

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Analýza trhu z pohledu společnosti CarTec Group, a.s.
Jméno autora:	Martina Lučková
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení ekonomických studií
Oponent práce:	Ing. Dagmar Čámská, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	ČVUT v Praze, MÚVS, Oddělení ekonomických studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Náročnost tématu odpovídá studovanému oboru a stupni studia. Po absolvování povinných předmětů by studentka měla být schopna provést analýzu trhu v dostatečné míře detailu tak, aby to naplnilo cíl práce a dosáhlo vymezenému přínosu pro dotčenou společnost.	

Splnění zadání	splněno s většími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Bakalářská práce se zabývá strategickou analýzou, a to převážně makroprostředím, ač vzhledem k velikosti společnosti a jejímu postavení na trhu měla být věnována dostatečná pozornost a míra detailu analýze mikroprostředí. Cílem práce nemá být pouhé provedení analýzy, ale vzhledem k přínosu mají být navržena konkrétní opatření vedoucí k posílení tržního postavení. Obecně nelze navrhnout opatření, pokud nebude detailně analyzována tržní situace, ve které se společnost nachází. V rámci kapitoly SWOT analýzy jsou teprve rozkrývány reálné problémy společnosti, které by měly být v blízké budoucnosti řešeny. Práce nevěnuje dostatečný prostor navržení konkrétních opatření posilujících tržní postavení.	

Zvolený postup řešení	částečně vhodný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Práce je standardně členěna na teoretickou a praktickou část. V teoretické části na základě rešerše literatury autorka představuje jednotlivé nástroje a metody analýzy makroprostředí a mikroprostředí. Jedná se o představení naprosto obecné, které nijak nereflektuje skutečnost, že analyzovaná firma je „pouhým“ prodejcem zboží a případně dodatečným poskytovatelem služeb. Rešerše je provedena spíše z pozice firmy vystupující jako výrobce. Praktická část se také soustředí na komplexní provedení, které ve většině analýz nereflektuje zaměření společnosti, a tak mohou být získané výsledky využity k tvorbě doporučení pouze omezeně.	

Odborná úroveň	C - dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Předložená bakalářská práce je psána odborným jazykem, je zřejmé, že autorka zná a rozumí odborným termínům, umí aplikovat vybrané analýzy. Bohužel aplikace řady nástrojů je obecná, což ztěžuje naplnění vytyčeného cíle.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
V jazykové oblasti je zřetelné, že práce prošla závěrečnou jazykovou korekturou, přesto chybí čárky před spojkou jako a v nově psaných celcích práce jsou stylistické nedostatky. Sám text je pečlivě naformátovaný a působí úhledně. Tabulka 5 a graf 5 znázorňují zcela stejná data. Graf 13 není přehledný, a proto jeho přínos pro práci je diskutabilní.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	D - uspokojivě
--	-----------------------

Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.

Obecně počet používaných zdrojů odpovídá základním potřebám bakalářské práce. Autorka čerpá výhradně z knih věnovaných marketingu, což není šťastné řešení, pro naplnění cíle by to chtělo širší záběr zaměření na podnik a jeho okolí nejen z úhlu marketingu. Autorka nevhodně parafrázuje text, protože užívá citace na konci odstavců, což na čtenáře působí jako rozsáhlé převzaté celky (např. strana 10). Oddělení vlastních myšlenek, parafrází a obecně známých skutečností by mělo být jednoznačné. Na straně 36 autorka mluví o závěrech Českého hydrometeorologického ústavu, seznam literatury ale podobný zdroj neobsahuje. Řada analýz uvedených v praktické části vychází z interních materiálů společnosti, a proto nelze posoudit vlastní přínos autorky.

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Předložená bakalářská práce je obhajována již podruhé. Řada kritických momentů první verze byla opravena nebo klíčové pasáže práce rozšířeny, přesto je stále diskutabilní, zda práce dosáhla deklarovaného přínosu pro dotčenou společnost. Aplikace řady nástrojů strategické analýzy je obecná a jen omezeně se zaměřuje na podstatu podnikatelské aktivity dotčené společnosti. Negativně hodnotím, že řada skutečností, které byly kritizovány v předchozím posudku, zůstala beze změny a snahy o nápravu.

Otázky:

- 1) Na straně 7 se nalézají značně kontroverzní tvrzení v podobě: „Vonkajšie marketingové prostredie spoločnosti je všetko, čo spoločnosť obklopuje.“ Může autorka dané tvrzení vysvětlit před komisí?
- 2) Na straně 35 je psáno, že se jedná o podnik střední velikosti, což nekoresponduje se stanoviskem na straně 24 o velkém podniku. Mohla by autorka danou diskrepanci vysvětlit?
- 3) Jaké platí zákonitosti při zpracování části SWOT analýzy příležitosti? Čemu by se daná část měla věnovat a čemu ne?
- 4) Pro posouzení tržního postavení je třeba také definovat potřeby zákazníků dotčené společnosti a vymezit typického zákazníka společnosti, jak je uvedeno v teoretické části (např. str. 14). V praktické části tomu ale není věnován prostor. Mohla by danou problematiku autorka diskutovat v rámci obhajoby?
- 5) Na straně 41 je rozebírána skutečnost, že v kraji Praha docházelo k významnému zvýšení registrace nových vozidel oproti ostatním krajům České republiky. Mohla by autorka vysvětlit důvody daného nárůstu?
- 6) Má společnost problém udržet stávající klientelu servisu z důvodu dlouhých čekacích lhůt? Je vhodnější udržet stávající zákazníky nebo získat nové?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **D - uspokojivě**.

Datum: 4.9.2019

Podpis: