



Posudek oponenta bakalářské práce

Katedra: Katedra řízení

Student: Jitka Duspivová

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název bakalářské práce: Marketingový výzkum u spotřebitele pro vybranou firmu

Oponent bakalářské práce ing. Pavel Střeleček

Povolání oponenta: výrobní technik

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (1) vysoce aktuální a významné téma

Komentář: Jedná se o téma, které zastává velice důležité (a s postupem doby stále důležitější) místo v rámci řízení a stanovování správné strategie podniku. Obecně je pak toto téma velice diskutovanou oblastí, zároveň se ukazuje(a potvrdily to i závěry bakalářské práce), že široká veřejnost se v této oblasti velice těžko orientuje.

Formulace cílů práce: (1) cíle byly velmi vhodně formulovány

Komentář: Cíle byly stanoveny jednoznačně a velice vhodě, neboť se dotkly skutečně komplikované marketingové oblasti, která patří pravděpodobně mezi ty nejsložitější jak hlediska proveditelnosti, tak především jejich vyhodnocení, zejména s ohledem na návaznosti měnící se situace díky působení konkurenčního prostředí a složení představ spotřebitelské klientely.

Metodika zpracování: (1) velmi vhodně zvolena a formulována

Komentář: Metodika zpracování byla zvolena s ohledem na možnosti (organizační, finanční a časové) autorky. Samozřejmě, že výběr respondentů pro reálné provedení, tedy v rámci celé republiky, není ze strany autorky možný, byl tak proveden pouze v rámci Jihočeského kraje a to mohlo do jisté míry výsledky ovlivnit. Přesto z výše uvedených důvodů hodnotím metodiku jako velmi vhodně zvolenou.

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Komentář: Práce provedla výzkum pro vybranou firmu a převážnou část údajů čerpala autorka především ze zdrojů dané firmy, což v mnoha případech samozřejmě nešlo ani provést jinak! Čerpání informací z domovských webovských stránek dokonce odhalilo některé konkrétní chyby, čímž tak autorka odhalila slabiny vlastního firemního marketingového oddělení. Přesto je nutné si uvědomit, že čerpat informace z jednoho zdroje není vždy ideální a z tohoto mohou pak vyplynout i nedostatky (např. "definice a význam pitného režimu", které byly ovlivněny pouze názorem jednoho autora. Naopak některé informace konkrétně k prováděným průzkumům se opíraly o vyjádření zástupců dalších výrobců (Poděbradka a Korunní) a postoj zástupců vybrané firmy, tedy HBSW, a.s., zcela chyběl. Vzhledem k tomu, že však záleží na přístupnosti a komunikativnosti konkrétních lidí, je toto jednoznačně způsobené obtížným postavením autorky při získávání takovýchto informací.

Celkový postup řešení: (1) postup řešení naprosto správný

Komentář: Práce poskytuje v první části obsáhlý a zcela vyčerpávající popis a vysvětlení metod marketingu a dává tím dobrý základ pro pochopení následujících přístupů, což je pro záměr práce pro

čtenáře nezbytné a správné. V některých bodech se dále autorka dopouští některých chyb, nicméně pouze v tématech, která jsou již velice odborná. Jednoznačně jsou tyto chybné informace takto převzaty autorkou bakalářské práce z některých "odborných" zdrojů (např. "minerální vody jsou vody s vyšším obsahem solí a tudíž k pití pouze omezené.." - zde např. podle současné platné legislativy (vyhláška č. 275/04 Sb.) vyplývá rozdělení vod., kdy "nízce mineralizované" minerálky mají mnohdy nižší mineralizaci než některé pramenité, či pitné vody, dokonce např. konkrétně Dobrá voda je i vhodná přímo pro přípravu kojenecké stravy, dále termín "stolní vody" již dnes neexistuje, nahradil ho termín "přírodní pramenité vody", nebo "pitné vody", podle způsobu úpravy, dále konzervanty se mohou vyskytovat pouze v ochucených vodách, nikoliv obecně v "balených vodách", nesleduje se "původ aroma", ale "druh aroma" (přírodní nebo přírodně identické), můj naprostý nesouhlas s vratnými plastovými obaly, neboť existují již studie ze zemí, které toto zavedly, které prokazují vyšší ekonomickou zátěž a vyšší zátěž na životní prostředí při použití "obecně" vratných obalů - tedy i skla (vliv dopravy a chemického čištění obalů). Autorka však uvádí vždy zdroj informací a nebylo v jejích silách si tyto zdroje ověřovat. Konkrétní metodika, vlastní práce a provedení výzkumu včetně jeho analýzy byly již správné. Proto hodnotím postup jako naprosto správný.

Teoretické zázemí autora: (1) autor významné autory citoval a zná teorii dané problematiky

Komentář: Teoretický popis byl dle mého názoru vyčerpávající, autorka bakalářské práce citovala pravděpodobně významné autory a vše nasvědčuje o její znalosti dané problematiky.

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (2) autor dodržel citační normu - s výjimkami

Komentář: Autorka pracovala se všemi důležitými normami z pohledu bakalářské práce, vzhledem k jejich složitosti a návaznosti na jiné normy je však samozřejmě velice komplikované se v nich dobře orientovat (důkazem toho jsou i chybné publikace, či chybné mediální interpretace "odboríků")

Úroveň jazykového zpracování: (1) práce je jazykově naprosto správně zpracovaná

Komentář: Práce je jazykově výborně zpracována, bez gramatických chyb.

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (1) autor má široký pojmový aparát a umí ho používat

Komentář: Autorka pracovala dle mého názoru velice dobře s odbornými pojmy (vyjma dříve uvedených chyb, na jejichž přítomnost v odborné literatuře jsem již upozornil), autorka používala široký a bohatý slovní rejstřík.

Formální zpracování - celkový dojem: (1) práce je formálně naprosto v pořádku, celkový dojem je výborný

Komentář: Práce je formálně naprosto v pořádku, můj celkový dojem je výborný.

Splnění cílů práce: (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

Komentář: Stanovené cíle práce byly jednoznačně splněny.

Formulace závěrů práce: (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

Komentář: Závěry bakalářské práce autorka správně formulovala, nepochybně mají svůj význam pro analyzovanou firmu s ohledem na zúžený okruh vybraných respondentů. Autorka zároveň odhalila i

některé nedostatky marketingového oddělení firmy. V některých bodech však mírně opomenula další možné aspekty (např. otázka zalistování výrobků, otázka obchodních jednání - množství, ceny...). Nicméně podle způsobu vypracování předpokládám, že pokud by měla autorka lepší časové a samozřejmě finanční možnosti, byla by schopna provést marketingový výzkum s širším okruhem respondentů a v celorepublikovém měřítku. Takovéto výsledky by měly zcela nepochybně velmi významné další využití.

Odborný přínos práce a její praktické využití: (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

Komentář: Bakalářská práce zcela jednoznačně naznačila přání určitého spektra zákazníků, autorka na základě svých vyhodnocení navrhla dané firmě konkrétní zlepšení. O otázce, co však zákazníci chtějí, rozhoduje také především skutečná nabídka x poptávka, ale bohužel zatím hlavně cena! Celkově však problematika je složitější (zalistování výrobku u odběratele, vyřazení druhu). Např. doporučené objemy 0,75l, 0,25l a 0,33 l firma HBSW, a.s. vyrábí, nepodařilo se je však u všech odběratelů zalistovat a tak možná právě na vybraných marketech pro provedení průzkumu chyběly!

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Co vše může ovlivnit prodejnost výrobků, konkrétně pak balených vod?

Otázka 2: Jaký je význam marketingového výzkumu pro strategii a řízení podniku?

Datum: 16. 05. 2007

Podpis oponenta bakalářské práce:

