
OBSAH

Úvod	5
1. Výzkum spotřeby a trhu v socialistické ekonomice	7
2. Potřeby, podmínky spotřeby a jejich projevy u subjektu	26
2.1 Potřeby a motivace	26
2.2 Sociálně ekonomické souvislosti spotřeby	41
3. Výzkum trhu jako systém	53
3.1 Systémový přístup k výzkumu trhu	53
3.2 Členění výzkumu trhu	58
3.3 Výzkum z hlediska zdroje informací	58
3.4 Členění podle komodit	61
3.5 Členění podle problémových oblastí	66
3.6 Členění výzkumu trhu z hlediska stupně, angažovanosti v řízení	75
3.7 Výzkum trhu z hlediska metodických postupů	76
4. Vstupní metody	83
4.1 Rešerše	84
4.2 Evidence hospodářských a sociálních jevů	86
4.3 Diskuse s odborníky	92
4.4 Předprůzkum (rozhovor se spotřebiteli)	95
4.5 Projekt výzkumu	96
5. Modely	100
5.1 Vztahové modely	100
5.2 Poptávkové modely	123
5.3 Postupové modely	135
6. Výzkum u spotřebitele	147
6.1 Postup při přípravě dotazníku	154
6.2 Otázka	175
6.3 Členění otázek podle stupně závažnosti	176
6.4 Členění podle stupně návaznosti otázek	177

6.5	Otázky podle účelu v dotazníku	180
6.6	Členění otázek podle variant odpovědí	183
6.7	Členění otázek podle vztahu k obsahu	190
7.	Škálování	205
7.1	Problém a hypotéza	206
7.2	Stupnice	207
7.3	Posuzování	209
7.4	Bodování	217
7.5	Skalogramy	220
8.	Spolehlivost dotazování	223
8.1	Reliabilita	223
8.2	Validita	224
8.3	Standardizace dotazníku – testu	226
9.	Specifické metody výzkumu u obyvatelstva (hloubková explorace, skupinový rozhovor, pozorování a experiment)	227
9.1	Hloubková expiorace	227
9.2	Skupinový rozhovor	230
9.3	Pozorování	232
9.4	Experiment	235
10.	Způsob a nástroj dotazování	238
10.1	Základní způsoby dotazování	238
10.2	Soubor tazatelů	241
10.3	Panel	251
11.	Výběry	257
12.	Statistické zpracování výsledků výzkumu u obyvatelstva	271
13.	Analýza časových řad	282
13.1	Ekonometrické postupy	282
13.2	Složky časové řady	283
13.3	Rozbor diferencí	284
13.4	Trendy	287
13.5	Logistická funkce	295
13.6	Koeficient pružnosti	298
13.7	Interdependentní rovnice	313
13.8	Dynamické modely	316
13.9	Autoadaptivní modely	320
13.10	Vývoj vybavování předměty dlouhodobé spotřeby	323
14.	Průřezové analýzy	330
14.1	Význam průřezových analýz	330
14.2	Sociální obraz spotřeby	333
14.3	Vztah rodinných účtů k časové řadě	334
14.4	Využití rodinných účtů	337
14.5	Analýza časového vývoje v rodinných účtech	343
14.6	Vliv struktury domácnosti	349

14.7	Nasyčenost	352
14.8	Analýza procesů vybavení předměty dlouhodobé spotřeby	355
15.	Faktorová analýza	359
15.1	Faktory a shluky	359
15.2	Principy faktorové analýzy	362
15.3	Řešení faktorové analýzy	364
15.4	Shluková metoda	366
16.	Výrobní výzkum	368
16.1	Vyhledávání námětů	369
16.2	Výrobní test	372
16.3	Výzkum image	380
16.4	Tvorba trhu výrobku (výrobní mix)	381
16.5	Optimalizace sortimentu	384
17.	Hodnocení konjunkturní situace	388
17.1	Sledování konjunkturní situace jako součást řízení	388
17.2	Nedostatkost	389
17.3	Závislost nedostatků a výkyvů v prodeji	394
17.4	Konjunkturní testy	401
17.5	Ocenění vlivu nedostatkost na časovou řadu	402
17.6	Testy dalšího vývoje konjunkturní situace	406
18.	Účinnost nástrojů obchodní politiky	408
18.1	Účinnost cenových změn	409
18.2	Účinnost propagace	419
19.	Topografie poptávky	425
19.1	Mezinárodní srovnání	425
19.2	Oblastní porovnání	426
19.3	Analýza vyrovnávacího procesu	427
19.4	Nákupní spád	431
19.5	Zákaznické testy	433
19.6	Výzkum veřejného mínění o prodejně	434
20.	Expertní metody	436
20.1	Singulární expertizy	437
20.2	Diskuse s odborníky	437
20.3	Hry	438
20.4	Metoda Delfi	439
21.	Cílové metody	441
22.	Prognostické metody	444
22.1	Extrapolace	444
22.2	Časoprostorové projekce	446
22.3	Expektace	448
22.4	Reflexe	449
22.5	Konfrontační analýza a syntéza	450
	Závěr	451
	Literatura	453