

Posudek vedoucí k bakalářské práci Pavlíny Sedlařikové
Vnímání výrobku podle země původu z hlediska vládních investic do R&D a školství.
Mezinárodní srovnání

Vedoucí Ing. Inna Čábelková, Ph.D.

V této práci se autorka zabývá velmi aktuálním tématem, a to vnímáním značek jednotlivých států veřejnosti pocházející z jiných států. Autorka zužuje téma na obchodní značku (Made in) a její souvislost se státními výdaji na vzdělání a vědu a výzkum (R&D).

Z metodologického hlediska ve práci jsou použity jak kvalitativní metoda (rozhovory), tak kvantitativní metoda (sekundární analýza dat). Z pozice vedoucí musím říci, že kvalitativní metoda (rozhovory) před provedením se mnou nebyla konzultovaná vůbec, po provedení jen minimálně. Více konzultaci proběhlo ohledně kvantitativní metody (sekundární analýzy dat). Celkově spolupráce s autorkou byla velmi nevyvážená, období intenzivní spolupráce střídali jiná období (v řadu měsíců), kdy se mnou práce nebyla konzultována vůbec. Výsledkem jsou určité nedostatky v práci, které lze přičíst nedostatku času, ačkoliv pracovat na bakalářské práci autorka začala minimálně před rokem, pravděpodobně i dříve.

Cílem bakalářské práce je potvrdit nebo vyvrátit hypotézu ohledně vlivu vládních investic do vědy a výzkumu a školství na vnímání obchodní značky státu potenciálními zákazníky z jiných států. Práce svého cíle dosáhla, je dobře strukturovaná a používá jak kvalitativní tak kvantitativní metody, čímž se může pochlubit málokterá bakalářská práce. Autorka prokázala mimořádnou schopnost co se týče kontaktování relevantních osob pro získávání dat ať už kvantitativního nebo kvalitativního charakteru. Jíž schopnost autorky přesvědčit čtyři velmi zaměstnané podnikatele k rozhovorům zasluhuje obdiv. Nemenší obdiv zasluhuje i množství času, které autorky věnovala korespondenci s autory National Brand Indexu při získávání relevantních údajů pro tento výzkum. Presto práce z mého hlediska má řadu nedostatků.

Zprv u rozhovorů bych uvítala větší strukturaci. Zadruhé teoretická část by mohla navazovat více na existující výzkumy nežli na popis koncepci National Brand Value. Také bych uvítala větší diskusi ohledně rozdílu mezi obchodní značkou firmy a obchodní značkou země, a více diskusi ohledně toho proč je obchodní značka země důležitá, a jakými způsoby vládá může zvyšovat povědomí o vlastní zemi mezi obyvateli jiných zemí. Kvalitativní část práce by zasloužila větší analýzu a kritické zhodnocení. Jsou v práci i určité nedokonalosti co se týče akademického stylu psaní. Internetové stránky ne vždy jsou uvedené včetně data stažení (viz např. s. 42, zdroje dat).

Celkově práci doporučuji k obhajobě. Vzhledem k uvedeným výhradám navrhuji hodnocení 25 bodů.

V Praze dne 9.3.2009
Ing. Inna Čábelková, Ph.D.