

Obsah

Obsah	3
Zoznam obrázkov	4
Zoznam tabuliek.....	6
Predslov.....	9
1 Terminologické vymedzenie pojmu značka.....	11
1.1 Funkcia, úloha a budovanie značky	13
1.2 Stratégia označovania značiek	17
1.3 Hodnota značky.....	18
2 Terminologické vymedzenie pojmu privátne značky	22
2.1 Členenie privátnych značiek	23
2.3 Výhody a nevýhody privátnych značiek	25
2.1 História a vývoj privátnych značiek.....	27
2.2 Klasifikácia privátnych značiek	31
3 Privátne značky vo svete.....	34
4 Cieľ vedeckej monografie	39
5 Metodika výskumu.....	40
5.1 Pracovný postup.....	40
5.2 Metódy výskumu.....	43
6 Výsledky a diskusia	49
6.1 Súčasnosť a minulosť potravinárskeho maloobchodu na Slovensku ...	49
6.2 História a súčasnosť privátnych značiek na Slovensku.....	53
6.2 Výsledky vlastného výskum	60
6.3 Výsledky slepého testu.....	103
Záver	117
Zoznam použitej literatúry	120
Prílohy	137
Príloha 1 Dotazník	137
Príloha 2 Výsledky a výstupy programu SAS Enterprise Guide 7.1 (Závislosti v kapitole 4.3)	146
Príloha 3 Výsledky a výstupy programu SAS Enterprise Guide 7.1 (Závislosti v kapitole 4.4)	227