

posudek oponenta


Bakalářská práce Terezy Chlupové je věnována otázkám distribuce výrobků na trhu. První část práce je teoretická, zatímco druhou část práce představuje případová studie distribuce konkrétních výrobků konkrétní firmou na českém trhu. V teoretické části autorka přibližuje klíčové pojmy problematiky marketingu, charakterizuje trhy a jejich segmentaci, způsoby a strategie distribuce produktů. S ohledem na své odborné zaměření nemohu kvalifikovaně zhodnotit obsahovou stránku teoretické části práce, ale jeví se mi jako přehledně a srozumitelně zpracovaná, přiměřená rozsahem a funkční ve vztahu k části praktické. Vytknula bych zde jen způsob odkazování na sekundární zdroje – autorka volí zkrácenou citaci v textu s uvedením jména autora a roku vydání, ale už bez čísla příslušné stránky, a to i u doslovných citací.

V praktické části autorka představuje francouzského výrobce a českého distributora jeho výrobků. Obě společnosti charakterizuje především z hlediska produktové, cenové a distribuční politiky. Dále pojednává o historii spolupráce obou společností a o současné situaci prodeje daných výrobků na českém trhu prostřednictvím českého distributora. Analýza směřuje k nalezení možností zvýšení prodeje tří konkrétních vybraných výrobků. K tomu mají dopomoci i odpovědi na otázky, které autorka formuluje v úvodu praktické části (s. 29). Nejde však o hypotézy, jak je autorka označuje, protože hypotézy nemají formu otázky, ale tvrzení, které má být následně buď potvrzeno, nebo vyvráceno. Na dvě z těchto otázek odpovídá za pomoci analýzy firemních dat. Na dvě zbývající je třeba hledat odpovědi u zákazníků. Avšak vzorek tří oslovených společností, které odpovídaly na jedinou otázku, těžko můžeme považovat za reprezentativní. Takováto anketa nemůže mít významnější vypovídací hodnotu.

Pokud jde distribuované o výrobky, autorka pracuje s konkrétními čísly, když uvádí počty prodaných výrobků za určité období. V případě odběratelů se omezuje pouze na obecné údaje (s. 43-44), počty odběratelů či údaje o procentuálním zastoupení určitých typů odběratelů zde nenajdeme, ačkoli i zde bych očekávala přesnější údaje. Umožňovalo by to například vytipovat mezi zákazníky třeba ty, kteří si objednali některý z výrobků jen jednou, nebo kteří si objednávají nepravdělně, a zjišťovat důvody takového stavu atp.

Na základě rozboru stávající situace autorka práce dochází ke zjištěním umožňujícím navrhnout strategie, které by mohly vést ke zvýšení prodeje vybraných výrobků. Autorka tedy naplnila stanovené cíle práce, přičemž prokázala schopnost aplikace teoretických poznatků v praxi. Předkládanou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě a s ohledem na zmiňované drobné výhrady navrhuji hodnocení *velmi dobře*.

České Budějovice 6. 6. 2014


Mgr. Kateřina Drsková, Ph.D.