

O b s a h

1. Územní strategie ve strategii obchodní firmy	7
2. Maloobchodní síť	11
2.1 Význam a členění maloobchodní sítě	11
2.2 Systemizace maloobchodních jednotek	12
2.3 Specializace jednotek v maloobchodní síti	33
2.4 Vývojové tendence v maloobchodní síti	37
2.5 Obchodní vybavenost sídelních útvarů	45
3. Prostorová dimenze ekonomických aktivit	47
3.1 Faktory rozmístění ekonomických aktivit	47
3.2 Územní dělba činností	51
3.3 Osídlení jako základna územní organizace obchodního podnikání	52
3.3.1 Venkovský prostor	55
3.3.2 Město	56
3.4 Urbanizace	58
3.5 Koncentrace, centralizace a aglomerace v osídlení	62
3.6 Koncentrace ekonomických aktivit	65
3.7 Česká sídelní soustava	66
3.8 Obchodní vybavenost a hospodaření s územím	78
4. Územní a tržní analýza	81
4.1 Akční rádius a dostupnost	81
4.2 Nákupní spád	83
4.3 Metody územní a tržní analýzy	89
4.4 Ekonomické aspekty lokalizace maloobchodní sítě	107
5. Principy řešení maloobchodní sítě	111
5.1 Rovnoměrnost rozmístění maloobchodních jednotek	111
5.2 Koncentrace maloobchodní sítě	112
5.3 Hierarchie v řešení maloobchodní sítě	114
5.4 Obchodní vybavenost sídelních útvarů	115
5.4.1 Základní (okresková) vybavenost	115
5.4.2 Obvodová vybavenost	116
5.4.3 Čtvrťová (sektorová) vybavenost	117
5.4.4 Centrální (celoměstská) vybavenost	118
5.4.5 Vybavenost venkovských sídelních útvarů	120
5.5 Lokalizace jednotek maloobchodní sítě v sídelních útvarech	122
5.5.1 Pěší zóny	122
5.5.2 Obchodní střediska	124
Literatura	131