

# POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: SOUMAR DAVID

Název práce: **MARKETINGOVÝ VÝZKUM HODNOTY ZNAČKY FIRMY S TENISOVÝM VYBAVENÍM**

Cíl práce: Cílem práce je zjistit a interpretovat současné vnímání značky Pacific jejími nejčastějšími spotřebiteli a navrhnout opatření ke zlepšení tohoto vnímání

**Celková náročnost práce:**

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

**Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Nevyhovující (viz hodnocení)
Logická stavba práce	Velmi dobře (viz hodnocení)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře (viz hodnocení)
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Velmi dobře (viz hodnocení)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře (viz připomínky)
Pravopis a stylistika	Velmi dobře (viz připomínky)

**Praktická využitelnost zpracování:**

podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

**Hodnocení práce:**

Bakalářská práce je zpracována v rozsahu 61 stran textu, 1 přílohy, 22 obrázků a 12 tabulek. Bakalářská práce má logickou návaznost v 8 řešených kapitolách.

Teoretická část (kap. 2) zahrnuje 14 stran, na kterých autor definuje značku, rozebírá roli a funkci značky, hodnotu značky, zvláště z pohledu zákazníka, prvky značky, kritéria prvků značky, image, a jeho druhy, vztah mezi image a hodnotou značky. Tato teorie je vhodně kombinovaná vzhledem k předmětu práce. Nicméně v těchto pasážích chybí komentáře autora, jak budou využita v bakalářské práci.

Do teoretické části řadí autor v kapitole 2.4. i charakteristiku a vývoj značky Pacific, což dle mého názoru by mělo patřit již do analytické části bakalářské práce. Naopak sem patří kap.2.6. Výzkumy preference tenisových značek (na českém trhu, což autor neuvádí), které čerpá z jedné bakalářské a jedné diplomové práce.

Kapitola 3 Cíle a úkoly bakalářské práce prezentuje cíl i úkoly práce. V cíli by měl autor specifikovat čeho se mají týkat návrhy na zlepšení ve smyslu kapitoly 2.2.2., kde hodnotu značky rozebírá z pohledu zákazníka. Na toto rozdělení bohatě navazují úkoly práce.

V kapitole 4 Metodiky práce se autor zabývá definováním výzkumného problému, zdroji dat, výběrem respondentů do vzorku a metodami a technikami sběru dat. V kapitole 4.1. Definování výzkumného problému autor v podstatě výzkumný problém obsahově nedefinuje, odkazuje na cíl práce. Celou řadu těchto nedostatků (i uvedených v připomínkách) by student mohl odstranit při lepší spolupráci s vedoucí práce.

Z metod autor využil dotazování – elektronické a obsahovou analýzu. Autor ve věnuje v této kapitole podrobně operacionalizaci dotazníku i zdůvodnění konstrukce jednotlivých otázek. Neuvádí však, jak byla zajištěna obsahová validita dotazníku. Považuji za zdařilé, že při konstrukci dotazníku využil kategorizaci podle Aakera (2009) a omezil se na podstatné znaky hodnoty značky a nezabýval se dalšími dílčími znaky.

V kapitole 5 autor uvádí výsledky výzkumu. Ačkoliv měl být zamýšlený vzorek podle autora 200-300 respondentů, skutečný vzorek zahrnuje 138 respondentů

Výsledky výzkumu jsou prezentovány na 17 stranách bakalářské práce. autor se zabývá podrobně získanými výsledky, ale již ve výsledcích o nich často diskutuje, což by mělo být spíše předmětem kapitoly 7 Diskuze. Výsledky dle mého názoru zkresluje poměrně malý vzorek, který je záměrný z blízkého okolí autor tenisty, kde se tato značka využívá. Otázkou zůstává, jak by se změnili výsledky zahrnutím do vzorku tenistů z jiných regionů. Na s. 47 mi není zřejmé hodnocení kvality zpracování, která podle operacionalizace zahrnuje výsledky otázky 13 b, ale v textu dotazníku kvalita zpracování není zmíněna. Zřejmě jde spíše o otázku 13 a.

Potěšitelné je na práci to, že se autor snaží na základě výsledků výzkumu navrhnout doporučení pro implementaci hodnoty značky. V závěrech shrnuje základní poznatky, ke kterým došel na základě výzkumu a prezentuje vyhodnocení hypotéz.

Bakalářská práce obsahuje 25 titulů bibliografických citací, 14 tištěných zdrojů, 4 online zdrojů. 9 titulů je zahraničních v anglickém jazyce.

Bakalářská práce splňuje kritéria pro obhajobu. Celkově lze však říct, že výzkum vykazuje celou řadu nepřesností a vypovídací hodnotu snižuje to, že byl realizován na poměrně úzkém vzorku

### **Připomínky:**

- 1) Autor nazývá výsledkové grafy obrázky, např. mluví o výsledcích na grafu na s. 47 a přitom jde o obrázek 15
- 2) Neobratná stylistika – úvod, 5. odst. , „jak... si produkt stojí“, s. 10 - „upozad'ovaná“
- 3) úvod 5. odst., výsledky mohou sloužit k implementaci i dalších parametrů
- 4) 3. odst. začátek – nemá být množné číslo
- 5) překlep – s. 23, 2. odst. zdola,
- 6) s. 25 – autor uvádí, že byly zvoleny 3 hypotézy a uvádí pouze dvě
- 7) s. 27 a další – autor odkazuje na předvýzkum v bakalářské práci, ale tuto práci necituje v literatuře, u předvýzkumu není uvedeno kolik respondentů bylo zařazeno do vzorku, uvádí tu také metodu komparace, ačkoliv v kapitole 4.4. Metody a techniky sběru dat uvedena není.
- 8) s. 58 – nepravděpodobně, ale určitě výzkum nelze považovat za reprezentativní

### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Jak vypadají preference tenisových značek na světových trzích (tj. na americkém, asijském a dalších)?
- 2) Vysvětlete Vaši tezi, že „vzorek pro účely této práce by měl představovat zmenšeninu základního souboru uživatelů tenisových produktů“! Jak tuto tezi naplňuje konkrétní vzorek výzkumu?
- 3) Jak jste vymezil faktory vnímané kvality?

**Navržený klasifikační stupeň:   dobře**

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne   8.4..2019

.....  
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.