

OBSAH

ÚVOD	5
1 SPOTREBITEĽ A JEHO SPRÁVANIE.....	7
1.1 Teoretické východiská.....	7
1.1.1 Základné náhľady na obsah pojmu spotrebiteľ	8
1.1.2 Spotrebiteľské správanie	9
1.1.3 Špecifiká spotrebiteľského správania pri nákupe potravín	16
1.2 Trend marketing	20
1.2.1 Základné podnety a typológia trendov	24
2 MODIFIKÁCIE MARKETINGOVÝCH STRATÉGIÍ FIRIEM PODMIENENÉ ZMENAMI SPOTREBITEĽSKÝCH TRENDOV	27
2.1 Stratégia – marketingová stratégia.....	27
2.2 Odras zmien spotrebiteľských trendov v modifikáciách marketingových stratégií firiem – v základných prvkoch marketingového mixu.....	30
2.2.1 Modifikácie marketingovej produktovej stratégie podmienené vplyvom zmien spotrebiteľských trendov.....	31
2.2.2 Modifikácie marketingovej komunikačnej stratégie podmienené vplyvom zmien spotrebiteľských trendov	33
2.2.3 Modifikácie marketingovej cenovej stratégie podmienené vplyvom zmien spotrebiteľských trendov.....	35
2.2.4 Modifikácie marketingovej distribučnej stratégie podmienené vplyvom zmien spotrebiteľských trendov.....	38
2.3 Inovatívne marketingové prístupy zamerané na ovplyvňovanie a vyhodnocovanie spotrebiteľského správania	41
2.3.1 Budovanie lojality k značke prostredníctvom uplatňovania konceptu tzv. lovemarks	42
2.3.2 Neuromarketing – inovatívna forma výskumu správania sa spotrebiteľov	44
3 IDENTIFIKÁCIA NAJNOVŠÍCH SPOTREBITEĽSKÝCH TRENDOV NA ZÁKLADE VÝVOJA ZMIEN SPOTREBITEĽSKÉHO SPRÁVANIA	48
3.1 Vybrané charakteristiky najnovších trendov v spotrebiteľskom správaní na Slovensku	48
3.2 Vybrané charakteristiky najnovších trendov v spotrebiteľskom správaní v EÚ a ostatných krajinách	59
4 ANALÝZA VÝSLEDKOV ORIGINÁLNYCH PRIESKUMOV V SR A ČR	73
4.1 Prieskum spotrebiteľského správania.....	73
4.2 Prieskum firiem pôsobiacich v oblasti predaja potravín.....	110
4.3 Identifikácia základných spotrebiteľských trendov pri spotrebe potravín každodennej spotreby v SR a ČR na základe výsledkov uskutočneného prieskumu	133
4.4 Identifikácia modifikácií marketingových stratégií firiem podmienených zmenami spotrebiteľských trendov pri spotrebe potravín každodennej potreby v SR a ČR na základe výsledkov uskutočneného prieskumu	136
ZÁVER.....	142
ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV	145
PRÍLOHY	156