

Obsah

1. Vývoj obchodu	5
1.1 Právěk obchodu	5
1.2 Vývoj obchodu v Evropě	6
1.3 Historie obchodu v našich zemích	7
1.4 Evropský vývoj po 2. světové válce	9
2. Vymezení obchodu	11
2.1 Význam obchodu	11
2.2 Funkce obchodu	13
2.3 Charakteristika současného obchodu	13
2.4 Obchodní instituce	14
3. Obchodní firmy	19
3.1 Formy obchodních firem	19
3.2 Konkurence a koordinace	20
3.3 Vývojové trendy	21
3.4 Nástroje obchodních firem	22
4. Trendy růstu maloobchodních firem a jejich tržní dominance	23
4.1 Vysoce integrované obchodní firmy	27
4.2 Obchodní kooperace	28
4.3 Kvantifikace integračních tendencí v Evropě	32
4.4 Horizontální kooperace	38
4.5 Vlastní značky maloobchodu	38
4.6 Logistika podporuje koncentraci	40
5. Mezinárodní aktivity retailingu	47
5.1. Internacionalizace maloobchodu	47
5.2. Mezinárodní rozvojové strategie retailingu	50
5.3. Stejnorodost a rozdílnost trhů	52
5.4. Aspekty diskontu při zahraniční expanzi	54
5.5. Překotný rozvoj retailingu v Asii	55
5.6 Zásady úspěšného vstupu na zahraniční trh	56
6. Provozní instrumentarium obchodních firem	59
6.1 Systemizace provozních jednotek	59
6.2 Hlavní provozní typy maloobchodních jednotek	64
6.3 Provozní jednotky velkoobchodu	71
7. Obchodní kontory - nákupní centrály	77
7.1 Zaměření nákupních centrál	77
7.2 Vývoj nákupních centrál	81
8. Družstevní obchod	83
8.1. Spotřební družstva v Evropě	83
8.2. Spotřební družstevnictví ve SRN	86
9. Nákupní centra jako součást obchodní vybavenosti	89
9.1. Stupně obchodní vybavenosti a nákupní centra	89
9.2. Vývoj nákupních center v USA	90
9.3. Regionální nákupní centra v Evropě	94
10. Změny obchodních struktur v České republice	103
10.1. Vývoj obchodní struktury	103
10.2. Ekonomická reforma a obchod	105
10.3. Obchodní struktury po privatizaci	110
10.4. Výsledky privatizace	114
10.5. Vývojové tendence	115
Seznam literatury	118