

Obsah

1 Úvod.....	7
2 Význam marketingu pro prosperitu v zahradnictví.....	8
2.1 Obecné zásady marketingu.....	8
2.2 Květinářství ve světě	10
3 Inovace prodeje v zahradnictví	13
3.1 Katalog plánů sadových úprav zahrad pro zahradnická centra	13
3.2 Poradenství při prodeji a další služby jako řez nakoupených dřevin; dětský koutek a další	14
4 Ceny okrasného zboží a možnosti snížení cen	15
4.1 Technologické novinky ve výrobě květin	18
4.2 Inovace sortimentu květin na příkladu cibulovin	31
4.3 Možnosti úspory energie v zahradnictví	36
4.3.1 Energie ve sklenících	38
4.3.2 Alternativní energetické zdroje pro vytápění skleníků	40
4.3.3 Příklad dobré praxe – bioplynová stanice Suchohrdly u Miroslavi	43
4.3.4 Obnovitelné zdroje energie (dále OZE) jsou energetickou základnou venkova	44
4.3.5 Příklad dobré praxe – Kogenerace v Rakousku	49
4.3.5 Příklad dobré praxe - Demonstrační projekt 2000	50
5 Analýza zahraničního obchodu s okrasným zbožím jako výchozí základna marketingu v zahradnictví	53
Seznam literatury.....	63