

Obsah

1. ÚVOD	1
2. VYMEZENÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI	2
2.1. Vymezení pojmu a obsahu trhu	2
2.1.1. <i>Vznik a vývoj obchodu</i>	6
2.1.2. <i>Realizace vztahu nabídky a poptávky</i>	7
2.1.3. <i>Tržní mechanismus</i>	9
2.2. Potřeby	16
2.3. Poptávka a nabídka	21
3. SYSTÉM A PODSYSTÉMY VNITŘNÍHO OBCHODU	25
3.1. Systém a subsystémy vnitřního obchodu	25
3.2. Členění systému vnitřního obchodu	27
3.2.1. <i>Velkoobchod</i>	28
3.2.1.1. <i>Předmět činnosti velkoobchodu</i>	28
3.2.1.2. <i>Členění subsystému velkoobchodu</i>	28
3.2.2. <i>Maloobchod</i>	29
3.2.2.1. <i>Předmět činnosti maloobchodu</i>	29
3.2.2.2. <i>Členění subsystému maloobchodu</i>	30
3.2.3. <i>Pohostinství (veřejné stravování a ubytování)</i>	30
3.2.3.1. <i>Předmět činnosti pohostinství a veřejného stravování</i>	30
3.2.3.2. <i>Členění subsystému pohostinství</i>	31
3.2.4. <i>Cestovní ruch</i>	31
3.2.4.1. <i>Předmět činnosti cestovního ruchu</i>	31
3.2.4.2. <i>Členění subsystému cestovního ruchu</i>	32
3.3. Transformace vnitřního obchodu v České republice od r. 1990	33
3.3.1. <i>Záměr transformace</i>	33
3.4. Internacionalizace obchodu	35
3.4.1. <i>Mezinárodní rozvojové strategie retailingu</i>	37
4. PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY V OBCHODĚ	38
4.1 Vymezení základních pojmů	38
4.2. Formy obchodních firem	41
4.3. Právní formy obchodních společností, družstva	42
4.3.1. <i>Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)</i>	45
4.3.2. <i>Komanditní společnost (k.s.)</i>	46
4.3.3. <i>Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)</i>	48
4.3.4. <i>Akciová společnost (a.s.)</i>	50
4.3.5. <i>Družstvo</i>	54
4.4. Státní podnik	58
4.5. Živnostenské podnikání	61
4.6. Formy koncentrace	64
5. OBCHODNÍ OPERACE	71
5.1. Charakteristika pojmu obchodní operace	71
5.2. Hlavní typy operací	72
5.2.1. <i>Operace v oblasti výzkumu a vývoje</i>	73
5.2.2. <i>Operace v oblasti výroby</i>	73
5.2.3. <i>Operace v oblasti směny</i>	74
5.2.3.1. <i>Ostatní operace v oblasti směny</i>	77
5.2.4. <i>Operace v oblasti průvodních služeb</i>	78
5.2.5. <i>Operace v oblasti samostatných služeb</i>	78
5.2.5.1. <i>Franchising</i>	80
5.2.5.2. <i>Leasing</i>	86
5.2.5.3. <i>Faktoring</i>	92
5.2.5.4. <i>Forfaiting</i>	97
5.3. Obchodní závazkové vztahy	103
5.3.1. <i>Kupní smlouva</i>	103
5.3.2. <i>Smlouva licenční k předmětům průmyslového vlastnictví</i>	105
5.3.3. <i>Smlouva mandátní</i>	106

5.3.4.	<i>Smlouva komisionářská</i>	107
5.3.5.	<i>Smlouva zasílatelská</i>	107
5.3.6.	<i>Smlouva o zprostředkování</i>	108
5.3.7.	<i>Smlouva o obchodním zastoupení</i>	108
6.	SORTIMENT ZBOŽÍ A SLUŽEB	110
6.1	Klasifikace sortimentu zboží a služeb	110
6.1.1.	<i>Odvětvová klasifikace ekonomických činností (OKEČ)</i>	112
6.1.2.	<i>Standardní klasifikace produkce (SKP)</i>	115
6.1.3.	<i>Klasifikace individuální spotřeby domácností (CZ -COICOP)</i>	117
6.1.4.	<i>Celní sazebník (CS)</i>	119
6.2.1.	<i>Klasifikace spotřebního zboží uplatňovaná ve vnitřním obchodě</i>	119
6.2.1.	<i>Sortiment zboží</i>	119
6.2.1.1.	<i>Specializace v obchodě</i>	120
6.2.1.2.	<i>Pracnost sortimentu</i>	121
6.2.2.	<i>Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle častosti nákupu</i>	122
6.2.3.	<i>Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle sortimentní šíře a hl.</i>	123
6.2.4.	<i>Klasifikace sortimentu spotřebního zboží v anglofonních zemích</i>	124
6.2.5.	<i>Klasifikace služeb</i>	125
6.2.6.	<i>Zemědělské a potravinářské produkty</i>	127
7.	INFRASTRUKTURA VNITŘNÍHO OBCHODU	129
7.1.	Osídlení a jeho struktura	129
7.1.1.	<i>Kategorizace sídel</i>	130
7.2.	Technická a technologická infrastruktura vnitřního obchodu	131
7.3.	Velkoobchod	132
7.3.1.	<i>Prostorová charakteristika velkoobchodní sítě</i>	133
7.3.2.	<i>Principy velkoobchodní technologie</i>	135
7.4.	Maloobchod	137
7.4.1.	<i>Koncepční a metodické zásady výstavby a modernizace sítě</i>	138
7.4.2.	<i>Principy maloobchodní technologie</i>	141
7.4.2.1.	<i>Obchodní zařízení a mechanizační prostředky</i>	141
7.4.2.2.	<i>Technologická návaznost maloobchodních provozních operací</i>	142
7.4.3.	<i>Typy provozních jednotek maloobchodu</i>	143
7.4.4.	<i>Lokalizace a umístění maloobchodních jednotek</i>	146
7.5.	Pohostinství	151
7.5.1.	<i>Principy technologie společného stravování</i>	151
7.5.2.	<i>Výrobní proces ve společném stravování</i>	151
7.5.3.	<i>Realizační (odbytový, prodejní) proces ve společném stravování</i>	152
7.5.4.	<i>Ubytovací služby</i>	152
7.6.	Cestovní ruch	154
7.6.1.	<i>Produkt cestovní kanceláře</i>	156
7.6.1.1.	<i>Výjezdový cestovní ruch</i>	157
7.6.1.2.	<i>Domácí cestovní ruch</i>	158
7.6.1.3.	<i>Příjezdový cestovní ruch</i>	159
7.6.2.	<i>Klasifikace cestovních kanceláří</i>	160
8.	DISTRIBUCE, LOGISTIKA A CONTROLLING V LOGISTICE	164
8.1.	Distribuční kanály	164
8.1.2.	<i>Distribuční politika</i>	165
8.2.	Logistická distribuce	165
8.3.	Controlling v logistice	183
8.3.1.	<i>Systém ukazatelů controllingu logistiky</i>	188
8.3.1.1.	<i>Individuální systém ukazatelů</i>	189
9.	CENA V OBCHODNÍ ČINNOSTI	191
9.1.	Strategie cenové tvorby	191
9.2.	Základní metody stanovení ceny zboží ve firmě	192
9.3.	Postup stanovení konkrétní ceny konkrétního výrobku	194
9.4.	Další metody cenové tvorby – marketingové	196
9.5.	Tvorba cen z geografického hlediska	199
9.6.	Cenové srážky a slevy	200
9.7.	Cenový výzkum	202
9.7.1.	<i>Prožívání cen</i>	202

9.8. Cenová statistika	203
9.8.1. Rodinné účty	204
9.8.2. Index spotřebitelských cen (ISC)	207
9.8.3. Cenová statistika a inflace	211
10. MARKETINGOVÉHO POJETÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI	216
10.1. Vymezení pojmu marketing a marketingový systém	216
10.2. Marketingové pojetí obchodní činnosti	217
10.2.1. Marketingová koncepce	219
10.2.2. Marketingový výzkum	220
10.3. Marketingový mix	222
10.4. Marketingové pojetí výrobku	225
10.5. Výrobní výzkum z hlediska marketingové činnosti	227
10.6. Výzkum trhu metodou dotazování	232
10.7. Konjunktura, konjunkturální testy	237
10.7.1. Konjunkturální test	239
10.7.2. Test kupní ochoty	239
10.8. Technika prodeje	241
10.9. Public relations a reklama	245
10.9.1. Pojetí Public Relations (dále jen PR)	248
10.10. Média v reklamě	253
10.11. Ochranná známka	255
10.11. Právo k označení původu a jeho právní ochrana	258
10.12. Nakládání s obalem	260
11. ETIKA V PODNIKÁNÍ	264
11.1. Terminologie a vymezení pojmu	264
11.2. Zásady podnikatelské etiky	266
11.3. Úloha etiky v podnikání	267
11.4. Hlavní nositelé podnikatelsko-etické odpovědnosti	270
11.5. Porušování norem podnikatelské etiky	271
11.6. Etika specifických činností a ve vybraných činnostech obchodní firmy	272
11.7. Některá pojetí a přístupy vztahu etiky a podnikání	274
Seznam literatury	
Příloha č.1	