

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Segmentace trhu pracích prostředků

Autor diplomové práce:

Bc. Barbora Bulantová

Cíl diplomové práce:

Cílem práce je odhalit podobnosti a odlišnosti mezi spotřebiteli na trhu pracích prostředků v České republice a na základě těchto podobností a odlišností následně odhalit tržní segmenty na tomto trhu a navrhnout vhodný marketingový přístup k odhaleným segmentům.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	93
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Cíl diplomové práce byl jasně definován a splněn. V první části práce, tedy teoreticko-metodologické, se autorka zabývá popisem procesu segmentace a vysvětlením jednotlivých segmentačních metod a technik, které následně používá v praktické části. Velmi kladně hodnotím, že už v teoreticko-metodologické části autorka využívá své znalosti trhu pracích prostředků a doplňuje teorii praktickými poznatky, které získala během práce při studiu.

V praktické části práce je řešena samotná segmentace trhu. Aby autorka dosáhla vytyčeného cíle, rozhodla se pro segmentaci použít sekundární i primární data. Sekundární data byla získána z databáze MML TGI, následně byly rekódovány proměnné, provedena faktorová a shluková analýza a odhaleno 5 segmentů spotřebitelů pracích prostředků v ČR. Pro rozvoj profilu segmentů autorka využila 5 odlišných analýz a poznatky, které s jejich pomocí získala, propojila a vytvořila podrobnější popis dříve odhalených segmentů. Data pro provedení primární analýzy získala autorka prostřednictvím dotazníkového šetření. Jak však sama zmínila, tato data nejsou dostatečně reprezentativní, aby jejich výsledky mohly být zohledněny na celou populaci. Přesto díky dotazníkovému šetření získala doplňující informace o segmentech a odhalila i segmenty nové. Výsledné profily segmentů jsou velmi pěkně definovány a popsány. Především segmenty odhalené sekundární analýzou dobře odpovídají skutečné situaci na trhu a navržený marketingový přístup logicky a systematicky vychází ze získaných informací.

Doporučovala bych však použít lépe charakterizující názvy a více konzistentní popisy segmentů. Celkově je práce velmi dobře zpracována a má logický sled. Tuto práci doporučuji k obhajobě.

Otázky: Podle Vámi získaných informací se dá trh pracích prostředků v ČR rozdělit na segmenty premium, medium a economy. Jak byste popsala typické zástupce těchto segmentů? Jaké marketingové přístupy (nástroje) společnosti v ČR používají, aby ovlivnily chování spotřebitelů v těchto segmentech? Jaké slabiny vidíte v jejich marketingovém přístupu a jaké byste navrhovala zlepšení?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Jana Rudolfová

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Henkel ČR spol. s r.o.

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.