

Obsah

Předmluva	9
1 Specifika podnikání malých a středních podniků	13
Úvod	13
1.1 Východiska a cíle podpory malých a středních podniků	15
1.2 Specifika podnikání malých a středních podniků	17
1.2.1 Organizační a řídicí	17
1.2.2 Personální	18
1.2.3 Výrobní	18
1.2.4 Obchodní	18
1.2.5 Finanční	19
1.3 Problémy a nevýhody podnikání malých a středních podniků	19
1.3.1 Finanční	20
1.3.2 Výrobní	21
1.3.3 Personální	21
1.3.4 Organizační a řídicí	21
1.3.5 Obchodní	22
1.4 Význam malých a středních podniků pro politickou stabilitu	22
Shrnutí	23
Přílohy	24
Literatura	28
2 Subjekty nabízející služby podnikatelům při zakládání firmy a možnosti čerpání finanční pomoci	29
Úvod	29
2.1 Finanční prostředky pro začátek podnikání	30
2.2 Formy podpory malých a středních podniků a její subjekty	31
2.3 Vládní organizace podporující malé a střední podnikání	33
2.4 Nevládní organizace jako zdroj informací o finanční pomoci	34
2.5 Privátní organizace	35
2.6 Přehled programů podpory vytvořených ČMZRB pro potřeby podnikatelského sektoru	35
2.6.1 Vybrané plošné programy podpory podnikání v ČR	35
2.6.2 Vybrané regionální programy	37
2.7 Úřady práce - možnost získání příspěvku	39
2.8 Příklady finančních nákladů nutných pro začátek podnikání	41
Shrnutí	42
Přílohy	43
Literatura	48
3 Charakteristika podnikatele, podnikatelský záměr; výběr společníka	49
Úvod	49
3.1 Co je podnikání z hlediska původního výkladu podnikání a dnešního vnímání	50
3.2 Kdo je podnikatel	51
3.3 Faktory ovlivňující podnikatele	52
3.3.1 Právní prostředí	52
3.3.2 Ekonomické prostředí	52
3.3.3 Podnikatelská infrastruktura	52
3.4 Základní rysy a charakteristika dobrého podnikatele	53
3.4.1 Předpoklady úspěchu začínajícího podnikatele	53

3.5	Tvorba a popis podnikatelského záměru.....	54
3.5.1	Tvorba podnikatelského záměru	54
3.5.2	Zásady tvorby úspěšného podnikatelského záměru	55
3.5.3	Popis podnikatelského záměru	56
3.6	Podnikatelské memento.....	57
3.6.1	Příčiny ukazující proč ne každý člověk podniká.....	58
3.7	Desatero úspěšného podnikatele	59
3.8	Výběr společníka.....	60
3.8.1	Hlediska výběru společníka	60
3.9	Tichý společník	61
	Shrnutí	62
	Přílohy	63
	Literatura	72
4	Příčiny neúspěchu podnikání malých a středních podniků	73
	Úvod	73
4.1	Vznik a původ příčin obecně.....	73
4.2	Všeobecné příčiny	74
4.2.1	Ekonomické aspekty	74
4.2.2	Ekologické aspekty	75
4.2.3	Technologické a technické aspekty.....	75
4.2.4	Dodavatelské aspekty.....	75
4.2.5	Vnější aspekty	76
4.3	Transformační problémy v našich podnicích	77
4.4	Podnikatel jako faktor neúspěchu	78
4.5	Problémy podnikatele a jeho plánu	80
4.5.1	Marketing	81
4.5.2	Finance a investice	81
4.5.3	Organizace a řízení.....	82
	Shrnutí	83
	Literatura	83
5	Obchodní vztahy v tuzemsku a zahraničí	85
	Úvod	85
5.1	Tuzemský obchod a jeho realizace.....	86
5.2	Zahraniční obchod a jeho formy	86
5.3	Vývozní obchodní operace.....	89
5.3.1	Příprava vývozní operace.....	89
5.3.2	Navázání obchodních vztahů – volba partnera	90
5.4	Dovozní obchodní operace.....	90
5.5	Uzavření kupní smlouvy	91
5.6	Kupní smlouva a její plnění	92
5.7	Vymezení platební podmínky a způsoby placení.....	94
5.7.1	Doba placení.....	94
5.7.2	Placení předem (akontace)	94
5.7.3	Částečné placení předem	95
5.7.4	Placení při dodávce zboží.....	95
5.7.5	Placení určitou dobu po dodávce	95
5.7.6	Místo placení.....	95
5.7.7	Způsob úhrady.....	95
5.8	Dokumenty v platebním styku zahraničního obchodu.....	96
5.9	Způsoby placení v mezinárodním obchodě.....	97

5.10	Rizika a chyby v činnostech zahraničního obchodu	100
	Shrnutí	102
	Přílohy	103
	Literatura	116
6	Obchodní vztahy dodavatele a mezinárodních retailingových řetězců; význam, postata a výklad kupních smluv	117
	Úvod	117
6.1	Vývoj a vznik retailingových řetězců	118
6.2	Rok 1995 jako mezník v obratu změny v tomto způsobu prodeje	119
6.3	Vývoj obratu rozhodujících řetězců v českém obchodu	120
6.4	Současná praxe obchodování s mezinárodními maloobchodními řetězci	122
6.4.1	Podmínky vztahu s retailingovým řetězcem	123
6.5	Rozbor jednotlivých bodů obchodní smlouvy a jejich specifika	124
6.6	Závěr a vyhodnocení výhodnosti spolupráce	127
	Shrnutí	128
	Literatura	129
7	Clo a Evropská unie	131
	Úvod	131
7.1	Chápání jednotného trhu jako prostoru bez cel a s maximem svobod	131
7.2	Co je to INRASAT, a co je předmětem vykazování	132
7.3	Formy předávání výkazů, jaké podklady jsou nutné pro údaje INTRASATU a termíny plnění	133
7.4	Zvláštní zboží a jeho pohyby:	134
	Shrnutí	135
	Literatura	135
8	Etika podnikání a podnikatelská kultura	137
	Úvod	137
8.1	Morálka a etika	138
8.1.1	Etický přístup	139
8.1.2	Inženýrský přístup	140
8.2	Vztah etiky a podnikání v praxi	141
8.3	Podnikatelská etika	144
8.3.1	Etika podnikatele	144
8.3.2	Etika firmy a její řízení	146
8.4	Etické kodexy	147
8.5	Deset přikázání pro podnikatele	150
8.6	Současná úroveň podnikatelské etiky v ČR	150
	Shrnutí	152
	Literatura	153
9	Ochrana spotřebitele	155
	Úvod	155
9.1	Co je ochrana spotřebitele a její vývoj	156
9.2	Zákon o ochraně spotřebitele	157
9.2.1	Vymezení základních pojmů Zákona o ochraně spotřebitele	158
9.2.2	Povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb	160
9.2.3	Zákaz diskriminace spotřebitele	160
9.2.4	Zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabídky, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměřitelností s potravinami	160
9.2.5	Zákaz klamání spotřebitele	160
9.3	Nejvýznamnější zákony na ochranu spotřebitele a lhůty reklamační doby	161

9.4	Příklady k problematice ochrany spotřebitele	162
9.5	Orgány dozoru v ČR a jejich kompetence	164
9.6	Sdružení obrany spotřebitelů České republiky	165
9.7	Desatero spotřebitelské sebeobraný	165
	Shrnutí	167
	Literatura	168
10	Hodnocení připravenosti malých a středních podniků na jednotný trh EU formou Eurokontroly (EURO - CHECK)	169
	Úvod	169
10.1	Eurokontrola (Euro - check)	170
10.2	Soubor otázek k autodiagnóze firmy	170
10.3	Akční plán pro obchodování na jednotném trhu EU - zhodnocení sancí	175
10.4	Adaptace českých malých a středních podniků na předpisy vnitřního trhu - deset praktických rad	176
10.5	Strategické otázky pro české MSP a zdroje společnosti	177
10.6	Zdroje společnosti	178
	Shrnutí	178
	Přílohy	179
	Literatura	190
11	Vstup malých a středních podniků na jednotný trh EU	191
	Úvod	191
11.1	Co je to jednotný trh EU	193
11.2	Kvantitativní vymezení malého a středního podnikání v Evropské unii	195
11.2.1	Česká republika na trhu EU – dnes	197
11.2.2	Česká republika na trhu EU - zítra	199
11.2.3	Právní regulace vnitřního trhu EU	199
11.3	Česká podnikatelská reprezentace při EU - CEBRE	201
	Shrnutí	202
	Přílohy	203
	Literatura	207
12	Franchising - moderní forma podnikání malých a středních podniků	209
	Úvod	209
12.1	Definice franchisingu a definování franchisingu jako systému	209
12.2	Kořeny franchisingu	210
12.3	Franchising u nás a ve světě	211
12.4	Franchising moderní forma podnikání	212
12.5	Příklady typů franchisy	213
12.6	Co nabízí franchisingový systém	214
12.6.1	Výhody franchisingu jako systému	215
12.6.2	Výhody pro franchisora	215
12.6.3	Výhody pro franchisanta	215
12.6.4	Nevýhody franchisingu obecně	216
12.6.5	Nevýhody pro franchisanta	217
12.6.6	Nevýhody pro franchisora	217
12.7	Franchisová smlouva a její obsah	217
12.8	Způsoby financování takto koncipovaného podnikání	218
	Shrnutí	219
	Literatura	219
13	Autorizované dealerství	221
	Úvod	221

13.1	Co je autorizované dealerství	221
13.2	Výhody autorizovaného dealerství	222
13.3	Osnova a náplň smluv o autorizovaném dealerství	223
	Shrnutí	228
	Literatura	228
14	Ekolabeling a jeho význam v České republice a v Evropské unii.....	229
	Úvod	229
14.1	Ekolabeling jako certifikační systém	229
14.2	Kritická místa ekolabelingu	230
14.3	Státem garantované „ekoznačky“	231
14.4	Státem negarantované „ekoznačky“	232
14.5	Neekoznačky - příklady	232
14.6	Metoda štítkování	233
14.7	Výsledky průzkumu obyvatel k ekoznačkám.....	234
	Shrnutí	234
	Literatura	235
15	Environmentální aspekty podnikání malých a středních podniků.....	237
	Úvod	237
15.1	Normy a environmentálně orientované řízení malých a středních podniků.....	237
15.2	Vztah malých a středních podniků k zavádění EMS.....	238
15.3	Podpora zavádění EMS	238
15.4	Zavedení EMS v podniku jako strategie postupných kroků	239
15.5	Systémy environmentálního řízení a způsoby motivace pracovníků	241
15.6	České firmy a změny po vstupu do EU z hlediska EMS	242
	Shrnutí	244
	Literatura	245
16	Podnikatel a životní prostředí	247
	Úvod	247
16.1	Základní pojmy, jejich význam a výklad	248
16.2	Obecné povinnosti podnikatele	249
16.3	Povinnosti podnikatele ve vodním hospodářství	250
16.4	Povinnosti podnikatele v ochraně ovzduší	251
16.5	Povinnosti podnikatele v oblasti nakládání s odpady.....	253
16.6	Povinnost podnikatele v ochraně přírody	254
16.7	Povinnosti podnikatele v ochraně zdraví	255
16.8	Povinnosti podnikatele v ochraně půdního fondu.....	256
16.9	Státní podpora při podnikání	257
16.10	Sankční postihy za nedodržení zákonem stanovených povinností podnikatele. 259	
16.11	Principy ochrany ŽP v EU a hlavní oblasti regulace ochrany ŽP na úrovni EU 260	
16.12	9 snadných způsobů, kterými mohou všichni životnímu prostředí pomoci podle doporučení hnutí ARNIKA	261
	Shrnutí	261
	Literatura	262
17	Vybrané obchodní problémy malých a středních podniků při pronikání na zahraniční trhy a jejich účasti na tendrových řízeních	263
	Úvod	263
17.1	Vybrané problémy spojené s podnikáním v zahraničním obchodu	264
17.1.1	Faktory ovlivňující obchodní aktivity firmy:	264
17.1.2	Možnosti snižování nákladů a jejich formy:	267
17.1.3	Další možnosti snižování nákladů na výstavu mohou být následující:	268

17.1.4	Tvorba ceny.....	268
17.1.5	Tendrové řízení	269
17.1.6	Technická část nabídky	275
	Shrnutí	277
	Literatura	278
18	Je postavení malých a středních podniků v české ekonomice tak specifické?.....	279
	Slovníček použitých zkratk.....	285
	Literatura.....	286
	Knihy.....	286
	Časopisy	287
	Ostatní zdroje	287
	Přílohy	289