

Obsah

Předmluva	6
1. Změny chování spotřebitelů v České republice	7
1.1 Četnost nákupů	13
1.2 Chování spotřebitelů při nákupu potravin	19
1.2.1 Situace před r. 2000.	20
1.2.2 Situace po roce 2000 do současnosti	21
1.2.3 Faktory působící na rozhodování spotřebitele při nákupu potravin	22
1.3 Ochrana spotřebitele z právního pohledu obchodní vertikály s potravinami	35
1.4 Ochrana spotřebitele na jednotném trhu EU a v ČR	38
1.4.1 Vnitřní trh, volný pohyb zboží, <i>acquis communautaire</i>	39
1.4.2 Ochrana spotřebitele v komunitárním právu.	40
1.4.3 Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů v ČR (Alternative Dispute Resolution – „ADR“)	42
1.4.4 Výrobky na jednotném trhu	43
1.4.5 Dozor nad jednotným trhem i trhem ČR, systém RAPEX.	44
1.4.6 Strategie spotřebitelské politiky EU v letech 2007–2013.	47
1.5 Spotřebitelé a trendy marketingové komunikace z pohledu výrobců ..	49
1.5.1 Tři hlavní kritéria rozhodující o nákupu zákazníkem.	53
1.5.2 Marketingová komunikace a výzkum trhu	54
1.6 Modely chování spotřebitelů	55
1.6.1 Přehled modelů spotřebitelského výběru	55
1.6.2 Typologie spotřebitelů.	58
1.7 Spotřebitelé a nákupní podmínky v České republice	62
1.7.1 Typ hlavního nákupního místa	63
1.7.2 Faktory ovlivňující výběr hlavního místa nákupu	69
1.7.3 Využívané zdroje informací pro rozhodování o nákupu potravin	73
1.7.4 Kritéria při výběru potravin	76
1.7.5 Segmentace na trhu s potravinami	81
1.8 Komunikační invence v maloobchodním podnikání	87
1.9 Determinanty spotřebitelského chování ve vztahu ke službám cestovního ruchu	92
1.9.1 Povědomí spotřebitelů o značkách na trhu cestovního ruchu. ...	94

2. Globalizace v obchodování a její dopad na spotřebitelské chování na trhu drůbežního masa a výrobků z drůbeže na Slovensku	101
2.1 Globalizace obchodu	107
2.2 Vybrané aspekty drůbežářství na trhu s drůbeží a drůbežími výrobky v SR	110
2.2.1 Spotřeba a odbytové podmínky masa drůbeže a drůbežích výrobků	113
2.2.2 Prognóza a cíle drůbežářství na Slovensku do roku 2013	115
2.2.3 Aktuální situace v drůbežářském průmyslu na Slovensku	116
2.2.4 Průzkum nabídky sortimentu drůbežního masa a drůbežích výrobků	119
2.2.5 Charakteristika respondentů spotřebitelského průzkumu	124
2.2.6 Místo nákupu masa a drůbežích masných výrobků	131
2.2.7 Charakteristika spotřebitele drůbežního masa a drůbežích výrobků v nitranském regionu	140
2.2.8 Návrhy a doporučení	142
Literatura	143
Seznam použitých zkratk	146