

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Segmentace trhu snídaňových cereálií

Autor diplomové práce:

Bc. Kamil Krupka

Cíl diplomové práce:

Provést segmentaci trhu snídaňových cereálií za využití existujících sekundárních dat i primárních dat (získaných z vlastního marketingového výzkumu). Na základě charakteristiky výsledných segmentů v kategorii dospět k marketingovým doporučením.

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	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	95
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Předložená práce má jasně vymezený cíl, který je patrný již z jejího názvu. I když jde především o cestu k poznání tržních segmentů, své zřetelné místo v práci mají i další dvě etapy cíleného marketingu. V obecných polohách je rozumným vstupem pohled na spotřební chování, text se logicky rámcově věnuje cílenému marketingu, krokům segmentačního procesu v něm. Účelným vyzněním je úvahové zastavení u modifikace segmentačních proměnných v případě snídaňových cereálií. Dobrým vstupem do praktické části je charakteristika tržního prostředí kategorie z pohledu dané společnosti. Kromě užitečných sekundárních dat se již zde uplatňuje pozorování, které autor prováděl ve vybraných obchodních prostředích. Naplnění cílů práce autor po účelném vymezení segmentovaného trhu formuje nejprve na základě analýz dat MML-TGI. Přístup k nim je uvážlivý a pečlivý. Využívá celou škálu statistických metod, v níž zásadní roli sehrává vícerozměrná statistika. Velice výraznou polohou je zkoumání řady diferencí z hlediska dané kategorie pomocí kvantitativního dotazování. Dosažený vzorek je mírně řečeno rozsahem nebývalý (téměř 10 tis. respondentů), i když je spojen se zapojením zákaznické databáze dané společnosti. Využitý dotazník je důkladně rozvržen. Pro vyhodnocení je zapojena faktorová analýza a shluková analýza (velikost vzorku si vynutila využít metody K-means) a Cross Tabs. Propojení obou směrů postižení tržních segmentů pak poskytuje dobrou oporu pro doporučení, co se zaměření cíleného marketingu týče. Celkově jde o velmi svědomitou, systematickou a přemýšlivou cestu za splněním cílů práce.

Otázky k obhajobě: 1) Doporučil by autor zapojit i další hlediska pro volbu mezi postiženými segmenty? Budou stejně významná? 2) Do jaké míry mohla být užitečná apriori segmentace v datech MML-TGI?

Jméno vedoucího diplomové práce:

doc.Ing.Jan Koudelka, CSc.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

katedra marketingu, FPH, VŠE Praha