

Posudek oponenta k bakalářské práci

„Vnímání výrobku podle země původu z hlediska vládních investic do R&D a školství.
Mezinárodní srovnání.“

Autorka: Pavlína Sedlaříková

Autor posudku: Ing. Peter Bolcha

Práce se zabývá problematikou značky státu a autorka si vytyčuje jako cíl ověřit hypotézu o přímo úměrné závislosti mezi výší investic vlád do R&D a výdajů na školství. Autorka kombinuje kvantitativní a kvalitativní analýzu a dospívá k závěru, že prokázala první ze dvou.

Zvolené téma je aktuální – na podporu značek států jsou vynakládány nemalé prostředky a jedná se o poměrně diskutované téma v mediích.

Struktura práce

Poté, co autorka vytyčí cíle práce a metody, následuje teoretická část. V této se věnuje vymezení pojmu značky státu a jeho komponentám, demonstruje dimenze tohoto pojmu na případech několika států a pak hledá paralely s praxí firem, kde popisuje, jaká je podniková politika budování značky.

V empirické části je provedena kvantitativní analýza závislosti na základě regresní rovnice s vysvětlovanými proměnnými uvedenými v hypotéze. Následují rozhovory s experty z odvětví popisující zejména jejich zkušenosti se strategií budování jména a několika doporučeními pro hospodářskou politiku.

Autorka nepochybně věnovala práci mnoho úsilí, ani to jí však dle mého názoru neumožnilo vyhnout se níže zmíněným nedostatkům:

1. Prostor věnovaný jednotlivým problémům: Autorka věnuje značnou část práce (9-33) uvedení do problematiky *značky státu*, kde na řadě příkladů ukazuje význam tohoto pojmu. Tyto převážně deskriptivní pasáže sice plasticky vykreslují dimenze tohoto pojmu, ale vzhledem k vytyčenému cíli práce mají spíše podpůrnou (podružnou?) roli. Samotné analýze je věnována jen velmi stručná část (2 stránky k regresní analýze a 3 stránky – mimo přílohu). Regresní rovnice je interpretována jen stroze a nikde v práci nenajdeme rozsáhlejší úvahu nad interpretací naměřených hodnot. Popisu založení kauzality mezi vládní podporou R&D, dále samotným procesem R&D by dle mého názoru měla být věnována stěžejní část práce – jak v teoretické části, tak v kvalitativním zkoumání. Namísto toho je prostor věnován obecným determinantům vnímání zemí (výrobků) a prezentaci příkladů.
2. Metodologie: V práci chybí přesné vymezení, jak se tvoří odhad hodnoty značek států. V zásadě je způsob ocenění klíčový pro interpretaci regresní rovnice (jedná se o vysvětlovanou proměnnou). Jak jinak posoudit, zda se nejedná o falešnou korelaci, nebo o obrácenou kauzalitu? Na jaké hladině významnosti autorka zamítla korelaci mezi vysvětlovanými proměnnými? Dále, na ambice interpretace je regresní rovnice strohá – myslím, že by bylo vhodné kontrolovat více

charakteristik zahrnutých států. Dále, jak i plyne z bodu 1. a 2., chybí zevrubnější vysvětlení, proč je uvedená korelace hledána, jak jí lze rozumět, jaká je úloha soukromých investic do R&D, zda a proč motivace firem v této oblasti selhávají, jaké jsou formy vládních politik atd.

3. Tvrzení, která nejsou podložena. V práci se objevují přeжатé předpoklady a tvrzení, které si dle mého názoru zaslouží více pozornosti autorky. Cituji pár příkladů:

s. 9: „*Vlády států si uvědomují, že „image“ dané země se musí systematicky budovat. A to nejen tím, mít co nabídnout, ale i umět výhody své země dostatečně „prodat“ nejen svým občanům, ale i lidem z celého světa.*“

Proč se „musí budovat systematicky“? Je samozřejmé, že na tuto společnou politiku mají zájem přispívat i lidé nezapojení v sektorech orientovaných na zahraniční obchod? Dále: viz mou otázku 3 níže.

s. 11: „*Podle Simona Anholta je primární odpovědností vlád 21. století ochraňovat a zvyšovat hodnoty značky států, jako nejcennějšího majetku daného národa.*“

Jaký je důvod pro vládní podporu? Není podpora i výsledkem lobbyistických tlaků? Kdo z podpory profituje? Jaké jsou její náklady?

s. 17: „*Například, když si jde člověk koupit nějaký domácí spotřebič a jeden z nich je z Číny a druhý z Japonska, tak pravděpodobně kvůli kvalitě lidé budou preferovat výrobek z Japonska. Tohle je jen příklad, ale takových rozhodnutí dělá denně milióny lidí a proto je systematické budování „národní značky“ opravdu důležité. Nejde o lokální trh, ale opravdu o světový trh.*“

Co ostatní komponenty produktů? Proč spotřebitelé kupují i zboží z Číny, přestože znají její zlý image?

4. Alternativita pohledů: autorka nezmiňuje žádnou kritiku prezentovaných názorů. Jedná se však o problematiku nepochybně spornou, a proto práce nenabízí vyvážený pohled na zpracované téma. S uvedeným souvisí i výtka v bodě 3.

Otázky pro autorku:

Otázka 1: Nevede konkurence vlád k problému zvanému „poziční negativní externalita“, tj. za předpokladu zvýšení výdajů na prezentaci země u všech vlád o jednotku zůstává jejich relativní pozice stejná? Nebylo by proto lepší výdaje na tvorbu jména všude úplně zrušit?

Otázka 2: Na str. 11 správně připodobňujete konkurenční proces trhu ke konkurenci mezi vládami. Jaký je ale zásadní rozdíl (nebo rozdíly) mezi vládou a firmou? Jaké jsou základní implikace, které plynou z tohoto/těchto rozdílů/ů?

Otázka 3: Jaké jsou základní argumenty pro přijetí Vašeho (neexplikovaného) předpokladu, že motivace firem, které ze značky státu profitují, nepostačují k tomu, aby samy dostatečně propagovaly (byť nepřímo) zemi a/nebo prováděli vývoj konkurenceschopných výrobků?

Navržená známka: nevyhověla

Navrhuji práci přepracovat dle zmíněných výtěk.