

Analýza spotřebních trhů

4. seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Daniel Kvíčala

20.10.2021



- Vyhodnocení SWOT analýzy
 - Kvalitativní vs. kvantitativní výzkum
 - Typy dat
 - Metody sběru dat
 - Techniky sběru dat
-

- Firma má 85 121 „lajků“ na Facebooku – irelevantní informace
 - Firma má přátelský kolektiv – subjektivní názor
 - Nejmladší jednatel má 43 let
 - Zákazníci nakupují na e-shopu i v prodejně
 - Firma má nedostatek čipů
-

- **Kvalitativní**
 - Proč? Z jaké příčiny?
 - Zkoumá příčiny a odhaluje nové souvislosti
 - Cíl – porozumět
 - Vyžaduje interpretaci
 - Pracujeme s menším vzorkem a jdeme více do detailu (individuální nebo skupinové hloubkové rozhovory)
-

- **Kvantitativní**
 - Kolik?
 - Zkoumá četnost jevů
 - Účel – získat měřitelné číselné údaje
 - Umožňuje statistické zpracování
 - Pracujeme s velkými soubory respondentů (např. dotazování nebo pozorování)
-



- **Sekundární a primární**
 - Sekundární – už existují
 - Primární – musíme získat v průběhu výzkumu
-

- **Sekundární**
 - Externí a interní zdroje

- **Primární**
 - Dotazování
 - Pozorování
 - Experiment
-

- **Pozorování**
 - Skryté/zjevné
 - **Dotazování**
 - Dotazník
 - Rozhovor
 - Focus group
 - **Experiment**
 - Přirozený/laboratorní
-

