo zaměstnanců. Veškeré změny vztahující se na podnikání budou průběžně zaváděny do této příručky, aby využívající ji podnikatel měl vždy přístup ke aktuálním údajům. Přejeme Vám, aby tato příručka Vás přivedla na cestu k úspěchu.

Příjemné čtení!

1 Práva a povinnosti podnikatele

Práva a povinnosti podnikatele byly důsledně specifikované v balíku zákonů tvořících tzv. Konstituci byznysu 30.4.2018. Jedním s jejích prvků je zákon ze dne 06.03.2018 - Právo podnikatelů. <https://www.biznes.gov.pl/pl/ulatywienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>

Právo podnikatelů ve srovnání se zákonem ze dne 02.07.2004 o svobodě podnikání rozšířil katalog oprávnění podnikatelů. Hlavně bylo zavedeno pravidlo, že to, **co není právem zakázáno, je povoleno**. Tím Právo podnikatelů potvrdilo i svobodu podnikatelů zahájení a provozu podnikání, neukládá-li jim právní předpis povinnosti určité aktivity nebo jim jistou aktivitu nezakazuje. Navíc, Právo podnikatelů potvrdilo vázaný charakter povolení. Znamená to, že povolující orgán není činný v rámci správního uznání a uděluje povolení podnikatel, který splní právem předvídané podmínky provozování podniku, což obsahuje **čl. 42 Práva podnikatelů**.

U projednání práv a povinností, je třeba v první řadě jmenovat svobodu hospodářského podnikání. Ta je, vedle soukromého vlastnictví a solidarity, dialogu a spolupráce partnerů ve společenství, jedním ze společenských pilířů tržní ekonomiky, která je základem ekonomického systému Polské republiky.

1.1 Práva podnikatelů

V Právu podnikatelů podnikající mají řadu práv, tj. právo na:

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180000646/U/D20180646Lj.pdf>

- 
- zahájení, výkonu a ukončení podnikání (**čl. 2**),
 - vyvíjení veškerých aktivit, které právní předpisy nezakazují (**čl. 8**),
 - zproštění povinnosti úhrady sociálního pojištění (**čl. 18**),
 - status neohlášené činnosti (**čl. 5**),
 - pozastavení výkonu podnikání (**čl. 22-25**),
 - získání individuální interpretace předpisů (**čl. 34-35**),
 - odškodnění z důvodu škody způsobené kontrolními úkony konanými s porušením práva (**čl. 46**),
 - podání odporu proti zahájení a výkonu úkonů kontrolním orgánem s porušením práva (**čl. 59**).

Nejdůležitějším právem podnikatelů je **právo zahájení, výkonu a ukončení podnikání**, o kterém pojednává **čl. 2 Práva podnikatelů (PP)**.

https://orka.sejm.gov.pl/proc8.nsf/ustawy/2051_u.htm

Toto se skládá na ústavní svobodu podnikání. Svoboda podnikání spočívá v omezení jen zákonem a jen z důvodu důležitého veřejného zájmu, dle čl. 22 Ústavy PR. V literatuře poukazuje se na domněnku svobody zahájení a výkonu podnikání, pokud dle zákonných předpisů není tomu jinak. S principem svobody podnikání se pojí i právo vyvíjení podnikateli veškerých aktivit, vyjma těch, které zakazují právní předpisy. Podnikatele lze zavázat k určitým druhům chování jen na základě právních předpisů, co ukládá čl. 8PP. Tento předpis sděluje pravidlo, že to, co není právem zakázané, je povolené.

Právo k zproštění povinnosti hradit sociální pojištění, tzv. **úleva pro začínající** - regulace ve čl. 18 PP, je zvláštním druhem zisku a pobídky pro podnikatele, kteří zahájí své podnikání poprvé nebo opakovaně po delší době. <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zaczniez-placic-zus/ulga-na-start-wlasna-firma-przez-6-miesiecy-bez-zus>. Úleva pro začínající spočívá v tom, že podnikatel po dobu 6 měsíců ode dne zahájení podnikání **není nucen hradit sociální pojištění**, ke kterým patří příspěvky na starobní důchod, důchod pro pracovní postížené a pojištění pracovních úrazů. Podnikatel může se vzdát té úlevy formou přihlášení pro sociální pojištění, co je založeno čl. 18 odst. 2 PP.

Důležitým oprávněním, které upravuje čl. 5 PP, je **neohlášená činnost**. Dle jeho znění je to taková činnost, kdy příjem který z ní náleží (dlužné částky i v případě že nebyly ve skutečnosti obdrženy, s odečtením hodnoty vráceného zboží, poskytnutých slev a skont) v žádném měsíci nepřesahuje hodnotu 50% částky minimální odměny za práci a vztahuje se na osobu, která po dobu posledních 60 měsíců nepodnikala. **Status neohlášené činnosti opravňuje k:**

- neohlašování činnosti v centrálním rejstříku podnikatelů CEIDG, FÚ, centrálním statistickém úřadu GUS,
- nehrazení cyklických záloh na daň z příjmu (přiznává se v ročním daňovém přiznání na formuláři PIT-36),
- nevedení účetnictví (osoba podnikající formou neohlášené činnosti vede zjednodušenou evidenci prodeje),
- nehrazení příspěvků do ZUS a nepodávání ZUSu přiznání.

Je třeba zdůraznit, že neohlášená činnost se neuplatňuje pro výkon činnosti v rámci společenské smlouvy o civilní společnosti. Dodatečně tohoto řešení nesmějí využívat druhy činností, které vyžadují získání koncese, licence nebo povolení.

Dalším právem je **možnost pozastavení výkonu podnikání, které přísluší osobám, které nezaměstnávají pracovníky**, příslušně ke čl. 22 odst. 1 PP. Právo to bylo rozšířeno i na podnikatele, kteří zaměstnávají výhradně pracovníky pobývající na mateřské dovolené, v podmínkách dovolené mateřské, rodičovské nebo pro další péči o dítě, které nepojí užívání rodičovské dovolené s prací u zaměstnavatele poskytujícího tuto dovolenou, co zakládá čl. 22 odst. 2 PP.

Podnikatele mají i **právo získání individuální interpretace předpisů**, co zakládá čl. 34 odst. 1 PP. Individuální interpretace obsahuje vysvětlení rozsahu a způsobu uplatňování předpisů, ze kterým vyplývá povinnost hrazení podnikatelem veřejnoprávní daně nebo příspěvků na sociální a zdravotní pojištění, individuálně pro toho podnikatele. Tento zákon nedefinuje pojem **veřejnoprávní daň**. Její definici obsahuje čl. 5 odst. 2 bod 1 zákona ze dne 27.8.2009 o veřejných financích.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190000869>

Individuální interpretace není pro podnikatele závazná, ale podnikatel nesmí být postížen správními a finančními pokuty nebo tresty v rozsahu, ve kterém se řídil získanou individuální interpretací, a ani daněmi ve výši přesahující částku vyplývající ze získané interpretace, co zakládá čl. 35 odst. 1 PP.

Navíc, podnikatele mají zajištěné práva spjaté s kontrolou nimi provozovaného podnikání. K těm patří **možnost podání odporu proti zahájení a provedení kontrolních úkonů kontrolním orgánem**, co zakládá čl. 59 odst. 1 PP. Odpor se podává písemně kontrolnímu orgánu, kterého se tento úkon týká, ve lhůtě 3 pracovních dnů ode dne zahájení kontroly kontrolním orgánem nebo vzniku důvodů pro podání odporu - čl. 59 odst. 3 a 4 PP. V souvislosti s prováděním kontroly, podnikatel má i právo odškodnění z titulu škody odnesené v následku kontrolních úkonů prováděných s porušením právních předpisů, co zakládá čl. 46 odst. 1 PP.

1.2 Povinnosti podnikatelů

K povinnostem uloženým podnikatelům na základě Práva podnikatelů patří:

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180000646/U/D20180646Lj.pdf>



- podnikání dle pravidel poctivé konkurence, úcta k mravům a zásadním zájmům ostatních podnikatelů a spotřebitelů, a také respektování a ochrana lidských práv a svobod (čl. 9),
- provedení zápisu do příslušného rejstříku (čl. 17 odst. 1),
- provádění bezhotovostního vyúčtování v profesionálním obratu (čl. 19),
- používání DIČ (čl. 20),
- umísťování písemných informací na výrobcích, jejich obalech, etiketách nebo v obslužných návodech nebo předávání informací jiným obvyklým způsobem (čl. 21),
- získání požadovaných koncesí, povolení nebo zápisu do rejstříku regulované činnosti (čl. 37 odst. 1, čl. 41 odst. 1 a čl. 43 odst. 1),
- jmenování osoby oprávněné ke přítomnosti u kontrolních úkonů prováděných kontrolním orgánem (čl. 50 odst. 3),
- vedení a ukládání knih o kontrolách, zmocnění a protokolů o kontrole (čl. 57).

Jednou z nejdůležitějších povinností podnikatele je provedení zápisu do příslušného rejstříku. V případě že se jedná o podnikatele - fyzickou osobu, bude to Centrální evidence a informace o podnikání GEIDG, v případě podnikající právnické osoby nebo organizační jednotky, která není právnickou osobou, ale zvláštní zákon jí dává právní způsobilost, je příslušný rejstřík podnikatelů Státního soudního rejstříku KRS (čl. 17 odst. 1 PP).

Rovně důležitou, uloženou podnikatelům, povinností je požadavek získání koncese, povolení nebo zápisu do rejstříku regulované činnosti - čl. 37 odst. 1 PP, a vázaný ráz povolení, což znamená, že orgán uděluje povolení podnikateli, který splňuje právem požadované podmínky podnikání - čl. 42 PP. Stojí za zdůraznění, že v případě, že právní předpis počítá se získáním koncese, povolení nebo zápisu do rejstříku regulované činnosti, a podnikatel podniká bez toho, aby dodržel tu povinnost, páchá přestupek a podléhá trestu omezení svobody nebo pokuty, co zakládá čl. 60¹ § 1 polského zákona o přestupcích KW. Dle toho předpisu, potrestán bude i podnikatel, který podniká bez zápisu do CEIDG.

Další povinností podnikatelů je provádění a přijímání plateb spjatých s výkonem podnikání prostřednictvím platebního bankovního účtu podnikatele, v případě, že protistranou transakce je jiný podnikatel a hodnota jednotné transakce, bez ohledu na množství s ní spjatých plateb, je rovná nebo vyšší než 15 000 PLN.

K povinnostem podnikatelů patří i používání daňového identifikačního čísla (DIČ) v právnickém a hospodářském obratu - čl. 20 odst. 2 a 3 PP. Navíc, podnikatele uvádějící zboží do obratu na území Polské republiky jsou povinni umísťovat na tomto zboží, jeho obalu, etiketě, návodu na použití, nebo jiným běžným způsobem písemných informací v polštině - čl. 21 odst. 1, odst. 2 a 3 PP:

- určení firmy výrobce, jeho adresu a také stát výrobcova sídla, sídlí-li on mimo území členských států Evropské unie a členských států Evropského sdružení volného obchodu (EFTA) - smluvních stran smlouvy o Evropském hospodářském prostoru,
- informací umožňujících identifikaci zboží, ledaže jeho určení je samozřejmé.

V souvislosti s kontrolou podnikání, podnikatele jsou povinni písemně vyjmenovat osoby oprávněné ke přítomnosti u kontrolních úkonů, zvláště v době nepřítomnosti podnikatele, co zakládá čl. 50 odst. 3 PP. K povinnostem podnikatelů - čl. 57 odst. 1 PP- patří i vedení a ukládání ve svém sídle knih o kontrolách, zmocnění a protokolů o kontrole. V případě zahájení kontroly, kniha o kontrolách by měla být neprodleně předložena kontrolujícímu - čl. 57 odst. 6 PP.



2 Formy zaměstnání

Zaměstnání je druhem profesní aktivity, projevujícím se platným angažováním lidských sil a schopností (lidského kapitálu) do činnosti hospodářského subjektu.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/guide_126-DUZA_ZATRUDNIENIE_PRACOWNIKOW

Každé takové zaměstnání je svého druhu smlouvou mezi zaměstnaným/pracovníkem a zaměstnavatelem a je regulováno právem.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/minimalna-tresc-umowy-o-prace>

Společnou vlastností různých smluv, na základě kterým lze někoho zaměstnat, je jejich přesné rozdělení. Zaměstnavatel zaručuje pracovníkovi práci v přesně určených podmínkách a za přesně určenou odměnu, a pracovník výměnou zajišťuje poctivou a dobře odvedenou práci.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/jaki-jest-koszt-zatrudnienia-pracownika-na-etacie>

V Polsku existují různé formy zaměstnání. Z ohledem na právnický charakter smluv, se rozděluje formy upravené:

- Zákoníkem práce (k.p.), čili zákonem ze dne 26. června 1974, Zákoník práce (úřední věstník Dz.U. z roku 2014, položka 1502, s pozdějšími změnami), který je základním zdrojem pracovního práva, obsahuje různé druhy pracovních smluv; dle doby trvání smlouvy a také účelu jejího uzavření se pracovní smlouvy člení na tři druhy: na zkušební dobu, na dobu omezenou (v tom i smlouva na pracovní záskok), na dobu neurčitou. Pracovní smlouva není jedinou formou vzniku pracovního poměru. Zákoník práce (k.p.) vyjmenovává ještě: jmenování, ustanovení a volbu.

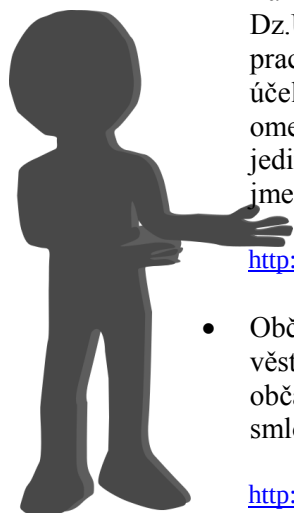
<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19740240141/U/D19740141Lj.pdf>

- Občanským zákoníkem (k.c.), čili zákonem ze dne 23. dubna 1964, Zákoník práce (úřední věstník Dz.U. z roku 2016, položka 380, s pozdějšími změnami), který upravuje občanskoprávní poměry mezi fyzickými osobami a právnickými osobami, vztahuje se mj. na smlouvu o provedení práce a smlouvu o dílo.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19640160093/U/D19640093Lj.pdf>

Pracovní smlouva - u jejího podepisování je třeba věnovat pozornost její formě a obsahu.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/minimalna-tresc-umowy-o-prace>



**Tabulka 1** Srovnávací analýza nejčastěji uzavíraných forem zaměstnání.

Druh smlouvy	Pracovní smlouva	Smlouva o provedení práce	Smlouva o dílo
Právní regulace	Zákoník práce	Občanský zákoník (čl. 743-751)	Občanský zákoník (čl. 627-646)
Doba trvání smlouvy	Během zkušební doby na dobu určitou (v tom i jako "záskok"), na dobu neurčitou	Není nijak časově omezená	Není nijak časově omezená
Příspěvky do ZUS	Povinné: na starobní důchod, na důchod pro pracovní neschopné, pro případ pracovního úrazu, zdravotní, nemocenské	Povinné: na starobní důchod, na důchod pro pracovní neschopné, pro případ pracovního úrazu, zdravotní, dobrovolné: nemocenské	Není povinnost odvádět příspěvky
Dovolená	20 dnů - je-li pracovník zaměstnaný do 10 let, 26 dnů - je-li zaměstnaný minimálně 10 let, mateřská dovolená - ano	absence dovolené (ledaže byla zohledněna ve smlouvě), mateřská dovolená - ne	absence dovolené, mateřská dovolená - ne
Výpovědní doba	Zkušební doba: 3 dny - v případě zaměstnání do 2 týdnů, 7 dnů - v případě zaměstnání nad 2 týdny, 14 dnů - v případě zaměstnání do 3 měsíců. Na dobu určitou a neurčitou: 14 dnů - v případě zaměstnání do 6 měsíců, 1 měsíc - v případě zaměstnání na minimálně 6 měsíců, 3 měsíce - v případě zaměstnání na minimálně 3 roky	Může být rozvázaná výpovědí v libovolném okamžiku, každou ze stran (čl. 746)	Končí po provedení díla a úhradě odměny, lze od smlouvy odstoupit v libovolném okamžiku

Tabulka 2. Druhy smluv dle Zákoníku práce

Druh smlouvy	Charakteristika smlouvy	Poznámka
Smlouva na zkušební dobu	Zaměstnavatel smí si ověřit schopnosti a kvalifikace zaměstnance a zaměstnanec může si ověřit podmínky výkonu práce, rozsah činnosti a pracovní atmosféru	Nejčastěji je to první smlouva uzavíraná s zaměstnavatelem
Smlouva na dobu určitou	Může být uzavřena po skončení smlouvy na zkušební dobu nebo napoprvé, bez nějaké jiné smlouvy. Je to termínová smlouva.	Pracovník má nárok na rekreační dovolenou, nemocenskou dovolenou, lékařskou péči zdarma, odměnu a výpovědní dobu.
Smlouva na pracovní záskok	Zaměstnavatele ji smějí uzavírat za účelem nahrazení pracovníka, který je nepřítomný z ospravedlněných důvodů, např. nemoci, rodičovské nebo neplacené dovolené.	Smlouva na pracovní záskok je zvláštním druhem smlouvy, na kterou se vztahují předpisy o smlouvě na dobu určitou.
Pracovní smlouva na dobu neurčitou	Předpokládá existenci trvalého právního vztahu mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem a zaručuje stabilitu zaměstnání. Je to nejvýhodnější pro zaměstnance forma zaměstnání, která vytváří nejrozsáhlejší záruku výhod, hlavně pevnost pracovního poměru. Výhodou smlouvy na dobu neurčitou je pro zaměstnance delší výpovědní doba.	Smlouva zajišťuje všechny benefity vyplývající ze Zákoníku práce, čili: pojištění (důchodové, pro případ neschopnosti práce, nemocenské a zdravotní), ochranu odměny (nesmí být nižší než minimální a musí být uhrazená v určeném termínu), ochranu pracovní doby, pevnost pracovního poměru (výpovědní doba), nárok na dovolenou, ochranu některých skupin (žen, nezletilých, zdravotně postižených)
Jmenování	Jmenování je nesmluvní pracovní poměr vzniklý na cestě správního rozhodnutí.	Pracovní poměr základě jmenování se uzavírá v případech určených zvláštními předpisy. Ty zvláštní předpisy jsou tzv. služební pravidla. Jsou to právní zápisy upravující práva a povinnosti skupin pracovníků veřejného sektoru. Takové zvláštní předpisy obsahuje třeba zákon o státním zastupitelství, zákon o civilní službě, zákon o státních zaměstnancích, Karta učitele.
Ustanovení	Pracovní poměr na základě ustanovení se uzavírá v případě pracovníků ustanovených ke plnění funkce v orgánech státní správy.	Ustanovení by mělo být uděleno písemně a podmínkou jeho vzniku je souhlas obou stran. Odvolání z funkce je totožné s výpovědí pracovní smlouvy.
Pracovní poměr založený volbou	Volba je základ navázání pracovního poměru ve společenských a politických organizacích, může být i v případě spolkových organizací	Ke pracovnímu poměru založenému volbou dochází v případech, kdy s volbou se pojí povinnost výkonu práce v postavení pracovníka.



Tabulka 3. Druhy občanskoprávních smluv

Druh smlouvy	Charakteristika smlouvy	Poznámka
Smlouva o provedení práce	Předmětem smlouvy o provedení práce je provedení příjemcem objednávky určené právní činnosti (za odměnu nebo zdarma) pro objednavatele. Doba trvání smlouvy není nijak omezená. V případě smluv o provedení práce náklady na získání příjmu činí 20 nebo 50 % (v případě uplatnění autorských práv), a daň činí 18% základu k výpočtu.	Příjemce objednávky je povinen informovat objednavatele o průběhu plnění smlouvy, a na konec - představit mu zprávu o plnění. Smlouva o provedení práce je smlouvou o důsledné činnosti. Znamená to, že důležité je plnění práce v prospěch objednavatele, která to práce nemusí vést k určitému výsledku. Občanský zákoník nevyhrazuje pro platnost smlouvy o provedení práce jistou formu, což znamená, že připustí se libovolná forma jejího uzavření, tj. ústně, písemně nebo implicitně.
Smlouva o provedení díla	V případě uzavření smlouvy o provedení díla, příjemce zakázky zavazuje se provést určené dílo. Smlouva o provedení díla je typická dohoda založená na výsledku, je to smlouva s úhradou a závazná pro obě strany. Podmínkou vzniku smlouvy je určení v ní, jaké dílo příjemce zakázky má provést. Dílo může mít materiální charakter, jako vytvoření databáze, nebo nemateriální, jako pořádání zájezdu.	V případě, že smlouva vztahuje se na uměleckou tvorbu, a smlouva o provedení díla přenáší autorská práva na objednavatele, lze uplatnit docela vysoké náklady na získání příjmu - 50%. V ostatních případech náklady na získání příjmu činí 20%. Smlouva o provedení díla se ruší v případě smrti nebo neschopnosti k práci příjemce objednávky. Týká se to jen těch děl, provedení kterých záleží na osobních vlastnostech příjemce objednávky. Doba výkonu práce v rámci takové smlouvy se nepočítá do obecné délky práce.
Smlouva o obchodním zastoupení	Smlouva upravuje poskytování zprostředkovatelských služeb mezi smluvními stranami. S podpisem smlouvy o obchodním zastoupení příjemce objednávky (agent) se zavazuje, v rozsahu činnosti svého podniku, k trvalému zprostředkovávání pro objednavatele uzavírání smluv se zákazníky. Objednavatel se zavazuje uhradit agentovi dohodnutou odměnu - provizi.	Smlouva o obchodním zastoupení dává agentovi jisté úspory. Je to tím, že agent je podnikající osoba, samostatně si hradí příspěvky na sociální pojištění, ale ty mají pevnou výši bez ohledu na výši dosahovaných příjmů. Dále agent může využít uplatnit i pevné paušální zdanění daní z příjmu ve výši 18%.
Manažerský kontrakt	Smluvní strany mohou, dle pravidla autonomie jejich vůle a na základě vzájemné dohody, volně stanovit své vzájemné práva a povinnosti. Manažerský kontrakt je oboustranně závazná smlouva s odměnou. Její základním částí je správa (vedení) podniku. S uzavřením takové smlouvy, správce se zavazuje, za odměnu, k trvalému a efektivnímu vedení podniku ve jménu a na účet smluvní protistrany.	Příznačná pro manažerský kontrakt je i neupravená pracovní doba. Správci mohou být osoby fyzické, fyzické podnikající a právnické osoby. Smluvní protistrana musí být vždy podnikatelem. Předpokládá se, že manažerský kontrakt je smlouva o pečlivé činnosti s prvky smlouvy založené na výsledku. Manažerský kontrakt nepodléhá předpisům ručícím ochranu zaměstnání.

3 Zdroje financování

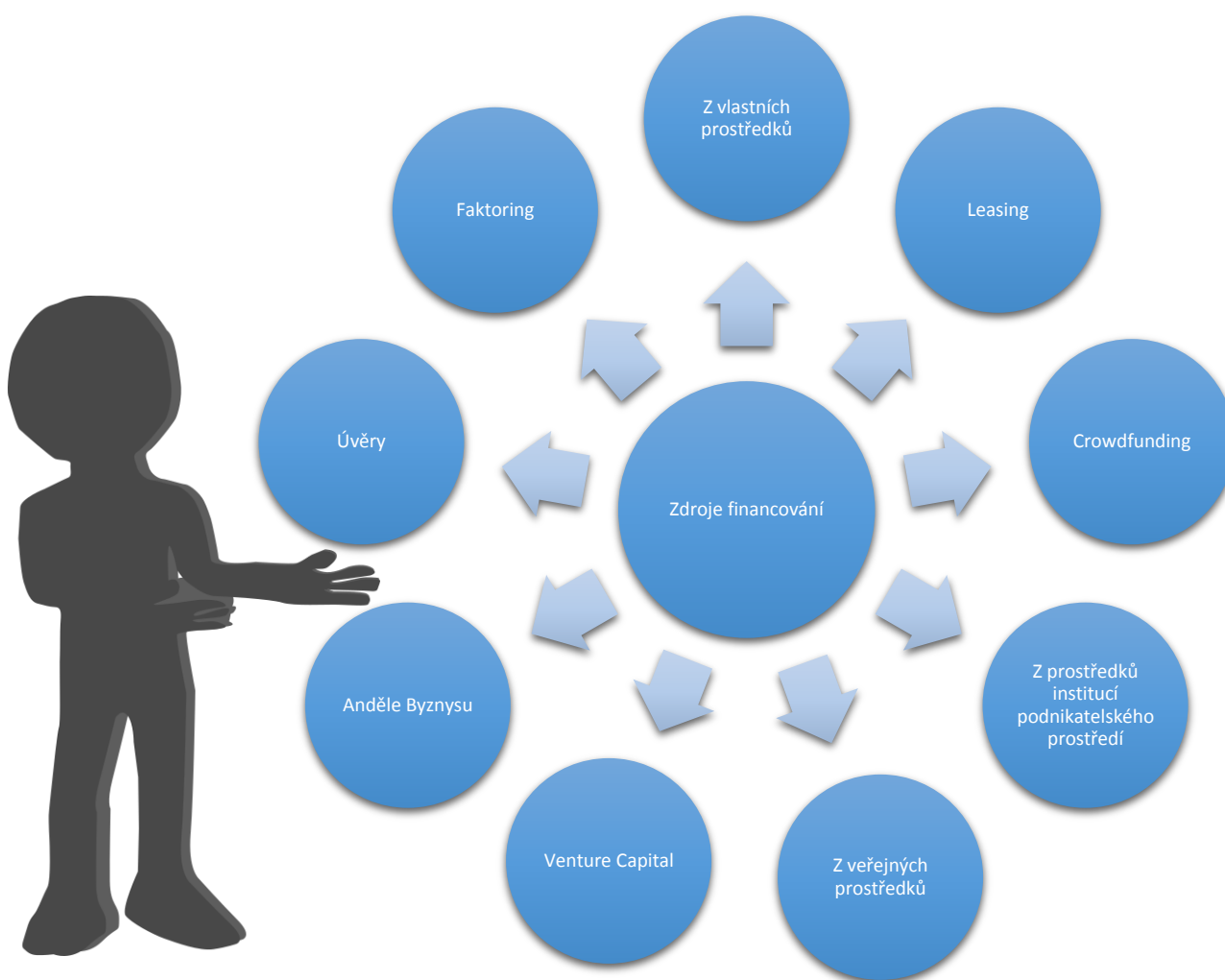
Dostup ke zdrojům financování je obtížný v tržních podmínkách, zvláště pro nově vzniklé firmy, které nemají úvěrovou historii a nejčastěji ani vlastní prostředky postačující pro uskutečnění vyznačených cílů a strategií. Dodatečně musí konkurovat s už přítomnými na trhu, často většími podniky vlastními finanční a technické prostředky a pevnou pozici na trhu. Proto získávání financování je jednou s nejvažnějších výzev pro nově vzniklé podniky.

Otázkou pro každý nově vzniklý podnik je nalezení optimálního financování, přizpůsobeného specifice budoucího vývoje. A tak charakteristika a popis jednotlivých forem financování může tvořit spolehlivou sbírku informací pro plánující zahájit ekonomickou činnost ve formě podniku.

Nový podnik v úvodní fázi své existence, potřebuje do začátku finance pro rozvoj výrobku nebo služby, které mají přinést do budoucna zisk. Problémem takových podniků bývá náhlý růst nákladů bez současného růstu příjmů. Možné zdroje financí jsou velmi rozmanité, proto volba přesných zdrojů a jejich kombinace jako procentových podílů v portfoliu podniku musí být podmíněně druhem činnosti, a tak umožnit optimální investování shromážděných prostředků.

Každý podnik od okamžiku jeho vzniku po likvidaci prochází několika fázemi. Klíčová pro nově vzniklý podnik je raná fáze existence podniku, předcházející stadium růstu, je to doba zahajování výroby, zjevení na trhu a počátečních zisků. Tu fázi dělíme na dvě etapy: přípravy a startu. Přípravná fáze obsahuje vznik koncepce výrobků, tvoření prototypů, provedení úvodního průzkumu trhu, příprava byznys plánu, zhotovení organizační koncepce podniku. Fáze startu obsahuje založení podniku, provedení úvodních právnických úkonů, tvoření týmu, vznik marketingové koncepce, vývoj výrobku a jeho příprava před zavedením na trh. V této fázi probíhá skutečné formování se podniku. Struktura kapitálu je více diferencovaná než ve fázi příprav, protože teď je už možná podpora od andělů byznysu nebo fondů capital venture. Pravděpodobnost získání úvěrů a jiných bankovních produktů, jako jsou: leasing nebo faktoring je plně závislé na záruce, kterou mohou poskytnout žadatele. Ve fázi přípravy podnikatel může nejčastěji počítat jen se svým vlastním kapitálem nebo podporou veřejných institucí nebo podnikatelských inkubátorů. Investor potřebuje předem vědět, jaká je tržní strategie a výše případné návratnosti investice, aby mohl rozhodnout o předání podniku svých prostředků. Dodatečně vysoké riziko ztráty kapitálu ve fázi přípravy je důvodem, že investování do takových předsevzetí se jeví neatraktivní. Proto to druhá fáze, tj. start, otevírá podniku možnost získání kapitálu zvenku.

Pro mladé podniky, z důvodu absence finanční historie, možnosti financování činnosti jsou omezené. Proto problematika financování podniku typu start-up znamená účinné hledání vnějších kapitálů. Vnější kapitály vždy umožňují podniku pružnější činnost než vlastní kapitály, protože umožňují investice přesahující vlastní finanční možnosti. Předávající vlastní kapitál podniku získají vlastnické právo k příslušným jim podílům na hodnotě podniku, proto získání kapitálu z vnějších zdrojů se pojí s rizikem částečné ztráty kontroly nad podnikem pro původní majitele. Protože vnitřní financování je skoro nedostupné pro mladé podnikatele, vhodnější klasifikaci bude rozdělení na zdroje kapitálu vlastní a cizí.



Obrázek 1. Zdroje financování pro polské podnikatele.



3.1 Financování vlastními prostředky

Investování do podniku svého času a peněz je prvním krokem k získání vnějšího kapitálu. Investoři očekávají, že podnikatel vloží své finanční prostředky a bude nést riziko spjaté se ztrátou kapitálu než oni se rozhodnou pro stejné riziko a zainvestují do nového podniku. Výhodou toho je možnost omezení prostředků určených pro tvorbu podniku, a následně řízení cíli a vyvíjení aktivit v návaznosti na výši fondu. Samozřejmou nevýhodou takového řešení je zpomalení vývoje firmy nebo neoptimální využití jejího potenciálu a skutečnost plného zatížení zakladatelů finančním rizikem.

Byly-li úspory a osobní úvěrové možnosti vyčerpány, dalším krokem je hledání peněz je obrácení se do tzv. "4F": Family (rodina), Friends (přátelé), Fools (známí, náhodní investoři) a Founders (zakladatele). Hlavní výhodou financování 4F čili získávání prostředků díky úzkým vztahům a důvěře může se stát jeho hlavní nevýhodou, nejčastěji tyto fondy postačí na několik prvních měsíců existence podniku.

3.2 Anděle byznysu

Získání z vlastních prostředků částek větších než několik desítek nebo stovek tisíc zloty je obtížné, a většina fondů venture capital se zabývá financováním investic nad několik milionů, a tak vzniká kapitálová mezera. Tu mezeru mohou zaplnit právě anděle byznysu. Anděli byznysu jsou nejčastěji bohaté osoby, které investují svůj soukromý kapitál do malého množství podniků. Důležitým aspektem podpory od andělů byznysu je, kromě finančních prostředků, také jejich věda, zkušenost, kontakty nebo know-how v dané oblasti. Motivací andělů byznysu je hlavně budoucí zisk, ale i osobní satisfakce z výzvy, jakou je podporování nového podniku. Ta forma financování je pro podnik mnohem dražší než v případě využití dluhového financování, jakými jsou úvěry, ale to vyplývá z vyššího rizika pro investora a často je to jediná možnost získání kapitálu, třeba z důvodu nedostatku finančního zajištění podniku.

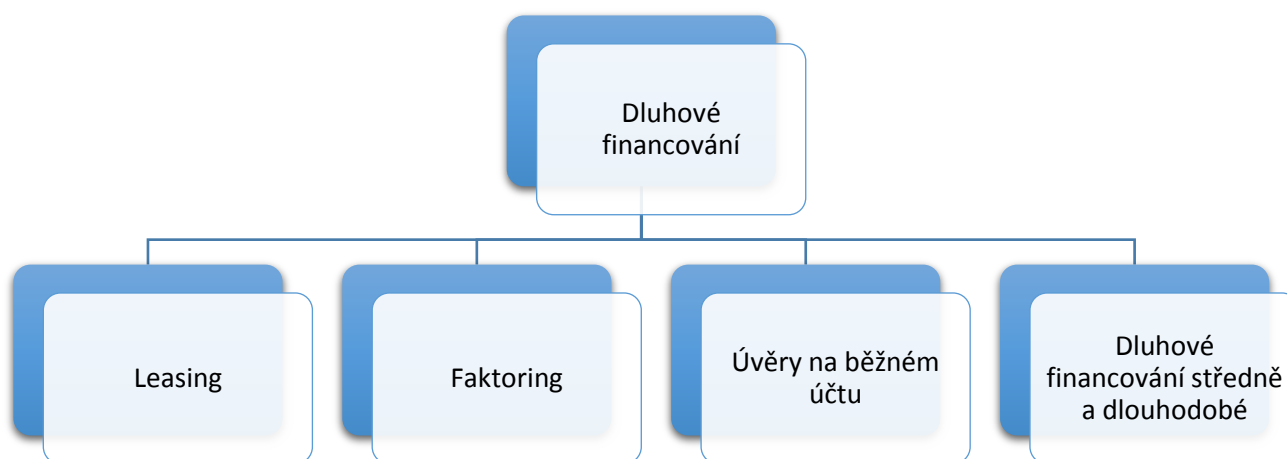
3.3 Fundusze venture capital

Podobnou formou získání dodatečného kapitálu pro podnik formou přenesení podílů je venture capital. Fond venture capital se stává skutečným spolujednatel podniku. Investorem je právnická struktura zvaná fondem, nikoli právnická osoba, jak tomu je v případě andělů byznysu. Investice má přesně stanovenou dobu trvání, po které fond získává zpět angažované prostředky, např. prodejem podílů. Proto dávající kapitál se aktivně účastní na vedení podniku. Cílem investora je podpora růstu hodnoty podniku a jeho tržní efektivity, protože ty faktory rozhodují o zisku venture capital v okamžiku ukončení financování. Instituce, které tvoří fondy venture capital, na rozdíl od institucí dluhového financování mají plný přístup do interních údajů podniku, ke kontrole managementu, a také právo hlasu během strategického rozhodování. Současně investoři venture capital neusilují o získání role vedoucího partnera, připustí situaci, že jsou jedním z menšinových partnerů, ale nikdy nejsou pasivními investory. Pojem, který se úzce pojí s venture capital, je private equity, popisující soukromé fondy dostupné pro podniky, které nejsou kótované na burze cenných papírů.



3.4 Dluhové financování

Historicky podmíněné rozvoj bankovního systému v Evropě rozhodl o tom, že bankovní produkty jsou pořád nejdůležitějším zdrojem financování pro podnikatele sektoru malých a středních podniku v Polsku. Dluhové financování lze různě klasifikovat. Nejběžnějším kritériem je časová perspektiva, čili doba poskytování úvěru. Cíli krátkodobého financování jsou hlavně krytí běžných finančních požadavků na obrátové prostředky a zlepšení likvidity. Praxe nově vzniklých podniků ukazuje, že podnikatele usilují vyhnout se dluhům s využitím takových nestandardních metod zlepšení průběžné likvidity jako jsou: soukromé zadlužení se majitelů, snižování mezd zaměstnancům, prodloužení s úhradou závazků nebo pokusy o aktivity v jiných tržních oblastech. Existují ale dva dluhové nástroje, které umožňují stabilizovat finanční likviditu, myšleno leasing a faktoring.



Obrázek 2. Dostupné druhy dluhového financování.

3.4.1 Leasing

Leasing umožňuje užívání trvalých aktiv, bez nutnosti jejich pořízení, výměnou za řadu cyklických plateb hrazených poskytovateli leasingu. Proto, že leasing je formou bezpečného úvěru, bez nutnosti stanovení dalších zajištění, požadavky jsou nižší než v případě jiných dluhových produktů. Vadou leasingu jsou vyšší náklady ve srovnání s klasickými půjčkami, výhodou - možnost započtení toho nákladů k nákladům na získání příjmu. Po ukončení leasingové smlouvy, podnikatel získává právo k finálnímu výkupu jmění. Možnost získání leasingu pro jednotlivé podniky záleží od jejich individuální ekonomické a profesní situace a úvěruschopnosti. Dodatečnou výhodou leasingu pro mladé podniky je zlepšení likvidity.

3.4.2 Faktoring



Faktoring je forma obchodních transakcí, ve kterých specializovaná finanční instituce kupuje formou cese od podniků nárok na úhradu dlužných částek z titulu podnikání, zvláště z prodeje. Ve většině případů platí předávání podniku faktoringovou společností (faktorem) platby jí příslušné od zákazníka za prodej výrobku nebo provedení služby, dřív než skončí platební lhůta. Faktor současně získá právo k vymáhání pohledávky za zákazníkem ode dne splatnosti. Faktoringová společnost nese riziko spjaté s prodlením s úhradou, nebo dokonce absencí úhrady zákazníkem. Faktoringová služba probíhá na základě provize z hodnoty vztahující se na službu platby, dále nejčastěji provizi podléhá jen 80 až 90% hodnoty jednotlivých plateb.

Zásadní výhodou faktoringu pro prodejce je skutečnost, že prostředky zadržené v podniku jsou vrácené okamžitě po provedení obchodu. Faktoringové poplatky záleží od obratu firmy a odhadu rizika vymáhání závazku. Existují i finanční instituce nabízející faktoring pro menší podniky, ale tehdy smlouvy obsahují dodatečné podmínky, třeba: zboží a služby jsou nabízeny jenom firemním zákazníkům, produktová struktura a hladina prodeje musí být stabilní, hodnoty jednotlivých obchodů nesmějí být příliš nízké. Mladé podniky, které plánují využití faktoringu za účelem vytváření kapitálové zásoby, musí analyzovat náklady na službu, které mohou omezit očekávané zisky.

3.4.3 Středně a dlouhodobé dluhové financování

Nejběžnější formou krátkodobého dluhového financování jsou úvěrové linky. Umožňují libovolně využívat finanční prostředky až do výše dostupného úvěrového limitu. Úvěrové linky jsou především zdrojem financování pro obrátové aktiva a neměly by být používány pro získávání dlouhodobého trvalého majetku. Úroková sazba na běžném účtu je citelně vyšší než je tomu u dlouhodobých úvěrů, a tak významně zvedá náklady na velké dlouhodobé investice. Silou úvěru na běžném účtu je zlepšení likvidity zabezpečením trvale možnosti placení závazků. V praxi dostup k úvěrové lince se podnikům ruší až v okamžiku významného zhoršení jejich finanční situace, které ohrozí vrácení obdrženého úvěru. Výhodami úvěrů na běžných účtech je pružnost užívání prostředků, dostupnost formou všech bankovních transakcí a možnost užití na libovolný cíl. Hlavními vadami jsou poměrně vysoké úrokové sazby a riziko zrušení úrokové linky bankou bez předchozího varování.

3.4.4 Středně a dlouhodobé dluhové financování

Základními zdroji středně a dlouhodobého dluhového financování pro malé a střední podniky jsou banky a instituce nabízející mikropůjčky. Dostup k bankovním úvěrům pro nové a malé podniky je velmi omezený z důvodu malého rozměru předsevzetí a malé úvěruschopnosti. Mladé podniky mohou počítat s atraktivně zúročenými úvěry teprve po uplynutí roku od zahájení činnosti a po 6 měsících v případě leasingu (omezení na některá zboží, např. vozidla). V Polsku nabídka pro nové podniky je ubohá a je silně omezeným zdrojem financování.



3.5 Crowdfunding - financování ze sociálních sítí

Crowdfundingové projekty se liší mezi sebou jak cílem, tak i škálou zapotřebí financování. Crowdfundingové portály obvykle vybírají provize ve výši několika procent shromážděné částky. Prakticky neexistují omezení týkající se druhu projektu a oboru, proto crowdfunding může plnit funkci zdroje počátečního kapitálu pro start-upy. Crowdfunding spočívá v získávání prostředků od velkých virtuálních sítí, kdy každá jednotka věnuje jen velmi malou částku. Crowdfunding lze použít čtyřmi způsoby.

První, má charakter veřejné sbírky nejčastěji na charitativní účely, a donátoři neočekávají vrácení předaných peněz.

Druhý způsob, pracuje s modelem mikropůjčky. Realizuje se prostřednictvím portálů, které umožňují hlásit svou potřebu a určit navrhovaný úrok.

Třetí způsob je crowdfunding bez podílů. Současně nejpopulárnější forma zakládá ocenění fundátorů za zajištěnou podporu jinak než díky finančním ziskům, např. ve formě bonusů, vyjmenování jako investory nebo slevy na vzniklé do budoucna výrobky.

Poslední způsob má formu financování sítí výměnou za podíly, všichni fundátoři za podporu obdrží vlastnická a majetková práva v podobě podílů, akcií nebo smluv upravujících poměry stran. Taková forma investování je přísně zákonně upravená.

3.6 Zdroje financování podnikatelů typu start-up z veřejných prostředků

Hlavní veřejnou institucí v Polsku, úkoly které se soustředí na vytváření podnikatelských postojů a pobízení k nim, je Polská agentura pro rozvoj podnikání. Je to instituce, která realizuje Operační program chytrý rozvoj (PO IR) <https://www.poir.gov.pl/> Dofinancování je určené podnikům (zvláště malým a středním), výzkumným jednotkám, technologickým parkům nebo kapitálovým fondům, a soustředí se na podporu celého procesu vzniku inovace od fáze zrození nápadů, tvoření prototypů, vývojový výzkum až po uvedení do provozu.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-wiedziec-jak-zalozyc-wlasna-firme/zanim-zdecydujesz-sie-na-wlasna-firme/dofinansowanie-na-start-firmy>

Kromě nevratného dofinancování, existují i dluhové produkty spolufinancování z prostředků Evropské unie nabízené veřejnými institucemi, k těm patří:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/rozwoj-firmy/chce-znalezc-finanse-na-rozwoj-firmy/gdzie-szukac-pieniedzy-na-rozwoj-firmy/pieniadze-z-ue-na-rozwoj-firmy>

Fondy na půjčky, záruční fondy, Evropský investiční fond

https://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/slownik/Strony/Europejski_Fundusz_Inwestycyjny.aspx,

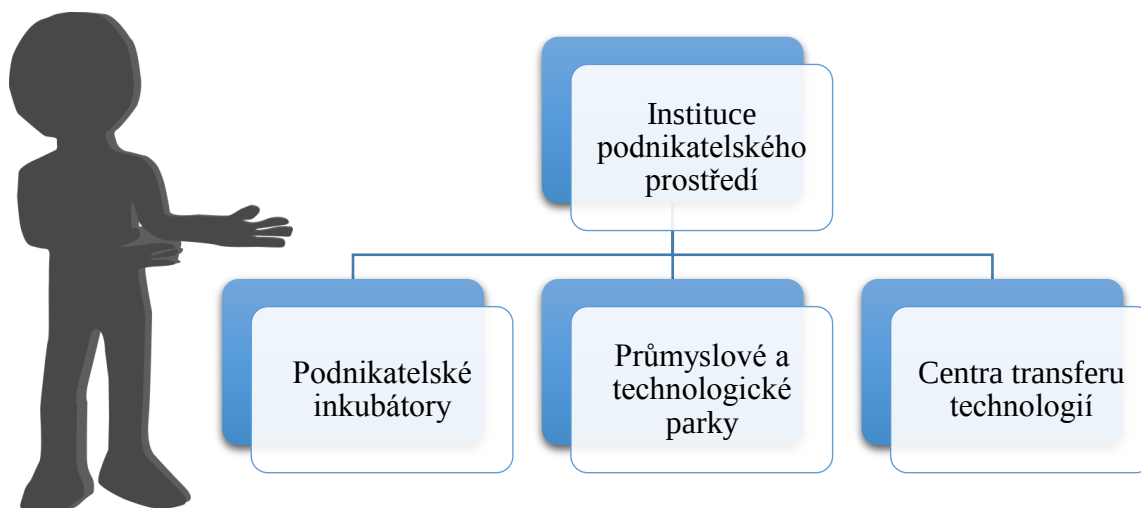
Iniciativa JEREMIE

<http://www.jeremie.com.pl/>

Fondy na půjčky a záruční fondy mohou být rozšířením nabídky dluhových produktů pro malé a střední podniky, proto stojí za to, podívat se na ně, jako na potenciální zdroj kapitálu pro start-upy, kdy dostupnost určitých zdrojů závisí na charakteristice daného podniku a realizovaných projektech.

3.7 Financování podnikatelů institucemi z podnikatelského prostředí

Na polském území je hodně aktivních organizací, které se zabývají zeširoka chápánou podporou podniků. Poskytovaná pomoc obsahuje školení, poradenství, výzkumně rozvojové služby, pomoc s navázáním obchodních kontaktů, a také podporu při získávání kapitálu. Pro IT start-upy zvláštní význam mají tři skupiny organizací: podnikatelské inkubátory, technologické parky a centra transferu technologie.



3. Druhy institucí podnikatelského prostředí.

3.7.1 Podnikatelské inkubátory

Podnikatelské inkubátory jsou organizace, cílem kterých je podpora podnikatelů z sektoru malých a středních podniků (zvláště mikropodniků) začínajících nebo teprve plánujících podnikání. Úkolem inkubátorů je vytvoření podmínek ke tvoření a nastartování podniků a pomoc v raných fázích rozvojového cyklu. Inkubátory mají k dispozici prostor, který se obvykle skládá z řady místností připravených k vedení výroby nebo poskytování služby. Nabízená a výhodných podmínkách podpora je zaměřená zvláště na potenciální podnikatele s dobře připraveným a zhodnoceným byznys plánem. Existují organizačně vyčleněné technologické inkubátory, které se soustředí na podporu podniku zamýšlejících uvedení na trh produktů nebo služeb v následků uplatnění nových technologií. Ty nabízejí pomoc v rozsahu právní a patentové podpory, se získáním vnějšího financování, a také přístup k laboratorům a podporu prostředí nesoutěžících podniků, které mají obdobné problémy. Zvláště rozšířené jsou inkubátory tvořené u vysokých škol - tzv. inkubátory akademické podnikavosti (AIP).

3.7.2 Průmyslové a technologické parky

Průmyslové parky jsou komplexy organizačně a vlastnický vyhrazených nemovitostí a pozemků, které vytváří možnosti podnikání podnikatelům, zvláště malým a středním podnikům. Pak technologické parky jsou komplexy organizačně a vlastnický vyhrazených nemovitostí a pozemků, s vědecky technickou infrastrukturou, vytvořené pro zjednodušení šíření vědy a technologie mezi vědeckými jednotkami a podnikateli. Technologické parky využívají moderní technologie a umožňují podnikatelům jejich činnost. Pojem průmyslový a technologický park se používá dle profilu činnosti, ale často iniciátory takových parků jsou lokální samosprávy při účasti lokálních vědeckých institucí, což podporuje transfer moderních technologií, a proto existuje mezičlánek - průmyslově technologický park. Pomoc získaná od parků se musí vrátit, ale nejčastěji dle zvýhodněných individuálně stanovených podmínek, které nejsou přístupné podnikateli přímo, tj. bez podpory parkem.

3.7.3 Centra transferu technologií

Centra transferu technologií jsou instituce, cílem kterých je využívání a zpřístupňování vědy, a také management v oboru intelektuálního vlastnictví. Hlavní úkoly centrů transferu technologií je podpora podnikání, propagace výsledků vědeckých výzkumů a vytváření spolupráce s byznysem. Z hlediska nových podniků, spolupráce s centry může být uskutečňovaná formou např. soutěže umožňující získání dofinancování. Příkladem může být cyklická soutěž "Pomysl na biznes" ("Nápad jak podnikat"). Nejlepší projekty získávají několik desítek tisíc PLN ve formě jednorázové nevracené dotace na libovolný cíl. Pozorování činnosti center transferu technologie může být pro start-upy příležitostí pro získání podpory v oblasti poradenství, technologie nebo financí.



4 Propagace a marketing

Smyslem marketingu je přizpůsobení činnosti firmy k potřebám trhu a spotřebitele. Marketing umožňuje vytvářet výrobky nebo služby dle poptávky kupujících, a také dodávat je na trh ve správné formě, době, místě, ceně, s vhodnou informací. Největší hodnotu pro zákazníka má řádně vytvořená a rychle dodávaná informace. Nejdůležitějšími principy podnikání jsou:

1. Spotřebitel a jeho potřeby jsou hlavními oblastmi zájmu podnikatele, proto jejich poznání a porozumění jim je základní u podnikání;
2. Požadované ekonomické výsledky firma dosahuje díky vysoké úrovni spokojenosti svých zákazníků a pracovníků;
3. Vlastní potenciál firmy má menší vliv na její rozvoj ve srovnání s potenciálem trhu, který je třeba vědomě analyzovat a využívat příležitostí;
4. Základem činnosti podniku je vedení obsažných a systematických průzkumů v oblasti všech elementů marketingového mixu (produkt, cena, distribuce, reklama, personál, postupy, materiální důkazy).

4.1 Marketingová praxe

V podnikání nesmíme zapomenout na spokojeného zákazníka, takže v první řadě musíme si zodpovědět následující otázky:

- Proč zákazníci projeví zájem o naši nabídku a koupí si naše zboží-slужbu?
- Co bude pro zákazníka představovat největší hodnotu, co bude pro něj největším magnetem?
- Jak nalézt zákazníka?
- Jaký je nejvíce hodnotný zákazník?
- Jak provést segmentaci trhu?

Občas je to velmi dobrá, výhodná pro zákazníky lokalizace, občas velmi kvalitní odborná obsluha - známý a ceněný specialista, a občas i nejnižší na trhu cena nebo náklady na exploataci. Současně marketing, který vyvíjejí firmy, klade důraz na navázání a udržení dobrých, dlouhodobých vztahů se zákazníky a externí mluvnými partnery. Je třeba si pamatovat, že z každé analýzy příjmů firmy vyplývá, že loajální zákazníci jsou zdrojem vyšších příjmů než nově získání firmou zákazníci.

Potřeby a volby kupujících naše výrobky/slужby jsou pořád více komplikované a diferencované. Proto nezbytným úkonem marketingové činnosti je provedení segmentace a volba cílové skupiny. V první řadě je třeba jmenovat všechny skupiny zákazníků, kteří potřebují využít naši nebo obdobnou nabídku. Po jejich vypsání, procházíme do druhého kola, ve kterém si zodpovíme otázky:

Pro jakou skupinu zákazníků bude moje nabídka nejvýhodnější?

Která skupina zákazníků bude nejlépe reagovat na mé nejsilnější stránky?

Budou-li to třeba mladé ženy z velkých měst, musíme promyslet, jak tuto skupinu nejen poinformovat, že existujeme, ale přesvědčit je, že naše nabídka je nejlepší. Jak zvolit sdělovací kanál: leták, velkoplošná reklama anebo v rozhlasu. Jak tvořit komunikát, aby byl srozumitelný a lákal k využití naše nabídky. Není to jednoduchý proces. Je třeba mu věnovat patřičné množství času a pozornost, abychom nepromarnili úsilí na stvoření firmy.

4.1.1 Rozdělení trhu

Uplatnění segmentace trhu umožní:

- určit rozmanitost potřeb zákazníků, motivaci o příčinu pořízení určitého produktu, co umožní identifikaci a volbu segmentů, které firma může nejlépe obsloužit vzhledem k jejím možnostem a očekávaným finančním výsledkům;
- připravit výrobek dle požadavků určitého trhu a lépe než konkurence splnit očekávání kupujících;
- uplatnit vhodné formy aktivace prodeje, atraktivní cenu a způsoby distribuce;
- zjišťovat změny na trhu díky pozorování segmentů a rychle se k nim přizpůsobovat.

Tři kroky pro úspěšnou segmentaci:

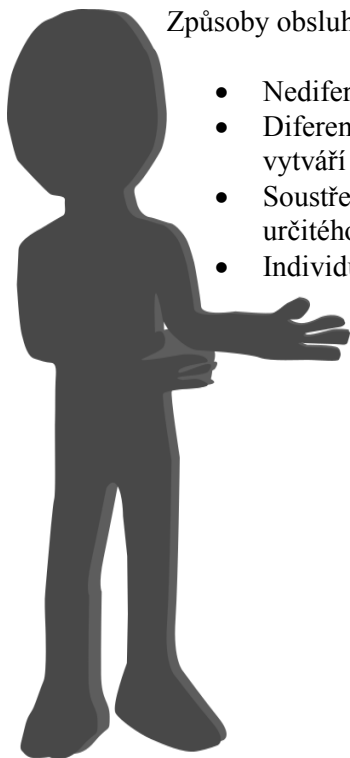
1. - kdo může být můj zákazník?
2. - kdo bude nejvíce spokojený s mou nabídkou?
3. - jak oslovit mou cílovou skupinu a přesvědčit ji, že moje nabídka ne pro ně nejlepší?

Zákazníka je třeba charakterizovat podle následujících vlastností:

- Geografické: oblast, klimát, topografie, typ a velikost obce;
- Sociální postavení: svobodní nezávislí, rodiny s dětmi, dospělí bez dětí, důchodci;
- Demografické: množství obyvatel, stáří, pohlaví, osobní stav, životní cyklus, náboženství, vzdělání, zaměstnání, postava, váha, výška;
- Ekonomické: příjem na osobu, příjem na domácnost, zdroje příjmů, vlastněný majetek;
- Sociální: společenská třída, aspirace, prestiž, životní styl, volnočasové aktivity, kulturní vlivy;
- Psychografické: hierarchie hodnot, vyznávané normy, povaha, motivy nakupování, citlivost na marketingové nástroje;
- Behaviorální kritéria: příležitosti k nákupu, hledání výhod, stupeň loajality, připravenost ke kupování, postoj k výrobku.

Způsoby obsluhování cílových trhů:

- Nediferencované aktivity: marketingový mix modelem obsluhy celého trhu;
- Diferencované aktivity: marketingový mix, přizpůsobený několika zvoleným segmentům, vytváří zvláštní nabídku pro každý z nich;
- Soustředěné aktivity: znamenají soustředění se na jeden segment a specializovaná nabídka pro určitého odběratele;
- Individualizované aktivity: obsluha individuální objednávky.



4.1.2 Marketingové strategie

Strategie pro výrobek je proces přizpůsobení produktu současným a budoucím potřebám a očekáváním odběratelů. Produkt je název pro každý objekt tržní výměny. Produkt tvoří materiální a nemateriální vlastnosti, které tvoří užitekovou hodnotu pro kupujícího. Je třeba si pamatovat, že spotřebitel pořizuje určité výhody, satisfakci a spokojenost, které mu dodá výrobek. Výhody pro kupujícího jsou:



- Výhody dány fyzickými vlastnostmi produktu;
- Výhody dány kvalitou provedení výrobku - trvanlivost, spolehlivost;
- Výhody dány stylistikou, designem a estetickou stránkou výrobku;
- Výhody dány balením;
- Výhody dány právnickým řešením výrobku - bezpečí, ručení, legalita produktu;
- Výhody dány službami doprovázejícími výrobek - servis zdarma.

Nejčastěji firma nabízí na trhu celé portfolio výrobků. Politika tvoření sortimentu je velmi důležitým prvkem zvolené strategie. Politika širokého sortimentu firmy zvětšuje nabídku pro odběratele.

4.1.3 Strategie mix marketing

Velmi důležitým prvkem fungování firmy je volba přiměřeného mixu marketingových strategií, v návaznosti na životní fázi produktu.

Tabulka 4. Druhy strategie mix marketingu

Druh strategie	Fáze zavádění výrobku	Fáze růstu výrobku	Fáze zralosti výrobku	Fáze poklesu výrobku
Produktová strategie	Nabízení základní verze produktu	Nabízení nových druhů produktu, dodatečných služeb	Modifikace výrobku, vstup na nové trhy	Udržování produktu nebo odstranění z trhu
Cenová strategie	Akční nebo vysoká cena	Vysoká nebo akční cena	Cena rovná se ceně konkurence nebo ji přesahuje	Snížení ceny
Distribuční strategie	Selekce distribučních kanálů	Intenzivní distribuce	Velmi intenzivní distribuce	Rušení neziskových kanálů
Propagační strategie	Uvědomění o existenci produktu	Tvoření povědomí o produktu na masovém trhu	Připomínání o produktu	Omezení na nezbytnou úroveň

Důležitým prvkem marketingového mixu je distribuce založená na distribučních kanálech. Tyto kanály je část podnikatelského modelu, který svědčí o tom, jak firma komunikuje s jednotlivými segmenty svých zákazníků a jakým způsobem jim předává svůj návrh hodnot. Od charakteru komunikačních kanálů, distribuci a prodeji záleží, do jakých interakcí se svými zákazníky se firma angažuje. Kanály splňují několik důležitých funkcí: **zvedají vědomí zákazníků o produktu a službách nabízených firmou, pomáhají zákazníkům formulovat názor na téma jednotlivé nabízené hodnoty, umožňují zákazníkovi pořízení určitého produktu nebo služby, realizují navržené pro zákazníka hodnoty, zajišťují zákazníkovi poprodejní podporu.**

Fáze fungování kanálu:

1. Vědomí - jak zvedáme mezi zákazníky povědomí o výrobcích a službách firmy?
2. Názor - jak pomáháme zákazníkům formulovat názor na téma námi nabízených hodnot?
3. Pořízení - jak vytváříme pro klienta příležitost pořízení určitého produktu nebo služby?
4. Realizace - jak realizujeme navržené pro zákazníka hodnoty?
5. poprodejní obsluha - jakou podporu může využít zákazník po nákupu?

4.1.4 Marketingové vztahy

Současný marketing je založen na marketingových vztazích. Firma by měla přesně určit, jakého druhu relace chce tvořit s jednotlivými segmenty svých zákazníků. Tyto relace mohou mít různý charakter: od velmi osobního až k plně automatickému, jejich cílem je: získání a udržení zákazníků, zvýšení prodeje. Formy vztahů:

- Osobní podpora - založena na mezilidských interakcích, kupující může navázat kontakt s pracovníkem zákaznického servisu, který mu pomáhá během procesu;
- Připsaný pracovník zákaznického servisu - pojí se s připsáním určitého pracovníka zodpovědného za poskytování tomu zákazníkovi pomoci. Je to nejúplnější a nejhlubší forma relace se zákazníkem, vytvoření které musí trvat;
- Samoobsluha - firma nenavazuje žádný přímý kontakt se svým zákazníkem. Zajišťuje jen nezbytné nástroje k samostatnému využití nabídky
- Zautomatizovaná obsluha - je propojením více sofistikovaných forem samoobsluhy s procesem automatizace. Prostřednictvím osobního internetového profilu, zákazník získá přístup k individualizované nabídce. V rámci služby je možnost identifikace určitého zákazníka a zohlednění jeho charakteristiky. Zautomatizovaná obsluha v nejlepším provedení připomíná osobní vztah - např. doporučení knižních nebo filmových titulů dle vkusu určité osoby;
- Komunity - firmy pořád častěji využívají potenciál existujících a tvořených skupin. Díky tomu mohou navázat užší vztahy se svými zákazníky. Mnohé firmy udržují prostory pro své komunity, díky kterým uživatelé mohou vyměňovat informace, přede vším ale ty skupiny pomáhají firmám porozumět zákazníkům - vcítit se do jejich smýšlení;
- Společná tvorba - více a více firem přesahuje rámec tradičního vztahu prodejce - kupující a začíná vytvářet hodnotu ve spolupráci se zákazníky: formou zveřejňování recenzí - Amazon.com, nebo společným tvořením produktů - YouTube.



4.1.5 Nabídka hodnoty pro zákazníka

Nejdůležitějším prvkem vedení firmy z hlediska marketingu je ukázaní zákazníkovi vhodné hodnoty. Nabídka hodnot je sbírka produktů a služeb, které vytvářejí hodnoty pro určité segmenty zákazníků. Nabídka hodnot je důvod, proč zákazníci upřednostňují nabídku dané firmy před nabídkou konkurence. To je magnet, který rozhoduje o tom, že transakce se uskutečňuje. Řeší zákaznickovy problémy nebo uspokojuje jeho potřebu. Na nabídku hodnot se skládá určitá sada prvků uspokojujících určité potřeby jistého segmentu. Nejčastěji firmy volí pro své zákazníky tyto hodnoty:

- 
- Novinka - uspokojení nových potřeb, kterých si zákazníci neuvědomovali - fondy etického investování
 - Efektivita - zlepšení kvality výrobku nebo účinnosti je tradiční způsob generování hodnoty. Toto řešení se uplatňuje v sektoru osobních počítačů - rychlejší, větší úložiště;
Přizpůsobení se individuálním potřebám daného zákazníka - individuální marketing
 - Účinnost - zdrojem hodnoty může být i jednoduše to, že výrobek nebo služba pomáhá zákazníkovi u jisté práce;
 - Projekt - je významný, i když málo účinný aspekt produktu nebo služby. Produkt může vyniknout dokonalým projektem. V módě nebo u elektrospotřebičů projekt jako prvek nabízené hodnoty může hrát významnou roli;
 - Značka a status - zdrojem hodnoty pro spotřebitele může být už samotná skutečnost užívání určité značky. Třeba nošení hodinek Rolex - dle některých - svědčí o vysokém majetkovém statusu, jízda Mercedesem zlepšuje náladu některým zákazníkům;
 - Věda - vynálezy, patenty, kvalifikace a zkušenost personálu;
 - Cena - nabízení stejné hodnoty v nižší ceně je docela běžným způsobem uspokojení potřeb tržních segmentů citlivých na cenu - Ryanair, noviny zdarma - nutnost masového cestujícího, inzerentů;
 - Nižší náklady - důležitým způsobem generování hodnoty je umožnění zákazníkům snížení nákladů na podnikání - např. Salesforce nabízí svým odběratelům hostovanou aplikaci pro management vztahů se zákazníky. Díky tomu kupující nemusí hradit pořízení, instalování a údržbu softwaru ve vlastní režii;
 - Dostupnost - dalším způsobem generování hodnoty je stvoření dostupu k výrobkům zákazníkům, kteří dříve nebyli schopni tyto využívat. Rozšíření přístupu k nabídce vlastnění - částečně - tryskových letadel - firma: Net.Jets;

Komfort a užitečnost - větší komfort nebo snadnější užívání může pozitivně ovlivnit hodnotu daného řešení. Se zavedením na trh iPodu a se spuštěním i Tunes, Apple nabízel zákazníkům dříve nevídaný komfort hledání, kupování, stahování a poslouchání digitální hudby. Díky tomu společnost ovládla trh.

4.2 Propagace

Komunikace s trhem, v tom i se svým zákazníkem, je v současnosti největší výzvou. Propagace je součástí marketingových nástrojů pro ovlivňování trhu. Vhodné propagační aktivity podmiňují vstup produktu na trh a jeho udržení se na něm v delší časové perspektivě. Propagace spočívá v odesílání k účastníkům trhu propagačních komunikátů, které působí vznik zpětné vazby, čili reakci. Propagace je dialog mezi podnikem a kupujícím. Základní otázky, které je třeba sobě položit během tvoření propagačního komunikátu znějí:

- Za jakým účelem se odesílá komunikát?
- Komu a co je třeba sdělit?
- Jakým způsobem a jak často?
- S jakou reakcí a následkem?

K nástrojům propagace patří:

- Reklama - každá placená forma neosobní prezentace a propagace ideji, věci nebo služby určeným odesílatelem;
- Osobní prodej - přímá prezentace nabídky firmy prodávajícím potenciálnímu kupujícímu;
- Akční prodej - krátkodobé aktivity využívající ekonomické impulzy za účelem zvýšení lákavosti daného zboží nebo služby a růstu ochoty k pořízení si toho;
- Public relations - všechny aktivity spjaté s vypracováním vhodných relací s okolím pro tvoření pozitivního obrazu firmy na trhu
- Přímý a interaktivní marketing - využití bezprostředních medií, jako jsou: pošta, telefon, Internet - k přímé komunikaci se zákazníkem.

Zvolení vhodné kompozice zmíněných forem propagace je nutné pro dosažení podnikem a jeho zákazníky určitých výhod. Zpracování strategie vždy začínáme identifikací cílového auditoria, pomocí: stanovení cílů propagace, zpracování projektu sdělení, volbě komunikačních kanálů, dohodnutí rozpočtu na propagaci a měření jejích výsledků.

Lze zvolit cíl prodeje (určení žádaného objemu prodeje nebo podílu na trhu), chceme-li pobízet stoupání poptávky nebo udržet prodej nebo podíl na trhu. Současné lze zvolit i komunikační účel (pro změnu vztahu příjemců sdělení k podniku a jeho nabídce), chceme-li informovat o výrobku, zvětšit povědomí o zboží, vytvořit nebo opravit vnímání firmy a její nabídky, chceme-li získat loajalitu vůči produktu, a hlavně chceme-li nastavit polohu výrobku ve vědomí kupujících.

Efektivní propagací je:

- Uvědomění zákazníkovi existenci firmy, produktu;
- Vzbuzení zájmu o firmu, produkt;
- Žádánost - chuť pořízení;
- Koupě, provedení transakce.

Příklady prodejních akcí:

- Vzorky zdarma;
- Poukázky;
- Snížení cen;
- Refundované nabídky;
- Bonusová balení;
- Prémie u nákupu;
- Obchodní značky;
- soutěže, tomboly
- Ochutnávky a prezentace.



Kdy použít osobní prodej?

- Kdy výrobek vyžaduje prezentaci jeho fungování;
- Kdy rozhodnutí o nákupu se pojí s velkou angažovaností kupujícího;
- Kdy o ceně výrobku lze jednat nebo záleží od dodatečného vybavení na zákaznicko přání;
- Kdy distribuční kanály jsou krátké;
- Kdy reklama nepůsobí dost silně na potenciální kupující;
- Kdy rozměr a diferencovanost trhu jsou důvodem, že reklamové aktivity jsou příliš nákladné;
- Kdy rozpočet na propagaci je malý, a prodej v přepočtu na jednoho zákazníka vysoká.

Jak prodávat osobně?

- Je třeba předávat informace o výrobku, jeho vlastnostech a kupních podmínkách;
- Je třeba získávat údaje o potřebách, poptávce a preferencích kupujících;
- Je třeba získávat si zákazníky;
- Je třeba přemlouvat kupující formou prezentací, poradenstvím a objasňováním minimálního rizika spjatého s nákupem;
- Je třeba vytvářet pozitivní přístup odběratelů k firmě a výrobku.

Empatie je nejvíce žádaná vlastnost v marketingu, lze si pomoci jí rozvíjet opakováním zodpovídání následujících otázek:

- Co zákazník vidí?
- Co zákazník slyší?
- Co zákazník si myslí a cítí?
- Co zákazník říká a dělá?
- Co ho trápí?
- S jakými výhodami počítá?

5 Povinnosti spjaté s zaměstnáváním pracovníků

Využíváte-li služeb pracovní agentury a zaměstnáváte dočasné pracovníky musíte znát spjaté s tím povinnosti.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika/zatrudnianie-pracownikow-tymczasowych>

Před zaměstnáním pracovníka je třeba seznámit se se základními vědomostmi na toto téma.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/co-powinienes-wiedziec-zanim-zatrudnisz-pracownika>

Povinnosti spjaté se zaměstnáním pracovníků:

<https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/186136/ul%20NowyPracownik%20obow-pracod%20Lay-Pracuj-legalnie%20Intern2.pdf>

- informování nastupujících do práce o rozsahu jejich povinností, způsobu výkonu práce a jejich základních právech,
- správná organizace práce,
- zajištění bezpečných a hygienických pracovních podmínek a spjaté s tím systematické školení pracovníků,
- termínová a řádná úhrada odměn,
- usnadňování zaměstnancům zvyšování pracovních kvalifikací,
- vytváření novým pracovníkům podmínek usnadňujících zapojení se do řádného výkonu práce,
- uspokojování, dle dostupných prostředků, sociálních potřeb pracovníků,
- uplatňování spravedlivých a objektivních kritérií hodnocení pracovníků,
- vedení a ukládání v papírové nebo elektronické podobě dokumentace spjaté s pracovním poměrem nebo osobních spisů o zaměstnancích.

Z praxe vedení podnikání jednou fyzickou osobou (živnost) vyplývá, že není povinnost školení a zavádění pravidel bezpečnosti práce, pomáhají-li u jejího provozování osoby v úzkém spříznění (např. manžel, děti, rodiče, sourozenci).

<https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/192456/PrawoPracyInformator-wyd12%20Internet.pdf>

Povinnosti zaměstnavatele - spjaté s přijetím nového pracovníka - jsou upravené několika právními předpisy, tzn.:

- Zákoníkem práce <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19740240141>
- Občanským zákoníkem <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19640160093>
- Zákonem o systému sociálních pojištění <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19981370887>
- Zákonem o dani z příjmů fyzických osob <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19910800350>

5.1 Povinnosti podnikatele z titulu občanskoprávních smluv

Zpravidla shora uvedených povinností nemá podnikatel, který zaměstnává osoby na základě občanskoprávních smluv (v některých případech takový situace může být zdůvodněná specifikou vykonávaných úkonů nebo podmínkami, na kterých svěřené činnosti jsou vykonávány).

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/pracownicy-w-firmie/chce-zatrudnic-pracownika/guide_126-DUZA_ZATRUDNIENIE_PRACOWNIKOW

5.2 Povinnosti podnikatele založené předpisy o bezpečí a hygieně pracovního prostředí

Povinnosti spjaté se zaměstnáním pracovníků se nerozdělitelně pojí s bezpečím a hygienou práce. V případě uzavření pracovního poměru, každý budoucí pracovník než začne pracovat, musí projít úvodním školením (případně i zvláštním školením pro své stanoviště) o podmínkách bezpečí a hygieny pracovního prostředí. Toto školení se nepožaduje jenom za situace, že pracovník zahajuje práci na stejném stanovisku, které měl u daného zaměstnavatele přímo před uzavřením s tím zaměstnavatelem další pracovní smlouvy nebo v případě, že přestávka mezi těmi smlouvami je kratší než 30 dnů.

5.3 Povinnosti podnikatele vůči ZUS

Povinností spjatou se zaměstnáním pracovníků je i ohlášení této skutečnosti pojišťovně ZUS. Zaměstnavatel je povinen přihlásit zaměstnanou osobu pro účely ZUS ve lhůtě 7 dnů od data vzniku pojistné povinnosti, tj. ode dne navázání pracovního poměru. Hlášení zaměstnavatele o zaměstnaném pracovníku obsahuje:

- sociální pojištění (důchodové na starobní důchod, důchod pro pracovníčně postižené, pro případ nemocenské a pojištění pracovních úrazů),
- zdravotní pojištění,
- Fond práce
- Fond garantovaných plnění pro zaměstnance.

Přihlášení nového pracovníka probíhá s použitím formuláře ZUS ZUA

<https://www.zus.pl/wzory-formularzy/firmy/dokumenty-zgloszeniowe-i-rozliczeniowe/-/publisher/details/2/formularz-zus-zua/76008>

Zpravidla každá osoba, pro kterou smlouva o provedení práce je jediným zaměstnáním, je z tohoto titulu objatá povinným pojištěním v ZUS. Výjimkou jsou příjemce objednávky, kteří jsou studenty středních a vysokých škol mladší 26 let, protože ti ještě nepodléhají povinně ani sociálnímu ani zdravotnímu pojištění. Zaměstnavatel je povinen evidovat a vyúčtovávat odměnu za práci. Jeho povinností je i výpočet a odvod měsíčních záloh na daň z příjmů zaměstnanců. To se vztahuje jak na pracovníky přijaté do práce na základě pracovní smlouvy tak i na ty, kteří uzavřeli občanskoprávní smlouvu.

Dle znění Zákoníku práce zaměstnavatel nesmí povolit pracovat zaměstnanci bez aktuální lékařské zprávy potvrzující průceschopnost pro určité pracovní místo. Lékařské vyšetření se koná na základě poukazu k vyšetření vydaného zaměstnavatelem a na jeho náklady. Zaměstnavatel musí také vyúčtovat pracovníka a sebe se ZUS. V takovém případě, termínem pro podání měsíční příznání na formuláři ZUS DRA spolu s jmennými zprávami pro pracovníky je 15 den následujícího měsíce.

<https://www.zus.pl/wzory-formularzy/firmy/dokumenty-zgloszeniowe-i-rozliczeniowe/-/publisher/details/2/formularz-zus-dra/304307>

Platba a podání příznání se dělá každý měsíc. Nelze, jak je tomu v případě vyúčtování s FÚ, provést jen platbu bez podání formuláře s vyúčtováním.

6 Vyúčtování se ZUS

Ode dne 1. ledna 2019 je účinný zákon ze dne 4. října 2018 o kapitálových plánech pracovníků (Dz.U. z roku 2018, položka 2215). Dle čl. 26 odst. 5 tohoto zákona finanční příspěvky hrazené zaměstnávajícím subjektem se nepočítají k odměně, která tvoří základ pro stanovení výše povinných příspěvků na důchodová pojištění.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20180002215>

Podnikatele jsou povinni hradit příspěvky do ZUS za sebe, a pokud zaměstnávají pracovníky, tak i za ně. Pojistná povinnost vzniká ode dne zahájení podnikání. Jen v době pozastavení činnosti (zákon Právo podnikatelů) lze současně zastavit i hrazení příspěvků.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/guide_17-

[ROZLICZANIE Z ZUS W RAMACH PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ](https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zacznie-sz-placic-zus/rodzaje-ubezpieczen-przedsiębiorcy)

6.1 Sociální pojištění podnikající osoby v Polsku

Ode dne zahájení výkonu nezemědělského podnikání do dne ukončení jeho výkonu, každý podnikatel má pojistnou povinnost odvádět příspěvky na pojištění:

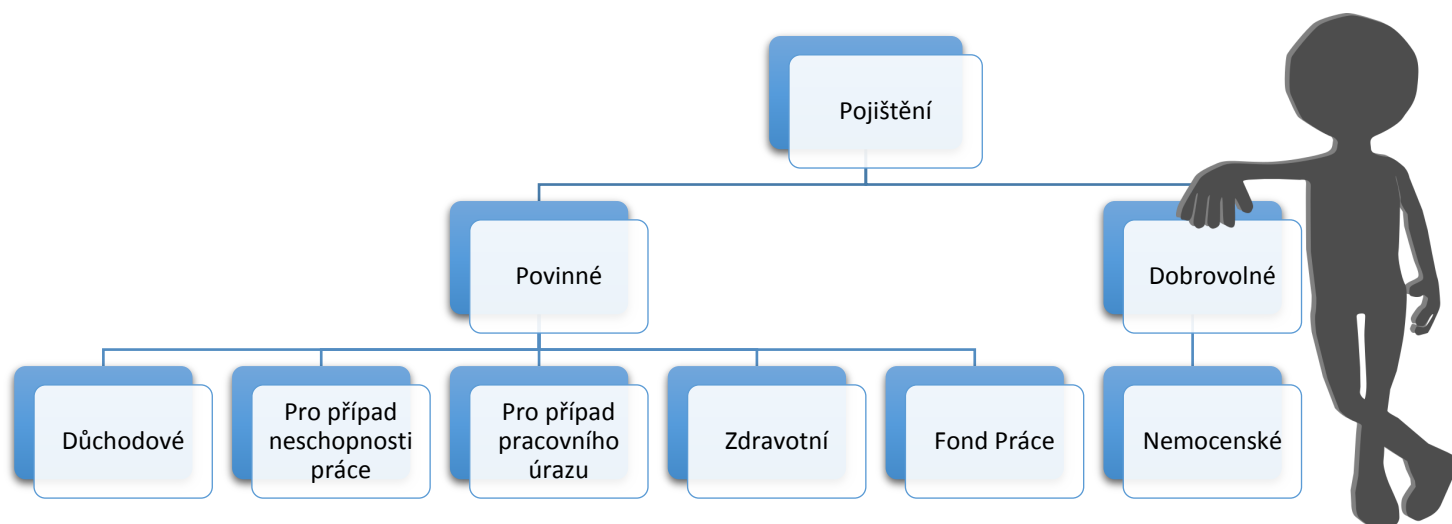
<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/co-powinienes-wiedziec-zanim-zacznie-sz-placic-zus/rodzaje-ubezpieczen-przedsiębiorcy>

- důchodové
- pro případ neschopnosti práce
- pro případ pracovního úrazu
- zdravotní

https://www.zus.pl/documents/10182/167567/poradnik_zus_iwa.pdf/a7780991-e2e8-45ce-8401-2e6983837a5f

Dobrovolným pojištěním, které lze, ale není povinnost hradit, v případě podnikatele je:

- nemocenské pojištění



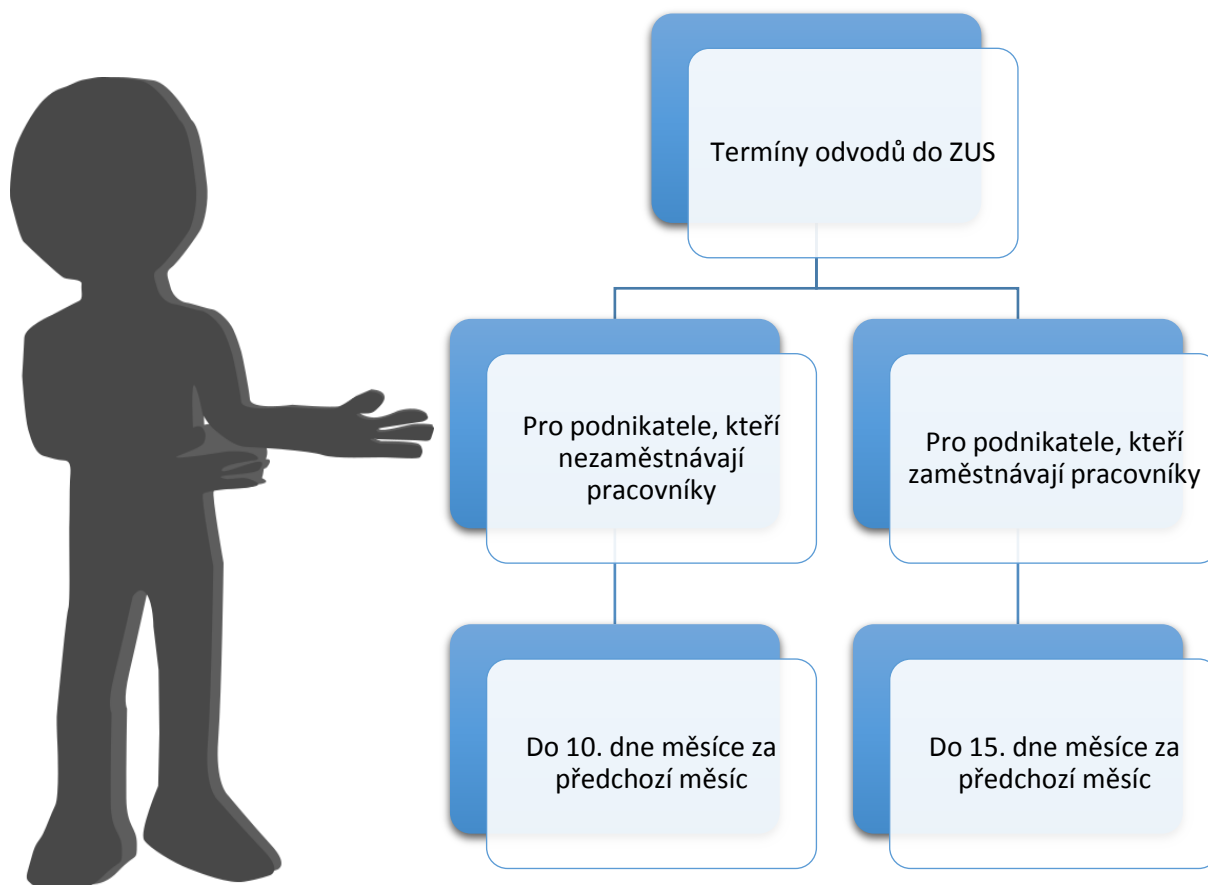
Obrázek 4. Pojištění polského podnikatele

Doba dobrovolného pojištění se počítá ode dne vyjmenovaného v žádosti o přihlášení k pojištění (formulář ZUS ZUA), ale ne dříve, než ode dne, ve kterém tato žádost byla podaná. Dodatečně podnikající osoby, v rámci vyúčtování se ZUS, jsou povinny hradit příspěvky na Fond práce. Tato povinnost není ale pro všechny. Příspěvky na Fond práce se platí v případě, že částka základu pro výpočet výše příspěvků na pojištění důchodové a pro případ neschopnosti práce činí měsíčně minimálně výši minimální odměny za práci. Navíc povinnosti úhrady do fondu práce jsou zproštěni: ženy nad 55 let věku a muži nad 60 let věku.

<https://www.zus.pl/firmy/sposob-przekazywania-dokumentow/forma-elektroniczna>

6.2 Lhůty pro vyúčtování se ZUS

Fyzická osoba, která individuálně podniká, přiznává příspěvky na sociální pojištění na měsíčním vyúčtovacím formuláři ZUS DRA. Toto přiznání a platbu ve výši vypočtených příspěvků je třeba v příslušném termínu poukázat příslušné pobočce pojišťovny ZUS.



Obrázek 5. Lhůty pro úhradu příspěvků do ZUS.

Základem pro výpočet příspěvků pro osoby podnikající mimo zemědělství je částka, kterou tvoří 60 % odhadu do budoucna průměrné měsíční odměny. Proto platí příspěvky vyjádřené v procentech a minimální příspěvky na pojištění obnáší:

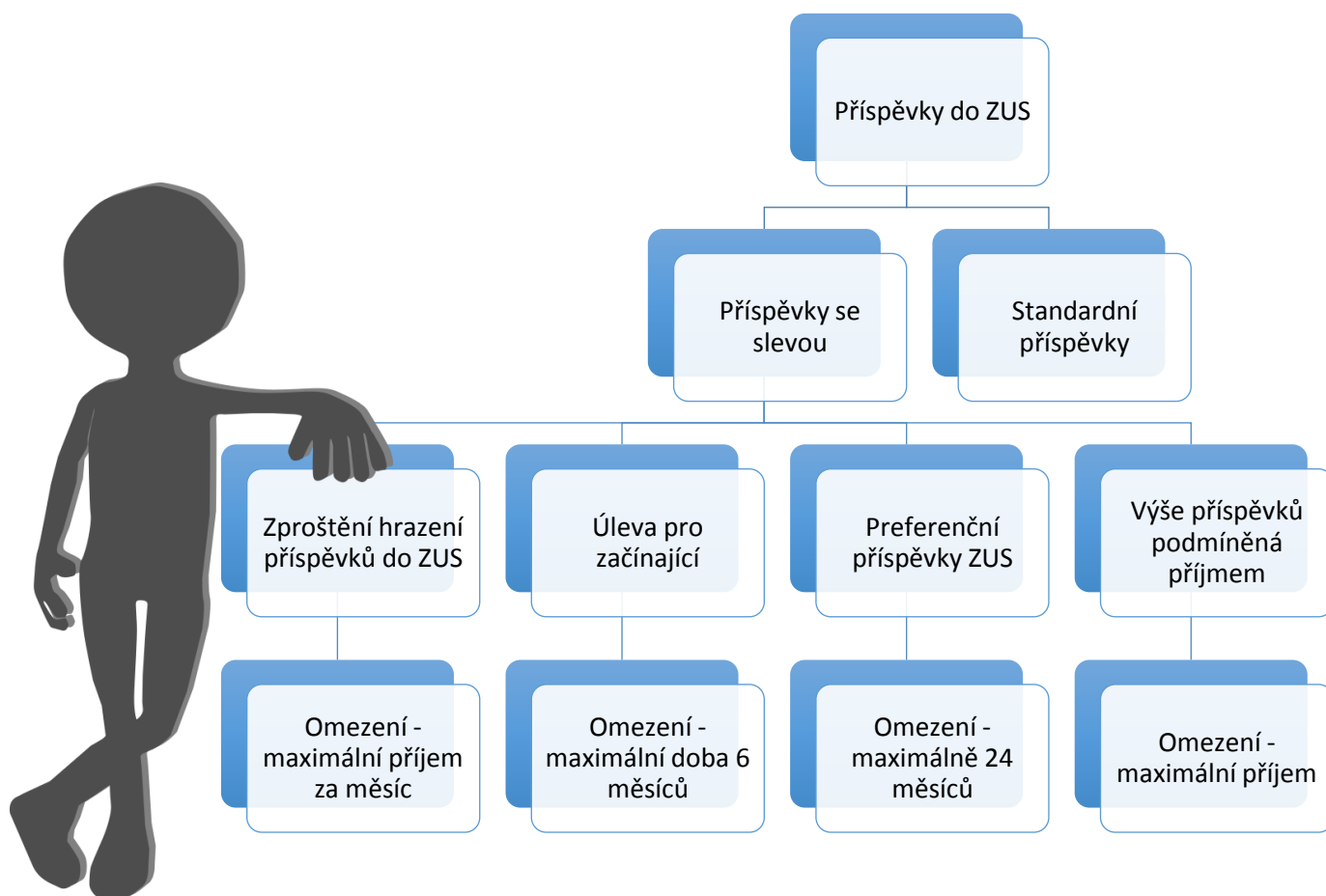
<https://www.zus.pl/baza-wiedzy/skladki-wskazniki-odsetki/skladki/wysokosc-skladek-na-ubezpieczenia-spoleczne>

Pro dobrovolné nemocenské pojištění byla právním předpisem stanovena horní mez, a tak nesmí ono přesahovat 250% průměrné měsíční odměny počítané pro předchozí čtvrtletí.

Základem pro výpočet příspěvku na zdravotní pojištění je částka ne nižší než 75 % průměrné měsíční odměny v sektoru podniků. Příspěvek na zdravotní pojištění činí 9% základu k výpočtu.

6.3 Vyúčtování se ZUS

V poslední době zavedeno početné druhy úlev a zproštění úhrady příspěvků do ZUS. Kdy příspěvky nejsou povinné, a kdy lze využít nové úlevy je ve zkrácené podobě ukázáno níže.



Obrázek 6. Druhy příspěvků do ZUS pro polského podnikatele.

Osoba podnikající mimo zemědělství v Polsku nemusí hradit příspěvky do ZUS, vede-li tzv. neohlášenou činnost:

- příjem z činnosti nepřesahuje v žádném měsíci 50% minimální mzdy, tj. 2250 PLN (v souvislosti s čím, pro rok 2019 limit příjmů pro neohlášenou činnost činí 1125 PLN),
- během posledních 60 měsíců nepodnikala.

Za splnění těchto požadavků není potřeba se zapsat do Centrální evidence a informace o podnikání (CEIDG) a není povinnost nějakého pojištění - jak sociálního, tak zdravotního. Nechá se subjekt zapsat do CEIDG, přesto že nepřesahuje vyjmenovanou výši příjmů, přichází o právo na zproštění od odvodů do ZUS z titulu neohlášení činnosti.

Někteří podnikatele mohou hradit příspěvky sociálního pojištění do ZUS dle preferenčních podmínek. Nejdelší doba uplatňování snížených příspěvků, které činí minimálně 30% částky minimální mzdy, je 24 měsíců od data zahájení podnikání nebo skončení úlevy pro začínající. Doba ta se neprodlužuje o dobu pozastavení podnikání. Úlev, týkajících se vyúčtování se ZUS, mohou využít osoby, které podnikají mimo zemědělství, společníci civilních společností a osoby provozující volnou profesi, které získaly zápis do evidence podnikání. Podmínkou je:

- nevedení podnikání mimo zemědělství tou osobou po dobu posledních 60 kalendářních měsíců před dnem zahájení podnikání;
- že podnikání není provozováno pro bývalého zaměstnavatele, pro kterého před dnem zahájení podnikání ve stejném nebo předchozím kalendářním roku se pracovalo v rámci pracovního poměru nebo zaměstnání v zaměstnaneckém družstvu v rozsahu činnosti dotyčného podnikání.

Využije-li podnikatel pro výpočet se ZUS preferenční výši příspěvků, jako základ pro výpočet pojištění: důchodového, pro případ pracovní neschopnosti, a také pracovního úrazu a nemocenského, použije 30% minimální mzdy.

Využití úlev znamená také, že pokud podnikatel deklaruje nejnižší základ pro výměr příspěvků, nebude ani hradit příspěvky do Fondu práce. Je tak tomu proto, že základ pro výpočet příspěvků povinných pojištění, důchodového a pro případ pracovní neschopnosti, je nižší než výše minimální mzdy.

6.3.1 Kdy lze uplatnit daňovou úlevu pro začínající

Od roku 2018 zavedeno možnost uplatnění daňové úlevy pro začínající. Pro využití této úlevy je třeba splňovat tytéž podmínky jako popsané u preferenčních příspěvcích. Díky úlevě pro začínající lze neplatit příspěvky do ZUS na sociální pojištění (důchodové, pro případ pracovní neschopnosti, pro případ pracovního úrazu a nemocenské) po dobu 24 měsíců od zahájení podnikání. Při využívání úlevy vzniká povinnost přihlášky pro zdravotní pojištění a hrazení každý měsíc těchto příspěvků (v roce 2019 je to částka 342,32 PLN).

Po skončení doby úlevy pro začínající (po plných 6 kalendářních měsících) lze uplatnit preferenční výši příspěvků.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-wiedziec-jak-zalozyc-wlasna-firme/gdzie-zarejestrowac-firme-i-co-powinienes-zrobic-po-rejestracji/ulga-na-start-maly-zus-czy-pelny-zus-u>



6.3.2 Kdy lze uplatnit výpočet příspěvků dle velikosti dosaženého příjmu?

Další úleva pro podnikatele jsou příspěvky do ZUS dle výše příjmů. Ta úleva platí od ledna 2019. Podnikatel, který využije tu úlevu, bude muset samostatně určit výši odváděných do ZUS příspěvků. Pro využití této úlevy v roce 2019 je třeba splnit následující podmínky: <https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zus/chce-rozliczac-zus/jak-rozliczac-sie-z-zus-oplacanie-skladek-i-skladanie-deklaracji/jak-oplacac-skladki-zus>

- příjem z podnikání nesmí přesáhnout 63 000 PLN,
- je třeba podnikat minimálně po dobu 60 dnů v roce 2018.

Pak úlevu nebudou moci využívat osoby, které:

- podnikají mimo zemědělství pro bývalého zaměstnavatele,
- podnikatele používající daňovou kartu, využívající zproštění z daně DPH,
- tvůrci, umělci, osoby o volném povolání,
- osoby provozující veřejnou nebo neveřejnou školu nebo jinou formu předškolní výchovy, jednotku nebo komplex,
- společník tvořený jednou osobou společnosti s ručením omezeným (z o.o.), společníci společnosti: veřejné, komanditní nebo partnerské

Podrobnosti o právech a povinnostech za ZUS http://www.zus.pl/documents/10182/167567/przewodnik_dla_rozpoczynajacych_dzialalnosc.pdf/2c941ac8-8e3f-4dfe-80a1-1d2340d908ce

7 Vyúčtování s Finančním úřadem

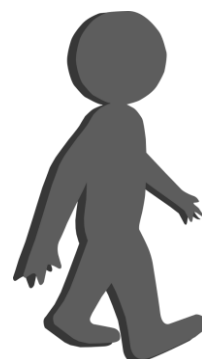
Informační místo pro podnikatele (PIP) nejen objasní, jakým způsobem vyřešit jednotlivé úřední záležitosti, ale také umožní úhradu úředních poplatků a získání potvrzení o absenci nedoplatků na daných nebo pojištění. Místo připomene podnikatelům formou SMS nebo mailové zprávy o blížících se úředních termínech a sdělí nejdůležitější změny v právu. <https://www.biznes.gov.pl/pl>

V období 2018/2019 v Polsku proběhly dynamické změny týkající se daní. Intenzivní tempo změn nese s sebou riziko pro plátce daně a také nebezpečí změny interpretace už existujících předpisů. Proto stojí za to podívat se na fiskální vyúčtování a ovládat jeho modifikace

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-prowadzic-ksiegowosc/guide_16-ROZLICZENIA_Z_URZEDEM_SKARBOWYM

Řada nejdůležitějších změn v daních, které vznikly od 1. ledna 2019:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/aktualnosci/co-zmienia-sie-w-przepisach-dla-przedsiębiorcow-od-2019-roku>



7.1 Vyúčtování DPH

DPH je nejvíce problematickou daní pro nové podnikatele. Ekonomický daň DPH by měla zatížit finálního kupujícího nebo spotřebitele, který nepodniká, případně jiný nepodnikající subjekt nebo daňového poplatníka, plnění kterého je osvobozené od daně.

<https://www.podatki.gov.pl/vat/>

Dle hospodářské praxe je zřejmé, že tady nejčastěji chybují, což dokazuje, že vyúčtování DPH není snadné. Přihlášení pro účely DPH nese s sebou doplnění dalších povinností spjatých s připočtením daně ke zboží nebo službám a zhotovením přiznání na formuláři VAT-7 (pro měsíční plátce) nebo VAT-7K (pro čtvrtletní plátce). Podnikatel má pro to lhůtu do 25. kalendářního dne měsíce následujícího po daném vyúčtovacím období.

Absence prodeje v daném období nezprošťuje podnikatele povinnosti podání přiznání VAT-7 (VAT-7K) pro toto období.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/co-powinienes-wiedziec-jesli-chcesz-rozliczac-vat/skladanie-deklaracji-vat>

Tento termín se musí dodržovat. Za prodlení s výpočtem DPH, po určeném datu, lze postihnout pokutou dle **čl. 112b zákona o DPH**. Majitel firmy může ale se vyhnout negativním následkům prodlení s výpočtem DPH díky **nástroji tzv. upřímné lítosti** - dopisu, který je třeba podat spolu se zpožděným přiznáním.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-pit/podatki-przedsiębiorcy-przydatne-informacje/czynny-zal-kiedy-i-jak-skladac>

Od září 2019 platí tzv. bílý seznam poplatníků DPH. Nacházejí se na něm informace o registraci, zrušení a statusu poplatníka DPH, a také čísla bankovních účtů podnikatelů. Převod peněz na jiný účet než vyjmenovaný na bílém seznamu bude trestaný. Pokuty za úhradu pohledávky na jiný účet než vyjmenovaný na bílém seznamu začnou platit od 1. ledna 2020. Takže úhrady na jiný účet než se seznamu v době od 1. září 2019 do 1. ledna 2020 nebude postižené.

Převede-li smluvní protistrana peníze na jiný účet než vyjmenovaný na bílém seznamu, částku nad 15 000 PLN se nebude moci započíst k nákladům na získání příjmu. A proto, abychom předešli takovým následkům, u každé úhrady je třeba si ověřit, zda dotýčný účet je na seznamu. Významné je, aby bankovní účet byl zapsán do seznamu ke dni převodu. Rozhodné je tak datum příkazu k platbě, nikoli odepsání prostředků z účtu odesílatele nebo připsání na účet příjemce. Od shora uvedeného pravidla je ale výjimka. Částku nad 15 000 PLN bude moci zahrnout k nákladům, přesto že byla převedená na jiný účet než vyjmenovaný na seznamu, pokud převodce do 3 dnů ode dne platebního příkazu nahlásí tu skutečnost (platbu na jiný účet) finančnímu úřadu.

7.1.1 Daňová povinnost

Okamžik vzniku daňové povinnosti je termín, ve kterém je třeba zdanit plnění, abychom finálně uhradili DPH, ale hlavně je to okamžik (pokud nebyla dříve vystavena faktura), který rozhoduje o hodnotě kurzu cizí měny, transakce ve které by měly být přepočtené na PLN, nebo okamžik rozhodný pro příslušné daňové předpisy v případě jejich změny.

Ve většině případů dle obecného (základního) pravidla, pokud se neuplatňuje zvláštní regulace, okamžikem vzniku daňové povinnosti z titulu poskytovaných služeb je datum provedení služby. Ve většině případů, o okamžiku provedení služby, je moment jejího skutečného a fyzického provedení. Tehdy daňovému poplatníku vzniká daňová povinnost z titulu DPH. Je třeba ale zdůraznit, že obdržel-li daňový poplatník před provedením služby celou nebo částečnou úhradu ceny služby, následkem takové úhrady je dřívější vznik daňové povinnosti. Znamená to, že datum fakturace nemá význam pro okamžik zdanění.

V předpisech zákona o DPH existuje i možnost uskutečňování služeb kontinuálně nebo ve vyúčtovacích obdobích, pro které zákonodárce připustí stanovení provedení služby s ukončením období, na které vyúčtování se vztahuje, ale minimálně jednou za rok.

<https://www.podatki.gov.pl/media/4546/zasady-wystawiania-faktur.pdf>

Existuje několik výjimek, pro které dřívější úhrada neovlivňuje okamžik výpočtu DPH. K těm patří:

- dodávky a distribuce: tepelné nebo chladicí energie, elektřiny a plynu,
- telefonické a komunikační služby, pronájem, pacht, leasing, apod.,
- ukládání, dozor a ochrana jmění nebo osob,
- trvalé poskytování právnických nebo kancelářských služeb, apod.

7.1.2 Dodání zboží po dobu 6 měsíců od zahájení podnikání

Pro určení daňových následků důležitý význam z daňového hlediska má dodání zboží. Je to zvláště významné pro dodání zboží uvnitř Společenství.

<https://www.podatki.gov.pl/vat/abc-vat/transakcje-wewnatrzspolnotowe/wewnatrzspolnotowa-dostawa-towarow-wdt/>

Pro potřeby DPH za dodání zboží se uznává přenesení práva k nakládání zbožím a přesněji prodej věci, do rozsahu kterého patří:

- přenesení dle příkazu státního orgánu nebo jiného subjektu jednajícího jeho jménem vlastnického práva ke zboží pro odškodnění,
- vydání zboží na základě smlouvy o pachtu, najmu, leasingu nebo smlouvy o obdobném právnickém charakteru, uzavřené na dobu určitou, nebo prodejní smlouvy s odloženou platbou, stanoví-li taková smlouva, že ve chvíli úhrady poslední splátky bude přenesené vlastnické právo,
- vydání zboží na základě komisioní smlouvy mezi příkazcem a komisionářem, mezi komisionářem a příkazcem, je-li komisionář zavázáný ke koupě věci pro příkazce a komisionářem a třetí osobou, a přenesení práv,
- předání pozemků do věčného užívání.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/publikacje/3759-co-musisz-wiedziec-o-incoterms>

7.1.3 Split payment čili rozdělení platby

Split payment je model rozdělené platby, který se vztahuje na daň DPH. Uplatnění rozdělené platby modifikuje její průběh, ale nemá za následek to, že nějaká část uhrazené ceny byla poukázána někomu jinému než prodávající nebo jiný určený příjemce, tyto prostředky jsou převáděné přímo na účet daňového orgánu. Vládní daňový portál vysvětluje mnohé otázky spjaté s mechanismem rozdělené platby VAT.

<https://www.podatki.gov.pl/vat/bezpieczna-transakcja/mechanizm-podzielonej-platnosci-mpp/>

Úhrada formou procedury split payment je realizovaná pomocí příkazu k převodu dále zvanému komunikátem o převodu. Je třeba tady zdůraznit, že prostředky na účtu DPH nemohou být převedeny na jiný účet smluvního partnera než účet DPH, současně to brání tomu, aby podnikatel převáděl prostředky z běžného účtu na účet DPH svého smluvního partnera. Důležité je, že podnikatel může pomocí takového komunikátu platit dle svého zvážení (Zákon o DPH):

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20040540535/U/D20040535Lj.pdf>



- částku DPH nebo její libovolnou část na účet DPH, a současně čistou hodnotu na běžný účet;
- částku DPH nebo její libovolnou část na účet DPH;
- hrubou hodnotu nebo její libovolnou část na účet DPH;
- čistou hodnotu na účet DPH.

Znamená to, že podnikatel může hradit své daňové závazky s využitím takové procedury i když nemá prostředky na účtu DPH. Procedura split payment může pozitivně ovlivnit pohyb finančních prostředků z důvodu vrácení přeplatků DPH na vstupu oproti DPH na výstupu. Nesprávné je přesvědčení, že pro žádost o vrácení rozdílu mezi daní na vstupu a na výstupu v termínu 25 dní na účet DPH, má nějaký význam, zda kupující (poplatník daně) uhradil ceny pořizovaných plnění smluvním stranám - poplatníkům DPH, kteří jsou vyjmenováni v daňovém přiznání jako zdroj daně na vstupu.

Aby kupující mohl využít proceduru split payment měl by: být minimálně pasivním poplatníkem daně DPH, nutné je vlastnění běžného účtu pro vedené podnikání. Poplatník daně musí mít běžný účet, v rámci kterého jeho banka otevírá mu zdarma účet DPH. Každý poplatník, který provádí úhradu dle procedury rozdělené platby, nemusí získat zvláštní číslo účtu prodejce, protože účty DPH mají své čísla, ale tyto nefungují v obratu a nepoužívají se v rámci vyúčtování s jednotlivými smluvními parterý. Dle formálního hlediska, plátce v proceduře rozdělené platby by měl se chovat jako poplatník DPH. V proceduře rozdělené platby převod musí být odeslán pomocí

komunikátu o převodu jen a výhradně ve formě dle **čl. 108a odst. 1 v souvislosti s odst. 3, čili jeden komunikát (příkaz k převodu) se rovná úhradě částky z jedné faktury**, v praxi lze jedním komunikátem realizovat převod částek dle více než jedné faktury. V takovém případě daňový poplatník nevyužije ochranu, kterou dává rozdělená platba, a celá částka bude zúčtována proti pohledávce založené fakturou vyjmenovanou v komunikátu.

Samotný účet DPH je otevíráný bankou bez dodatečného příkazu nebo uzavírání zvláštní smlouvy. Při tom je to jeden účet DPH bez ohledu na množství vedených běžných účtů pro jeden subjekt. Účet DPH může být zatížený jenom s účelem:

- provedení komunikátu o převodu platby částky odpovídající částce daň z přidané hodnoty z titulu pořízení zboží nebo služeb na účet DPH nebo vrácení na účet DPH (opravná faktura) čl. 29a odst. 10 bod 1-3 a odst. 14,
- vkladu daně DPH, dodatečného daňového závazku (úroky z prodlení) čl. 112b a čl. 112c,
- vkladu daně DPH (úhrada spjatá s pořízením paliva uvnitř Společenství v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně nebo provozování celního skladu) čl. 103 odst. 5a,
- převodu s využitím komunikátu o převodu odpovídajícího částce DPH na účet DPH dodavatele majitelem účtu, který obdržel platbu formou komunikátu o převodu a není dodavatelem zboží nebo služeb vyjmenovaných na faktuře, za kterou provedeno platbu,
- vrácení s použitím komunikátu o převodu,
- převodu prostředků na jiný účet DPH majitele účtu DPH,
- převodu prostředku na účet vyjmenovaný ředitelem FÚ,
- převodu prostředku na účet státní rozpočtové jednotky,
- zabavení na základě správního exekučního titulu k exekuci daně DPH.

Na účet DPH lze převést prostředky pouze pro:

- úhradu smluvní stranou nebo jiným subjektem, která je následkem realizace faktur, ve výši daně DPH,
- vklad částky spjaté s pořízením paliva uvnitř Společenství v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně nebo celního skladu, pro poplatníka - čl. 17a,
- převod prostředků z jiného účtu DPH majitele účtu DPH, ale vedeného ve stejné bance, ledaže daňový poplatník ruší v téže bance všechny účty, tehdy lze provést převod mezi bankami,
- vrácení částek a rozdílu na daní - čl. 87 odst. 6a - provedeno úřadem na výslovnou žádost daňového poplatníka -přiznání VAT-7 verze 18 (položky 58 a 68) nebo VAT-7K verze 12 (položky 58 a 68), i finanční úřad musí použít režim komunikátu o příkazu.

7.1.4 Bezplatné plnění

Zpravidla zdanění DPH se vztahuje na placená plnění, ale ve výjimečných situacích zdanění DPH podléhají i bezplatná předání zboží vlastněné podnikem - poplatníkem DPH, při pořízení nebo importu kterých daňový poplatník měl možnost vypočíst daň na vstupu. Klíčový význam u interpretace vzniku daňové povinnosti z důvodu darování má skutečnost, že v tomto případě významné je už a jen právo k výpočtu daně na vstupu, ne samotná skutečnost, že poplatník toto právo reálně využil. O základu zdanění v případě plnění zdarma rozhoduje aktuální, nikoli historická, hodnota vydaného bezplatné zboží. Navíc, je to čistá hodnota, dle obecně přijatého pravidla, pro kterou o základu daně rozhoduje částka snížená o DPH.

Bezplatné předání zboží, které také podléhá zdanění, by nemělo být doloženo pomocí faktury.

7.1.5 Refaktoring

V podnikání můžete se setkat s pojmem refaktoringu. Předpisy nedefinují temno pojem přesně. Rozhodnutí daňových orgánů a soudů sdělují, že refaktoring se koná tehdy, pořizuje-li podnikatel na sebe službu, skutečným odběratelem které je jiný podnikatel, a v souvislosti s tím odprodává tu službu tomu podnikateli - **čl. 8 odst. 2 zákona o DPH**. Reálně plní tak úlohu zprostředkovatele mezi prodávajícím služby a jejich faktickým, finálním příjemcem. Je třeba si pamatovat, že daňoví poplatníci nejsou vázání obsahem přefakturovaných faktur. Velmi důležitý je správný okamžik vzniku daňové povinnosti, dle jurikatury, v případě přefakturování služba je provedena dne jejího skutečného plnění. Další otázkou je řádné stanovení sazby DPH, kde je nutné zohlednění specifiky plnění, a občas i jeho okolností. Za jistých okolností, kdy přefakturování se pojí s jinými plněními, je třeba rozhodnout, zda to už není komplexní plnění, do kterého se započítá i tato služba, která v takovém případě by neměla být přefakturovaná. Je-li nákup provedený ve jménu a pro smluvní stranu, tehdy se nejedná o přefakturování. Přidáme-li následkem přefakturování ke službě polskou DPH, i když místo plnění je v jiném státu, kupující nemá nárok na vyúčtování z toho titulu DPH na vstupu.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/wystawianie-faktur-co-powinienes-wiedziec/refakturowanie>

7.1.6 Řetězcové dodávky

Řetězcové dodávky lze považovat za období přefakturování zboží, kterého neoddělitelnou vlastností je, že první účastník předává zboží přímo poslednímu kupujícímu. Každý účastník je vědom své úlohy v řetězci obchodů. Pro řetězcovou transakci zboží, která předchází odeslání nebo dopravu zboží, se považuje za provedenou v místě zahájení odesílání nebo dodávky zboží; nastupuje-li po odeslání nebo dodání, se považuje za provedenou v místě ukončení odesílání nebo dodávky zboží. Více lze přečíst ve skriptu Vládní kanceláře vydaném po tematickém školení:

<https://dsc.kprm.gov.pl/sites/default/files/f38.pdf>

7.2 e-přiznání e-Deklaracja a JPK

Elektronické formuláře pro registraci daňových poplatníků, které lze podat pomocí systému e-Deklaracje jsou:

<https://www.podatki.gov.pl/abc-podatkow/e-deklaracje-rejestracja/>

Elektronické formuláře pro jiné daně: od hazardních her, tonážní nebo daně od některých finančních ústavů jsou:

<https://www.podatki.gov.pl/e-deklaracje/inne-podatki/>

Aplikace e-Deklaracje Desktop je nástroj, který umožňuje jen fyzickým osobám (daňovým poplatníkům a plátcům) odesílání elektronicky přiznání s podpisem "autorizačními údaji" (elektronický podpis garantující autentičnost přiznání a podání v režimu autorizace údajů). Aplikace je vhodná pro systémy Windows, Linux a Mac.

<https://www.podatki.gov.pl/e-deklaracje/aplikacja-e-deklaracje-desktop/>

Od 1. ledna 2018 evidence pro účely DPH, i ty dosud vedené v papírové podobě, je třeba vézt výhradně v elektronické podobě a odesílat jako soubory JPK_VAT Ministerstvu financí, s použitím e-branky <https://mikro-jpk.mf.gov.pl/> /, která umožňuje odeslání JPK VAT z různých operačních systémů. Všechna pokyny a procedury jsou na stránce:

https://www.podatki.gov.pl/jednolity-plik-kontrolny/jpk_vat/wypelnij-i-wyslij-jpk_vat/

Od 1. července 2019 tradiční přiznání bude zastoupeno JPK. Od tohoto okamžiku objeví se nové struktury souborů JPK, pomocí kterých daňoví poplatníci budou podávat souhrn informací o vedení evidence DPH pomocí informačního systému.

Vedení účetnictví pomocí počítačových programů zavazuje podnikatele ke zpřístupnění kontrolním orgánům obsahu vedených evidencí v jednom standardním formátu. Účelem Jednotného kontrolního souboru (JPK) je zjednodušení a usnadnění kontrolního postupu. Podnikatele jsou předpisy práva zavázáni k tomu, aby podávali zprávy finančním orgánům v jednotném formátu, což je zavazuje k používání jen takového softwaru, který generuje kontrolní soubor a umožňuje jeho vytvoření.

<https://www.finance.mf.gov.pl/web/wp/pp/jpk/pliki-do-pobrania>

7.3 Vyúčtování daně z příjmu

Jedním s Vašich povinností jako podnikatele bude řádná úhrada a výpočet daní. Než necháte firmu registrovat, měli byste znát základní pravidla zdanění podnikatelů.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zakladanie-firmy/chce-zalozyc-firme-jednoosobowa-samozatrudnienie/co-powinienes-wiedziec-zanim-zarejestrujesz-firme-w-urzedzie/wybor-formy-opodatkowania-dzialalnosci-i-rodzaje-ksiegowosci>

Daňoví poplatníci začínající s podnikáním, v prvním daňovém roce, anebo malí podnikatele směji hradit zálohy čtvrtletně.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-cit/cit/cit-podatek-dochodowy-od-osob-prawnych>

Coby podnikatel jste zavázán k výpočtu a odvodu během roku záloh na daň z příjmů. Pokud jste zvolil paušál nebo daňovou kartu, daň hradíte každý měsíc.

Pozor! Nemusíte podávat měsíčních daňových přiznání na formulářích PIT - daň se vypočítá v ročním přiznání.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-pit/jak-rozliczac-pit-na-dzialalnosci/jak-obliczyc-zaliczke-podatek-pit>

VEdete-li firmu a vypočítáte daň dle obecných pravidel, jste povinen vést několik druhů evidencí. Tyto povinnosti jsou založené daňovými předpisy.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-prowadzic-ksiegowosc/ksiegowosc-w-firmie-informacje-podstawowe/ksiegowosc-przy-opodatkowaniu-sie-na-zasadach-ogolnych>



7.4 Vyúčtování spotřební daně

Obrat spotřebním zbožím má docela složitý charakter a je podrobený přísně stanoveným normám <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20090030011>

Obrat spotřebními výrobky je výsledkem implementace předpisů směrnice EU a znění shora zmiňovaného zákona.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-akcyze/guide_19-OBROT_WYROBAMI_AKCYZOWYMI

Získání závazné spotřební informace WIA tvoří základ pro výpočet spotřební daně.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-akcyze/proc_1632-wiazaca-informacja-akcyzowa-wia

Prohlížeč systému ISZTAR4 dodává informace o platných tarifních prostředcích (mj. definice, celní sazby) a netarifních (opatření obchodní politiky jako jsou dozorčí a ochranná opatření, omezení nebo množstevní limity - kontingenty, celní stropy, zákazy dovozu a vývozu) a daních (DPH a spotřební daň) a je nástrojem, který podporuje klasifikaci zboží. Částí toho nástroje jsou kalkulačka a prohlížeč tarifů.

https://ext-isztar4.mf.gov.pl/taryfa_celna/Home?lang=PL&cssfile=tarbro&date=20181215

V případě dodání uvnitř Společenství nebo vývozu podnikatel má nárok na vrácení spotřební daně.

<https://www.podatki.gov.pl/akcyza/abc-akcyza/zwrot-akcyzy/>

8 Pozastavení a ukončení podnikání

Pozastavení podnikání je podrobněji popsáno v 1. díle této příručky

<http://um.swidnica.pl/pages/pl/dla-biznesu/gminne-centrum-obslugi-inwestora-i-eksportera/projekt-razem-dla-biznesu.php>

a

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/zawieszenie-wznowienie-i-zamkniecie-firmy/chce-zawiesic-firme-jednoosobowa/co-to-jest-zawieszenie-firmy-i-kiedy-mozna-to-zrobic/kiedy-moge-zawiesic-firme-i-jak-to-zrobic>

9 Bezpečný byznys

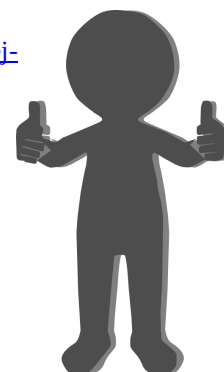
Na podnikatelský trh vchází neúprosně digitální revoluce, která spolu s rozvojem služeb na úložištích typu cloud radikálně mění způsob podnikání. V jurikatuře se odkazuje k tomu, že cílem zavedení bezhotovostního obrátu pro profesionály je vytvoření podmínek pro větší průhlednost financí podnikatelů. Má to velký význam pro daňové zákony, protože omezuje možnost vyhýbání se platbě daní formou skrývání obrátu, nebo v trestním právu, které bojuje s tzv. praním špinavých peněz.

Doba digitalizace a e-byznysu vyžaduje vhodné bezpečnostní strategie podniků, které jsou jedním z klíčových faktorů pro úspěšné podnikání.

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pl/pdf/2019/04/pl-Raport-KPMG-Barometr-Cyberbezpieczenstwa-W-obronie-przed-cyberatakami.pdf>

O problémech a ohroženích podniku na trhu viz zpráva PARP.

<https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/i-raport-z-monitorowania-biezacej-sytuacji-gospodarczej-w-sektorach-%E2%80%93-badania-2016-2018>



9.1 Důvěrný profil

Důvěrný profil (PZ) je bezplatná metoda potvrzení totožnosti podnikatele a občana v správních elektronických systémech. díky Servisu pro důvěrný profil lze kontaktovat veřejné subjekty elektronicky a vyřešit hodně věcí on-line. Servisy, ve kterých vyřešíte svoji záležitost on-line pomocí PZ:

- <https://obywatel.gov.pl/>
- <https://www.biznes.gov.pl/pl>
- <https://epuap.gov.pl/wps/portal>
- <https://empatia.mpips.gov.pl/>
- <https://www.zus.pl/>
- <https://www.podatki.gov.pl/>



9.2 Obchodní riziko a BIG

Zajištění likvidity bude jednou z Vašich základních podnikatelských povinností. Likvidita podniku je prostě schopnost hradit běžné závazky a kupovat veškeré zboží a služby.

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/kontrahenci-i-klienci/chce-rozliczac-sie-z-kontrahentami-i-klientami/zarzadzanie-finansami-firmy-i-obsluga-platnosci-firmowych/jak-zarzadzac-plynnoscia-finansowa>

Obchodní riziko je základní riziko, kterému pomáhají se vyhnout pojištění podnikatelského úvěru, spjaté s rizikem insolvence a rizikem významných prodlení s platbou.

<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/55059:ubezpieczenie-naleznosci-czyli-o-strategii-zarzadzania-plynnoscia>

Na trhu pojištění existuje mnoho firem, které poskytují pojištění toho druhu. Pro pojištění se proti popsanému riziku, podnikatel musí zvážit, které ze zajištění bude vhodné po ekonomické stránce. Stejně je tomu u civilní odpovědnosti podnikatele nebo uživatele majetku. Pojištění jsou dobrovolná.

Úpadek z důvodu insolvence týká se všech podniků, zvláště těch ze sektoru malých a středních, proto podniky by měly usilovat o běžnou kontrolu finanční likvidity.

https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2016_analiza_szu_msp.pdf

Využívání informací o obchodním obratu, který v Polsku identifikuje kancelář pro podnikatelskou informaci BIG, umožňuje ověření poctivosti byznysových partnerů. Zákon o BIG

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20100810530/T/D20100530L.pdf>

Samotný problém nepoctivých smluvních partnerů je vážná výzva pro dnešní ekonomiku a odráží se v popisu tržních realit

<https://www.nzb.pl/images/BIGIM.Prezentacja.Korzystanie.z.informacji.gospodarczej.przewaga.konkurencyjna.firm.180605.pdf>

Podnikatel, který má špatnou zkušenost s určitým smluvním partnerem, měl by promýšlet zveřejnění informace o nepoctivém subjektu v BIG. Zabezpečí to do budoucna zájmy jiných subjektů, které by jinak mohly podniknout ztrátové operace.

Za tímto účelem je třeba podepsat smlouvu s libovolnou pobočkou BIG na území Polska. V případě, že podnikatel chce nahlásit BIGu firmu, závazek musí činit minimálně 500 PLN. Dále termín splatnosti musí být nedodržený po dobu delší 30 dnů. Nutné je i zaslání podniku výzvy k úhradě. Nahlášení v BIG je možné měsíc po tom, kdy firma obdržela takovou výzvu. Je velmi důležité, aby na výzvě k úhradě se objevila zmínka, že v případě kdy neproběhne platba, údaje firmy budou zveřejněné v BIG.

https://www.big.pl/lp/stopdluznikom?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=search&gclid=Cj0KCQjww47nBRDlARIsAEJ34bl1Cbt_R6jgbZdUBjJ_wwOcG1FErvZlGO6akpCNsm9ruRumjOO2kaAi4xEALw_wcB

9.3 Ochrana osobních údajů a GDPR

Zákon ze dne 10. května 2018 o ochraně osobních údajů.

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20180001000/T/D20181000L.pdf>

a Nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 ve věci ochrany fyzických osob v souvislosti se správou osobních údajů (obecné nařízení o ochraně údajů) ukládají každému podnikateli povinnost chránit údaje pracovníků a zákazníků.

https://ec.europa.eu/info/law/lawtopic/dataprotection/reform_pl?pk_source=google_ads&pk_medium=paid&pk_campaign=gdpr2019

10 Zahraniční obchod

Aktivita podniků na mezinárodním trhu otevírá podnikatelům početné možnosti. Jsou to šance na rozšíření činnosti, a tak i zvýšení hodnoty podniku. Samozřejmě opačným polem k těm potenciálním šancím je riziko. Ke hlavním ohrožením, které se mohou objevit po cestě k uskutečnění cíle jsou:



- změny kurzů měn
- rozdíly úrokových sazeb
- rozdíly ve vedení účetnictví
- rozdíly daňových systémů
- dodatečné riziko vyplývající z podnikání na území cizího státu.

Současně polští malí a střední podnikatele statečněji vycházejí na zahraniční trhy a vyvážejí své zboží a služby. Populárnější se stává i dovoz zboží a služeb ze zahraničí. Statistiky ukazují, že obrat zbožím a službami se zahraničí stoupá rok za rokem. V souvislosti s tím, že na takové transakce dopadají zvláštní předpisy o DPH, za účelem řádného výpočtu daně stojí za to znát základy, čili definice ze zákona o DPH. Kromě předpisů týkajících se daně DPH mělo by se znát i předpisy o celních daních, které se mohou uplatnit v návaznosti na to, zda obchodujeme s partnerem s členského státu, třetí země nebo na území Evropské unie. Dále, v tomto místě je třeba upozornit na rozdílnosti předpisů o dovozu a vývozu služeb a zboží.

10.1 Přihlášení pro VAT-EU

Přihlášení pro VAT-EU je povinné pro:



- aktivní poplatníky DPH, kteří pořizují zboží uvnitř Společenství nebo provozují dodání zboží uvnitř Společenství
- subjekty, které nejsou povinné se registrovat jako aktivní poplatník DPH právnické osoby, které nejsou daňovými poplatníky, pokud pořídily zboží uvnitř Společenství. Přesáhne-li celková částka těchto nákupů v daňovém roce hodnotu 50 000 PLN - tehdy tyto subjekty jsou povinné vypočítat DPH od pořízení zboží uvnitř Společenství, přes absenci této povinnosti pro ostatní rozsah podnikání
- subjekty, které pořizují služby, na které se vztahuje čl. 28b zákona o DPH, čili jedná se o dovoz služeb uvnitř Společenství (např. IT služby)
- subjekty poskytující služby, na které se vztahuje čl. 100 odst. 1 bod 4 zákona o DPH, pro daňové poplatníky daně DPH nebo právnické osoby, které nejsou takové poplatníky, identifikované pro účely DPH (čili pro IT služby plněné pro poplatníky VAT-EU z jiných členských států EU).

Ohlášení úmyslu provedení shora popsaných činností koná se podáním nebo aktualizací formuláře VAT-R s vyplněním části C.3. Tam je třeba určit záměr:



- provedení všech aktivit, které je třeba nahlásit (dodávky uvnitř Společenství, pořízení zboží uvnitř Společenství, plnění a pořízení služeb uvnitř Společenství, na které se vztahuje čl. 28b zákona o DPH) poplatníkem daně přihlášeným jako aktivní poplatník DPH, který je přihlášený označením položky číslo 59. formuláře VAT-R
- provedení pořízení zboží uvnitř Společenství podnikatelem, který není povinen se přihlásit jako aktivní poplatník DPH (dobrovolně přihlášeného nebo povinně po vyčerpání limitu 50 000 PLN), který je přihlášený označením položky číslo 60.
- provedení podnikatelem, který není povinen se přihlásit jako aktivní poplatník DPH, dovozu služeb nebo plnění služeb, na které se vztahuje čl. 28b zákona o DPH, tehdy je třeba označit pole číslo 61.

Po provedení přihlášky jako poplatník DPH-EU, podnikatel získá právo k užívání čísla DIČ-EU (VAT-EU), kterým je jeho DIČ s úvodním označením PL. Bez takového DIČ žádný zahraniční partner nám nebude moci vystavit fakturu DPH.

10.2 Dovoz a vývoz z hlediska daně DPH

Základním právním zápisem, ve kterém je třeba hledat definice dovozu zboží a služeb je zákon o DPH. Dovoz zboží byl definován v čl. 2 bod 7 tohoto zákona. Dle jeho ustanovení, takovou transakcí se rozumí dovoz zboží z území třetí země na území Evropské unie. Pak dle čl. 2 bod 9 zákona o DPH, dovozem služeb se rozumí plnění služeb, poplatníkem daně u které je objednatel služby, o kterém projednává čl. 17 odst. 1 bod 4, tj.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-importowac/guide_162-IMPORT_TOWAROW

- právnická osoba
- organizační složka bez právní subjektivity
- fyzická osoba
- pořizující služby, splňuje-li podmínky vyjmenované zákonem (body a) a b)).

Poskytovatelem služby je daňový poplatník, který nemá sídlo podnikání ani trvalé místo provozování podnikání na území státu, a v případě služeb, pro které se používá čl. 28e, poplatník ten není přihlášený dle čl. 96 odst. 4 bod b). Objednavatelem služby je pro služby, na které dopadá čl. 28b - daňový poplatník, o kterém projednává čl. 15, nebo právnická osoba, která není poplatníkem, o kterém projednává čl. 15, přihlášená nebo povinná se přihlásit dle čl. 97 odst. 4, a v ostatních případech - daňový poplatník, o kterém projednává čl. 15, který má sídlo podnikání nebo trvalé místo provozování podnikání na území státu nebo právnická osoba, která není poplatníkem, o kterém projednává čl. 15, která má sídlo na území státu a je přihlášená nebo povinná se přihlásit dle čl. 97 odst. 4.

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-sprawdzac-towary-z-krajow-ue/guide_171-NABYCIE_TOWAROW_W_UE_WNT

K vývozním transakcím, můžeme rozdělit vývoz zboží a služeb. Dle definice vývoz zboží je dodání zboží odesílaného nebo dopravovaného z území státu mimo území EU

https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/handel-zagraniczny/chce-eksportowac/guide_161-EKSPORT_TOWAROW

To se provádí:

- dodavatelem nebo pro něho,
- kupujícím se sídlem mimo územní státu nebo pro něho, s výhradou zboží vyvážených samotným kupujícím pro účely vybavení nebo zásobování rekreačních plavidel a turistických letounů a jiných dopravních prostředků pro soukromé účely,
- byl-li vývoz zboží mimo území EU potvrzený celním úřadem určeným v celních předpisech.



Důležité je, že za vývoz zboží se považuje takové vývozní transakce do třetích zemí, ve kterých vývozní procedura začala v členském státu EU jiným než Polsko. V případě vývozu služeb, věc se komplikuje. Vývozem služeb se rozumí plnění služeb polskými poplatníky daně, které to plnění jen zdaněno DPH v jiném státu než Polsko - obvykle ve státu, ze kterého pochází pořizující, protože dle právních předpisů tam se koná plnění služby.

Místem plnění služeb v případě jejich plnění pro poplatníka daně je místo, ve kterém ten poplatník, který je příjemcem služby, má sídlo podnikání, s výhradou odst. 2-4 a čl. 24e, čl. 28f odst. 1 a 1a, čl. 28g odst. 1, čl. 28i, čl. 28j odst. 1 a 2 a čl. 28n.

10.3 Pojmy: území státu, členský stát, třetí země a Evropská unie

Zvažujeme-li vývoz a dovoz z hlediska daně DPH, stojí za to vymezit si základní pojmy s ním spojené. V Zákonu o DPH bylo určeno i to, čím chápeme území státu, území členského státu, území třetího země

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-przy-importcie-uslug-spoza-ue>

oraz terytorium Unii Europejskiej

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-w-transakcjach-wewnatrzwspolnotowych>

Územím státu se rozumí území Polské republiky (s výhradou čl. 2a), územím členského státu (čl. 2 bod 4) území státu na území EU, třetí země se rozumí území státu mimo území EU (s výhradou čl. 2a).

Čím dle Zákona o DPH je území Evropské unie? Ten pojem popisuje čl.2 bod 3 zákona a dle něho jsou to území členských států EU, přičemž pro účely toho zákona:

Kněžství Monako se považuje za území Francie, Ostrov Man za území Spojeného království Velké Británie a Severního Irska, suverénní zóny Akrotiri a Dhekelia za území Kypru.

Následující území jednotlivých členských států se považuje za vyhrazené z území EU:

- Ostrov Helgoland, území Buesingen - z Německé spolkové republiky,
- Ceutu, Melilla, Kanárské - z Království Španělska,
- Livigno, Campione d'Italia, italskou část Jezera Lugano - Z Itálie,
- Horu Athos - z Řecka,
- Alandské ostrovy - z Finska,
- Normanské ostrovy - ze Spojeného království Velké Británie a Severního Irska

Gibraltar se považuje za vyřazený z území EU.

Pro výpočet vývozu a dovozu pro účely DPH, dle příslušné klasifikace, klíčové je:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/firma/podatki-i-ksiegowosc/chce-rozliczac-vat/vat-w-handlu-zagranicznym/rozliczanie-vat-przy-eksportcie-uslug-pozza-ue63>

místo plnění služby nebo dodání zboží,

- sídlo pořizujícího a dodavatele,
- způsob a forma dodání.

