

Inhalt

Kapitel 1: Zweige des tschechischen Handels nach dem Jahr 1989	9
Kapitel 2: Internationalisierung und Konzentration im tschechischen Handel.....	23
Kapitel 3: Ökonomische Bedingungen des tschechischen Handels.....	33
Kapitel 4: Die modernen Einzelhandelsformate im tschechischen Handel	39
Kapitel 5: Tschechische Firmen und ihre Allianzen, Einzel- und Großhandelskooperationen	49
Kapitel 6: Die Einkaufsbedingungen der tschechischen Kunden (Forschungsergebnisse)	79
Kapitel 7: Internethandel in der Tschechischen Republik	89
Kapitel 8: Das Profil des tschechischen Kunden	95
Kapitel 9: Einkaufstouristik	113
Kapitel 10: Unterkunftskapazität und ihr Angebot im Reiseverkehr.....	121
Literaturverzeichnis	133
Zusammenfassung.....	141
Summary	141