

OBSAH:

1. SYSTÉM A PODSYSTEMY VNITŘNÍHO OBCHODU	1
1.1 Systém a podsystemy vnitřního obchodu.....	1
1.2 Členění systému vnitřního obchodu.....	3
1.3 Velkoobchod.....	3
1.3.1 Předmět činnosti velkoobchodu.....	3
1.3.2 Členění subsystému velkoobchodu.....	4
1.4 Maloobchod.....	4
1.4.1 Předmět činnosti maloobchodu.....	4
1.4.2 Členění subsystému maloobchodu.....	5
1.5 Pohostinství (stravování a ubytování).....	5
1.5.1 Předmět činnosti pohostinství.....	5
1.5.2 Členění subsystému pohostinství.....	6
1.6 Cestovní ruch.....	6
1.6.1 Předmět činnosti cestovního ruchu.....	6
1.6.2 Členění subsystému cestovního ruchu.....	7
1.7 Transformace vnitřního obchodu v České republice 1990-1997.....	8
1.7.1 Záměr transformace.....	8
1.8 Internacionalizace obchodu.....	10
2. TRH, FAKTORY TRŽNÍHO CHOVÁNÍ.....	12
2.1 Vymezení pojmu a obsahu trhu.....	12
2.1.1 Vznik a vývoj obchodu.....	15
2.1.2 Realizace vztahu nabídky a poptávky.....	16
2.1.3 Tržní mechanismus.....	18
2.2 Potřeby.....	23
2.3 Poptávka a nabídka.....	28
3. PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY V OBCHODĚ.....	32
3.1 Vymezení základních pojmů.....	32
3.2 Formy obchodních firem.....	33
3.2.1 Právní formy obchodních společností, družstva.....	34
3.2.1.1 Veřejná obchodní společnost.....	36
3.2.1.2 Komanditní společnost.....	37
3.2.1.3 Společnost s ručením omezeným.....	38
3.2.1.4 Akciová společnost.....	39
3.2.1.5 Družstvo.....	42
3.3 Živnostenské podnikání.....	47
3.4 Formy koncentrace.....	49
3.4.1 Kartely a syndikáty.....	49
3.4.2 Koncentrace pomocí kapitálové účasti.....	50
3.4.3 Trusty.....	52
4. OBCHODNÍ VAZBY - VZTAHY	60
4.1. Obchodní operace.....	60
4.1.1 Charakteristika pojmu obchodní operace.....	60
4.1.2 Hlavní typy operací.....	61
4.1.2.1 Operace v oblasti výzkumu a vývoje.....	61
4.1.2.2 Operace v oblasti výroby.....	62
4.1.2.3 Operace v oblasti směny.....	62
4.1.2.4 Ostatní operace.....	65
4.1.2.5 Operace v oblasti průvodních služeb.....	65
4.1.2.6 Operace v oblasti samostatných služeb.....	66
4.2 Kupní smlouva.....	69

5. SORTIMENT ZBOŽÍ A SLUŽEB	72
5.1 Klasifikace sortimentu zboží a služeb	72
5.1.1 Odvětvová klasifikace ekonomických činností (OKEČ)	74
5.1.2 Standardní klasifikace produkce (SKP)	75
5.1.3 Klasifikace individuální spotřeby domácností podle účelu (CZ -COICOP)	78
5.1.4 Celní Sazebník (CS)	78
5.1.5 Odvětvová klasifikace ekonomických činností (OKEČ), Standardní klasifikace produkce (SKP) - vnitřní obchod	79
5.2 Klasifikace spotřebního zboží uplatňované ve vnitřním obchodě	80
5.2.1 Seznam zboží pro celostátní vykazování ve vnitřním obchodě	80
5.2.2 Závazný a doplňkový sortiment maloobchodních jednotek	80
5.2.3 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle častosti nákupu	82
5.2.4 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží podle sortimentní šíře a hloubky	82
5.2.5 Klasifikace sortimentu spotřebního zboží v anglofonních zemích	83
5.2.6 Zemědělské a potravinářské produkty	84
5.2.7 Klasifikace služeb	85
5.3 Obal zboží	88
5.4 Identifikace zboží - používané systémy	88
6. INFRASTRUKTURA VNITŘNÍHO OBCHODU	91
6.1 Osídlení a jeho struktura	91
6.2 Technická a technologická infrastruktura vnitřního obchodu	94
6.3 Velkoobchod	94
6.3.1 Prostorová charakteristika velkoobchodní sítě	95
6.3.2 Pracovní prostředky a zařízení ve velkoobchodě	97
6.3.3 Principy velkoobchodní technologie	99
6.4 Maloobchod	101
6.4.1 Koncepční a metodické zásady výstavby a modernizace maloobchodní sítě	102
6.4.2 Principy maloobchodní technologie	105
6.4.2.1 Zboží	105
6.4.2.2 Provozní plochy a dispoziční řešení	106
6.4.2.3 Obchodní zařízení a mechanizační prostředky	107
6.4.2.4 Technologická návaznost maloobchodních provozních operací	107
6.4.3 Typy provozních jednotek maloobchodu	109
6.5 Pohostinství	111
6.5.1 Principy technologie společného stravování	112
6.5.2 Výrobní proces ve společném stravování	112
6.5.3 Realizační (odbytový, prodejní) proces ve společném stravování	113
6.5.3.1 Odbytová střediska a jejich členění	113
6.5.3.2 Technologie odbytu ve společném stravování	115
6.5.4 Ubytovací služby	115
6.5.4.1 Členění ubytovacích služeb	115
6.5.4.2 Kategorizace ubytovacích zařízení	116
6.6 Cestovní ruch	117
6.6.1 Infrastruktura cestovního ruchu:	117
6.6.2 Cestovní kanceláře	118
7. DISTRIBUČNÍ POLITIKA, ZÁKLADY LOGISTIKY A CONTROLLINGU V LOGISTICE	120
7.1 Distribuční cesty	120
7.1.1 Distribuční kanály	120
7.1.2 Distribuční politika	120
7.2 Logistická distribuce	121
7.3 Controlling v logistice	130
7.3.1 Úkoly a cíle	130
7.3.2 Postupy controllingu logistiky	131
7.3.3 Výpočty logistických nákladů a výkonů	131
7.3.3.1 Nutnost informací o logistických nákladech a výkonech	131

7.3.3.2	Systém výpočtu logistických nákladů a výkonů	132
7.3.3.3	Alternativy realizace kalkulace logistických nákladů	133
7.3.4	Systém ukazatelů v rámci controllingu logistiky	134
7.3.5	Individuální systém ukazatelů	137
8.	PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ VE VNITŘNÍM OBCHODĚ	139
8.1	Práce v obchodě	139
8.2	Analýza a popis pracoviště a práce	140
8.2.1	Analýza a popis pracoviště	140
8.2.2	Analýza a popis profese (pracovní funkce, práce)	141
8.2.3	Klasifikace zaměstnání - rozšířená (KZAM - R)	141
8.2.4	Technické podmínky a bezpečnost práce	143
8.2.5	Fyzikální faktory pracovního prostředí	144
8.2.6	Hygienické a zdravotní podmínky	145
8.2.7	Ergonomické faktory pracovního prostředí	145
8.2.8	Provozní a pracovní režimy	146
8.2.9	Výběr pracovníků	148
8.3	Hodnocení výkonu pracovníků ve vnitřním obchodě	149
8.3.1	Hodnocení výkonu provozních pracovníků vnitřního obchodu	149
8.3.2	Hodnocení výkonu administrativních pracovníků ve vnitřním obchodě	151
8.4	Pracovní chování - motivace a stimulace	152
8.4.1	Motivace a stimulace	153
8.4.2	Mzda a mzdové formy ve vnitřním obchodě	154
8.4.3	Zásady mzdové politiky ve vnitřním obchodě	156
8.4.3.1	Malé a střední organizace	156
8.4.3.2	Velké organizace	157
8.4.3.3	Mzda a sociální výhody (nepřímé odměňování)	159
8.5	Styl řízení jako stimulace pracovního chování	160
8.6	Systém vzdělávání ve vnitřním obchodě	161
8.6.1	Formy vzdělávání	162
8.6.2	Trénink obchodního jednání	163
8.7	Systémy personálních informací	165
8.7.1	Indikátory sociálního stavu	166
8.7.2	Sociální audit	167
8.7.3	Integrovaný personální informační systém	167
9.	CENA V OBCHODNÍ ČINNOSTI	169
9.1	Cenové aktivity - cenová tvorba	169
9.1.1	Strategie cenové tvorby	169
9.1.2	Základní metody stanovení ceny zboží ve firmě:	169
9.1.3	Postup stanovení konkrétní ceny konkrétního výrobku	171
9.1.4	Tvorba cen z geografického hlediska	176
9.1.5	Cenové srážky a slevy	177
9.1.6	Cenový výzkum	178
9.1.6.1	Prožívání cen	179
9.2	Cenová statistika	180
9.2.1	Rodinné účty	180
9.2.2	Index spotřebitelských cen (ISC)	182
9.2.3	Cenová statistika a inflace	187
10.	ZÁKLADY MARKETINGOVÉHO POJETÍ OBCHODNÍ ČINNOSTI	192
10.1	Vymezení pojmu marketing a marketingový systém	192
10.2	Marketingové pojetí obchodní činnosti	193
10.3	Marketingový mix	198
10.4	Marketingové pojetí výrobku	200
10.5	Výrobní výzkum z hlediska marketingové činnosti	202
10.6	Výzkum trhu metodou dotazování	207

10.7 Konjunktura, konjunkturní testy.....	212
10.7.1 Konjunkturní test.....	213
10.7.2 Test kupní ochoty.....	214
10.8 Technika prodeje.....	216
10.8.1 Deset pravidel úspěšného prodeje.....	216
10.9 Public relations a reklama.....	221
10.9.1 Pojetí Public Relations (dále PR).....	223
10.10 Ochranná známka.....	229
10.11 Právo k označení původu produktu a jeho právní ochrana.....	231
10.12 Vady a škody na zboží.....	232
10.13 Ochrana spotřebitele v České republice.....	234
11. STRATEGIE V OBCHODNÍM PODNIKÁNÍ.....	237
11.1 Strategie rozvoje podniku.....	238
11.2 Důchodová strategie podniku.....	240
11.3 Podnikatelské riziko.....	244
11.4 Ochrana proti riziku.....	248
12. ETIKA V PODNIKÁNÍ.....	250
12.1 Etika v podnikání.....	250
12.1.1 Terminologie a vymezení pojmu.....	250
12.1.2 Zásady podnikatelské etiky.....	252
12.2 Úloha etiky v podnikání.....	253
12.2.1 Hlavní nositelé podnikatelsko-etické odpovědnosti.....	255
12.3 Porušování norem podnikatelské etiky.....	257
12.4 Etika specifických činností a ve vybraných činnostech obchodní firmy.....	257
12.5 Některá pojetí a přístupy vztahu etiky a podnikání.....	259
Seznam použité literatury.....	264
PŘÍLOHY.....	265
Kodex reklamy (zásady etické reklamní praxe v ČR).....	266
Etický kodex zásilkového obchodu.....	269
Systém controllingových ukazatelů v logistice.....	272
Určení plánovaných logistických nákladů.....	274