

Tézy habilitačnej prednášky – Ing. Andrej Trnka, PhD.

Nástup možností pripájania sa na internet nielen pomocou počítača, ale aj pomocou inteligentných zariadení prispel k nárastu obľúbenosti elektronického obchodovania. Spotrebiteľ má možnosť svoj onlinový nákup vykonať z ľubovoľného miesta a nie je teda viazaný len na pevné alebo bezdrôtové pripojenie k internetu z domova. Takýto spotrebiteľ sa v určitých medziach odlišuje od bežného spotrebiteľa, ktorý nakupuje v kamenných obchodoch. Analýza onlinového nákupného správania spotrebiteľov je zameraná na identifikáciu rozdielov medzi spotrebiteľmi podľa demografických ukazovateľov – pohlavie, vek a bydlisko. Bližšie charakterizuje rozdiely s dôrazom na štatistickú významnosť týchto rozdielov.