

| | |
|--|-----|
| Předmluva | 5 |
| 1. Současná podoba retailingu | 7 |
| 1.1 Odvětví retailingu | 9 |
| 1.2 Retailing v makroekonomických ukazatelích | 12 |
| 1.3 Odlišnosti retailingových firem od ostatních firem | 13 |
| 1.4 Internacionalizace retailingových firem | 15 |
| 2. Vybrané statistické údaje vážící se k retailingu | 27 |
| 2.1 Struktura maloobchodního trhu | 27 |
| 2.2 Výkony maloobchodu | 61 |
| 2.3 Struktura spotřebních vydání | 93 |
| 2.4 Nakupování přes internet | 95 |
| 3. Retail business model | 101 |
| 3.1 Produkt retailingové firmy | 101 |
| 3.2 Typologie maloobchodních jednotek | 103 |
| 3.3 Prvky retail business modelu | 110 |
| 3.4 Případová studie | 115 |
| 3.4.1 Kaufland | 115 |
| 3.4.2 Lidl | 119 |
| 3.4.3 Porovnání | 121 |
| Literatura | 123 |
| Seznam tabulek | 131 |
| Seznam grafů | 135 |
| Seznam schémat | 135 |
| Rejstřík | 137 |