

OBSAH

Seznam zkratk	15
Předmluva	17
Úvod k problematice specifík podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí	19

1 Vybrané problémy, jejichž řešení je předpokladem úspěchu malého a středního podnikání	23
1.1 Co musí udělat ten, kdo má mít ve firmě rozhodující slovo	24
1.2 Controlling – základ pořádku ve finančním řízení	25
1.3 Vytváření sítě dodavatelů a odběratelů jako cesta k prosperitě	26
1.4 Plánování jako významný faktor úspěchu	28
1.5 Personální řízení a řízení lidských zdrojů v malé a střední firmě	29
1.6 Vize podnikatele o svém podniku a vypracování strategie firmy	30
1.7 Spolupráce s poradenskou firmou jako možné východisko k prosperitě firmy	31
1.8 Uzavírání účelových aliancí a jejich význam	32
Shrnutí	33
Literatura	33
2 Postavení malých a středních podniků v české ekonomice	34
2.1 Malé a střední firmy jako „tahouni“ národních ekonomik	35
2.2 Které podnikání je možno chápat jako specifické	37
2.3 Rozdíl ve státní politice podpory mezi malými a středními podniky a velkými podniky	38
2.4 Příčiny problémů na straně velké firmy – kritický pohled	39
2.5 Nejčastější příčiny neúspěchu na straně podnikatele	40
Shrnutí	41
Literatura	41

3	Čeští podnikatelé v Evropské unii a regulace podnikání na jednotném trhu	42
3.1	Analýza pěti sil jako pomocník podnikatele	43
3.2	Co čeká české podnikatele na jednotném trhu EU	44
3.3	Regulace podnikání na jednotném trhu – principy, rozsah a zdroje informací	45
3.4	Manuál zajišťování a vyhodnocení rizik	47
3.5	Stížnosti na porušování pravidel vnitřního trhu EU	48
3.6	Formy podání stížnosti	50
3.7	SOLVIT – síť kontaktních míst a koordinačních center	51
3.8	Problémy řešené pomocí SOLVIT centra	51
	Shrnutí	52
	Literatura	53
4	Členství v profesních organizacích – význam, podstata a využití ve firmě	54
4.1	Podpora státu sdružením podnikatelů	55
4.2	Komory jako svobodné a nezávislé subjekty podnikání	56
4.2.1	Hospodářská komora České republiky	56
4.2.2	Profesní komory	58
4.3	Profesní a zájmové sdružení podnikatelů	59
4.4	Sdružení podnikatelů ČR	60
	Shrnutí	62
	Literatura	63
5	Obchodní jednání – jeho příprava a vedení	64
5.1	Charakteristika uznávaného obchodního partnera	65
5.2	Teorie obchodního jednání	66
5.3	Příprava obchodního jednání	67
5.4	Volba strategie a taktiky vyjednávání	70
5.5	Vyjednávací taktiky	72
5.6	Zahájení obchodního jednání a jeho vlastní průběh	75
5.7	Taktika ústupků jako forma hledání kompromisu	77
5.8	Závěr obchodního jednání	79
	Shrnutí	80
	Literatura	80

6	Rizika v mezinárodním obchodě	81
6.1	Teritoriální rizika	83
6.2	Komerční rizika	84
6.3	Tržní rizika	87
6.4	Kurzová rizika	88
6.5	Dopravní rizika.....	89
6.5.1	Vhodná dopravní cesta a dopravní prostředek.....	89
6.5.2	Vztah zasilatele a dopravce.....	90
6.6	Jazyková rizika.....	91
	Shrnutí	91
	Literatura	92
7	Maloobchodní a velkoobchodní činnosti – jejich význam pro podnikatele	93
7.1	Formy maloobchodní činnosti.....	94
7.2	Klasifikace maloobchodních podniků.....	95
7.3	Velkoobchodní činnost	98
7.4	Budoucnost velkoobchodní činnosti	100
7.5	Koncepce Cash and Carry.....	101
7.6	Podmínky registrace v Makro Cash and Carry	102
	Shrnutí	102
	Literatura	104
8	Zásilkový obchod a osobní prodej – organizace, význam, výhody a nevýhody	105
8.1	Přímý marketing v obchodní činnosti.....	106
8.2	Asociace direct marketingu a zásilkového obchodu a jejich etický kodex	107
8.3	Využití reklamy na zásilkový prodej	111
8.4	Prostředky využívané zásilkovým obchodem	111
8.5	Praktické využití databází v direct marketingu.....	114
8.6	Akční nabídka pro stálé zákazníky a nabídka slevy	114
8.7	Legislativa a zásilkový obchod	115
8.8	Osobní prodej a obchodní agent jako aktéři obchodní aktivity	115
8.8.1	Obchodní taktiky v osobním prodeji.....	116
8.9	Přímý prodej	117
	Shrnutí	118
	Literatura	119

9	Problémy malých a středních podniků na zahraničních trzích a tendrová řízení	120
9.1	Vybrané problémy spojené s podnikáním v zahraničním obchodě	121
9.2	Faktory ovlivňující obchodní aktivity firmy.....	121
9.3	Možnosti snižování obchodních nákladů.....	124
9.4	Tvorba ceny.....	125
9.5	Tendrové řízení	126
9.5.1	Tendrová kniha – první část.....	128
9.5.2	Typy garancí v tendrovém řízení	129
9.5.3	Tendrová kniha – druhá část	130
9.5.4	Tendrová kniha – třetí část.....	131
9.5.5	Tendrová kniha – závěrečná část	131
9.5.6	Technická část nabídky	132
	Shrnutí	133
	Literatura	134
10	Franchising	135
10.1	Franchising prizmatem pojmů používaných v branži.....	136
10.2	Definice franchisingu a jeho vymezení jako systému	136
10.3	Kořeny franchisingu.....	137
10.4	Franchising v naší republice a ve světě	138
10.5	Franchising jako moderní forma podnikání.....	140
10.6	Příklady typů franchisy	140
10.7	Co nabízí franchisový systém	142
10.8	Nevýhody franchisingu	145
10.9	Franchisová smlouva a její obsah	147
10.10	Způsoby financování takto koncipovaného podnikání	147
	Shrnutí	148
	Literatura	148
11	Autorizované dealerství.....	150
11.1	Co je autorizované dealerství a co obnáší	150
11.2	Výhody autorizovaného dealerství	152
11.3	Osnova a náplň smluv o autorizovaném dealerství	152
	Shrnutí	157
	Literatura	158

12	Podnikatel a celní politika	159
12.1	Celní politika ČR a funkce cla	160
12.2	Clo jako prvek celní politiky	161
12.3	Celní řízení a celní prohlášení	161
12.4	Celní režimy uplatňované v ČR	163
12.5	Celní sazebník	164
12.6	Celní dluh	166
	Shrnutí	167
	Literatura	167
13	Celní sklady v ČR – způsoby jejich využití pro podnikání malých a středních podniků	168
13.1	Definice celního skladu	169
13.2	Definice aktérů vedení a provozovatelů celního skladu	169
13.3	Uskladňování v celních skladech	169
13.4	Kroky předcházející provozování celního skladu	171
13.5	Žádost o povolení provozovat celní sklad	172
13.6	Výhody provozování celního skladu	173
13.7	Nevýhody celního skladu	175
	Shrnutí	176
	Literatura	177
14	Zasilatelství jako forma podnikání malých a středních podniků	178
14.1	Historický exkurz	179
14.2	Zasilatelství a jeho právní forma	179
14.3	Zasilatelství vnitrostátní, vnitrouniní a mezinárodní	181
14.4	Zasilatelská a přepravní smlouva a jejich specifika	181
14.4.1	Podstatné charakteristické znaky zasilatelské smlouvy	183
	Shrnutí	185
	Literatura	186
15	Outsourcing a jeho aplikace v malé a střední firmě	187
15.1	Historie outsourcingu	188
15.2	Typy firem a jejich produkty vhodné k outsourcování	189
15.3	Důvody pro outsourcing a přínosy pro zákazníka	191
15.4	Outsourcing služeb a důvody jeho použití	193

15.5	Proces zavádění outsourcingu a jeho fáze	195
15.6	Specifické problémy malého a středního podnikání v tomto segmentu trhu	196
	Shrnutí	197
	Literatura	198
16	Timesharing – způsob podnikání a investování v segmentu malých a středních podniků.....	199
16.1	Vymezení pojmu timesharing a jeho princip	200
16.2	Z historie timesharingu	200
16.3	Základní statistické údaje.....	201
16.4	Profil typického vlastníka dovolené	202
16.5	Právní úprava a výklad timesharingové smlouvy	203
16.6	Nevýhody timesharingu	204
	Shrnutí	205
	Literatura	205
17	Podnikatelské inkubátory – jejich zakládání a význam pro adepty podnikání	207
17.1	Důvod vzniku podnikatelských inkubátorů	208
17.2	Legislativní úprava podnikatelských inkubátorů v ČR	209
17.3	Definice podnikatelského inkubátoru	209
17.4	Hlavní význam a smysl inkubátorů	209
17.5	Portfolio nabídky od provozovatele podnikatelského inkubátoru	211
17.6	Podmínky přijetí do podnikatelského inkubátoru	211
17.7	Zaměření podnikatelských inkubátorů.....	212
17.8	Podnikatelské inkubátory a jejich deklarovaná úspěšnost.....	212
17.9	Vzorová žádost o přijetí do podnikatelského inkubátoru	213
	Shrnutí	213
	Literatura	214
18	Neziskové organizace, jejich význam a poslání	215
18.1	Nástin historického vývoje neziskového sektoru	216
18.2	Typologie a pravidla neziskových organizací.....	219
18.3	Neziskové organizace z pohledu marketingu	222
18.4	Neziskové organizace a malé a střední podniky.....	223
	Shrnutí	224
	Literatura	224

19	Podnikatelská etika a její význam pro podnikatele a jeho firmu.....	226
19.1	Definice a dělení etiky z hlediska jejího užití	227
19.2	Podnikatelská etika jako pojem i nástroj	227
19.3	Obsahové zásady etiky podnikání a hlavní oblasti podnikatelské etiky	229
19.4	Etika a zákony jako právní normy	230
19.5	Organizace kontrolující a propagující etické přístupy firem i podnikatelů	231
19.6	Etické kodexy jako cesta k vyšší prosperitě firmy	232
	Shrnutí	233
	Literatura	234
20	Lobbing a aktivity s ním spojené.....	235
20.1	Základní pojmový aparát pro tento fenomén.....	236
20.2	Definování lobbingu a jeho využití v životě firem.....	236
20.3	Doporučený postup vedoucí k úspěchu pomocí využití lobbingu	238
20.4	Na čem je založen solidní lobbing	239
20.5	Příklady „dobrého lobbingu“ a nežádoucí korupce	240
	Shrnutí	241
	Literatura	241
21	Korupce jako handicap podnikání a jak jí čelit.....	242
21.1	Definice pojmů korupce a korumpovat	242
21.2	Korupce podle trestního zákoníku	243
21.3	Korupce podle indexu CPI, vydávaného Transparency International	245
21.4	Korupce v ČR jako relikv postkomunistické doby a fenomén porevoluční doby.....	248
21.5	Obrana proti korupci	249
	Shrnutí	250
	Literatura	251
	Závěrem pár slov autora.....	252
	Přílohy	254
	Rejstřík	273