

Obsah

1	Úvod	1
2	Metodika	2
2.1	Vyhodnocovací metody	5
3	Determinanty a trendy v maloobchodě v období ekonomické recese	7
3.1	Typologie a trendologie spotřebitelské politiky	7
3.2	Přístupy k spotřebitelskému chování	8
3.3	Změny ve spotřebitelském chování	9
3.4	Trendy ve spotřebitelském chování	9
3.4.1	Identifikace nových trendů ve spotřebitelském chování	10
3.5	Determinanty nákupního rozhodování spotřebitelů	11
3.5.1	Souhrn	15
3.6	Ochrana spotřebitele v právní úpravě - zkušenosti ze Slovenské republiky	16
3.6.1	Spotřebitel v právní úpravě Evropské unie	18
3.6.2	Ochrana spotřebitele při podomovním prodeji	19
3.6.3	Ochrana spotřebitele jako příjemce finančních služeb poskytovaných na dálku	19
3.6.4	"Průměrný spotřebitel" v nekalé soutěži	20
3.6.5	"Průměrný spotřebitel" v rozhodovací praxi Evropského soudního dvora	21
3.7	Chování spotřebitelů vůči tuzemským značkám	23
3.7.1	Nákupní chování spotřebitelů	24
3.7.2	Místní produkty	24
3.7.3	Místní produkty a regionální značky	24
3.7.4	Regionální značky	25
3.7.5	Regionální značky v České republice	25
3.7.6	Místní produkty a nákupní chování	27
3.7.7	Místní produkty a trvalá udržitelnost	27
3.7.8	Průzkum chování spotřebitelů v Jihočeském kraji	27
3.7.9	Souhrn	31
3.8	Označení potravin jako projev monopolistické konkurence na trhu potravin	32
3.8.1	Monopolistická konkurence	32
3.8.2	Determinanty monopolistické konkurence u potravinářské produkce	32
3.8.3	Volný vstup a výstup firem v monopolistické konkurenci	34
3.8.4	Maximalizace zisku monopolistické firmy v krátkém období	34
3.8.5	Maximalizace zisku monopolistické potravinářské firmy v dlouhém období	36
3.8.6	Chráněné označení potravin v České republice	37
3.8.7	Regionální značky potravin na Slovensku	39
3.8.8	Souhrn	40

3.9	Produkty s chráněným označením původu - faktor rozvoje vnitřního obchodu.....	40
3.9.1	Systém ochrany potravin.....	43
3.9.2	Souhrn	49
4	Marketing jako determinanta obchodu.....	50
4.1	Marketingový proces	51
4.2	Počátky výzkumu trhu v Československu počátkem 20. století.....	56
4.2.1	První americké zkušenosti z výzkumu trhu v českých podmínkách.....	57
4.2.2	Marketingový přístup k výzkumu trhu.....	60
4.2.3	Analýza trhu zmenšuje riziko prodeje.....	62
4.2.4	Souhrn	65
5	Determinanty při tvorbě marketingových strategií	66
5.1	Determinanty v oblasti IKT.....	66
5.1.1	Faktory a podmínky ovlivňující tvorbu marketingových strategií.....	72
5.1.2	Souhrn	74
5.2	Determinanty obchodu v oblasti vybraných komodit.....	75
5.2.1	Produkce a spotřeba medu ve vnitřním obchodu České republiky	75
5.2.2	Determinanty obchodu s medem.....	76
5.2.3	Souhrn	78
5.2.4	Jakost včelích produktů na jejich obchodní zpeněžení	79
5.2.5	Souhrn	86
5.3	Determinanty obchodu se zemědělskými produkty.....	87
5.3.1	Specifické rysy produkce zemědělských surovin.....	88
5.3.2	Produkce a obchod s mlékem.....	88
5.3.2.1	Podmínky řešení strategické úlohy	92
5.3.3	Souhrn	95
5.4	Determinanty vývozu zemědělských produktů v České republice.....	95
5.4.1	Institucionální kontrola	96
5.4.2	Daňová kontrola	96
5.4.3	Kontrola po propuštění zboží	97
5.4.4	Souhrn	99
5.5	Determinanty agrárního obchodu České republiky v první dekádě 21. století	99
5.5.1	Analýza českého zahraničního obchodu	100
5.5.2	Dopady krize na komoditní a teritoriální strukturu agrárního obchodu.....	103
5.5.3	Vývoj agrárního obchodu v roce 2010.....	104
5.5.4	Souhrn	105
5.6	Determinanty obchodního podnikání – souběh funkcí statutárních orgánů	107
5.6.1	Souběh.....	107

5.6.2	Kolika osob se souběh dotýká v zemědělství a v obchodu	107
5.6.3	Přípustnost souběhu do roku 1992	108
5.6.4	Zpochybňování legality souběhu	109
5.6.5	Nová právní úprava souběhu.....	111
5.6.6	Rizika neplatného souběhu.....	112
5.6.7	Souhrn	112
6	Finance a účetnictví – determinanty obchodu.....	113
6.1	Účetnictví jako konkurenční výhoda podniků vnitřního obchodu	113
6.1.1	Význam harmonizace účetnictví a situace v České republice.....	113
6.1.2	Klasifikace a oceňování zásob	114
6.1.3	Nakoupené zásoby a vlastní zásoby z nezem. činnosti – pořizovací cena.....	114
6.1.4	Vlastní zásoby ze zemědělské činnosti – pořizovací cena	116
6.1.5	Ocenění zásob k rozvahovému dni.....	116
6.1.6	Účetní zachycení zásob, vykázání nákladů	118
6.1.7	Souhrn	119
6.2	Determinant přesunu daňového břemene prodejci potravin na spotřebitele	120
6.2.1	Souhrn	130
6.3	Techniky oceňování zásob zboží v maloobchodě	131
6.3.1	Techniky ocenění nakoupených zásob	131
6.3.2	Techniky ocenění úbytků zásob	133
6.3.3	Srovnání použitých zvolených metod pro ocenění úbytků zboží.....	134
6.3.4	Oceňování úbytků zásob evidovaných v pevných cenách	137
6.3.5	Oceňování úbytků při evidenci zboží v pevné ceně.....	137
6.3.6	Souhrn	138
6.4	Využití bezhotovostních platebních instrumentů ve vnitřním obchodě	139
6.4.1	Nedokumentární platební instrumenty	140
6.4.1.1	Příkazy k úhradě	140
6.4.1.2	Příkazy k inkasu.....	141
6.4.1.3	Příkazy k úhradě do zahraničí.....	141
6.4.1.4	Platební karty	141
6.4.2	Dokumentární platební instrumenty.....	141
6.4.2.1	Dokumentární inkaso	142
6.4.2.2	Dokumentární akreditiv	142
6.4.3	Směnky a šeky ve vnitřním obchodě.....	143
6.4.3.1	Směnka.....	143
6.4.3.2	Podstatné náležitosti směnky	144
6.4.3.3	Šek.....	145

6.4.4	Směnky jako platební prostředek v maloobchodě - účetní hledisko	146
6.4.5	Souhrn	149
6.5	Stanovení ceny zemědělské půdy na agrárním trhu ČR	150
6.5.1	Evidence půdy	151
6.5.2	Kategorizace zemědělské půdy	153
6.5.3	Oceňování zemědělské půdy	154
6.5.4	Regulovaná cena zemědělské půdy	154
6.5.5	Cena zemědělské půdy na agrárním trhu	156
6.5.6	Souhrn	158
7	Seznam tabulek	163
8	Seznam obrázků	164
9	Seznam grafů	164
10	Rejstřík	165
11	Literatura	168