

OBSAH

ÚVOD	5
1. SÚČASNÝ STAV POZNANIA SPOTREBITEĽSKÉHO SPRÁVANIA V SÚVISLOSTI S PANDÉMIOU COVID-19	8
1.1 Komparácia názorov na definovanie spotrebiteľa a spotrebiteľské správanie	9
1.1.1 Porovnanie vnímania spotrebiteľa a spotrebiteľského správania	9
1.1.2 Porovnanie názorov na typológiu spotrebiteľov	12
1.2 Východiská skúmania správania sa spotrebiteľov pri rozhodovaní	16
1.2.1 Vplyv marketingového mixu na spotrebné správanie	17
1.2.2 Podnety vonkajšieho prostredia ovplyvňujúce spotrebiteľské správanie	21
1.2.3 Faktory spotrebiteľského správania	24
1.2.4 Proces rozhodovania spotrebiteľov o nákupe	39
1.3 Zlomové udalosti a ich vplyv na spotrebiteľské správanie	43
1.4 Najvýznamnejšie zmeny v podnikateľskom prostredí v dôsledku ochorenia COVID-19 a ich vplyv na spotrebiteľské správanie	46
2. ANALÝZA VPLYVOV PANDÉMIE COVID-19 NA VYBRANÉ ASPEKTY SPOTREBITEĽSKÉHO SPRÁVANIA	50
2.1 Cieľ, materiál a metodika skúmania	50
2.2 Výsledky dotazníkového prieskumu	57

2.2.1	Charakteristika výberového súboru a overenie jeho reprezentatívnosti	57
2.2.2	Vyhodnotenie výsledkov dotazníkového prieskumu	63
2.2.3	Verifikácia a zhodnotenie definovaných hypotéz	99
3.	FORMULÁCIA ODPORÚČANÍ A NÁVRHOV A ICH VERIFIKÁCIA V PRAXI SLOVENSKEHO PODNIKATELSKÉHO PROSTREDIA	103
3.1	Formulácia odporúčaní pre podniky	104
3.2	Návrh ukazovateľa miery rizikovosti straty zákazníka	113
3.3	Verifikácia návrhu ukazovateľa v podmienkach konkrétnych podnikov	120
3.4	Komparácia dosiahnutých výsledkov a diskusia	124
	ZÁVER	127
	SUMMARY	131
	ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV	135