

**VYUŽITÍ SHLUKOVÉ ANALÝZY PRO SEGMENTACI NÁZORŮ ZÁKAZNÍKŮ NA
SLUŽBY OBCHODŮ S POTRAVINAMI
UTILIZATION OF CLUSTERING ANALYSIS FOR SEGMENTATION OF THE
CUSTOMERS' OPINION ON FOOD-STORE FIELD SERVICES**

A. Čermáková, M. Rost

Abstract

In the article, there is a processed part of information obtained from 300 respondents in a large marketing research. The aim of this paper is to show a relevance of some attributes (such as store location, accessibility or opening hours) characterizing food stores in České Budějovice to their costumers.

Key words: marketing research, food market, segmentation of consumers, cluster analysis

Abstrakt

V příspěvku je zpracována část informací, poskytnutých 300 respondenty v rámci rozsáhlého marketingového výzkumu. Cílem příspěvku je ukázat, jak důležité jsou pro zákazníky obchodů s potravinami v Českých Budějovicích některé markanty, jakými jsou např. umístění prodejny, dostupnost prodejny a prodejní doba.

Klíčová slova: marketingový výzkum, trh s potravinami, segmentace zákazníků, shluková analýza

Literatura

- [1] Lance, G.N., Williams, W.T.: A General Theory of Classificatory Sorting Strategies, I. Hierarchical Systems, *The Computer Journal*, 1969, Vol. 9, pp. 373-380.
- [2] Wishart, D.: An Algorithm for Hierarchical Classifications, *Biometrics*, 1969, Vol. 25, pp. 165-170

Kontaktní adresa - contact address

Prof. RNDr. Anna Čermáková, CSc.
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta
Studentská 13, 370 05 České Budějovice
e-mail: annacer@zf.jcu.cz
Ing. Michael Rost,
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta
Studentská 13, 370 05 České Budějovice
e-mail: rost@zf.jcu.cz
