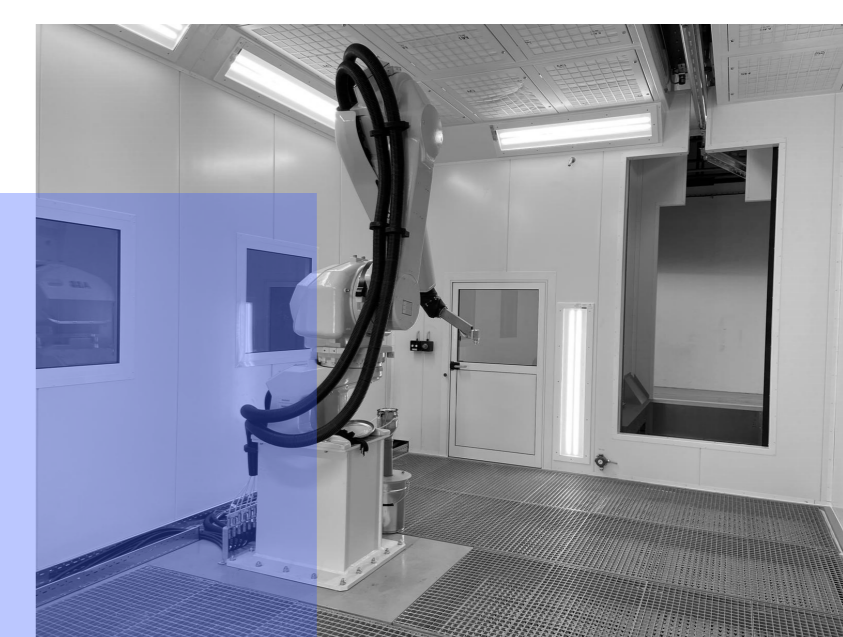


Nguyễn Thị Thu Thảo



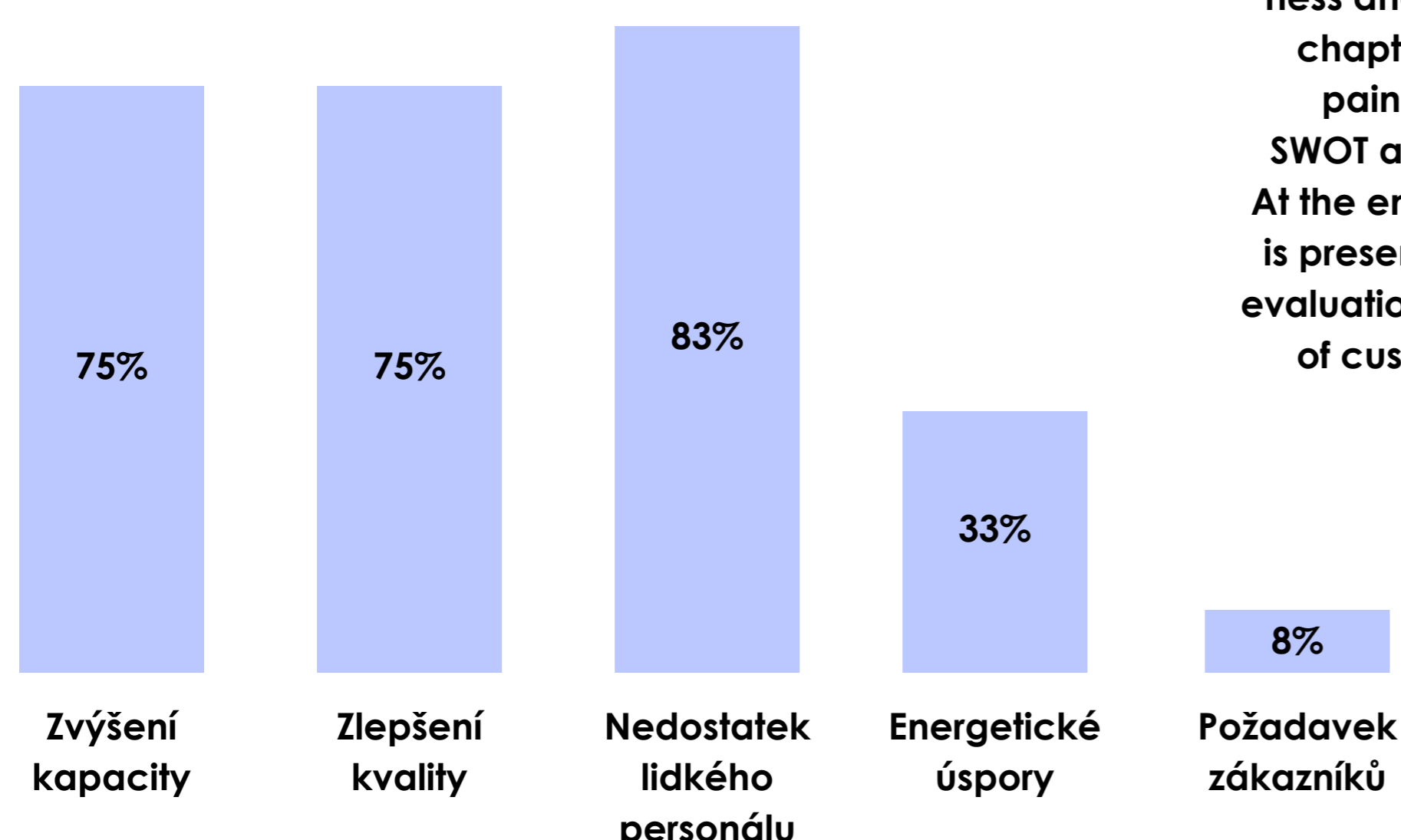
POTENCIÁL ROBOTICKÉHO LAKOVÁNÍ V SOUČASNÝCH PODMÍNKÁCH V ČESKÉM PRŮMYSLU



Cílem této práce je prověřit podmínky českého průmyslu pro instalaci robotických lakovacích technologií a vyhodnotit kritéria, která zákazníci odrazují od přechodu na tyto technologie a naopak.

The aim of this work is to examine the conditions of the Czech industry for the installation of robotic painting technologies and to evaluate the criteria that discourage customers from switching to these technologies and vice versa.

Z jakého důvodu by pro vás bylo robotické lakování zajímavé?



Abstract

The bachelor's thesis deals with a marketing survey of the potential of robotic painting technologies in the conditions of Czech industry among selected existing potential customers of GALATEK a.s. The theoretical part presents surface pretreatment methods and various methods of surface treatment, which are described in detail. He also focuses on industry 4.0 and its automation trend, which includes painting robots. The chapter on painting robots is devoted to the characteristics, requirements and advantages of its acquisition. Next, marketing tools are outlined, which are later used in the practical part. The practical part will present the company GALATEK a.s., its business and competition on the market. In the next chapter, he analyzes the sales potential of the painting robot, using marketing tools such as SWOT analysis and quantitative data collection. At the end, a business strategy recommendation is presented, which results from the analysis and evaluation of the experience of a selected group of customers who already use painting robots.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá marketingovým průzkumem potenciálu technologií robotického lakování v podmínkách českého průmyslu u vybraných stávajících potenciálních zákazníků společnosti GALATEK a.s. Teoretická část představuje metody předúpravy povrchu a různé způsoby povrchových úprav, které jsou detailně popsány. Dále se věnuje průmyslu 4.0 a jeho trendu automatizace, do kterého se řadí lakovací roboty. Kapitola o lakovacích robotech se věnuje vlastnostem, požadavkům a výhodám jeho pořízení. Dále jsou nastíněné marketingové nástroje, které jsou později použity v praktické části. Praktická část představí firmu GALATEK a.s., její předmět podnikání a konkurenci na trhu. V další kapitole analyzuje prodejní potenciál lakovacího robota, využívá k tomu marketingové nástroje jako jsou SWOT analýza a kvantitativní sběr dat. Na závěr je uvedeno doporučení obchodní strategie, které vyplývá z provedené analýzy a vyhodnocení zkušeností vybrané skupiny zákazníků, kteří již lakovací roboty využívají.