

# Obsah

<b>Předmluva</b> .....	7
<b>1 Význam a podstata členství MSP v profesních organizacích</b> .....	9
Úvod .....	9
1.1 Podpora sdružením podnikatelů .....	10
1.2 Komory - svobodné a nezávislé subjekty podnikání .....	11
1.2.1 Hospodářská komora České republiky .....	11
1.2.2 Profesní komory .....	13
1.2.3 Profesní a zájmové sdružení podnikatelů .....	14
1.2.4 Sdružení podnikatelů ČR .....	15
Shrnutí .....	18
Literatura .....	19
<b>2 Kongresová turistika jako specifický faktor podnikání MSP</b> .....	21
Úvod .....	21
2.1 Definice kongresové turistiky a základní vymezení tohoto fenoménu .....	22
2.2 Základní vymezení kongresové turistiky z hlediska velikosti .....	23
2.3 Specifika kongresové turistiky .....	24
2.4 Požadavky kongresové turistiky .....	24
2.5 Organizace kongresu jako kompletní nabídka .....	26
2.6 Průběh kongresu v obecné rovině .....	27
2.7 Kongresová turistika jako zdroj finančních prostředků .....	28
2.8 Praha jako kongresová destinace .....	29
2.9 Materiálně-technická základna předpoklad úspěchu .....	29
Shrnutí .....	30
Literatura .....	30
<b>3 Význam veletrhů a výstav pro rozvoj podnikání MSP</b> .....	31
Úvod .....	31
3.1 Veletrhy a výstavy a jejich dělení .....	32
3.2 Specifika veletrhů a výstav .....	33
3.3 Typy veletrhů podle působnosti, struktury a vystavovatelů .....	34
3.4 Firma a její účast na veletrzích a výstavách .....	36
3.4.1 Přípravná fáze účasti firmy na veletrhu či výstavě .....	37
3.4.2 Metody stanovení rozpočtu na propagaci akce .....	38
3.4.3 Výstavní stánek - výběr a typy .....	40
3.4.4 Personální zabezpečení expozice .....	41
3.4.5 Organizační a informační zabezpečení expozice .....	42
3.4.6 Vlastní vystavování na veletrhu či výstavě .....	42
3.4.7 Práce s informacemi bezprostředně po skončení veletrhu .....	43
3.4.8 Hodnocení úspěšnosti pořádané akce .....	44
3.5 Veletržní a výstavní možnosti v České republice .....	45
3.6 Veletrhy v ostatních zemích EU .....	46
Shrnutí .....	48
Literatura .....	49
<b>4 Pojištění podnikatele a jeho význam pro firmu</b> .....	51
Úvod .....	51
4.1 Nepovinné pojištění jako možnost omezení rizik za škody na majetku a odpovědnosti za škody .....	52
4.2 Výběr pojišťovny .....	54
4.3 Kapitálové životní pojištění .....	56

4.4	Penzijní připojištění se státním příspěvkem.....	57
	Shrnutí .....	57
	Literatura .....	59
<b>5</b>	<b>Neziskové organizace, jejich řízení, prosperita a společenský význam.....</b>	<b>61</b>
	Úvod .....	61
5.1	Typologie neziskových organizací .....	62
5.2	Neziskové organizace z pohledu faktorů efektivnosti a poslání .....	65
5.2.1	Faktory efektivnosti neziskových organizací .....	66
5.3	Neziskové organizace z pohledu marketingu a podnikání .....	67
5.4	Plánování jako faktor úspěchu .....	70
5.5	Zdroje financování .....	70
5.6	Fundraising a jeho plánování .....	72
5.7	Neziskové organizace a malé a střední podniky .....	73
	Shrnutí .....	74
	Literatura .....	75
<b>6</b>	<b>Podnikatel a celní politika .....</b>	<b>77</b>
	Úvod .....	77
6.1	Celní politika ČR a funkce cla .....	78
6.2	Clo jako prvek celní politiky.....	79
6.3	Celní řízení a celní prohlášení .....	80
6.4	Celní režimy uplatňované v ČR .....	81
6.5	Celní sazebník .....	83
6.6	Celní dluh .....	84
	Shrnutí .....	85
	Literatura .....	86
<b>7</b>	<b>Zasilatelství jako forma podnikání MSP a charakteristické znaky zasilatelských smluv.....</b>	<b>87</b>
	Úvod .....	87
7.1	Historický exkurz .....	88
7.2	Zasilatelství jako právní forma.....	88
7.3	Zasilatelství vnitrostátní, vnitrounitní a mezinárodní .....	90
7.4	Zasilatelská smlouva a přepravní smlouva, jejich specifika a rozdíly .....	91
7.5	Podstatné charakteristické znaky zasilatelské smlouvy .....	92
	Shrnutí .....	95
	Literatura .....	95
<b>8</b>	<b>Offshore finanční centra, jejich význam a praktické použití.....</b>	<b>97</b>
	Úvod .....	97
8.1	Historický vývoj daňových rážů .....	98
8.2	Daňové plánování a motivy využívání offshore center.....	99
8.3	Využití daňových rážů .....	100
8.4	Evropská Unie a obrana proti organizovanému zločinu .....	103
8.5	Investiční pobídky v České republice .....	103
	Shrnutí .....	104
	Literatura .....	105
<b>9</b>	<b>Účelová spojení (aliance), jejich význam pro MSP, právní kodifikace, jejich provozování a zánik .....</b>	<b>107</b>
	Úvod .....	107
9.1	Podstata účelových spojení .....	108
9.2	Kdy se rozhodnout pro strategického partnera.....	109
9.3	Hledání ideálního strategického partnera .....	111

9.4	Informační zdroje jako pomocník výběru firmy .....	112
9.5	Výběr strategického partnera .....	113
9.6	Společný podnikatelský záměr.....	115
9.6.1	Smlouva o vzájemném respektování zájmů .....	115
9.6.2	Smlouva o strategické alianci.....	115
9.7	Situace v ČR a Projekt „Strategické partnerství“ .....	116
9.8	Průběh a ukončení strategických aliancí .....	118
	Shrnutí .....	119
	Literatura .....	120
<b>10</b>	<b>Timesharing - způsob podnikání i využívání volného času .....</b>	<b>121</b>
	Úvod .....	121
10.1	Vymezení pojmu timesharing a jeho princip .....	121
10.2	Z historie timesharingu.....	122
10.3	Základní statické údaje.....	123
10.4	Profil vlastníků dovolené .....	124
10.5	Právní úprava a výklad timesharingové smlouvy .....	125
10.6	Nevýhody timesharingu .....	127
	Shrnutí .....	127
	Literatura .....	128
<b>11</b>	<b>Flexibilní pracovní modely vhodné pro řízení v MSP .....</b>	<b>129</b>
	Úvod .....	129
11.1	Flexibilita jako faktor rozvoje firmy .....	130
11.2	Flexibilní pracovní modely .....	132
11.2.1	Pracovní konta.....	132
11.2.2	Model semaforu.....	133
11.2.3	Roční časový model .....	134
11.2.4	Celoživotní flexibilní přístupy .....	134
11.2.5	Servisní časy.....	135
11.2.6	Stavebnicový model.....	135
11.2.7	Model založený na odpovědnosti.....	135
11.2.8	Částečný pracovní úvazek .....	136
11.2.9	Částečný pracovní úvazek (pro starší pracovníky) .....	136
	Shrnutí .....	137
	Literatura .....	138
<b>12</b>	<b>Obchodní jednání, jeho příprava a vedení.....</b>	<b>139</b>
	Úvod .....	139
12.1	Charakteristika uznávaného obchodního partnera .....	140
12.2	Teorie obchodního jednání.....	141
12.3	Příprava obchodního jednání.....	141
12.4	Volba strategie a taktiky vyjednávání .....	146
12.4.1	Vyjednávací taktiky.....	148
12.5	Zahájení obchodního jednání a jeho vlastní průběh.....	149
12.6	Taktika ústupků jako forma hledání kompromisu.....	151
12.7	Závěr obchodního jednání .....	153
	Shrnutí .....	154
	Literatura .....	155