



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

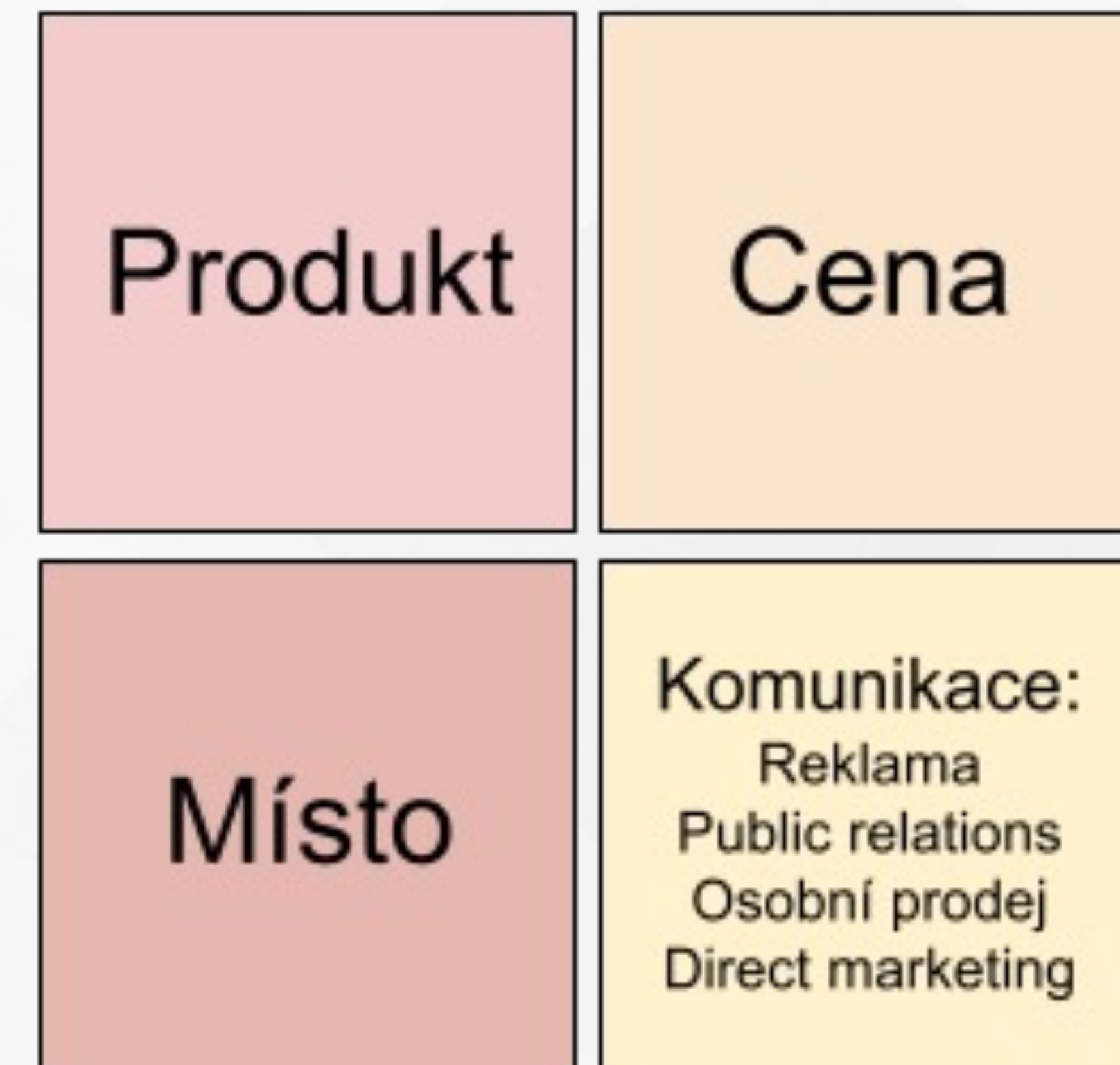
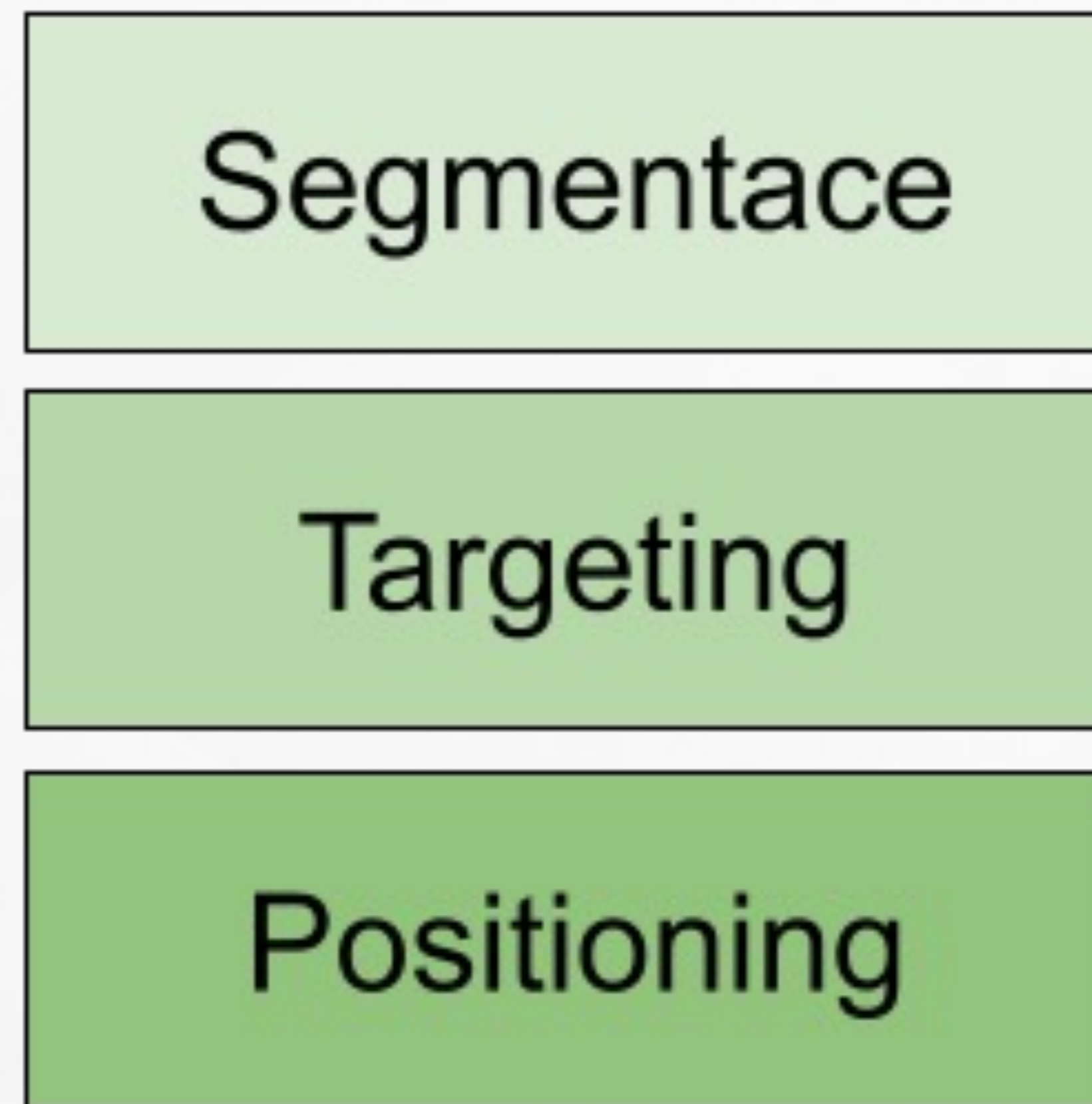
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# Marketing

## 4. Marketingové prostředí



# Marketing



## **KVANTITATIVNÍ DATA**

**Odpovídají na otázku  
Kolik?**

**Zkoumají četnost jevů a  
statistické vztahy mezi  
proměnnými**

**Cílem je měřit**

**Umožňují statistické zpracování**

## **KVALITATIVNÍ DATA**

**Odpovídají na otázku  
Proč?**

**Zkoumání příčin a odhalování  
nových souvislostí**

**Cílem je porozumět**

**Vyžadují interpretaci**



Databaze	nOrderld	nEntityOriginld	dDateOrder	nPriceSumNoVat	nPriceSumWithVat	uUserGuid	sType	nPriceNoVat	nPriceWithVat	nQuantity
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	4,5	5,4	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	7,5	9,1	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	17	20,6	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	36,3	43,9	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	8
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	3	3,6	36
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	15,9	19,2	6
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	4,9	5,9	15
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	12,7	15,4	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	15,5	18,8	6
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	13	15,7	3
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	6,3	7,6	2
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	45,6	55,2	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	TRANSPORT	0	0	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	PAYMENT	0	0	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	7,9	9,6	20
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	7,9	9,6	20
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	49	59,3	24
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	62,9	76,1	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	84	101,6	3
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	26	31,5	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	18,6	22,5	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	22	26,6	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	109	131,9	3
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	6,5	7,9	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	28,5	34,5	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	13	15,7	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	6,9	8,3	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	12	14,5	4
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	14	16,9	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	5	6,1	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	5,8	7	10





...s vaším servisem jsem velmi hrubě nespokojen, 4. 9. jsem osobně objednával nový nůž na aku sekačku kterou máte stále v nabídce, jako jednu z nejprodávanějších, bylo mi řečeno že nejpozději do týdne bude, nyní je 16.9. a nůž stále nemám, pán na servise byl celkem arogantní, upozornil mě že se to platí předem a při vyzvednutí ať přinesu papír o zaplacení aby věděl že už jsem to platil, to mám jako já jako zákazník dokazovat že objednávka je placena?!! Od čeho mají tedy objednávkový systém kde to vidí, prosím o zjednání nápravy a urychlené dodání objednaného nože

To se mi líbí    Odpovědět    2 t



 Autor

**Mountfield a.s.**

**Vašek Pražák** Dobrý den, pane Pražáku, omlouváme se za vzniklé nepříjemnosti. Prosím, obraťte se na nás prostřednictvím soukromé zprávy a naše oddělení péče o zákazníky se na to hned podívá. Daniel, tým Mountfield

To se mi líbí    Odpovědět    2 t

↳ Zobrazit další odpovědi



# DATA

Sekundární

Primární

Externí

Interní

Dotazování

Experiment

Pozorování

Studie asociací,  
hospodářské  
komory, Czech  
trade, ČSÚ,  
oborové časopisy  
a média,...

Zprávy od  
zákazníků, reporty  
z call centra,  
finanční výkazy,  
předchozí  
výzkumy,  
databáze,...

Individuální  
rozhovor,  
skupinové  
rozhovory,  
online a offline  
dotazníky

Řízený  
experiment,  
kvazi  
experiment,  
terénní  
experimet

Mechanické a  
elektronické  
přístupy,  
osobní přístupy

# Co je marketingové prostředí?

Vše co obklopuje a ovlivňuje podnik

Dobrý marketingový manažer je schopen na změny v okolí podniku reagovat





Pokud se v místnosti dostane teplota pod stanovenou hranici, termostat reaguje spuštěním topení. Pokud je teplota vyšší reaguje vypnutím topení. Toto je systém, který je reaktivní. Stejně tak by firma jako celek měla hledat nástroje jak zvýšit svou reaktivnost na změny v okolí.





# Reaktivnost podniku na okolí

- Stejně jako v lidském těle existuje mnoho mechanismů jak reagovat na vnější prostředí, měly by i marketéři být schopní v rámci svého řízení monitorovat změny v okolí firmy.
- Firmy, kterým se nepodaří reagovat na vývoj v prostředí ve kterém působí mohou čelit zcela zásadnímu ohrožení existence.





# Reakce značky Johnnie Walker na dění v populární kultuře



WINTER  
IS HERE



# Co vše je v okolí podniku?

Co vše jej může ovlivnit?



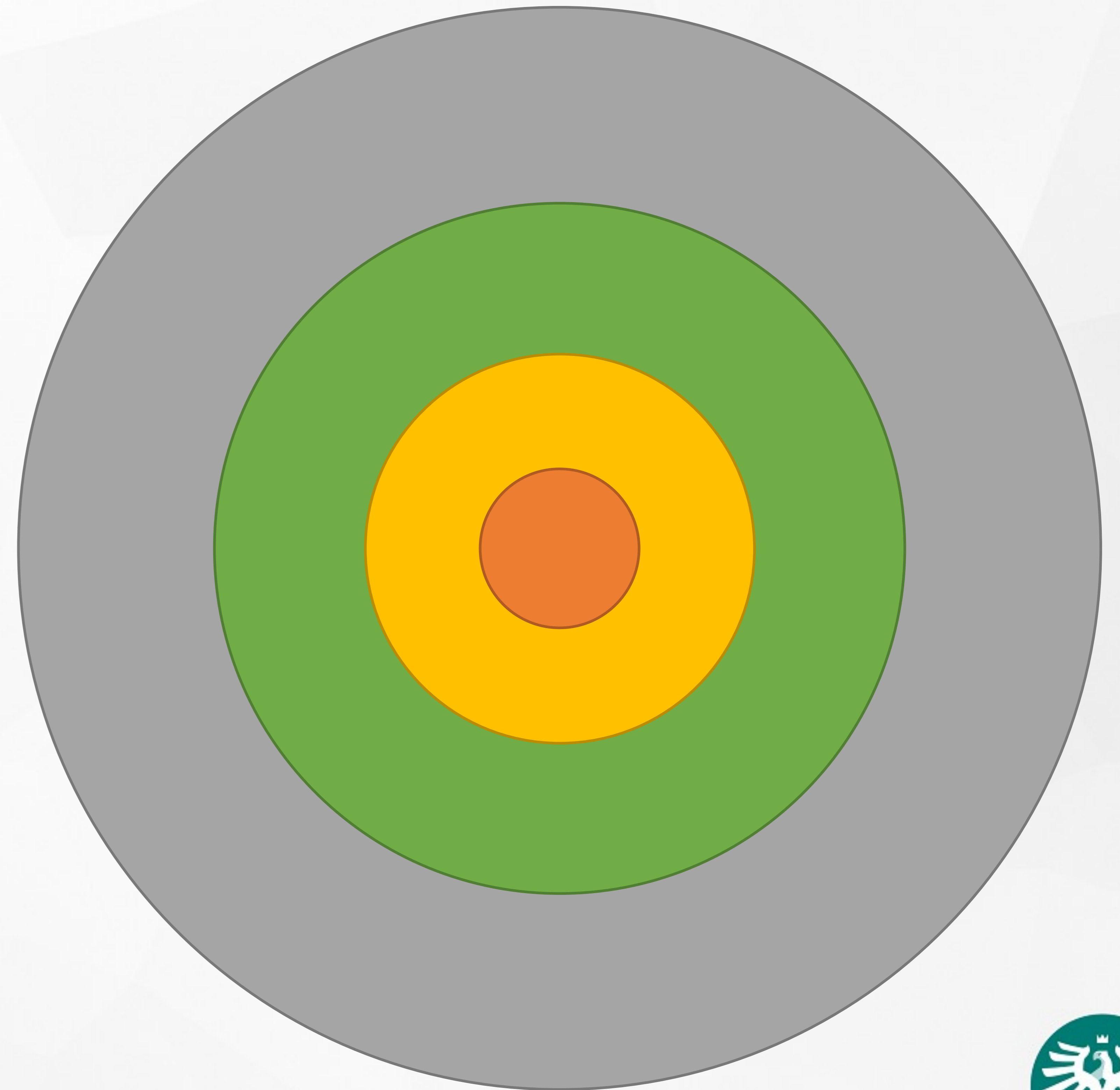
# Rozdělení prostředí

Podnik

Interní prostředí

Mikroprostředí

Makroprostředí



# Makroprostředí

- Politické síly **P**
- Ekonomika **E**
- Sociální a kulturní síly **S**
- Technologický vývoj **T**
- Legislativní změny **L**
- Environmentální síly **E**



# Politické síly

- Reprezentuje spojení politiků a businessu.
- Monitorování a někdy také ovlivňování politického dění.
- 3x větší šance na přežití pro firmy s kontakty v politice během ekonomické krize.
- Vláda významně ovlivňuje pomocí investic a dalších rozhodnutí ekonomický vývoj dané země.
- Každá vláda rovněž vytyčuje své priority, ze kterých je patrné, jaké podnikatelské odvětví je pro ni klíčové.
- Totéž platí na lokální úrovni z hlediska podpory investic pro podniky či podporu začínajícím podnikatelům.



# Vliv politiky na business je v některých případech zcela zásadní

## Dlouho očekávaná jednotná nabíječka pro mobilní zařízení od roku 2024

Tisková zpráva [PLENÁRNÍ ZASEDÁNÍ](#) [IMCO](#) 04-10-2022 - 12:21

- Jednotná nabíječka pro všechny mobilní telefony a tablety – dobrá zpráva pro planetu i spotřebitele
- Novým standardem bude USB port typu C, který umožňuje kvalitní nabíjení i datové přenosy
- Zákazník bude mít na výběr, zda zakoupit nové zařízení s nabíječkou nebo bez ní





# Ekonomické síly - příklady

- Ekonomický růst
- Rozdělení příjmů
- Kupní síla obyvatelstva
- Odvětvová data
- Nezaměstnanost
- Daňové zatížení a inflace
- Vývoj kurzů měn



**CZK-EUR** -0,0776

27,0699 -0,29%

**CZK-USD** -0,1845

22,9679 -0,80%

**CZK-GBP** -0,1077

29,8223 -0,36%

**Nasdaq**

▲ +2,3%

11,332.5 +257,5

**DAX**

▲ +1,1%

12,828.3 +139,3

**PX**

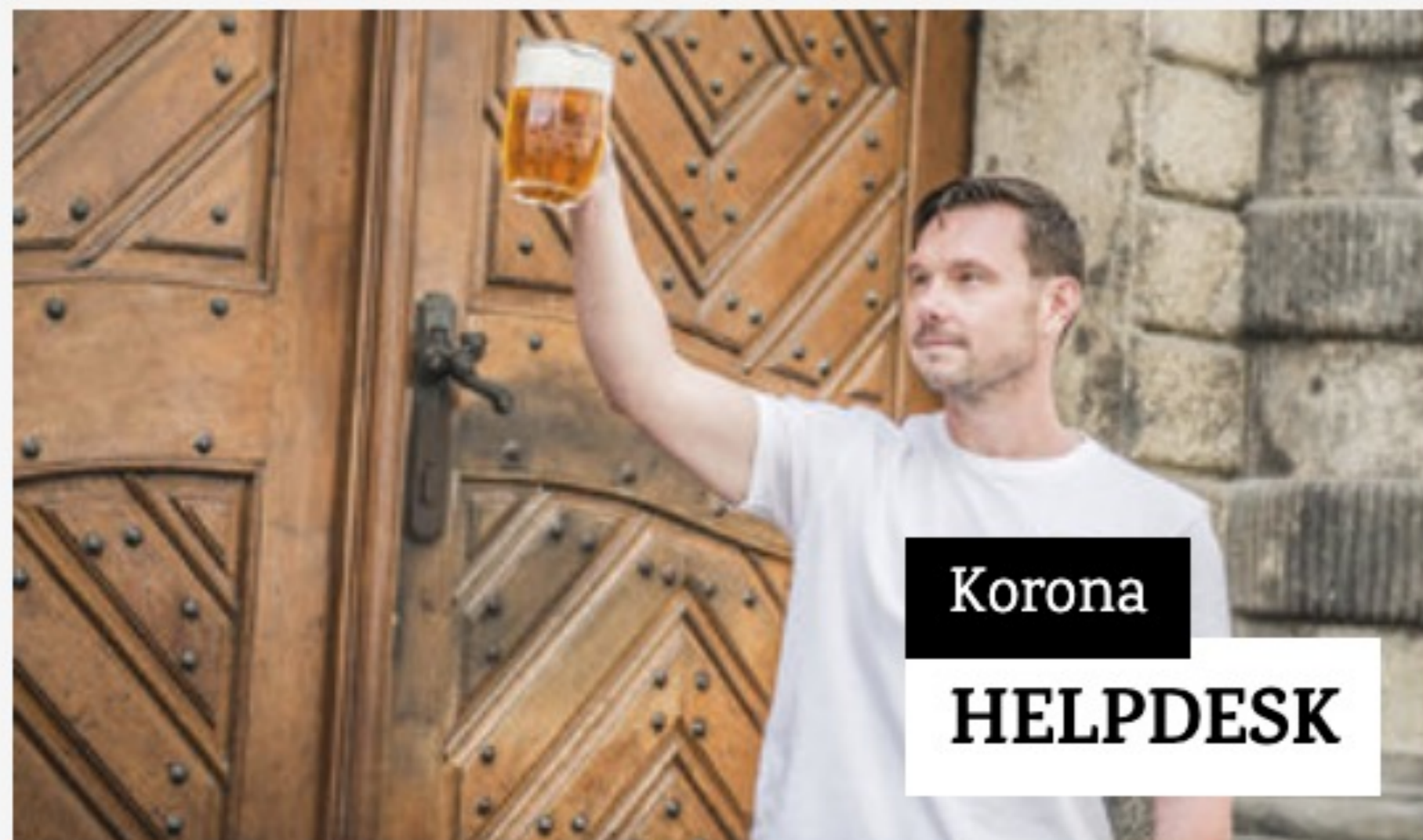
▲ +0,6%

862.9 +5,2

**Bitcoin**

0%

10,569.3 0



Rozhovory

## Lidé zdražení piva přijmou. Jako vždycky, říká sociolog Jiří Vinopal

Dnes • 07:00



Magazín

## Instagram slaví kulatiny. Oblíbená sociální síť je na trhu deset let

Dnes • 08:00

**Dron E15: Za 40 let bude z  
lomu Vršany jezero.  
Podívejte se, jak vypadá  
dnes**

O jaký typ dat jde? Kvantitativní/kvalitativní a primární/sekundární?



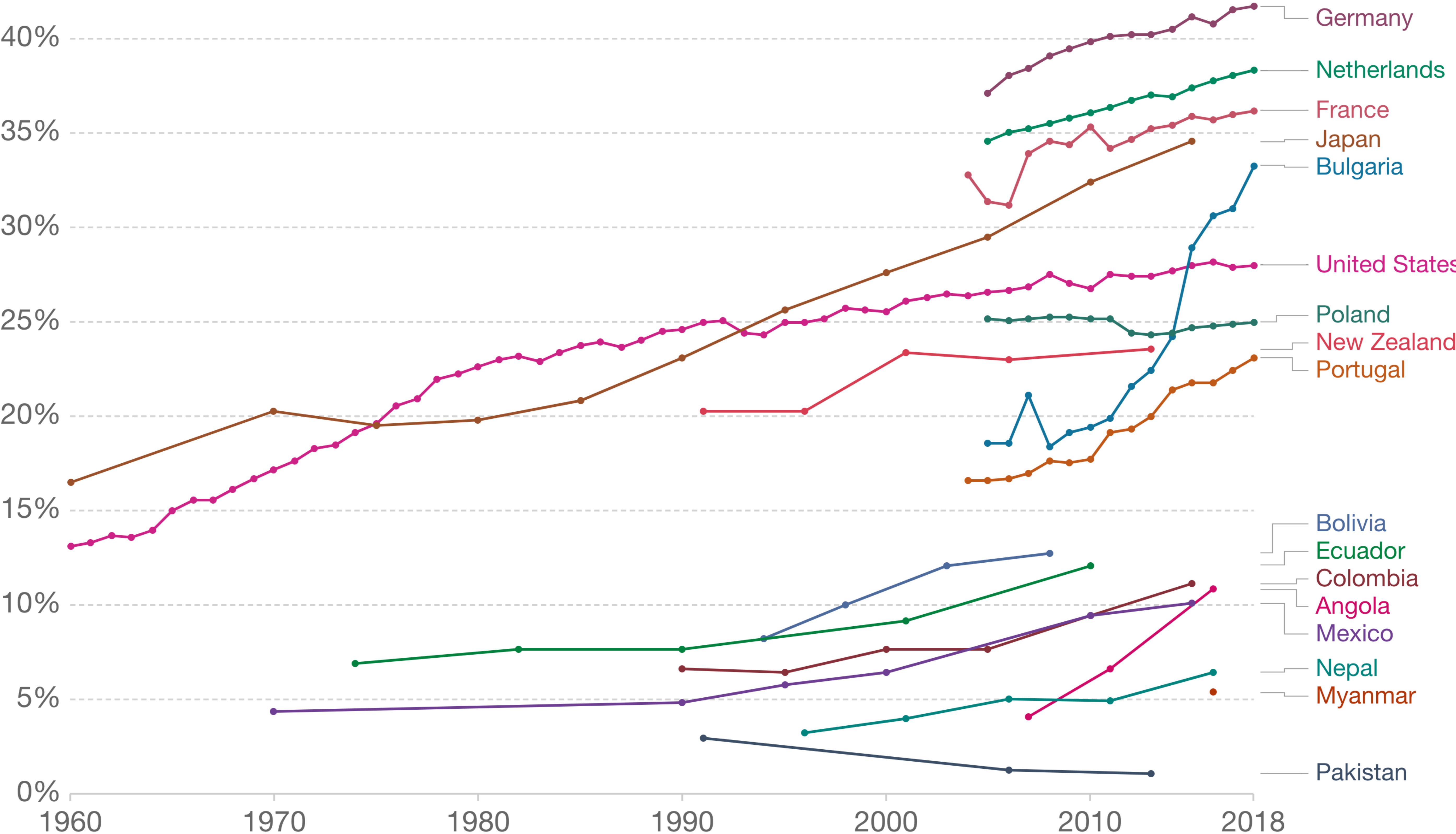
# Sociokulturní síly - příklady

- Prodlužování délky života
- Money-rich Time-poor rodiny
- Rychlejší návraty po mateřské dovolené
- Větší povědomí o ekologických problémech
- Homogenizace potřeb celosvětově
- Rozvodovost
- Oddalování sňatku i dětí
- Zmenšující se rodiny
- Singles



# Percentage of one-person households, 1960 to 2018

Number of one-person households as a share of the total number of households. Estimates combine multiple sources, including cross-country surveys and census data.

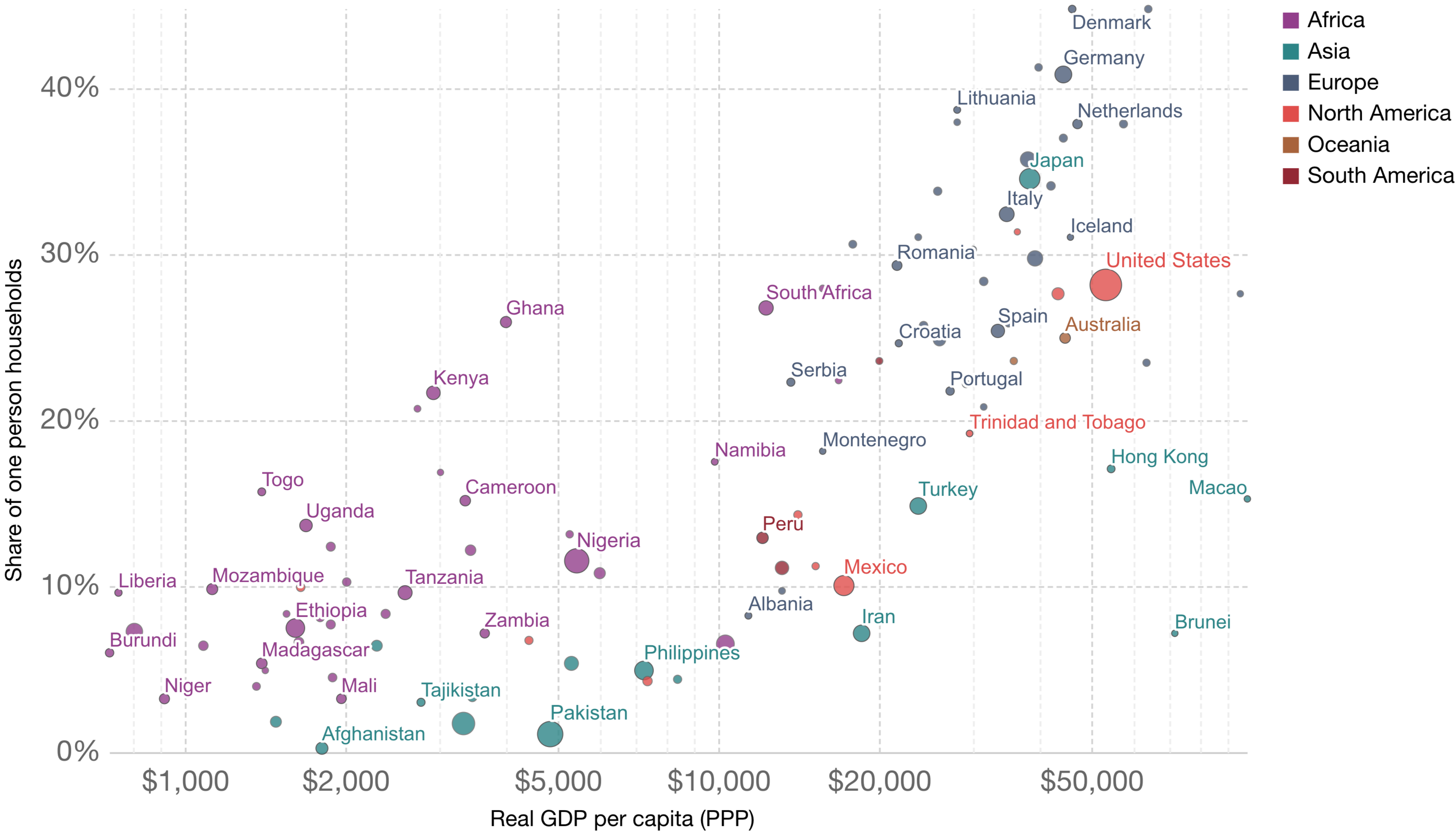


Source: OWID based on UN and other sources



# Share of one-person households vs. GDP per capita, 2016

GDP per capita is adjusted to account for inflation and differences in prices between countries. Colors represent world regions. Bubble sizes are proportional to the population of the country.



Source: OWID based on UN, World Bank and other sources.



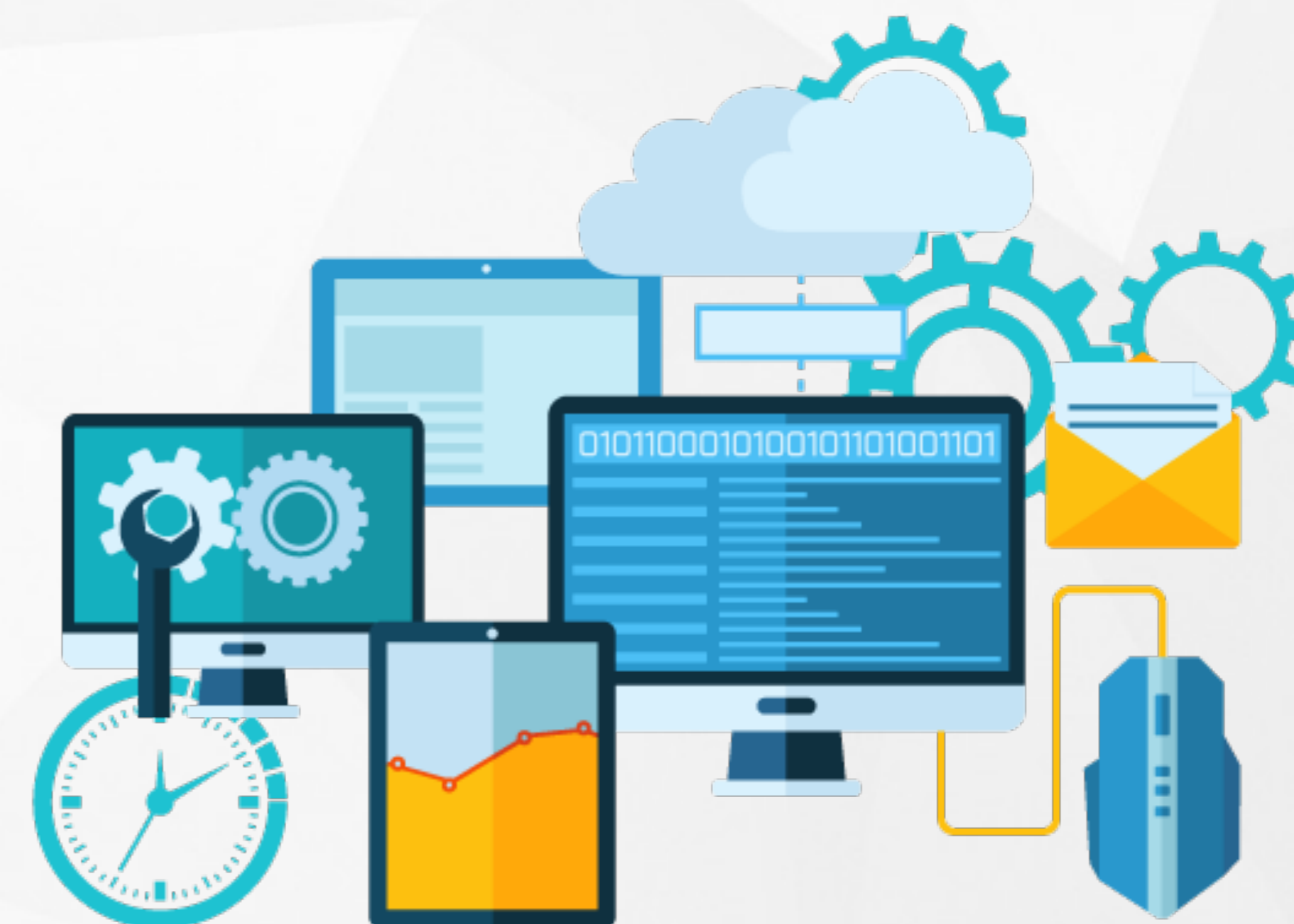
# Reakce na rozpad tradičního formátu rodiny





# Technologie - příklady

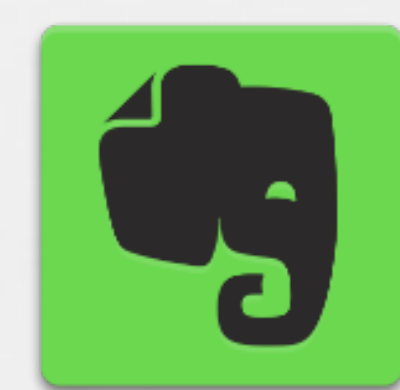
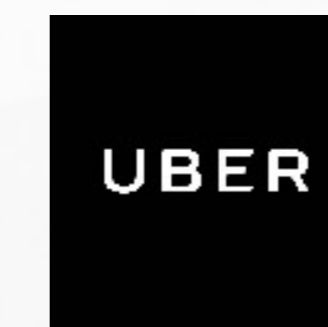
- Digitalizace
- Robotizace
- Sdílená ekonomika
- Sociální sítě
- Nové formy komunikace
- Nová média
- Nástroje osobní produktivity
- Cloudové služby
- Virtuální a rozšířená realita







Uber, Airbnb  
Facebook, Instagram  
WhatsApp, Viber  
Youtube, Netflix  
Booking, Kiwi  
Evernote, Pocket  
Dropbox, Google Drive  
Spotify, Soundcloud  
Khan Academy, TED



O jaká odvětví se jedná? Jakým způsobem tyto produkty založené na technologiích změnily tato odvětví?



# Legislativa

- **Obchodní zákoník** upravuje základní principy podnikání, jako je právní forma podnikání, vznik a zánik podnikatelského subjektu, vedení účetnictví, práva a povinnosti podnikatelů, obchodní závazkové vztahy, apod.
- **Živnostenský zákon** upravuje podmínky pro provozování živnosti, jako je druhy živností, požadavky na odbornou způsobilost, postup při ohlášení živnosti, apod.
- **Daňové zákony** upravují daňové povinnosti podnikatelů, jako je daň z příjmů fyzických osob, daň z příjmů právnických osob, daň z přidané hodnoty, apod.
- **Zákoník práce** upravuje pracovní vztahy mezi zaměstnanci a zaměstnavateli, včetně vztahů mezi podnikateli a jejich zaměstnanci.
- **Zákon o ochraně spotřebitele** chrání spotřebitele před nekalou obchodní praxí podnikatelů.
- Nadnárodní úmluvy – legislativa EU
  - [NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY \(EU\) 2016/679](#)



# Legislativa – příklad GDPR

- Společnosti musí...
- ... získat jasný a svobodný **souhlas** zákazníků, než budou moci zpracovávat jejich osobní údaje pro marketingové účely.
- ... poskytnout zákazníkům **přístup** k jejich osobním údajům a umožnit jim je **opravit** nebo **vymazat**.
- ... **informovat zákazníky** o tom, jak jejich osobní údaje zpracovávají.
- ... přijmout **opatření k ochraně osobních údajů zákazníků** před neoprávněným přístupem, použitím nebo zveřejněním.



# Legislativa – příklad zákon o elektronických komunikacích

- Od 1. července 2022 je **zakázáno** kontaktovat zákazníky za účelem marketingové komunikace bez jejich předchozího souhlasu.
- Tento souhlas lze udělit výslovně nebo implicitně, například při uzavření smlouvy nebo registraci na webu.



# Environmentální síly - příklady

- Změna klimatu
- Znečišťování
- Spotřebovávání vzácných zdrojů
- Nedostatek vody v krajině
- Recyklování a výroba recyklovatelných produktů
- Mikroplasty
- Testování produktů na zvířatech
- Používání recyklovaných materiálů





OUR TOYS

OUR STORY

PRESS ROOM



Free shipping on orders of \$49.99 or more within the US

100% RECYCLED

MADE SAFE IN THE USA

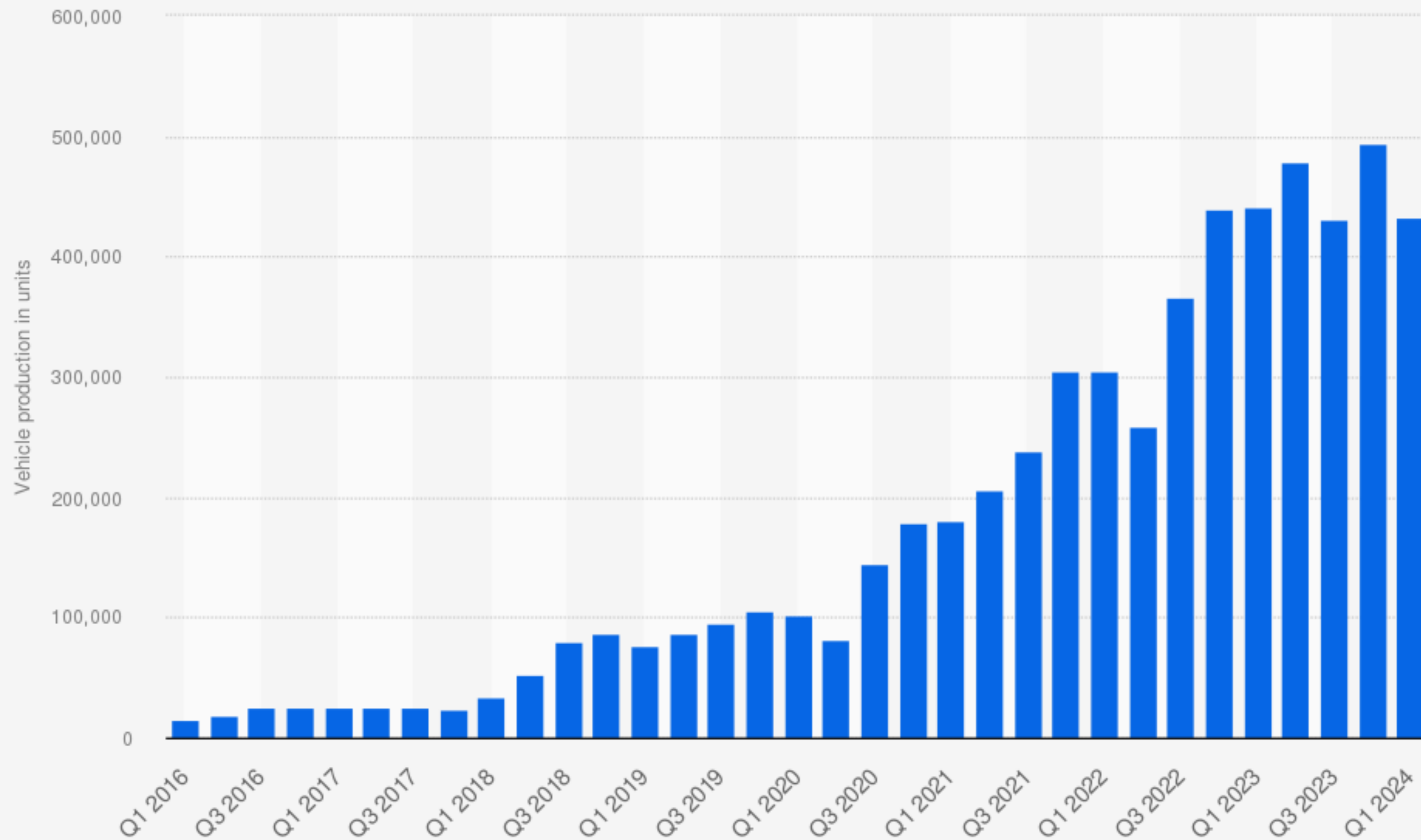
## 100% recycled goodness.

We transform recycled milk jugs into imaginative playthings.

HERE'S HOW



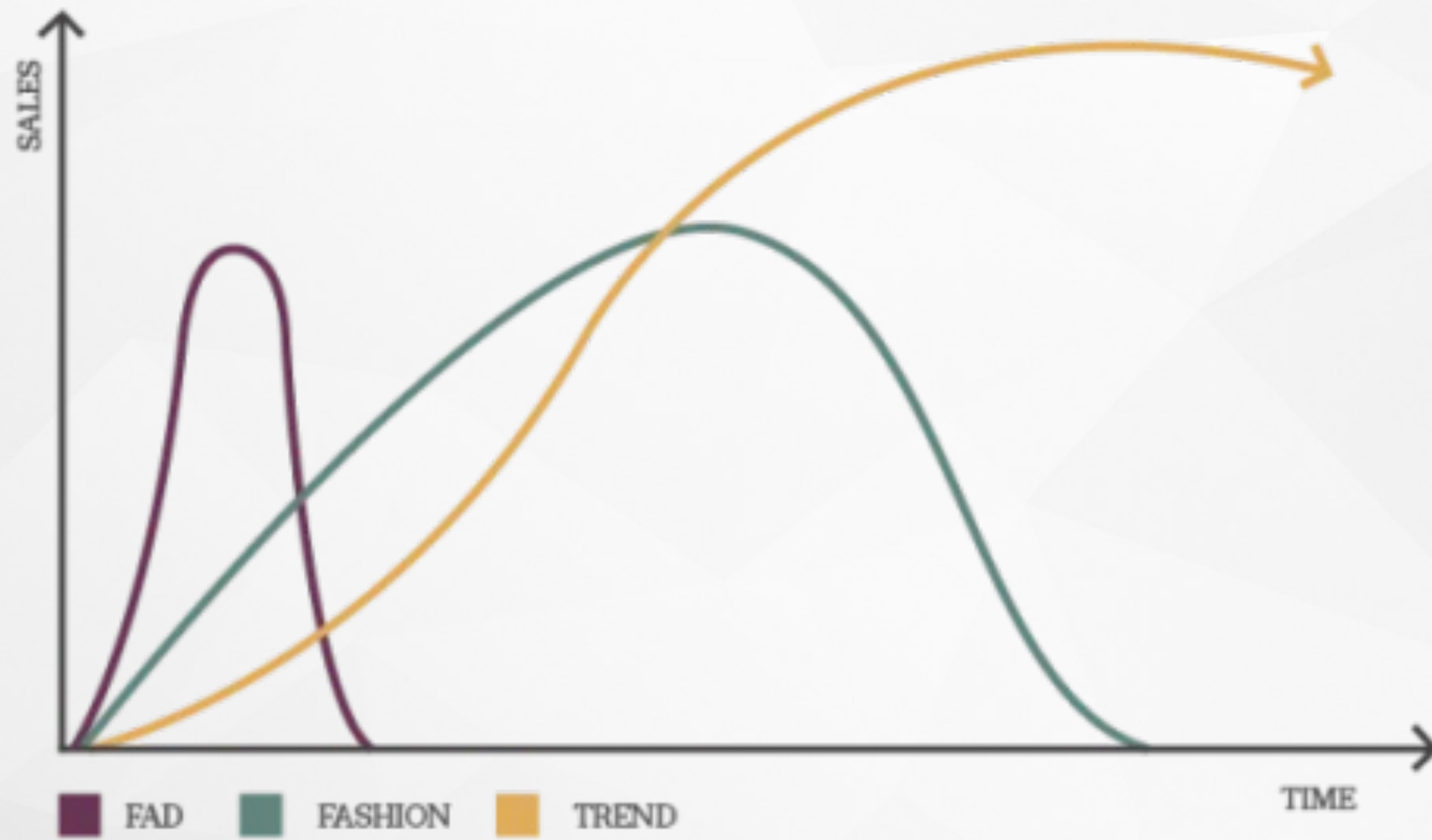
## Number of Tesla vehicles produced worldwide from 1st quarter 2016 to 1st quarter 2024 (in units)



Source  
Tesla  
© Statista 2024

Additional Information:  
Worldwide; Q1 2016 to Q1 2024







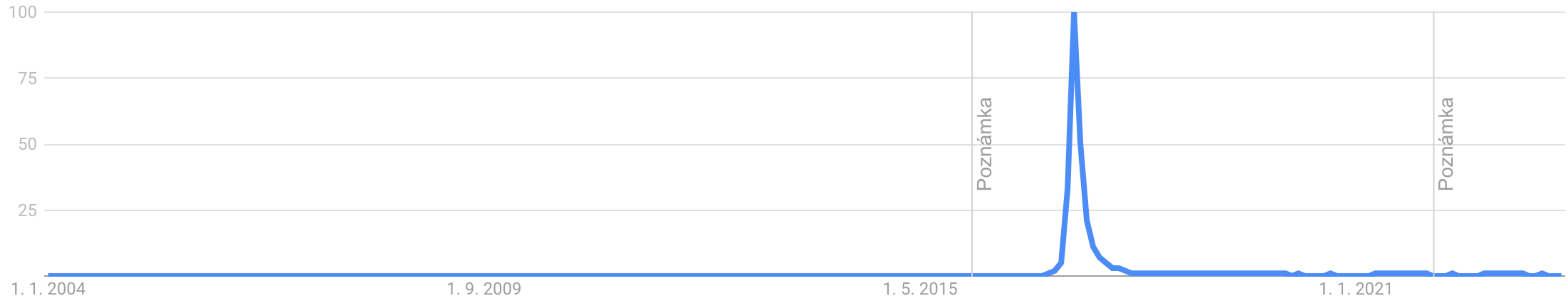


Zájem v průběhu času ?

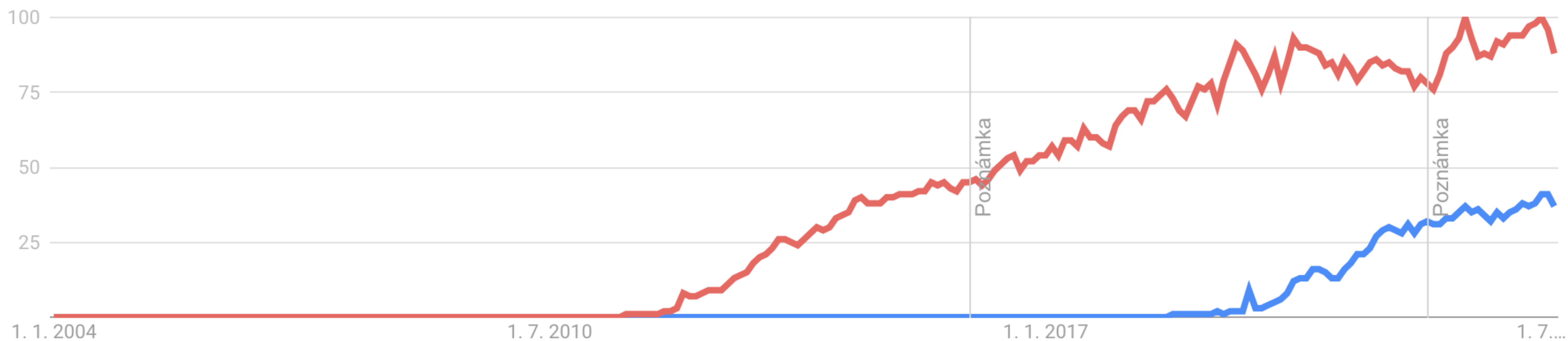
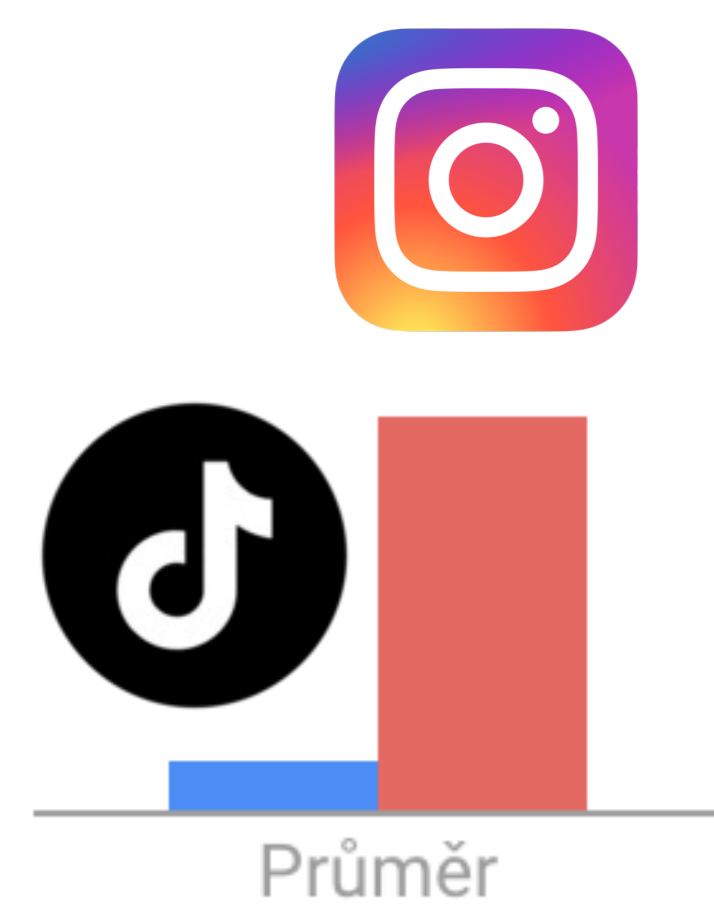




Zájem v průběhu času ?



# Zájem v průběhu času ?



# Mikroprostředí

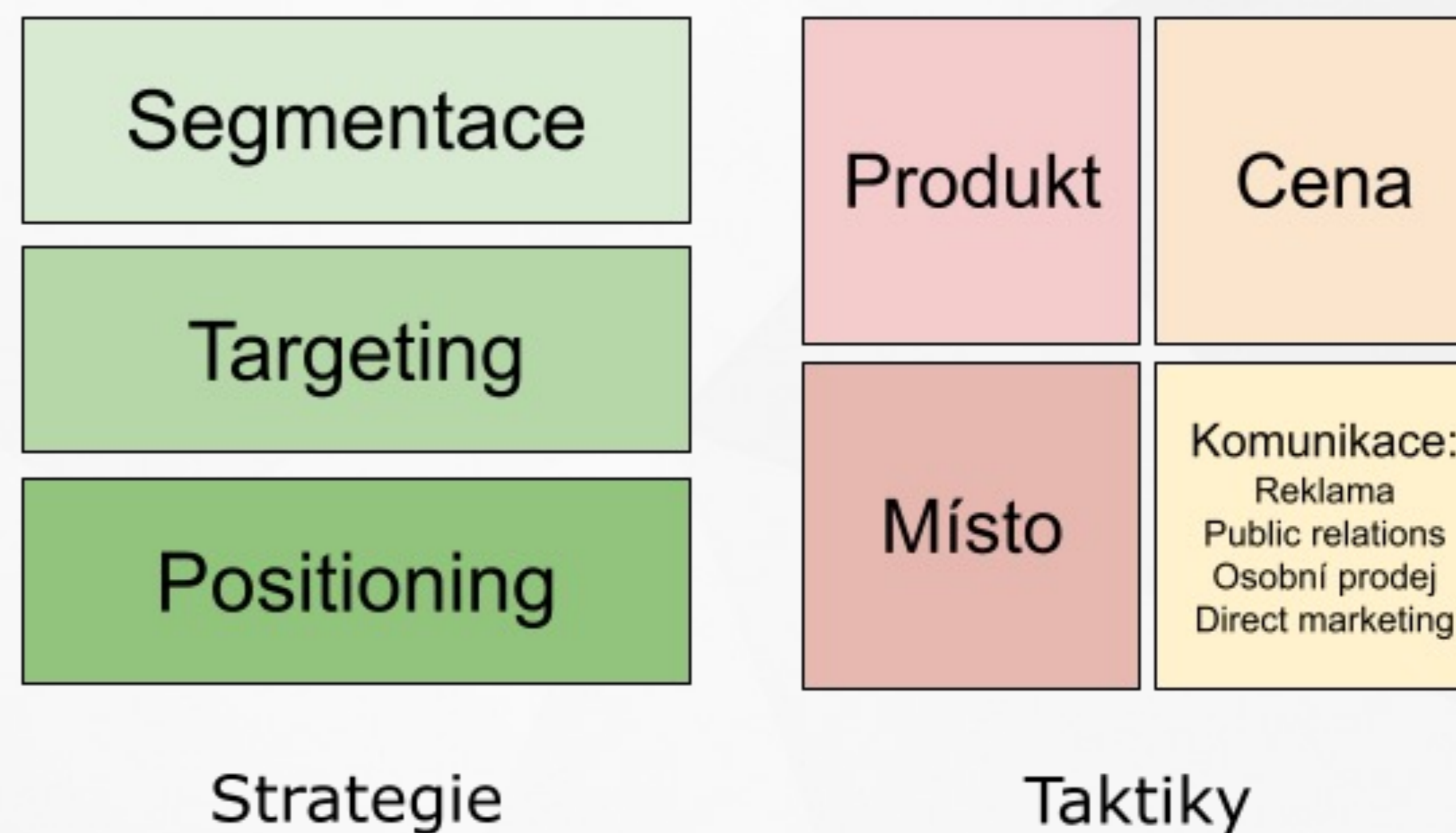
- Zákazníci (Customers)
- Konkurence (Competition)
- Spolupracovníci (Collaborators)
  - Dodavatelé
  - Odběratelé (Maloobchod a velkoobchod)

3C



# Mikroprostředí

- Zákazníci (Customers)
  - Analýze zákazníků se věnujeme v jiné přednášce.
- Konkurence (Competition)
  - STP
  - Produkt
  - Cena
  - Distribuce
  - Komunikace



# Mikroprostředí - konkurence



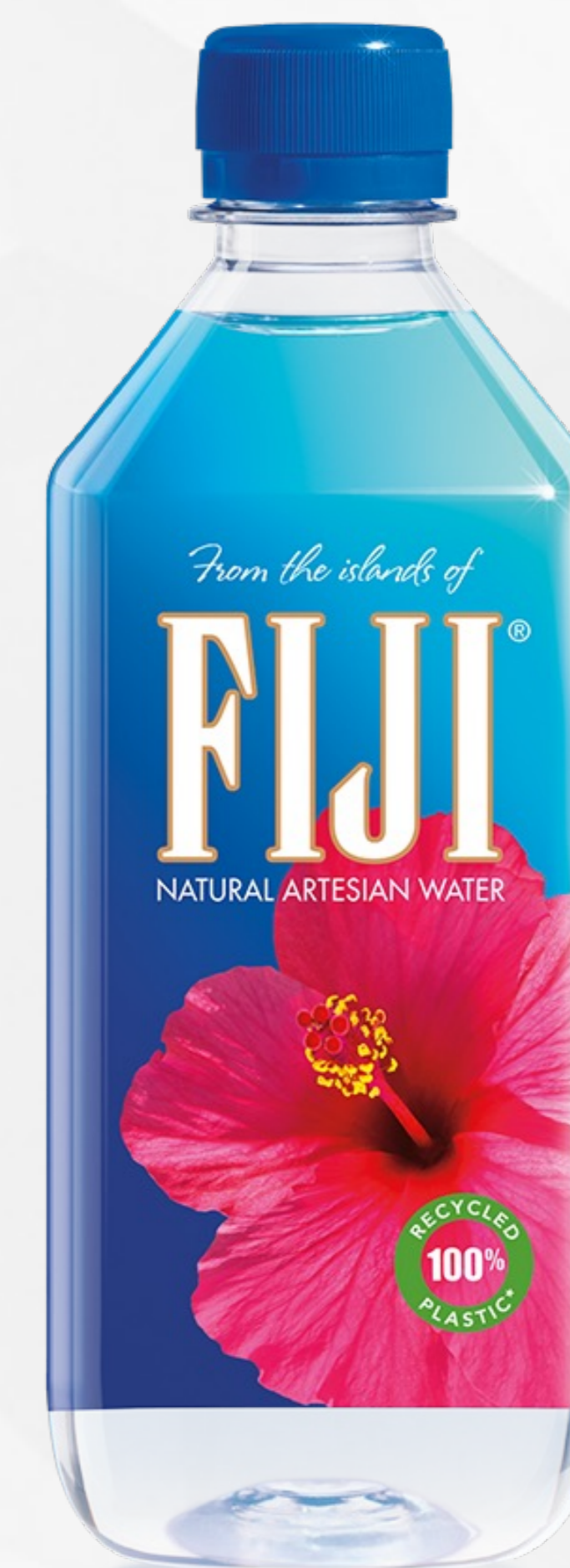
5 Kč



22 Kč



33 Kč



79 Kč



# Mikroprostředí - konkurence



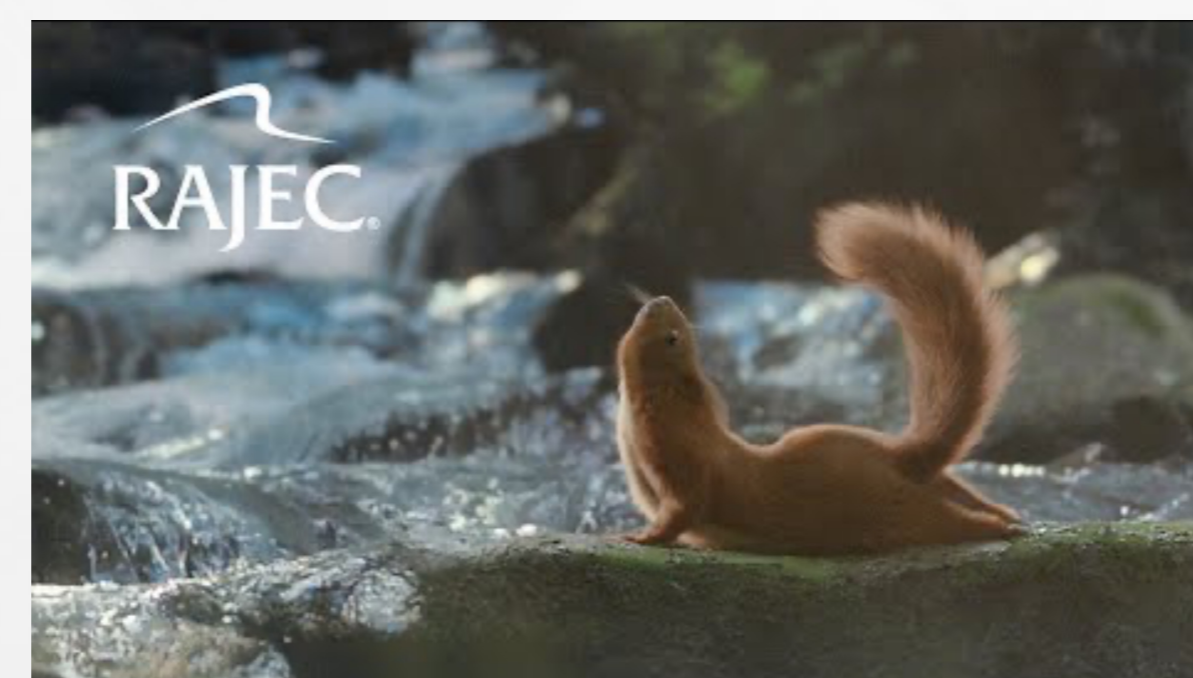
Tesco value

Kampaně nemáme,  
aby to mohlo stát  
5Kč.

Tesco



Patentováno přírodou



Pohyb, příroda, les,  
zvířata.



Live young



Mládí, alpy, sníh,  
led.



Earth's finest water



Fiji, květ ibišku,  
artézská studna

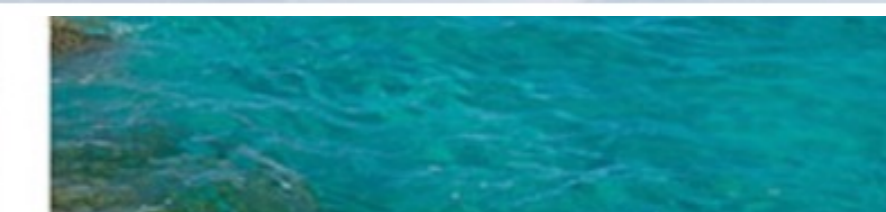


# Mikroprostředí - konkurence

**WELCOME TO**  
*The Mountain  
of Youth*

In 2024, evian reignite its iconic Live Young signature inviting everybody to prioritize their self care regardless the age. Embark on a joyful journey to discover the 'Mountain of Youth', part French Alps and part mystical land, where inhabitants are invited to adopt a youthful and optimistic mindset by giving priority to their well-being.

[DISCOVER THE CAMPAIGN](#)





# Mikroprostředí - konkurence

**Fiji Water is part of an industry built on extreme wastefulness and manufactured demand — one leaving a potentially devastating global ecological trail**

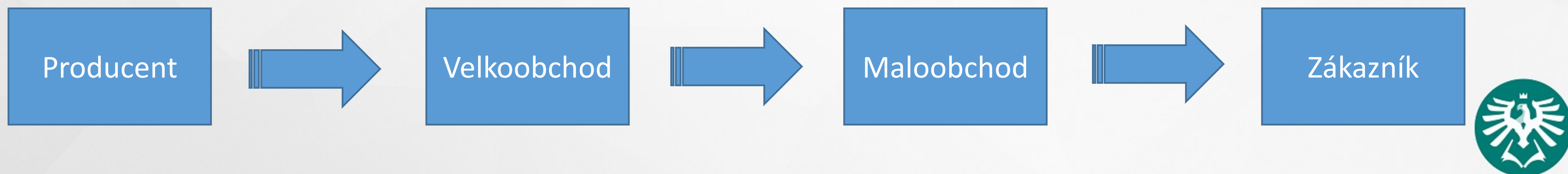
If the product behind this discussion was unimpeachable, the debate around bottled water might be different. But even though Fiji Water has made attempts to counterbalance its own ecological impact, its mere existence and operation are part of an industry with serious ramifications for the environment and the economy.

The demand for bottled water has caused us, as a culture, to shift toward showing disdain for tap water and fearing locally produced drinking water, while drastically reducing the number of public water fountains and freely accessible water to the public. From a public health perspective, this demand is largely manufactured and unnecessary. (Notable exception: Flint, Michigan.)



# Mikroprostředí

- Spolupracovníci (Collaborators)
  - Dodavatelé
    - Komunikační agentura
    - Tiskárna
    - Výzkumná agentura
    - Konzultanti a specialisté
    - a další...



# Interní prostředí

- Marketingový mix
- Zaměstnanci
- Vybavení
- Finance
- Procesy
- Inovace



# Shrnutí analýzy podniku a jeho okolí

PESTLE

3C

Interní prostředí

=

SWOT



# SWOT analýza

- Posuzujeme Silné a Slabé stránky, Příležitosti a Ohrožení.
- Silné a slabé stránky vidíme dvěma pohledy:
  - ABSOLUTNÍ
  - RELATIVNÍ
  - Platí nepsané pravidlo, že silné stránky by měly být relativní, slabé stránky mohou být také absolutní.
- Vždy by v silných a slabých stránkách měly být prvky, které mají hodnotu pro zákazníka!



# Sestavení SWOT analýzy

	Pozitivní	Škodlivé
Vnitřní	Silné stránky organizace <b>S</b>	Slabé stránky organizace <b>W</b>
Vnější	Příležitosti <b>O</b>	Ohrožení <b>T</b>



# Nejčastější chyby u SWOT



- Nenevazuje na analýzu okolí a analýzu interního prostředí.
- Popletené silné stránky s příležitostmi a slabé stránky s ohroženími.
- Nepoměr silných a slabých stránek (příležitostí a ohrožení).
- SWOTka není vyhodnocena – pak je pouze informativním přehledem, nikoliv nástrojem plánování.
- Je subjektivní nebo neurčitá.
- Následné kroky stanovení marketingových cílů z ní nevycházejí.



# Vyhodnocení SWOTky

		S – Silné stránky							W – Slabé stránky			Suma	Pořadí
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	W1	W2	W3		
O – Příležitosti	O1	+	++	0	0	++	0	++	0	0	0	7	2.
	O2	++	0		0	+	0	++	0	0	0	5	3.
	O3	++	+	+	0	+	0	++	0	+	0	7	2.
	O4	++	++	+	+	++	+	++	0	0	-	11	1.
T – Ohrožení	T1	+	0	0	0	0	0	++	--	--	--	-6	1.
	T2	0	-	0	0	-	-	0	-	0	0	-6	1.
	T3	0	0	0	0	0	0	-	--	-	0	-4	2.
	T4	0	0	+	0	0	0	0	-	0	0	-1	3.
Suma		8	5	3	1	6	1	10	-6	-3	-3	x	





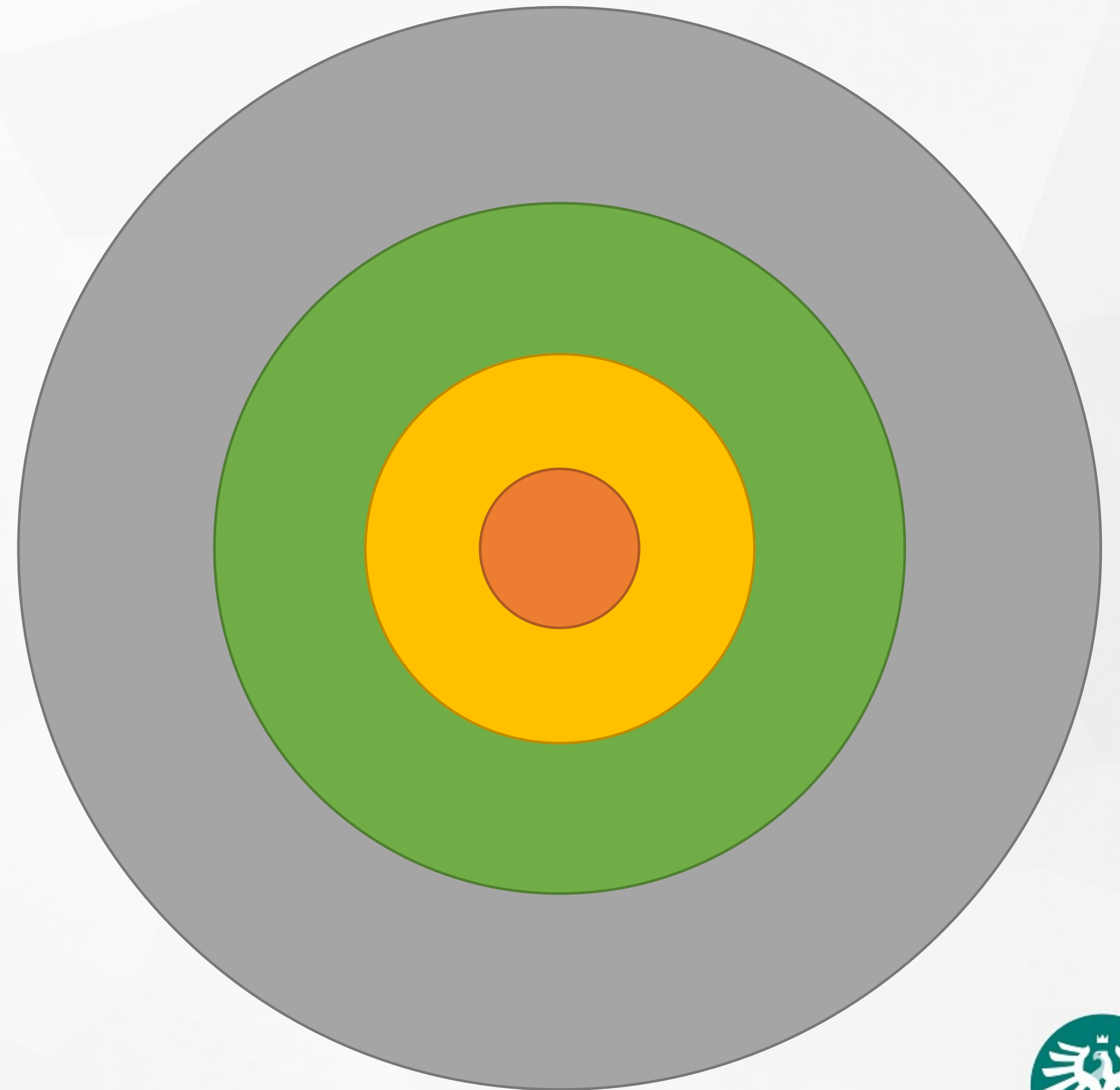
# Shrnutí

Podnik

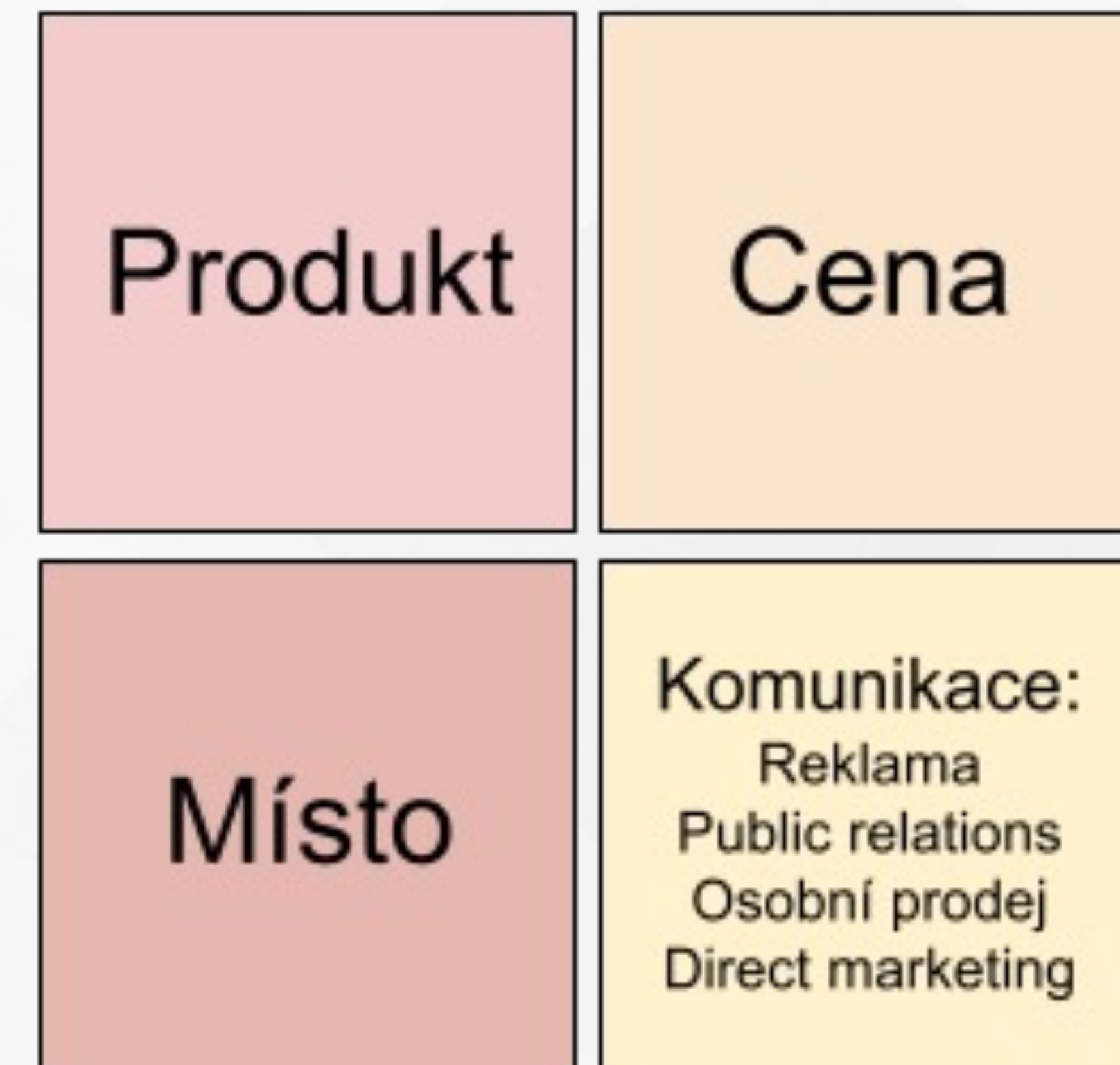
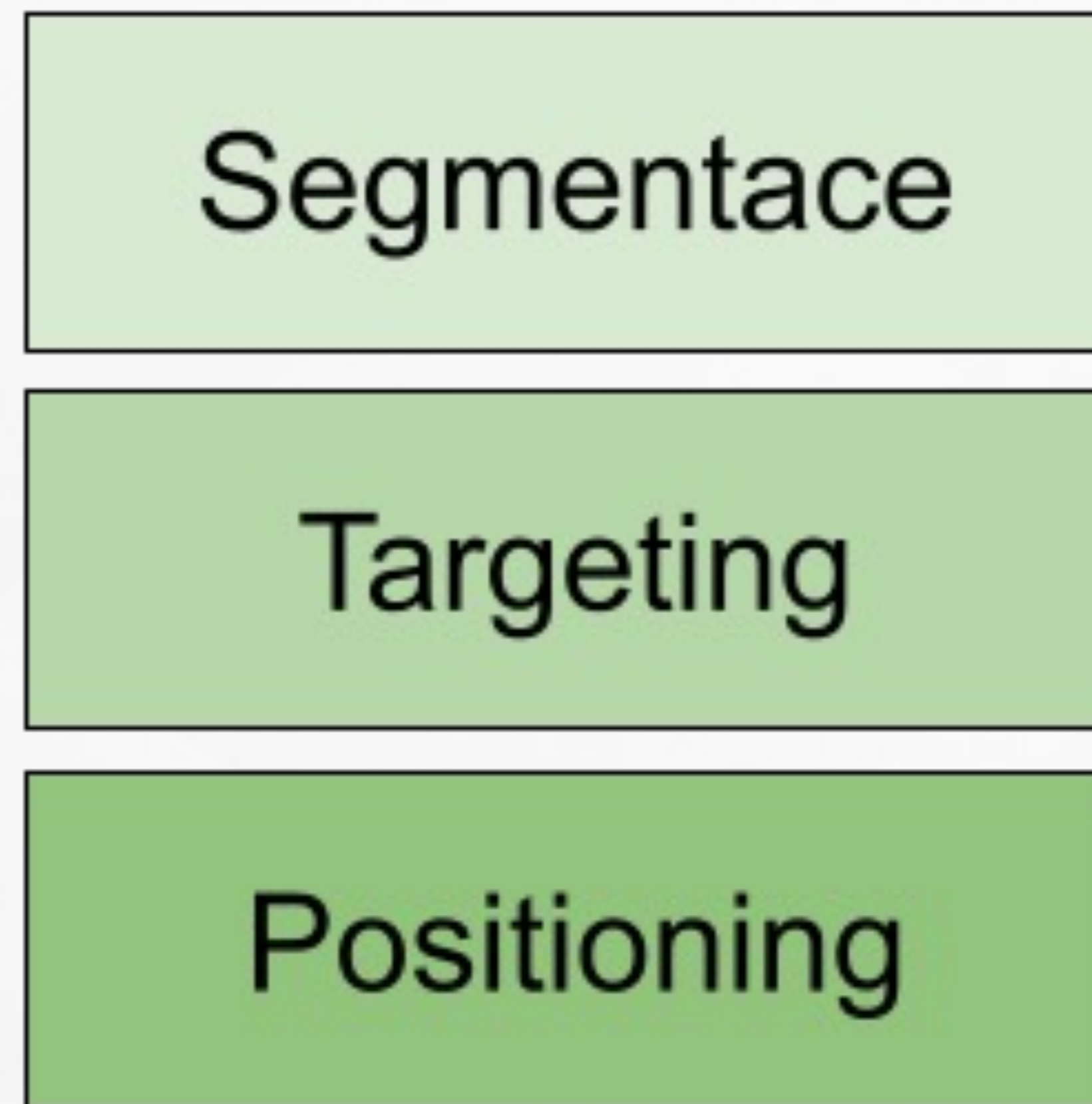
Interní prostředí

Mikroprostředí

Makroprostředí



# Marketing



# Děkuji za pozornost



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

