

## 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 dálku19	
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