

OBSAH

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| OBSAH | 1 |
| ÚVOD | 4 |
| 1 PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ VNITŘNÍHO TRHU EU | 5 |
| 1.1 CELNÍ A DAŇOVÉ ASPEKTY ZAHRANIČNÍHO OBCHODU PO VSTUPU ČESKÉ REPUBLIKY DO EVROPSKÉ UNIE..... | 5 |
| 1.1.1 <i>Cla a další opatření s rovnocenným účinkem</i> | 6 |
| 1.1.2 <i>Celní sazebník (TARIC - Tarif intégré communautaire)</i> | 8 |
| 1.1.3 <i>Celní preference a původ zboží</i> | 9 |
| 1.1.4 <i>Celní hodnota</i> | 11 |
| 1.1.5 <i>Celní režimy</i> | 12 |
| 1.1.6 <i>Celní dluh</i> | 14 |
| 1.2 INTRAKOMUNITÁRNÍ (VNITROUNIJNÍ) PLNĚNÍ..... | 15 |
| 1.3 TECHNICKÁ HARMONIZACE V ZEMÍCH EU – POŽADAVKY NA ČESKÉ PODNIKY..... | 17 |
| 1.4 ZEMĚDĚLSKÉ VÝROBKY..... | 20 |
| 1.5 SLUŽBY A OBCHOD SE SLUŽBAMI..... | 22 |
| 1.6 LICENČNÍ OBCHODY A PŘÍSLUŠNÁ LEGISLATIVA EU..... | 23 |
| 1.6.1 <i>Negativní atesty v kartelovém právu ES</i> | 24 |
| 1.6.2 <i>Evropská patentová úmluva</i> | 32 |
| 1.6.3 <i>Nové acquis - průmyslové vzory a biotechnologické vynálezy</i> | 34 |
| 1.7 INVESTIČNÍ PROSTŘEDÍ V EU..... | 37 |
| 2 SPOLEČNÁ MĚNA EURO A JEJÍ VÝZNAM Z POHLEDU ČESKÝCH PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ | 39 |
| 2.1 INTEGRACE ČR DO EU..... | 43 |
| 2.2 PŘEVZETÍ SPOLEČNÉ MĚNY EURO..... | 43 |
| 2.3 ÚROVEŇ EKONOMICKÝCH VAZEB MEZI ČR A EU..... | 46 |
| 3 PODPORA PODNIKÁNÍ A PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ Z PROSTŘEDKŮ EU | 52 |
| 3.1 PRIORITY ROZVOJ PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ..... | 53 |
| 3.1.1 <i>Opatření infrastruktura pro průmyslový výzkum, vývoj a inovace</i> | 53 |
| 3.1.2 <i>Opatření Rozvoj podnikatelské infrastruktury</i> | 58 |
| 3.1.3 <i>Opatření Infrastruktura pro rozvoj lidských zdrojů v průmyslu a podnikání</i> | 63 |
| 3.1.4 <i>Opatření Rozvoj informačních a poradenských služeb</i> | 67 |

| | | |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2 | PRIORITA ROZVOJ KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKŮ | 74 |
| 3.2.1 | <i>Opatření Zakládání a rozvoj malých a středních podniků</i> | 74 |
| 3.2.2 | <i>Program podpory začínajících podnikatelů - START.....</i> | 75 |
| 3.2.3 | <i>Program podpory podniků v počátečním stádiu rozvoje – KREDIT.....</i> | 77 |
| 3.2.4 | <i>Program rozvoje malých a středních podniků – ROZVOJ.....</i> | 79 |
| 3.2.5 | <i>Program MARKETING</i> | 81 |
| 3.2.6 | <i>Opatření Podpora inovací výrobků, technologií a služeb (inovace)</i> | 83 |
| 3.2.7 | <i>Opatření Snižování energetické náročnosti a vyšší využití obnovitelných zdrojů energie.....</i> | 88 |
| 3.2.8 | <i>Program snižování energetické náročnosti - Úspora energie.....</i> | 89 |
| 4 | PŘIPRAVENOST LIDSKÝCH ZDROJŮ NA VSTUP DO EU..... | 93 |
| 4.1 | NÁKLADY PRÁCE A PRODUKTIVITA..... | 93 |
| 4.1.1 | <i>Jednotkové náklady práce</i> | 93 |
| 4.1.2 | <i>Náklady práce.....</i> | 96 |
| 4.1.3 | <i>Struktura nákladů práce</i> | 98 |
| 4.1.4 | <i>Produktivita práce, mzdy a nezaměstnanost.....</i> | 100 |
| 4.1.5 | <i>Produktivita práce z mikroekonomického pohledu.....</i> | 103 |
| 4.2 | CESTY ZVYŠOVÁNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI LIDSKÉHO KAPITÁLU | 105 |
| 4.2.1 | <i>Zvyšování kvality lidského kapitálu, cesty vedoucí ke vzniku znalostní společnosti</i> | 106 |
| 4.2.2 | <i>Flexibilita trhu práce, nové formy zaměstnaneckých vztahů a organizace práce ..</i> | 113 |
| 4.3 | KONKURENCESCHOPNOST ČESKÉHO MANAGEMENTU..... | 115 |
| 5 | MARKETINGOVÁ STRATEGIE PRO PODNIKÁNÍ NA TRHU EU | 119 |
| 5.1 | VÝZKUM TRHU V ZEMÍCH EU..... | 120 |
| 5.1.1 | <i>Informační zdroje pro české vývozce do zemí Evropské unie.....</i> | 126 |
| 5.2 | FORMY VSTUPU PODNIKŮ NA EVROPSKÉ TRHY | 129 |
| 5.2.1 | <i>Vývozní aktivity na trzích zemí EU.....</i> | 129 |
| 5.2.2 | <i>Formy vstupu na trhy zemí EU nenáročné na kapitálové investice.....</i> | 134 |
| 5.2.3 | <i>Kapitálové vstupy podniků.....</i> | 137 |
| 5.3 | SEGMENTACE TRHU EU A POSITIONING | 138 |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.4 | MEZINÁRODNÍ MARKETINGOVÝ MIX | 144 |
| 5.4.1 | Výrobní politika | 144 |
| 5.4.2 | Cenová politika | 148 |
| 5.4.3 | Distribuční politika | 153 |
| 5.4.4 | Komunikační politika | 158 |
| 6 | KAPITÁLOVÉ ZAJIŠTĚNÍ ČESKÝCH PODNIKŮ, DOSTUPNOST ÚVĚŘŮ, POJIŠTĚNÍ, FAKTORING, FORFAITING A LEASING | 161 |
| 6.1 | CZECHINVEST | 164 |
| 6.2 | ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA | 168 |
| 6.3 | EXPORTNÍ GARANČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST | 172 |
| 6.4 | MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ | 175 |
| 6.5 | MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU | 176 |
| 6.6 | ASOCIACE INOVAČNÍHO PODNIKÁNÍ | 177 |
| 6.7 | ČESKOMORAVSKÁ ZÁRUČNÍ A ROZVOJOVÁ BANKA | 178 |
| 6.8 | PŘÍKLAD FINANCOVÁNÍ BANKOVNÍM SUBJEKTEM – ČESKÁ SPORITELNA | 179 |
| 6.9 | FAKTORING, FORFAITING A LEASING | 179 |
| | PŘÍLOHA I: PILOTNÍ DOTAZOVÁNÍ – ROK 2002 | 181 |
| | PŘÍLOHA II: ZPRACOVÁNÍ VÝSLEDKŮ VÝBĚROVÉHO DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ V MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNICÍCH – ROK 2003 | 183 |
| | PŘÍLOHA III: ANALÝZA VÝSLEDKŮ HLOUBKOVÉHO DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ – ROK 2004 | 194 |
| | SEZNAM LITERATURY | 207 |