



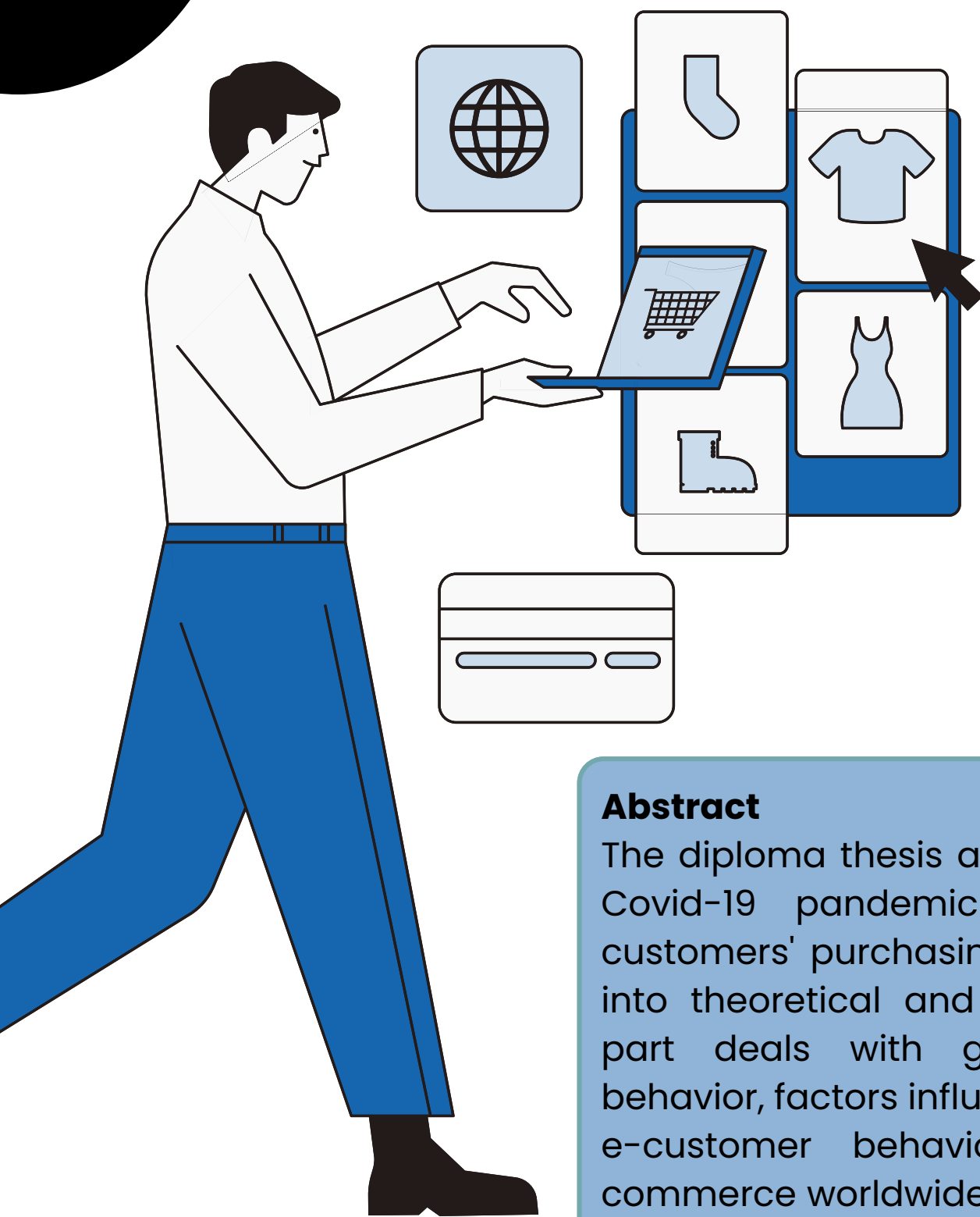
## Chování zákazníků na internetu v kontextu Covid-19 pandemie a inflační krize

**Autor:** Eliška Filáková

**Vedoucí práce:** Ing. Petra Jílková, Ph.D.

**Studijní program:** Projektové řízení inovací

**Akademický rok:** 2023/2024



### Abstrakt

Cílem diplomové práce je analyzovat vliv pandemie Covid-19 a inflační krize na nákupní chování zákazníků. Práce je rozdělena do teoretické a praktické části. V teoretické části se zabývá generačními kohortami, nákupním chováním, faktory ovlivňujícími nákupní chování, nákupním chováním na internetu a vývojem e-commerce v České republice a ve světě. V praktické části jsou analyzována data z jednotlivých krizových období s rozdělením do generačních kohort. Primární data byla získána pomocí dotazníkového šetření. Hlavním přínosem práce bude analýza vývoje nákupního chování z pohledu jednotlivých generačních kohort.

### Abstract

The diploma thesis aims to analyse the impact of the Covid-19 pandemic and the inflation crisis on customers' purchasing behavior. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part deals with generational cohorts, customer behavior, factors influencing customer behavior, e-customer behavior and the evolution of e-commerce worldwide and in the Czech Republic. In the practical part, data from individual crisis periods are analysed with a breakdown into generational cohorts. Primary data was obtained using a questionnaire survey. The main contribution of the thesis will be the analysis of the development of purchasing behavior from the perspective of generation cohorts.



### Závěr

Na základě dat sesbíraných pomocí dotazníkového šetření a jejich následné analýzy bylo zjištěno, že se nákupní chování v době inflační krize v roce 2022 jen mírně lišilo od nákupního chování v době pandemie Covid-19. Nejzajímavějším rozdílem byl nárůst frekvence online nákupů v době inflační krize a naopak pokles průměrné hodnoty těchto online nákupů. V době inflační krize tedy zákazníci nakupovali častěji, ale s nižší útratou než v pandemii Covid-19. V rámci generací nebyly pozorovány žádné zásadní rozdíly. Mladší ze zkoumaných generací vykazovaly téměř totožné znaky nákupního chování. Odlišnosti byly pouze v chování generace Baby Boomers, která se oproti mladším generacím chová při nakupování na internetu konzervativněji.

### Generační kohorty

- Generace Veteránů (1928-1945)
- Generace Baby Boomers (1946-1964)
- Generace X (1965-1982)
- Generace Y (1983-1996)
- Generace Z (1997-2010)
- Generace Alfa (2011-2024).

### Klíčová slova

Covid-19, e-commerce, generační kohorty, inflační krize, nákupní chování

### Key words

E-commerce, Covid-19, Customer Behavior, Generational Cohorts, Inflation Crisis

