

Obsah

Úvod.....	5
A. Jednání v plénu	
Úvodní pozdrav konferenci.....	9
Prof. Ing. Jan Frelich, CSc. děkan ZF JU	
1. Pozice ČR pro vyjednávání s EU.....	10
Ing. Miroslav Draxl, zástupce ministerstva zemědělství ČR	
2. K problematice světového agrárního obchodu – v rámci Světové obchodní organizace (WTO)	16
JUDr. Lubomír Mazouch zástupce Ministerstva průmyslu a obchodu	
3. K pojetí obchodní politiky a používaným nástrojům řízení na přelomu tisíciletí.....	23
Prof. Ing. Lenka Pražská, CSc., VŠE Praha	
4. Analýza konkurenceschopnosti českého zemědělství z mikroekonomického hlediska.....	33
Dr.Friedrich Wehr, Vysoká škola ve Weißenstephanu, oddělení Triesdorf	
5. Strategie spotřebních družstev na přelomu tisíciletí	43
Prof. Ing. Petr Semeniuk, CSc., SČMSD Praha	
6. Nástroje společné zemědělské politiky a jejich porovnání	49
Prof. Ing. František Střeleček, CSc., rektor JU	
7. Rozvoj a optimalizace maloobchodních sítí na území Českých Budějovic.....	54
Doc. RNDr. Miroslav Tetter, CSc., primátor města České Budějovice	

B. Jednání v sekcích

Sekce 1: Strategie obchodních firem s důrazem na malé a střední firmy

1. Základní aspekty a vývojové tendence maloobchodu.....	59
Ing. Aleš Hes, CSc., Ing. Miroslav Samek, CSc., ČZU Praha, PRF, katedra obchodu a financí	
2. Obchod „2000“.....	65
Prof. Ing. Kristína Viestová, CSc.	
3. Paradigma současnosti a budoucnosti: globalizácia.....	88
PhDr.Magdaléna Samuhelová, CSc., Univerzita Komenského Bratislava	
4. Vplyv globalizácie na malé a stredné podniky	93
Ing. Dušan Baran, CSc., Chemickotechnologická fakulta STU Bratislava	
5. Súčasnosť a budúcnosť malých a stredných podnikov v Slovenskej republike	100
Prof. Ing. Lubica Lesáková, PhD., Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici	

6. Applicability of the retail evolution theory in the conditions of the Czech republic.....	107
Ing. Jozefína Simová, TU Liberec	
7. Charakteristika vývozu vybraných zemědělských a potravinářských komodit od počátku roku 1998 do září 1999	112
Ing. Daniela Hrubá, Ing. Marta Regnerová, CSc., ČZU Praha, PEF	
8. Postavení dodavatele na českém trhu	116
Ing. Lenka Turnerová, CSc., VŠE Praha	
9. Preference spotřebitelů při výběru maloobchodní prodejny potravin	120
Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D., Bohumil Rada, Jan Hejlek, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra obchodu	
10. Prodej mléka a nápojů ve školách – školní mléčné programy na jihu Čech	124
Ing. František Martišek, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra obchodu	
11. Hodnocení rovnovážného vztahu z hlediska postavení podniku na trhu.....	132
Ing. Josef Kučera, Ovocnářské družstvo Brno	
12. Vývoj zahraničního obchodu v lednu – září 1999	140
Ing. Monika Poležalová, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra obchodu	
13. Minimalizace kurzových rizik pomocí termínových operací	142
Ing. Martin Maršík, Ing. Jiří Tuček, Ing. František Vebr, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra matematiky a informatiky	
14. Obchod a rozvoj etických stránek osobnosti manažera	146
Ing. Růžena Krninská, CSc. katedra řízení, ZF	

Sekce 2: Uplatnění marketingu v malých a středních firmách

1. Spotřebitel' v maloobchodnej predajni	155
Doc. Ing. Kornélia Richterová, Ph.D., EU Bratislava, katedra marketingu	
2. Nákupní a spotřební chování konečných spotřebitelů lahvového piva v Pardubicích	160
Ing. Hana Lošťáková, CSc., Univerzita Pardubice, FCHT, katedra ekonomiky a manag.	
3. Podpora predaja v obchode	166
Doc. Ing. Helena Labská, Ph.D., EU Bratislava, katedra marketingu	
4. Základné charakteristiky priameho marketingu a jeho uplatnenie na Slovensku.....	169
Mgr. Peter Štarchoň, Univerzita Komenského Bratislava, katedra marketingu	
5. Využití telemarketingu pro kontakt se zákazníky	174
Ing. Marek Botek, VŠCHT Praha, Ústav ekonomiky a řízení chemického a potr. průmyslu	
6. Problémy komerční komunikace malých a středních obchodních podniků	179
Doc. Ing. Marie Hesková, CSc., Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra obchodu	
7. Postavení značky v marketingové strategii firmy.....	189
Ing. Stanislava Grosová, CSc., VŠCHT Praha, Ústav ekonomiky a řízení	

8. Možné využití modelové techniky při rozvrhování reklamy do médií..... 196
Ing. Zdeněk Vrubel, VŠCHT Praha
9. Obchodovanie na internete 202
Mgr. Roman Heriban, Univerzita Komenského Bratislava, katedra marketingu
10. Ekomarketing 207
Ing. Hana Doležalová, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, katedra obchodu