

OBSAH

Seznam zkratk	15
Předmluva	17
Úvod k problematice podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU	19

1 Malé a střední podniky a jejich význam a místo

v Evropské unii	21
1.1 Definice podniků v kategorii mikro-, malých a středních podniků v EU	22
1.2 MSP a jejich nezastupitelné místo v ekonomice každé demokratické země a jejich význam	23
1.3 Podmínky pro podnikání – v dnešních ekonomických a politických poměrech	24
1.4 Podmínky pro podnikání – výhled	25
1.5 Faktory změn prostředí v EU i ve světě	26
1.6 Změny struktury světové ekonomiky – dopad na EU	27
1.7 Evropa a malé a střední podniky ve světové ekonomice	28
1.8 Současné priority v EU jsou v reformách pravidel	29
1.9 Podpora rozvoje malých a středních podniků – budoucnost	31
1.10 Dokument Small Business Act na podporu malých a středních podniků	32
Shrnutí	32
Literatura	33

2 Česká republika a její začlenění do Evropské unie

– šance i ohrožení pro podnikatele malých a středních podniků	34
2.1 Rok 2004 – rok vstupu ČR do EU	35
2.2 Základní podmínky a principy pro přijetí a jejich realizace	35
2.3 Malé a střední podniky po vstupu do EU	38
2.4 Faktory, kterými se měří výkonnost ekonomiky	38

2.5	Možnosti ohrožení malých a středních podniků po vstupu na jednotný trh EU	39
2.6	Které z firem by se měly vstupu na jednotný trh bát	44
2.7	Výhody plnohodnotného členství v EU	45
	Shrnutí	45
	Literatura	46
3	Eurokontrola jako nástroj hodnocení připravenosti malých a středních podniků na vnitřní jednotný trh EU	47
3.1	Eurokontrola (Euro-check)	48
3.2	Soubor otázek k autodiagnóze firmy	48
3.3	Akční plán pro obchodování na jednotném trhu EU – zhodnocení šancí	52
3.4	Adaptace českých malých a středních podniků na předpisy vnitřního trhu – deset praktických rad	53
3.5	Strategické otázky pro české malé a střední podniky a zdroje společnosti	54
3.6	Zdroje společnosti	55
	Shrnutí	55
	Literatura	56
4	Clo a Evropská unie	57
4.1	Chápání jednotného trhu jako prostoru bez cel a s maximem svobod	57
4.2	Co je to Inrastat a co je předmětem vykazování	58
4.3	Formy předávání výkazů, jaké podklady jsou nutné pro údaje Inrastatu a termíny plnění	59
4.4	Zvláštní zboží a jeho pohyby	59
	Shrnutí	60
	Literatura	61
5	Politika podpory malých a středních firem v České republice	62
5.1	System podpory malým a středním podnikům	63
5.2	Formy podpory malých a středních podniků v současnosti	65
5.3	Formy programů podpory malého a středního podnikání	65
5.4	Instituce podporující a realizující půjčky pro malé a střední podnikání	71
5.5	Podnikatelské prostředí a jeho zkvalitňování v čase	72

5.6	Novela zákona o podpoře malého a středního podnikání	74
	Shrnutí	75
	Literatura	75
6	Regionální rozvoj a regionální instituce podporující malé a střední podniky	76
6.1	Způsoby financování regionální politiky státu	77
6.2	Regionální programy podpory malého a středního podnikání na léta 2009 až 2013	78
6.3	Regionální instituce a budoucnost podnikání v regionech	83
6.4	Příviv kapitálu do tzv. citlivých regionů	84
6.5	Státní opatření k urychlení růstu ekonomiky podporou exportu	85
	Shrnutí	90
	Literatura	91
7	Podnikatelský záměr, výběr společníka, tichý společník	92
7.1	Co je podnikání	93
7.2	Co je podnikatel	93
7.3	Kdo je podnikatel a čím je charakterizován	94
7.3.1	Základní rysy a charakteristika dobrého podnikatele	94
7.3.2	Předpoklady úspěchu začínajícího podnikatele	95
7.4	Podnikatelský záměr	96
7.4.1	Tvorba podnikatelského záměru	96
7.4.2	Zásady tvorby úspěšného podnikatelského záměru	97
7.4.3	Popis podnikatelského záměru	98
7.4.4	Podnikatelský záměr a jeho shrnutí	99
7.5	Podnikatelský plán	100
7.6	Výběr společníka	100
7.7	Tichý společník – tiché společenství	102
	Shrnutí	102
	Literatura	103
8	Příčiny neúspěchu podnikání malých a středních podniků	104
8.1	Vznik a původ příčin obecně	104
8.2	Všeobecné příčiny	105
8.3	Transformační problémy v našich podnicích.	107
8.4	Podnikatel jako faktor neúspěchu	109

8.5 Problémy podnikatele a jeho plánu	111
Shrnutí	114
Literatura	114
9 Získávání a udržení pracovníků v malém a středním podniku	116
9.1 Úloha manažerů nebo majitelů v personálním řízení	117
9.2 Hlavní manažerské činnosti v oblasti personálního řízení	117
9.3 Úloha manažera v oblasti personální práce a zdroje získávání pracovníků	118
9.4 Metody získávání pracovníků pro firmu	120
9.5 Výběr zaměstnance na základě přesných kritérií formou výběrových řízení	123
9.6 Udržení pracovníka ve firmě – motivace a adaptace	125
9.7 Hodnocení pracovníků	127
9.8 Odměňování zaměstnanců a zaměstnanecké výhody	129
9.9 Profesní a osobní rozvoj pracovníků	132
Shrnutí	134
Literatura	135
10 Orientace pracovníků	136
10.1 Adaptace na pracovní zařazení	137
10.2 Orientace pracovníků	137
10.3 Orientace nových pracovníků	138
10.4 Cíle uvádění nových pracovníků do podniku	140
10.5 Fluktuace pracovníků	141
Shrnutí	142
Literatura	142
11 Uvolňování pracovníků standardními způsoby	143
11.1 Rozvazování pracovního poměru a jeho formy	144
11.2 Důvody propouštění pracovníků	146
11.3 Příčiny vně a uvnitř organizace	147
11.4 Jak předcházet nadbytečnosti a jak nenásilně snižovat počet pracovníků	148
11.5 Výběr pracovníků určených k propuštění z důvodu nadbytečnosti	149
11.6 Penzionování pracovníků a jejich rezignace	150

Shrnutí	151
Literatura	151
12 Obchodní činnosti a vztahy v tuzemsku a zahraničí	152
12.1 Odlišnosti smluv mezi tuzemskými a zahraničními partnery	153
12.2 Formy a způsoby zahraničního obchodu	154
12.3 Základní formy zahraniční obchodní činnosti	155
12.4 Vývozní obchodní operace	156
12.5 Vývozní marketing – marketing pro dané vývozní teritorium	158
12.6 Rizika v zahraničním obchodě	162
12.7 Chyby vyskytující se nejčastěji v zahraničním obchodě	164
12.8 Zdroje financování vývozu	165
12.9 Dovozní obchodní operace	166
12.9.1 Příprava dovozního obchodu	166
12.9.2 Volba obchodního partnera	167
12.9.3 Uzavření kupní smlouvy	167
12.9.4 Plnění kupní smlouvy	168
Shrnutí	168
Literatura	169
13 Etika podnikání a podnikatelská kultura	170
13.1 Morálka a etika	172
13.1.1 Etický přístup	173
13.1.2 Inženýrský přístup	174
13.2 Vztah etiky a podnikání v praxi	174
13.3 Podnikatelská etika	177
13.3.1 Etika podnikatele	177
13.3.2 Etika firmy a její řízení	178
13.4 Etické kodexy	179
13.5 Deset „příkázání“, respektive doporučení pro podnikatele. . .	182
13.6 Současná úroveň podnikatelské etiky v ČR	183
Shrnutí	185
Literatura	185

14 Podnikatel a životní prostředí	186
14.1 Základní pojmy, jejich význam a výklad	186
14.2 Obecné povinnosti podnikatele	188
14.3 Povinnosti podnikatele ve vodním hospodářství	188
14.4 Povinnosti podnikatele v ochraně ovzduší	189
14.5 Povinnosti podnikatele v oblasti nakládání s odpady	191
14.6 Povinnost podnikatele v ochraně přírody	192
14.7 Povinnosti podnikatele v ochraně zdraví	193
14.8 Povinnosti podnikatele v ochraně půdního fondu	194
14.9 Státní podpora při podnikání	194
14.10 Sankční postihy za nedodržení zákonem stanovených povinností podnikatele	197
14.11 Principy ochrany životního prostředí v EU a hlavní oblasti regulace ochrany životního prostředí na úrovni EU	198
14.12 Devět způsobů, kterými mohou všichni životnímu prostředí pomoci podle doporučení hnutí Arnika	198
Shrnutí	199
Literatura	199
15 Ochrana spotřebitele	200
15.1 Co je ochrana spotřebitele a její vývoj	201
15.2 Zákon o ochraně spotřebitele	202
15.2.1 Vymezení základních pojmů Zákona o ochraně spotřebitele	203
15.2.2 Povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb	204
15.2.3 Zákaz diskriminace spotřebitele	205
15.2.4 Zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabídky, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami	205
15.2.5 Zákaz klamání spotřebitele	205
15.3 Nejvýznamnější zákony na ochranu spotřebitele a lhůty reklamační doby	206
15.4 Příklady k problematice ochrany spotřebitele	207
15.5 Sdružení obrany spotřebitelů ČR	210
15.6 Desatero spotřebitelské sebeobrany	210
Shrnutí	212
Literatura	212

16 Ekolabeling, jeho význam v České republice a v Evropské unii	213
16.1 Ekolabeling jako certifikační systém.	213
16.2 Kritická místa ecolabelingu	214
16.3 Státem garantované „ekoznačky“	215
16.4 Státem negarantované „ekoznačky“, nemající oporu v zákonech	215
16.5 Neekoznačky – příklady	216
16.6 Metoda štítkování	217
16.7 Výsledky průzkumu obyvatel k ekoznačkám	218
Shrnutí	218
Literatura	219
17 Environmentální aspekty podnikání malých a středních podniků	220
17.1 Normy a environmentálně orientované řízení malých a středních podniků	220
17.2 Vztah malých a středních podniků k zavádění EMS	221
17.3 Podpora zavádění EMS.	221
17.4 Zavedení EMS v podniku jako strategie postupných kroků	223
17.5 Systémy environmentálního řízení a způsoby motivace pracovníků	224
17.6 České firmy a změny po vstupu do EU z hlediska EMS	225
Shrnutí	227
Literatura	227
18 Pojištění podnikatele a jeho význam pro firmu	228
18.1 Nepovinné pojištění jako možnost omezení rizik za škody na majetku a odpovědnosti za škody.	229
18.2 Výběr pojišťovny	231
18.3 Kapitálové životní pojištění	232
18.4 Penzijní připojištění se státním příspěvkem	233
Shrnutí	233
Literatura	234

19 Účelová spojení a aliance, jejich význam pro malé a střední podniky, právní kodifikace, jejich provozování a zánik	236
19.1 Podstata účelových spojení	237
19.2 Kdy se rozhodnout pro strategického partnera	238
19.3 Hledání ideálního strategického partnera	239
19.4 Informační zdroje jako pomocník výběru firmy	240
19.5 Výběr strategického partnera	242
19.6 Společný podnikatelský záměr	243
19.6.1 Smlouva o vzájemném respektování zájmů	243
19.6.2 Smlouva o strategické alianci	244
19.7 Situace v ČR a projekt „Strategické partnerství“	244
19.8 Průběh a ukončení strategických aliancí	245
Shrnutí	246
Literatura	247
20 Malé a střední podniky a jejich šance v podmínkách světové ekonomické krize	248
20.1 Síla a význam malých a středních podniků se ukazuje jako stále větší a jejich postavení důležitější	249
20.2 Nové pojetí podnikání malých a středních podniků jako reakce na ekonomickou světovou krizi	249
20.3 Volné odpovědi na prezentované otázky	250
20.4 Nové nároky na vůdčí osobnost v turbulentním prostředí globální ekonomiky	251
20.5 Šest kroků k vytvoření nového postavení budoucí organizace	252
Shrnutí	254
Literatura	255
Závěrem pár slov autora	256
Přílohy	258
Rejstřík	262