

Obsah:

ZÁKLADNÍ INFORMACE KE STUDIU	7
1 HISTORICKÝ POHLED NA PODNIKÁNÍ	7
1.1 PODSTATA A VÝVOJ PODNIKÁNÍ	7
1.2 KONCEPTUÁLNÍ POHLED NA PODNIKÁNÍ	10
1.3 DEFINICE PODNIKATELE	13
1.4 ÚLOHA PODNIKÁNÍ V EKONOMICKÉM ROZVOJI	13
1.5 BUDOUCNOST PODNIKÁNÍ	14
2 SEBEHODNOCENÍ A ROZHODOVÁNÍ STÁT SE PODNIKATELEM	17
2.1 KDO BY SI MĚL ZALOŽIT SVŮJ VLASTNÍ PODNIK?	17
2.2 ZÁKLADNÍ KAMENY ÚSPĚŠNÉHO PODNIKATELSTVÍ	18
2.3 PROCES ROZHODOVÁNÍ O TOM, ZDA ZAČÍT, ČI NEZAČÍT PODNIKAT	19
2.4 MANAŽERSKÉ VERSUS PODNIKATELSKÉ ROZHODOVÁNÍ	20
2.5 PODNIKATELSKÉ VZDĚLÁVÁNÍ	21
3 PŮVOD PODNIKATELE	25
3.1 PODNIKATELSKÉ ZÁZEMÍ A RYSY	25
3.2 VLASTNOSTI PODNIKATELE	26
4 VZNIK NOVÉHO PODNIKU	29
4.1 ZALOŽENÍ NOVÉHO PODNIKU	31
4.1.1 <i>Výhody a nevýhody založení nového podniku</i>	31
4.1.2 <i>Legální podnikatelské právní entity</i>	31
4.1.2.1 <i>Živnostenské podnikání</i>	31
4.1.2.2 <i>Obchodní společnosti dle obchodního zákoníku</i>	36
4.1.2.2 <i>Neobchodní společnosti dle obchodního zákoníku</i>	39
4.1.3 <i>Smlouva o sdružení ke společné podnikatelské činnosti dle zákona č. 40/1964 Sb. Občanského zákoníku</i>	39
4.2 KOUPE STÁVAJÍCÍHO PODNIKU	40
4.2.1 <i>Hodnocení hmotných a nehmotných aktiv při koupi podniku</i>	41
4.3 VZNIK NOVÉHO PODNIKU NA ZÁKLADĚ FRANCHISINGU	41
4.3.1 <i>Podstata franchisingu</i>	42
4.3.2 <i>Rizika franchisingu</i>	43
4.3.3 <i>Výhody a nevýhody poskytovatele a nabyvatele franchisy</i>	43
4.3.4 <i>Licenční smlouva (franchisa)</i>	44
4.4 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY	45
4.4.1 <i>Historie MSP v České republice</i>	45
4.4.2 <i>Pozice MSP v ekonomice</i>	46
4.4.3 <i>Funkce MSP v ekonomice</i>	47
4.4.4 <i>Bariéry vstupu na trh pro malý podnik</i>	47
4.4.5 <i>Faktory úspěchu MSP</i>	48
4.4.6 <i>Hlavní příčiny neúspěchů MSP</i>	48
4.4.7 <i>Podpora MSP v České republice</i>	49
5 ZPRACOVÁNÍ A VYUŽITÍ PLÁNU NOVÉHO PODNIKU	52
5.1 PODSTATA A SMYSL PLÁNU	52
5.2 ROZSAH A HODNOTA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	54

5.3	STRUKTURA PLÁNU	56
5.4	REALIZACE PLÁNU	59
5.5	PROČ NĚKTERÉ PLÁNY SELHÁVAJÍ	59
5.6	MARKETING NOVÉHO PODNIKU.....	60
5.6.1	<i>Analýza prostředí</i>	61
5.6.2	<i>Marketingový mix</i>	62
5.6.3	<i>Marketingový plán</i>	66
5.6.3.1	Struktura marketingového plánu.....	66
5.6.3.2	Limitovaný marketing.....	69
5.6.3.3	Některé z důvodů omezeného využívání marketingových metod u malých podniků.....	69
5.6.3.4	Vývoj marketingu během rozvoje malého podniku.....	70
5.7	STRUKTURA ORGANIZAČNÍHO PLÁNU	70
5.7.1	<i>Popis činností</i>	71
5.7.2	<i>Specifikace činností</i>	71
5.7.3	<i>Obecné zásady pro umístění podniku</i>	72
5.7.4	<i>Spádová oblast</i>	74
6	ŘÍZENÍ ÚVODNÍCH FÁZÍ ŽIVOTA PODNIKU	77
6.1	ZÁKLADNÍ TEORIE RŮSTU PODNIKŮ.....	77
6.1.1	<i>Stádia a krize růstu podniků</i>	79
6.1.2	<i>Prudký růst a kontrola řízení</i>	86
6.1.3	<i>Základní příčiny nezvládnutého růstu podniku</i>	86
6.1.4	<i>Závěr k teorii růstu podniků</i>	87
6.2	STABILNÍ PŘEŽÍVÁNÍ PODNIKŮ	88
6.3	POKLES - PÁD PODNIKU	90
7	ŘÍZENÍ ZDROJŮ NOVÉHO PODNIKU	92
7.1	ŘÍZENÍ OPERACÍ	93
7.1.1	<i>Výrobní procesy</i>	93
7.1.2	<i>Budovy</i>	93
7.1.3	<i>Manažerské systémy</i>	94
7.1.4	<i>Materiál</i>	95
7.1.5	<i>Kancelářské vybavení</i>	95
7.1.6	<i>Právní věci a pojištění</i>	95
7.2	ŘÍZENÍ LIDÍ.....	96
7.3	ŘÍZENÍ FINANČÍ	97
8	ZDROJE FINANCOVÁNÍ.....	100
8.1	VNITŘNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ.....	101
8.1.1	<i>Zisk</i>	101
8.1.2	<i>Odpisy</i>	101
8.1.3	<i>Ostatní interní zdroje financování</i>	101
8.2	VNĚJŠÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	101
8.2.1	<i>Bankovní úvěry</i>	102
8.2.1.1	Postup banky při hodnocení žádosti o úvěr	102
8.2.1.2	Vyhodnocení žádosti o úvěr.....	104
8.2.2	<i>Leasing</i>	105
8.2.2.1	Operativní leasing	105
8.2.2.2	Finanční leasing	105
8.2.3	<i>Rizikový kapitál</i>	107

8.2.3.1	Úvěr nebo vlastní kapitál versus rizikový kapitál	108
8.2.3.2	Výhody rizikového kapitálu	109
8.2.3.3	Nevýhody rizikového kapitálu	109
8.2.3.4	Typy rizikových investorů.....	110
8.2.3.5	Ohodnocení podniku rizikovým investorem	111
8.2.3.6	Prodej (zpeněžení investice).....	113
8.2.3.7	113	
8.2.4	Dotace.....	113
9	ŘÍZENÍ JIŽ ZAVEDENÉHO PODNIKU	116
9.1	FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ RŮST PODNIKU	116
9.2	HOSPODAŘENÍ S ČASEM.....	118
10	RUŠENÍ PODNIKU	121
10.1	VAROVNÉ SIGNÁLY BANKROTU	121
10.2	ZÁKLADNÍ PRINCIPY ZÁKONA O ÚPADKU A ZPŮSOBECH JEHO ŘEŠENÍ	123
10.2.1	<i>Základní pojmy z části druhé – „KONKURZ“</i>	123
10.2.2	<i>Základní pojmy – „REORGANIZACE“</i>	127
10.2.3	<i>Základní pojmy – „ODDLUŽENÍ“</i>	128
10.3	LIKVIDACE PODNIKU A ZRUŠENÍ PODNIKU BEZ LIKVIDACE	128
10.3.1	<i>Likvidace podniku</i>	128
10.3.2	<i>Zrušení podniku bez likvidace</i>	129
10.4	FÚZE A AKVIZICE	130
11	MEZINÁRODNÍ ASPEKTY PODNIKÁNÍ	133
11.1	INTERNACIONALIZACE PODNIKU.....	133
11.2	SPOLEČNÉ PODNIKÁNÍ SE ZAHRANIČNÍM PARTNEREM	134
11.3	PŘÍČINY VZNIKU SPOLEČNÝCH PODNIKŮ	135
11.3.1	<i>Motivy pro vytvoření společného podniku</i>	135
11.3.1.1	Posílení existujícího podnikání.....	135
11.3.1.2	Umístit výrobky na zahraniční trhy	138
11.3.1.3	Umístění zahraničních produktů na místní trhy	139
11.3.1.4	Rozdělit existující podnikání do nového podnikání	139
12	MODERNÍ TRENDY PODNIKÁNÍ.....	141
12.1	SUBKONTRAKTING	141
12.2	INTRAPODNIKÁNÍ.....	143
12.2.1	<i>Příčiny rostoucího zájmu o intrapodnikání</i>	144
12.2.2	<i>Podniková versus intrapodnikatelská kultura</i>	144
12.2.3	<i>Možné problémy intrapodnikání</i>	146
12.2.4	<i>Úspěchy intrapodnikání</i>	146
12.3	PODNIKATELSKÉ SÍTĚ	147
12.3.1	<i>Výhody podnikatelských sítí</i>	148
12.4	STRATEGICKÉ ALIANCE	148
12.4.1	<i>Princip strategických aliancí</i>	149
12.4.2	<i>Výhody strategických aliancí</i>	149
12.4.3	<i>Praktické příklady strategických aliancí</i>	150
13	SOUHRNNÁ POUŽITÁ LITERATURA	152
14	PŘÍLOHY	154