

ČÁST I PODNIKATELSKÁ PERSPEKTIVA

KAPITOLA 1. HISTORICKÝ PŘEHLED /17

Podstata a vývoj podnikání	/19
Definice podnikatele	/21
Rozhodnutí stát se podnikatelem	/22
<i>Rozhod se stávajícím způsobem života</i>	/23
<i>Jak je to se žádoucností</i>	/23
<i>Možnost založení nové společnosti</i>	/24
Typy startu	/25
Úloha podnikání v ekonomickém rozvoji	/25
<i>Vláda jako novátor</i>	/27
<i>Intrapodnikání</i>	/28
<i>Podnikání</i>	/28
Budoucnost podnikání	/28

KAPITOLA 2. SEBEHODNOCENÍ A ROZHODNUTÍ STÁT SE PODNIKATELEM /33

Kdo by si měl založit svůj vlastní podnik?	/34
Proces rozhodování o tom, zda začít či nezačít podnikat	/37
<i>Identifikace a vyhodnocení příležitosti</i>	/37
<i>Podnikatelský plán</i>	/39
<i>Potřebné zdroje</i>	/39
<i>Řízení podniku</i>	/39
Manažerské versus podnikatelské rozhodování	/39
<i>Strategická orientace</i>	/42
<i>Oddanost příležitosti</i>	/42
<i>Vázání fondů</i>	/42
<i>Kontrola zdrojů</i>	/42
<i>Struktura řízení</i>	/42
Podnikatelské kariéry	/43
Podnikatelské vzdělávání	/44

KAPITOLA 3. CHARAKTERISTICKÉ RYSY A PŮVOD PODNIKATELE /51

Podnikatelské pocity	/53
<i>Těžiště kontroly</i>	/53
<i>Pocit nezávislosti a potřeby úspěchu</i>	/54
<i>Risikování</i>	/56

Podnikatelské zázemí a rysy	/56
<i>Rodinné prostředí v dětství</i>	/56
<i>Vzdělání</i>	/58
<i>Osobní hodnoty</i>	/59
<i>Věk</i>	/59
<i>Pracovní anamnéza</i>	/61
Motivace	/61
Úlohové modely a podpůrné systémy	/61
<i>Morální zázemí</i>	/62
<i>Profesionální zázemí</i>	/62
Podnikatelé ve srovnání s podnikatelkami	/63
Podnikatelé ve srovnání s vynálezci	/64
Všeobecný profil nepodnikatele	/66

PŘÍKLADY K ČÁSTI I

Případ 1-a Johnson and Associates	/71
Případ 1-b Rock and Roll Bilge Pump	/75
Případ 1-c Nové pojetí ortopedického křesla	/79

ČÁST II SPUŠTĚNÍ NOVÉHO PODNIKU A JEHO ROZVOJ

KAPITOLA 4. ZALOŽENÍ A BUDOVÁNÍ PODNIKU /85

Zdroje nových myšlenek	/86
<i>Zákazníci</i>	/87
<i>Jiné společnosti</i>	/87
<i>Distribuční kanály</i>	/87
<i>Federální vláda</i>	/87
<i>Výzkum a vývoj</i>	/87
Metody generování nových myšlenek	/88
<i>Fokální skupiny</i>	/88
<i>Neformální výměna názorů</i>	/88
<i>Rozbor známých problémů</i>	/88
Tvůrčí řešení problémů	/90
<i>Brainstorming</i>	/90
<i>Obrácený brainstorming</i>	/91
<i>Synektika</i>	/91
<i>Gordonova metoda</i>	/91
<i>Metoda kontrolního seznamu</i>	/91
<i>Volné sdružení</i>	/92
<i>Vynucený vztah</i>	/92
<i>Metoda kolektivního diáře</i>	/92
<i>Heuristika</i>	/92
<i>Vědecká metoda</i>	/93
<i>Hodnotová analýza</i>	/93
<i>Metoda seznamu atributů</i>	/93
<i>Grafická matice</i>	/93
<i>Inspirovaný přístup</i>	/93
<i>Analýza parametrů</i>	/93
Proces plánování a vývoje produktu	/94
Akvizice	/95
<i>Hodnocení firmy</i>	/95
<i>Synergie</i>	/97
<i>Právní úvahy</i>	/97
<i>Řízení nabytého podniku</i>	/97
<i>Nepřátelská převzetí</i>	/97
Společný podnik	/98
<i>Historický přehled</i>	/99

<i>Poslední vývoj v oblasti společných podniků</i>	/99
<i>Typy společných podniků</i>	/99
<i>Spekulativní odkupy</i>	/100

KAPITOLA 5. ZPRACOVÁNÍ A VYUŽÍVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU /107

<i>Co je to podnikatelský plán?</i>	/108
<i>Kdo má zpracovat podnikatelský plán?</i>	/108
<i>Rozsah a hodnota podnikatelského plánu – Kdo ho bude číst?</i>	/109
<i>Potřeba informací</i>	/110
<i>Tržní informace</i>	/111
<i>Provozní informační potřeby</i>	/111
<i>Potřeba finančních informací</i>	/111
<i>Zpracování podnikatelského plánu</i>	/112
<i>Titulní strana</i>	/112
<i>Exekutivní souhrn</i>	/112
<i>Analýza odvětví</i>	/114
<i>Popis podniku</i>	/114
<i>Výrobní plán</i>	/116
<i>Marketingový plán</i>	/116
<i>Organizační plán</i>	/117
<i>Hodnocení rizik</i>	/117
<i>Finanční plán</i>	/118
<i>Příloha</i>	/118
<i>Používání a realizace podnikatelského plánu</i>	/118
<i>Měření realizace plánu</i>	/119
<i>Aktualizace plánu</i>	/120
<i>Proč některé podnikatelské plány selhávají</i>	/120

KAPITOLA 6. MARKETINGOVÝ PLÁN /123

<i>Tržní plánování a jeho význam</i>	/124
<i>Analýza prostředí</i>	/124
<i>Marketingový mix</i>	/126
<i>Definice marketingového plánu</i>	/128
<i>Prognostika</i>	/128
<i>Získávání potřebných informací</i>	/129
<i>Časová omezení</i>	/129
<i>Koordinace plánovacího procesu</i>	/129
<i>Realizace marketingového plánu</i>	/130
<i>Hlavní rysy marketingového plánu</i>	/130
<i>Jednotlivé kroky v rámci přípravy marketingového plánu</i>	/130
<i>Definice podnikatelské situace</i>	/130
<i>Definování cílového trhu, příležitostí a hrozeb</i>	/131
<i>Silné a slabé stránky</i>	/133
<i>Stanovení cílů a záměrů</i>	/133
<i>Definování marketingové strategie a taktických postupů</i>	/133
<i>Rozdělení zodpovědnosti za realizaci</i>	/134
<i>Rozpočet a marketingová strategie</i>	/134
<i>Sledování vývoje marketingových opatření</i>	/134
<i>Plánování pro mimořádné situace</i>	/134
<i>Proč některé plány nevycházejí</i>	/135
<i>Zdroje tržních informací</i>	/135

KAPITOLA 7. FINANČNÍ PLÁN /139

<i>Odhad výkazu příjmů a ztrát</i>	/140
------------------------------------	------

Rozbor „mrtvého bodu“	/142
Odhad hotovostních toků	/144
Odhad bilance	/146
Odhad výkazu zdrojů a užití fondů	/147

KAPITOLA 8. ORGANIZAČNÍ PLÁN /151

Angažovanost manažerského týmu	/152
Marketingově orientované podniky	/154
Budování prosperujícího podniku	/155
Popis činností	/156
Specifikace činností	/157
Umístění podniku	/157
Právní formy podnikání	/158
<i>Osobní vlastnictví</i>	/158
<i>Zodpovědnost vlastníků</i>	/158
<i>Zakladatelské náklady</i>	/161
<i>Trvání podniku</i>	/161
<i>Převod podílů</i>	/161
<i>Kapitálová náročnost</i>	/162
<i>Manažerská kontrola</i>	/162
<i>Rozdělení zisků a ztrát</i>	/163
<i>Atraktivnost z hlediska získávání kapitálu</i>	/163
Daňové atributy příslušné různým formám podnikání	/164
<i>Daňové otázky u firmy v osobním vlastnictví</i>	/164
<i>Daňové otázky v rámci partnerství</i>	/164
<i>Daňové otázky v případě akciové společnosti</i>	/164
Společnost typu S	/167
<i>Výhody společnosti typu S</i>	/167
<i>Nevýhody společnosti typu S</i>	/167
Externí poradci z hlediska organizační struktury podniku	/168

PŘÍKLADY K ČÁSTI II

Případ II-a Unipaint	/171
Případ II-b Insta-Lite	/176
Případ II-c Solární dveře	/183
Případ II-d Competitive Trivia	/187
Případ II-e Salad Seasons	/190
Případ II-f Gourmet to Go	/192

ČÁST III FINANCOVÁNÍ NOVÉ SPOLEČNOSTI

KAPITOLA 9. ZDROJE KAPITÁLU /203

Přehled	/204
Komerční banky	/206
<i>Typy bankovních úvěrů</i>	/206
<i>Rozhodování o bankovních úvěrech</i>	/207
Úvěry úřadu pro malopodnikání	/208
Partnerství pro výzkum a rozvoj s ručením omezeným	/209
<i>Základní znaky PVR</i>	/209
<i>Postup</i>	/210
<i>Výhody a nevýhody</i>	/210
<i>Příklady</i>	/210
Vládní granty	/211
<i>Postup</i>	/212

Soukromé umístění	/212
<i>Typy investorů</i>	/212
<i>Soukromé nabídky</i>	/212
<i>Pravidlo D</i>	/213

KAPITOLA 10. RIZIKOVÝ KAPITÁL /219

Financování podnikání	/220
Neoficiální rizikový kapitál	/222
Oficiální rizikový kapitál	/225
<i>Povaha rizikového kapitálu</i>	/225
<i>Přehled odvětví rizikového kapitálu</i>	/226
<i>Rozhodovací proces rizikové kapitálové společnosti</i>	/231
<i>Kde najít rizikový kapitál?</i>	/234
<i>Jak získat investora rizikového kapitálu?</i>	/235
Ohodnocení společnosti	/236
<i>Faktory ohodnocení</i>	/236
<i>Všeobecné hodnotící přístupy</i>	/237
<i>Obecná ohodnocovací metoda</i>	/238
Transakční podmínky	/239

KAPITOLA 11. OTEVÍRÁNÍ SPOLEČNOSTI VEŘEJNOSTI /245

Výhody a nevýhody	/246
<i>Výhody</i>	/246
<i>Nevýhody</i>	/247
Alternativy k otevření společnosti	/248
Načasování otevření společnosti a výběr upisovatelů	/249
<i>Načasování</i>	/249
<i>Výběr upisovatelů</i>	/250
Registrační prohlášení a časový rozvrh	/251
<i>Prospekt</i>	/253
<i>Část II</i>	/256
<i>Formulář S-18</i>	/256
<i>Postup</i>	/256
Právní problémy a vyhovění zákonům „modrého nebe“	/256
<i>Vyhovění zákonům „modrého nebe“</i>	/257
Po skončení veřejné nabídky	/257
<i>Podpora ceny akcie na trhu</i>	/257
<i>Vztahy s finanční komunitou</i>	/257
<i>Oznamovací povinnosti</i>	/258

PŘÍKLADY K ČÁSTI III

Případ III-a Nature's Way	/261
Případ III-b Winslow Clock Company	/265
Případ III-b Rug Bug Corporation	/275
Případ III-d Nature Bros, Ltd.	/285
Případ III-e Fastcom Technologies, Inc.	/294

ČÁST IV ŘÍZENÍ NOVÉ SPOLEČNOSTI

KAPITOLA 12. ŘÍZENÍ V ÚVODNÍCH FÁZÍCH ŽIVOTA SPOLEČNOSTI /305

Finanční kontrola	/306
Časové rozlišení versus hotovostní účetnictví	/306
<i>Řízení hotovostních toků</i>	/307
<i>Řízení aktiv</i>	/308

<i>Dlouhodobé a krátkodobé úvěry</i>	/311
<i>Řízení nákladů a zisků</i>	/311
<i>Daně</i>	/312
Prudký růst a kontrola řízení	/313
Analýza trhu	/314
<i>Druhotná data</i>	/314
<i>Prvotní data</i>	/314
Propagace nové společnosti	/316
<i>Výběr reklamní agentury</i>	/316
Najímání odborníků	/317

KAPITOLA 13. ŘÍZENÍ JIŽ ZAVEDENÉ SPOLEČNOSTI /321

Faktory ovlivňující vznik a růst nové společnosti	/323
Hospodaření s časem	/324
<i>Výhody hospodaření s časem</i>	/325
<i>Základní principy</i>	/326
Vyjednávání	/327
<i>Základní motivace</i>	/327
<i>Kooperativní (integrační) vyjednávání</i>	/327
<i>Konkurenční (distributivní) vyjednávání</i>	/328
<i>Přístup k vyjednávání</i>	/330
Společný podnik	/331
<i>Historie</i>	/331
<i>Typy společných podniků</i>	/332
<i>Faktory úspěchu společných podniků</i>	/334
<i>Starosti při zakládání společného podniku</i>	/334
Akvizice	/335
<i>Ocenění společnosti</i>	/335
<i>Struktura transakce</i>	/336
Fúze	/337
Spekulativní odkupy	/338

KAPITOLA 14. RUŠENÍ SPOLEČNOSTI /343

Bankrot - přehled	/344
Článek 11 - Reorganizace	/345
Článek 13 - Prodloužení doby splatnosti závazků	/346
Článek 7 - Likvidace	/346
Strategie během reorganizace	/346
Udržení společnosti v chodu	/346
Varovné signály bankrotu	/348
Nový začátek	/348
Obrat neúspěšné společnosti	/349
Následnictví	/350
<i>Převod společnosti na členy rodiny</i>	/350
<i>Převod společnosti na nečleny rodiny</i>	/350
<i>Strategie sklizně</i>	/351
<i>Účast podnikatele na řízení společnosti po jejím prodeji</i>	/351

PŘÍKLADY K ČÁSTI IV

Případ IV-a Ski Boot Buckler	/354
Případ IV-b Sun Deck	/359
Případ IV-c American Professional Slo-Pitch League	/362
Případ IV-d Fisher & Waterman	/366

ČÁST V ZVLÁŠTNÍ KAPITOLY PRO PODNIKATELE

KAPITOLA 15. PRÁVNÍ ASPEKTY PODNIKÁNÍ /373

Potřeba právníka	/374
Patenty	/375
<i>Odkrývací dokument</i>	/375
<i>Žádost o udělení patentu</i>	/375
<i>Porušení patentových práv</i>	/376
Obchodní známky	/377
<i>Registrace obchodní známky</i>	/378
Autorská práva	/378
Obchodní tajemství	/384
Licence	/384
Bezpečnost výrobku a odpovědnost za výrobek	/385
Pojištění	/386
Smlouvy	/387
Postup při výběru právníka	/387

KAPITOLA 16. FRANCHISING A PŘÍMÝ MARKETING /391

Podstata franchisingu	/393
<i>Definice franchisingu</i>	/393
<i>Výhody franchisingu</i>	/393
<i>Typy franchisingu</i>	/394
Rizika franchisingu	/395
<i>Hodnocení vlastních schopností a předpokladů</i>	/395
<i>Předběžný průzkum</i>	/396
Licenční smlouva	/398
Přímý marketing	/398
<i>Definice přímého marketingu</i>	/399
<i>Inovace, které ovlivnily rozvoj přímého marketingu</i>	/400
Životní způsob a úspěch přímého marketingu	/400
Výhody přímého marketingu	/400
<i>Co je důležitým předmětem úvah na začátku podnikání</i>	/401
Právní aspekty	/401
Techniky přímého marketingu	/402
Seznam adresátů	/404

KAPITOLA 17. INTRAPODNIKÁNÍ /409

Příčiny rostoucího zájmu o intrapodnikání	/410
Růst podniku a změny v řízení	/411
Podniková versus intrapodnikatelská kultura	/412
Intrapodnikatelské klima	/414
Základní rysy intrapodnikatelského vedení	/416
Zavádění intrapodnikání	/417
Problémy a úspěchy	/418

KAPITOLA 18. MEZINÁRODNÍ OBCHOD A PODNIKÁNÍ /425

Charakteristika mezinárodního obchodu	/427
Ekonomický efekt mezinárodního obchodu	/427
Význam mezinárodního obchodu z pohledu firmy	/428
Řízení mezinárodního obchodu a řízení domácích obchodních aktivit	/429
<i>Ekonomika</i>	/429
<i>Stupeň ekonomického rozvoje</i>	/429
<i>Platební bilance</i>	/429
<i>Ekonomický systém</i>	/429
<i>Politicko-právní prostředí</i>	/430

<i>Kulturní prostředí</i>	/430
<i>Technologické prostředí</i>	/430
<i>Strategické problémy</i>	/431
<i>Analýza prostředí</i>	/431
<i>Strategické plánování</i>	/431
<i>Struktura</i>	/432
<i>Operační plánování</i>	/432
<i>Kontrola marketingového programu</i>	/432
Vstup podnikatele do mezinárodního obchodu	/432
<i>Vývoz</i>	/433
<i>Nekapitálové operace</i>	/433
<i>Přímé zahraniční investice</i>	/434
Výsledky posledních výzkumů v oblasti mezinárodního podnikatelství	/443
<i>Evropa</i>	/443
<i>Dálný východ</i>	/445
<i>Centrálně řízené ekonomiky</i>	/446

PŘÍKLADY K ČÁSTI V

Případ V-a Náš čas	/451
Případ V-b Levné dny	/455
Případ V-c Podnik na výrobu dvojitého okenního skla	/458
Případ V-d Auto Fresh, Inc.	/461
Případ V-e Ráj řemeslných děl	/474
Případ V-f Profesionální žena	/480
Případ V-g Levné zdravotnické potřeby	/484
Slovníček	/487
Jmenný rejstřík	/497