

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: *Zdeňka Zechovská*

Název práce: *Strategie nákupu vybrané firmy*

Rok odevzdání: *2018*

Na počátku práce je stručně zdůvodněn význam zvoleného tématu a stanovený cíl, včetně dílčích cílů. Dále je vysvětlen metodický postup. Zdroje pro praktickou část byly získány studiem interních materiálů zkoumané firmy. Zde mohla být stanovena výzkumná otázka.

Literární rešerše je zpracována na standardní úrovni, s využitím českých i cizojazyčných zdrojů, knižních publikací i dokumentů publikovaných online. Celkový seznam 25 pramenů mohl být delší.

Studentka vhodně vybírá jednotlivé dílčí analytické nástroje situační analýzy, jelikož kompletní situační analýza by svým rozsahem významně přesáhla stanovený rozsah bakalářské práce. Situační analýzu studentka zajímavou formou přizpůsobila pro oblast nákupu. Různorodost zdrojů se projevuje v pojmovém aparátu. Spíše než v této práci uvedená „interní analýza“, se používá pojem „analýza vnitřního prostředí podniku“.

Není jasné, proč je ve výčtu činností při popisu rozsahu nákupu jako podnikové funkce (s. 14) využit anglický pojem *finance and budget* (proč není uveden český ekvivalent).

Praktická část práce je uvedena charakteristikou zkoumané firmy a dále následují výsledky jednotlivých analýz, které studentka vybrala a představila v předchozích kapitolách.

Graf na obrázku 5 má nejspíše nevhodně popsanou osu y. Lze předpokládat, že uvedená čísla jsou v řádech stovek tisíc a překlep je dán rozdílným označováním čísel v angličtině a češtině a výchozím nastavením MS Excel.

V tabulce 2 (s. 50) je kromě informací o dodavatelích láhvvých vín a parametrech dodávky i zmínka o tom, zda dodavatel vyhovuje. Zde je s podivem, že studentka informaci získala z interních materiálů – musela tedy mít k dispozici vyloženě záznamník nákupčího. Zároveň se na s. 51 uvádí, že u vín k pravidelnému a vědomému hodnocení nedochází, kritéria pro výběr dodavatele nejsou specifikována. Na základě této informace bych hodnocení, zda dodavatel vyhovuje, či nikoli, neočekával.

Návrhy opatření pro firmu jsou převážně obsaženy v kapitole 5, jak lze dle názvu této kapitoly předpokládat, a dále též v kapitole 6. Omezená kapacita dodavatele klobás je v našem případě spíše slabou stránkou zkoumané firmy, než hrozbou – firma nemá zajištěno dostatečné zásobování pro případ otevření nové prodejny a tedy očekávaného zvýšení objemu prodeje.

Studentka identifikovala slabé stránky stávajícího řízení nákupu, které se mohou významněji projevit při nárůstu objemů nakupovaného zboží k dalšímu prodeji v souvislosti s plánovaným otevřením další maloobchodní provozovny.

Práce je po formální stránce na poměrně dobré úrovni. Přes veškerou snahu se studentka nevyvarovala drobných překlepů – například:

- Chybí čárka před „a to“ (s. 7)
- „je využita metoda komparace“ (s. 9)
- „vliv místní a s
- větové ekonomiky“ (s. 21)...
- „...hodnocení (...) faktorů týkající se ...“ (s. 23)
- „80% všech materiálových složek“ (s. 28)
- „Před přípravná fáze“ (s. 30)
- „... jsou vybízeny jednotlivci, domácnosti...“ (s. 39)
- Na straně 50 odskočila značka % na další stránku
- „...nejvýznamnější že svých dodavatelů...“ (s. 57)

Dále lze vytknout ještě tři drobnosti:

- Cíle se spíše stanovují, než tvoří.
- Za čísla kapitol a podkapitol by neměla být tečka. V této práci je navíc tečka učiněna za čísla nadpisu první a třetí úrovně, zatímco u nadpisu druhé úrovně nikoli.
- Citační norma je u jednoho zdroje mírně upravena – „V Praze: C.H.Beck, 2013“ (např. s. 15, 21, 22, 27)

Průběh zpracování bakalářské práce poznamenalo odmítnutí spolupráce ze strany původně domluvené firmy a nutnost hledání nové firmy pro realizaci výzkumu. Zde studentka projevila patřičné zaujetí při hledání nového objektu zkoumání, které bylo nakonec úspěšné.

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnotit stupněm výborně v případě, že studentka v průběhu obhajoby uspokojivě zodpoví následující otázky:

Z jakých informačních pramenů autorka vychází při srovnání míry oblíbenosti sýrů ve Francii a v ČR?

Co přesně znamenají označení původu AOP a AOC, resp. v čem se tato dvě označení liší?

Velké podniky nemohou získat AOC? Pokud ne, jak se v tomto případě stanovuje hranice velikosti podniku?

Podle jakého kritéria či jakým způsobem byl vyčíslen podíl jednotlivých skupin v rámci struktury nákupního sortimentu (s. 34)? Podle počtu položek nebo podle podílu na celkové hodnotě ročních nákupů?

V ČR si skutečně každý podnikový odběratel může dohodnout délku splatnosti faktur libovolně (s. 38)? Žádná omezení neexistují?

Co jsou „lovná zařízení“ (s. 39)?

Jaký je v rámci SWOT rozdíl mezi slabou stránkou a hrozbou?

V Českých Budějovicích 28. 8. 2018


doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.