

OBSAH

Úvodem	7
1 Cíle výzkumu zahraničních trhů	17
1.1 Cíle strategické	20
1.2 Cíle taktické	24
1.2.1 Výzkum konjunktury	25
1.2.2 Střednědobé cíle	33
1.3 Cíle operativní	36
2 Teorie, metody a organizace výzkumu zahraničních trhů	40
2.1 Technika průzkumu	47
2.1.1 Průzkum primární	47
2.1.2 Průzkum sekundární	50
2.1.3 Přeměna údajů v informace	52
2.2 Metody výzkumu	57
2.2.1 Typy výzkumných činností	57
2.2.2 Výzkum potřeb a poptávky, zdrojů a nabídky	66
2.3 Prognózování vývoje zahraničních trhů	71
2.4 Organizace výzkumu ve vnějších ekonomických vztazích ČSSR	76
2.4.1 Organizace v ČSSR	76
2.4.2 Mezinárodní spolupráce v oblasti výzkumu	79
3 Teritoriální specifika výzkumu trhů	81
3.1 Výzkum trhů a ekonomik socialistických zemí	81
3.1.1 Výzkum podmínek tradičního obchodu	85
3.1.2 Výzkum podmínek vědeckotechnické a výrobní spolupráce	88
3.1.3 Výzkum podmínek v dopravě a službách	94
3.2 Výzkum trhů a ekonomik kapitalistických zemí	97
3.2.1 Všeobecný teritoriální průzkum	100
3.2.2 Obchodněpolitický průzkum	105
3.2.3 Všeobecný konjunkturální průzkum	113
3.3 Výzkum trhů a ekonomik rozvojových zemí	117
4 Komoditní specifika výzkumu trhů	125
4.1 Suroviny, paliva, energie	128
4.2 Stroje, zařízení, investiční celky	139
4.2.1 Technickoekonomický výzkum	144

4.2.2	Ekonomickotechnický výzkum	151
4.3	Průmyslové spotřební výrobky	166
4.4	Zemědělské produkty a potravinářské výrobky	172
4.5	Služby	184
4.5.1	Inženýrské, stavební a geologické služby a práce	185
4.5.2	Přepravní služby	190
4.5.3	Zprostředkovatelské služby	193
4.5.4	Leasingové služby	198
5	Světové tendence ve výzkumu zahraničních trhů	205
5.1	Přechod od empirie k vědeckosti	206
5.2	Orientace na perspektivy	211
5.3	Interdisciplinarita a týmovost	218
5.4	Centralizace výzkumu	223
5.5	Orientace na prognózy	225
5.6	Maximální objektivizace výsledků výzkumu	229
6	Účinnost výzkumu zahraničních trhů	231
6.1	Podstata účinnosti výzkumu zahraničních trhů	231
6.2	Měření účinnosti výzkumu zahraničních trhů	234
	Závěrem	237
	Literatura	239