

HODNOCENÍ OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce	Lukáš Staněk
Studijní program	Procesní inženýrství
Forma studia	kombinovaná
Akademický rok	2020/2021
Téma práce	Analýza rizik zavádění nového produktu na trh
Autor posudku	Ing. Jiří Dokulil

	Kritéria hodnocení	Váha	Hodnocení
1	Formulace cílů práce a použité metody	0,10	C
2	Úroveň teoretické části práce	0,30	B
3	Úroveň analyticko-empirické a návrhové části práce	0,20	B
4	Výstavba textu a jeho logická provázanost, kvalitativní a kvantitativní parametry práce	0,13	B
5	Splnění cílů práce a relevance závěrů	0,15	C
6	Jazyková úroveň práce	0,05	B
7	Formální náležitosti práce (včetně citací a užití šablony)	0,07	B
	Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,00	C (1,62)

Autor se zaměřil na proces zavádění nového produktu v podmínkách malého pekařství v obci Zádveřice. V úvodu si stanovil cíl práce, který sice po jazykové stránce působí trochu těžkopádně, ale autorova myšlenka je z něj zřejmá („Cílem bakalářské práce je provedení analýz, které napomáhají pekárně v Zádveřicích odhalit možná rizika, která je potřeba eliminovat nebo se jim vyhnout a nalézt nové příležitosti, z kterých může v budoucnosti těžit“). K naplnění tohoto cíle byla zvolena logická struktura práce obsahující analýzu současného stavu, rámcový plán zavedení nového produktu a analýzu rizik. Na základě výběru vhodných metod se autorovi podařilo stanovený cíl z větší části naplnit. Identifikovaná rizika v kapitole 8.1 jsou však převážně obecná, což v konečném důsledku vedlo k navržení velmi obecných opatření pro jejich eliminaci.

Teoretická část v dostatečné míře reflektuje poznatky odborné literatury a vytváří základ pro vypracování části praktické. Spektrum 18 použitých knižních zdrojů je v rámci fakultních zvyklostí nadstandardní, na stranu druhou však pouze tři uvedené tituly byly vydány v horizontu posledních pěti let.

V úvodní kapitole praktické části postrádám exaktnější informace o analyzovaném subjektu, například formou výpisu nejdůležitějších údajů z živnostenského rejstříku. Pro čtenáře může být matoucí již první věta, kde autor uvádí, že podnik byl založen Petrou a Miroslavou Mikeskovými, přestože se jedná o živnost, která ze zákona neumožňuje podnikání dvou fyzických osob na jedno identifikační číslo (IČO). První část analýzy současného stavu,

uvedená v kapitole 4, je spíše stručná a autor v ní opomíjí některá témata, popsaná v teoretické části. Z analýzy například nevyplývá, zda podnik pracuje se segmentací zákazníků. Velkou pochvalu si naopak zaslouží analýza konkurence, která obsahuje velmi podrobné a využitelné informace. Přehlednosti a propojenosti jednotlivých částí práce by však prospělo, pokud by analýza současného stavu končila zhodnocením. Bez jasné návaznosti na analýzu současného stavu působí návrh nového produktu v kapitole 6 jako „postavený na zelené louce“.

Pro představení nového produktu jsou vhodně využity jednotlivé prvky marketingového mixu, vypovídací hodnotu této kapitoly však snižuje opomenutí segmentace zákazníků. Autor přitom v teoretické části sám poznamenává, že: „*Podniky se jen zcela výjimečně snaží zaujmout jedním produktem všechny koncové spotřebitele. Snaží se tvořit specializovanou nabídku pro různé uživatele a tím odlišit trh.*“ V případě malé pekárny samozřejmě nelze očekávat, že bude mít pro každý zákaznický segment odlišný produkt, ale přinejmenším může jednotlivé typy zákazníků lákat k nákupu odlišnými propagačními nástroji – s přihlédnutím k jejich preferencím... Následuje metodicky správně vypracovaná SWOT analýza, jejímž výstupem je koncepce, kterou podnik při uvádění produktu na trh může uplatnit. Závěrečnou pasáž praktické části tvoří skórovací metoda s mapou rizik, jejíž správné uchopení se stalo základním předpokladem pro naplnění cíle práce.

Po formální stránce je práce nadprůměrná a zjištěné nepřesnosti nijak zásadně neovlivňují celkový dojem z předloženého díla. Mezi opakující se chyby patří nepřesný popis obrázků (autor uvádí zdroj nad název) a občasné překlepy v textu. Navzdory uvedeným připomínkám však autor prokázal schopnost práce s odbornými metodami a lze konstatovat, že předložené dílo naplňuje požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce.

Otázky k obhajobě:

1. Vysvětlíte vzájemnou návaznost provedené analýzy současného stavu podniku a předloženého návrhu na zavedení nového produktu.
2. Pro nově zaváděný produkt navrhnete zákaznické segmenty. K jednotlivým segmentům poté přiřadíte konkrétní propagační nástroje, které uvádíte v kapitole 6.4.
3. V rámci výsledné strategie SWOT analýzy zmiňujete, že „*nejdříve je nezbytné dostat do povědomí zákazníků novou oříškovou náplň vdolečku*“. Poté uvádíte čtyři možné nástroje, jak tohoto cíle dosáhnout. Vyberte si alespoň jeden z těchto návrhů a detailněji charakterizujte svůj akční plán na jeho realizaci.
4. V kapitole 8.3 uvádíte mezi návrhy opatření „*zajištění odběru surovin pouze od prověřených dodavatelů*“. Jaká kritéria při tomto výběru plánujete uplatnit?

V Uherském Hradišti dne 31.05.2021

Podpis:

Hodnocení odpovídá následující stupnici:

A = 1,00-1,24 B = 1,25-1,50 C = 1,51-2,00 D = 2,01-2,50 E = 2,51-3,00 F = 3,01-...