

O B S A H

	Strana
1. ÚVOD	3
2. PODSTATA SOCIALISTICKÉHO TRHU	5
2.1. Pojem a podstata trhu v socializme	5
2.2. Svetový socialistický trh	7
2.3. Mechanizmus fungovania trhu v socializme	8
2.4. Funkcia trhu v sústave plánovitého riadenia národného hospodárstva	11
2.5. Faktory trhu	12
2.6. Výskum trhu	15
3. SMERY VÝVOJA TRHOVEJ SPOTREBY V ROZVINUTEJ SOCIALISTICKEJ SPOLOČNOSTI	19
3.1. Rozvoj potrieb	19
3.2. Podmienky pre uspokojovanie potrieb a rozvoj vnútorného trhu	21
3.3. Smery rozvoja trhovej spotreby	23
3.4. Usmerňovanie trhovej spotreby	26
3.5. Spotrebiteľský dopyt - súčasť výskumu trhu	28
3.6. Zdokonaľovanie výskumu a prognózovanie spotrebiteľského dopytu	32
3.7. Výskum a prognózovanie spotrebiteľského dopytu v podmienkach socialistickej ekonomickej integrácie	39
3.8. Zabezpečovanie trhovej rovnováhy	40
4. POJEM A ČLENENIE "PÓLOV" TRHU - SPOTREBITEĽSKÉHO DOPYTU A PONUKY	47
4.1. Pojem a členenie spotrebiteľského dopytu	47
4.2. Pojem a členenie ponuky	54
5. FAKTORY TRHU	58
5.1. Úvodná poznámka	58
5.2. Mier	62
5.3. Potreby	62
5.4. Výroba	67
5.5. Sortiment tovaru, jeho kvalita - objekt uspokojujúci potreby	72
5.6. Platby schopnosť spotrebiteľov	77
5.7. Ceny	78
5.8. Geografické, najmä podnebné činitele	82
5.9. Čas a sezónnosť	83
5.10. Demografické činitele	86

5.11.	Pohyb spotrebiteľov	89
5.12.	Životná úroveň, vnútorná politicko-hospodárska situácia ..	90
5.13.	Sociálne a psychické činitele	91
	Spotrebné aj kúpne návyky /zvyky, tradície	93
	Zájmy	94
	Móda	95
5.14.	Spotreba /uspokojovanie potrieb/ a jej formy	99
	Spoločenská spotreba	100
	Naturálna spotreba	101
5.15.	Zahraničný obchod	101
5.16.	Prevádzkové činitele	102
	Veľkosť predajne	102
	Úroveň práce predavačov	102
	Formy predaja tovaru	103
	Odmeňovanie predavačov	104
	Zájmy pracovníkov podnikov riaditeľstiev	104
	Zabezpečovanie úplnej ponuky	105
	Úroveň špecializácie	105
	Formy zásobovania predajní	106
	Normy zásob	106
	Kompletizácia sortimentu vo veľkoobchodných zložkách	107
	Sklady a rozvoz tovaru	107
	Obchodné rozpätie /obchodné zrážky a prirážky/	108
5.17.	Úradné opatrenia /regulácia predaja/	108
5.18.	Kúpne motívy	109
6.	SÚSTAVA VÝSKUMU TRHU	114
6.1.	Segmentácia trhu	114
6.2.	Obsah termínu výskum trhu	116
6.3.	Sústava výskumu trhu	118
6.3.1.	Sústava výskumu trhu	118
6.3.2.	Vymedzenie cieľa výskumu trhu	118
6.3.3.	Metodický model výskumu trhu	120
6.3.4.	Základné zásady systémového prístupu k výskumu trhu	124
6.3.5.	Druhy /vstupy a výstupy/ informácií o trhu	128
6.3.6.	Zdroje informácií o trhu	128
6.3.7.	Informačné procesy vo výskume trhu	130
6.4.	Komplexný automatizovaný podsystém pre výskum	
	a prognózovanie spotrebiteľského dopytu	135
6.4.1.	Podstata a štruktúra ASR vo vnútornom obchode	135
6.4.2.	Komplex funkčných úloh podsystému ASRO "Výskum	
	a prognózovanie spotrebiteľského dopytu"	142

7. METÓDY VÝSKUMU TRHU	152
7.1. Celková charakteristika metód výskumu trhu	152
7.1.1. Členenie metód výskumu trhu	152
7.1.2. Výskum trhu ako výberový výskum	155
7.1.3. Metódy zberu informácií /vstupy informácií/ o trhu a jeho zložkách	155
Dotazník	156
Pozorovanie	159
Štúdium dokumentov, podkladov, prameňov, písomností	161
Konjunktúrny test	161
Rozhovor	163
Kniha želaní a sťažností	165
Kniha /zošit/ dopytu	166
Niektoré ďalšie metódy zberu informácií o trhu a jeho zložkách	166
7.1.4. Metódy spracúvania informácií o trhu a jeho základných zložkách	174
Časové rady	174
Korelačná a regresná analýza	178
Metódy analógie	183
Stredné hodnoty	185
Metódy ABC	185
Štatistika životnej úrovne /rodinných účtov/	192
Rozpočty času	192
Bilančná metóda	193
Matematicko-štatistické metódy	193
Vzorec perspektívneho plánovania na základe noriem spotreby	195
Výpočet neuspokojeného dopytu	195
Metódy psychológie a sociológie	197
7.1.5. Metódy interpretácie /výstupy informácií/ výsledkov výskumu trhu	200
Grafy	200
Tabuľky	202
Škálovanie	203
Slovná forma interpretácie	203
8. SÚČASNÁ ORGANIZÁCIA, PROBLÉMY A VYUŽÍVANIE VÝSLEDKOV VÝSKUMU TRHU	205
8.1. Súčasná organizácia výskumu trhu	205
8.2. Niektoré problémy výskumu trhu a jeho zložiek	207
8.3. Prehľad o inštitúciách, zaoberajúcich sa výskumom trhu v niektorých socialistických štátoch	210
8.4. Využívanie výsledkov výskumu trhu	211

9. DODATOK

1. K ORGANIZÁCIÍ VÝSKUMU DOPYTU OBYVATEĽSTVA V ZSSR	224
2. K METÓDAM VÝSKUMU DOPYTU OBYVATEĽSTVA VYUŽÍVANÝM V ZSSR	227
3. K METÓDAM VÝSKUMU TRHU /NAJMA DOPYTU/ V ČSSR	234
4. K NIEKTORÝM ZMENÁM VO VÝSKUME SPOTREBITEĽSKÉHO DOPYTU V POSLEDNOM ČASE	238
10. VÝBER Z LITERATÚRY	240
10.1. Domáca	240
10.2. Zahraničné	243