

**Ekonomická univerzita v Bratislave
Podnikovohospodárska fakulta v Košiciach**

Vanda Lieskovská a kolektív

**SPOTREBITEĽSKÉ SPRÁVANIE NA TRHU
BEZHOTOVOSTNÉHO PLATOBNÉHO STYKU**



**Vydavateľstvo EKONÓM
2005**

© Autori:

doc. Ing. Vanda Lieskovská, PhD.

doc. Ing. Vladimír Gazda, PhD.

Ing. Marián Rimarčík, PhD.

Kapitola 1, časť 3.1, 3.2

Časť 2.1, 2.2, 2.3

Časť 2.4, 3.3

Recenzentky:

doc. Ing. Kornélia Richterová, CSc.

doc. Ing. Mgr. Renáta Vokorokosová, PhD.

Jazyková redaktorka: Mgr. Marianna Mišúrová

Za odbornú stránku textu, korektúru a konečnú verziu publikácie zodpovedajú autori.

Schválené pedagogickou a edičnou komisiou Ekonomickej univerzity v Bratislave v edičnom programe na rok 2005 ako monografia.

ISBN 80-225-2124-8

OBSAH

ÚVOD	5
1 SPOTREBITEĽSKÉ SPRÁVANIE	7
1.1 Spotrebiteľ	7
1.2 Racionalita v ekonomickej teórii	9
1.2.1 Otázka racionality	13
1.2.2 Informačné náklady	13
1.2.3 Postoje k riziku	14
1.3 Proces nákupného rozhodovania spotrebiteľa	18
1.3.1 Proces poznania problému	18
1.3.2 Zhromažďovanie interných a externých informácií	19
1.3.3 Proces hodnotenia a výberu alternatív	24
1.3.4 Nákup (výber predajne, výber formy platenia).....	29
1.3.5 Ponákupné správanie	32
1.4 Aplikácia poznatkov o spotrebiteľskom správaní.....	34
1.4.1 Hodnotový reťazec a spôsob úhrady	36
2 VYBRANÉ BEZHOTOVOSTNÉ PLATOBNÉ PROSTRIEDKY	39
2.1 Medzinárodné platobné systémy	40
2.1.1 Bankové asociácie.....	40
2.1.2 Nebankové platobné systémy	42
2.2 Platobné karty	42
2.2.1 Klasifikácia platobných kariet	44
2.2.2 Platobné karty a ich rozšírenie na Slovensku	52
2.2.3 Platobné terminály v podmienkach Slovenska	57
2.2.4 Bankomaty v podmienkach Slovenska	58
2.3 Spotrebiteľské úvery	61
2.3.1 Klasifikácia spotrebiteľských úverov	63
2.3.2 Banky ako poskytovatelia spotrebiteľských úverov	67
2.3.3 Nebankoví poskytovatelia spotrebiteľských úverov.....	72
2.3.4 Postavenie maloobchodu na trhu spotrebiteľských úverov	75

2.3.5 Postavenie spotrebiteľa na trhu spotrebiteľských úverov	76
2.3.5.1 Alternatívne stratégie zvyšovania zákazníkom vnímanej hodnoty	79
2.3.6 Spotrebiteľský úver v podmienkach vstupu SR do EU.	81
2.4 Elektronické bankovníctvo	83
2.4.1 Charakteristika elektronického bankovníctva.....	83
2.4.2 Formy elektronického bankovníctva	85
2.4.2.1 Internet banking	85
2.4.2.2 Home banking	86
2.4.2.3 Tele banking.....	87
2.4.2.4 Mobil banking.....	89
2.4.2.5 E-Mail banking	91
2.4.3 Výhody a nevýhody elektronického bankovníctva.....	91
3 VÝSKUM SPOTREBITEĽSKÉHO SPRÁVANIA.....	94
3.1 Metodika výskumu	95
3.2 Znenie dotazníka.....	97
3.3 Výsledky výskumu	101
3.3.1 Dôležitosť faktorov uľahčujúcich nákup	101
3.3.2 Uprednostňovanie vybraných miest nákupov.....	106
3.3.3 Úverové a platobné karty	114
3.3.3.1 Chápanie princípu nákupu na úverové karty	121
3.3.3.2 Vlastníctvo úverovej karty.....	127
3.3.3.3 Pravdepodobnosť využitia úverovej karty v budúcnosti	131
3.3.3.4 Vlastníctvo platobnej karty	136
3.3.3.5 Spôsob využitia platobnej karty.....	142
3.3.3.6 Testy hypotéz spotrebiteľského správania.....	145
3.3.4 Zhrnutie výsledkov výskumu.....	159
ZÁVER	162
LITERATÚRA	164