

## Obsah

## • Původní vědecké statě

## Vývoj controllingu v Polsku

*Agnieszka Bieńkowska* ..... 9

## Teorie prospektu a teorie očekávaného užítku: Aplikace na podmínky České republiky

*Kateřina Fojtů, Stanislav Škapa* ..... 21

## Používat jeden nebo dva výkazy výsledovky v českých podnicích?

*Patrizia Gazzola, Stefano Amelio* ..... 29

## Přístupy určení efektivity institucí v inovačním prostředí

*Vadim Islamutdinov* ..... 42

## Metodologie modelu rozpočtu identifikace a alternativy

*Rūta Klimaitienė, Asta Tilinskaitė* ..... 51

## Výkonnost podniků z informačních a komunikačních aktivit v ekonomické a sociální oblasti

*Markéta Klímková, Jana Hornungová* ..... 61

## Fuzzy model investic do High-tech projektů

*Alžběta Kubičková, Michal Pavlíček* ..... 70

## Volba marketingových činností vzhledem k velikosti podniku

*František Milichovský, Petra Šmakalová* ..... 80

## Spolupráce při rozvoji image v automobilovém odvětví: Možnosti a omezení

*Pavel Mráček, Jitka Veselá, Robert Zich* ..... 90

## Posuzování hodnoty majetku na základě rozboru nákupního chování zákazníků

*Martin Pernica, Helena Hanušová* ..... 104

## Udržitelná hodnota naftových společností v České Republice a na Slovensku

*Juliana Straková* ..... 115

**Pokyny pro autory** ..... 124

## Content

## • Original scientific articles

<b>Evolution of Controlling in Poland</b> <i>Agnieszka Bieñkowska</i> .....	9
<b>Prospect Theory and Expect Utility Theory: Application to Conditions of the Czech Republic</b> <i>Kateřina Fojtů, Stanislav Škapa</i> .....	21
<b>One or Two Statement Approach for the Income Statement of Czech Companies?</b> <i>Patrizia Gazzola, Stefano Amelio</i> .....	29
<b>Approaches to Evaluate the Effectiveness of the Institutions of Innovative Environment</b> <i>Vadim Islamutdinov</i> .....	42
<b>Methodology of Budget Model Identification and Alteration</b> <i>Rūta Klimaitienė, Asta Tilinskaitė</i> .....	51
<b>Performance of Enterprises from Information and Communication Activities in Economic and Social Area</b> <i>Markéta Klímková, Jana Hornungová</i> .....	61
<b>Fuzzy Model of Investments into High-tech Projects</b> <i>Alžběta Kubičková, Michal Pavlíček</i> .....	70
<b>Choice of Marketing Activities in Relation to Company Size</b> <i>František Milichovský, Petra Šmakalová</i> .....	80
<b>Co-creation in the Image Development in Car Industry: Possibilities and Limits</b> <i>Pavel Mráček, Jitka Veselá, Robert Zich</i> .....	90
<b>Assessment of the Value of Property Based on Analysis of Customer Buying Behavior</b> <i>Martin Pernica, Helena Hanušová</i> .....	104
<b>Sustainable Value Added of the Oil Companies in the Czech Republic and Slovakia</b> <i>Juliana Straková</i> .....	115
<b>Guidelines for authors</b> .....	124