

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Faktory určující volbu mezinárodní marketingové strategie ve farmaceutickém průmyslu na příkladu společnosti Bayer AG
Jméno autora:	Anastasiia Shkلياeva
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Fakulta stavební (FSv)
Katedra/ústav:	Ústav řízení a ekonomiky podniku
Oponent práce:	Ing. Radovan Kačín
Pracoviště oponenta práce:	Ústav ekonomiky a managementu, VŠCHT Praha

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání je průměrně náročné. Aplikace poznatků z marketingu a strategického managementu na konkrétní subjekt.	

Splnění zadání	nesplněno
<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>	
Cílem práce bylo „identifikace faktorů ovlivňujících stanovení mezinárodní marketingové strategie“ Bayer AG. Zadání práce navrhovalo kapitoly „3. Charakteristika vybrané firmy“, „5. Faktory... a jejich vyhodnocení“ a „6. Návrh případných změn a doporučení“.	
Samotná charakteristika firmy je poměrně stručná a obecná, situační analýza (bod 4 zadání) obsahuje několik nahodilých historických dat a postřehů, chybí systematické pojetí. Samotné faktory (jádro práce, str. 32-42) jsou pojaty nahodile a bez podložení. (Např. je uvedeno, že firma se „snaží rychle reagovat na neustálý rozvoj informačních technologií“ a toto je podloženo zmínkou o jedné mobilní aplikaci z roku 2021. Např. u ceny je dán příklad cenové politiky Bayer na příkladu Aspirinu v Latinské Americe, chybí však jakákoliv čísla ani není zřejmé, proč je vybrán tento produkt a tento trh. Toto ostatně platí pro všechny faktory.)	
Faktory jsou pak uvedeny v přehlednější formě na str. 39-41, opět není zřejmé, jak bylo k těmto obecným tvrzením dospěno (Např. je uvedeno v kategorii Cena na str. 41 „Vysoká míra závislosti ceny léků na hodnotě nákladů spojených s jejich výrobou a prodejem“, chybí však informace o cenotvorbě léků a podložení např. náklady na výrobu a prodej (firma Bayer je kótována na burze a tyto údaje jsou snadno získatelné), „Vysoké náklady na výzkum, vývoj i výrobní proces a klinické zkoušky“ (opět nahlédnutí do účetních zpráv by toto mohlo doložit (resp. spíše vyvrátit)).	
Hlavní část práce, změny a doporučení, zcela chybí.	

Zvolení postup řešení	částečně vhodný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
První část práce (str. 9-31) je psána stylem „skripta“, aniž by toto bylo přínosem pro aplikovanou část práce (ostatně aplikovaná část práce prakticky chybí).	
Práce se zabývá marketingovou strategií, ale strategická dimenze v práci chybí (vazba marketingové strategie na firemní strategii).	
Pokud měla práce dát doporučení a návrhy, toto by mělo vycházet z analýzy, např. systematického rozboru dílčích faktorů. Toto však chybí, ve výsledku práce obsahuje mnoho nepodložených tvrzení a sporných závěrů.	
Závěry samotné nejsou využitelné, např. na str. 43 „Šířka a hloubka sortimentu“ (na co se zaměřuje, resp. měla by zaměřovat firma Bayer?), „Aktivní rozvoj vědecké činnosti výzkumu“ (co to znamená?), „Aktivní výroba nových léků“ (proč a jak moc má firma investovat?)... (Každý tento závěr by si zasloužil vlastní disertační práci, nicméně autorka je uvádí jako výsledek.)	

Odborná úroveň

F - nedostatečně

Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.

Práce obsahuje řadu generalizujících tvrzení, u kterých chybí podložení vlastním výzkumem či jinými prameny. Např. samotný úvod takových tvrzení obsahuje více, např. o tzv. neetickém chování společností. Řada tvrzení je zcela banálních, jako např. že je nutné akceptovat mezinárodní normy a že při umístění výroby je nutné vzít v úvahu vědecké a technologické možnosti výroby v dané zemi (str. 20). Je toto klíčový faktor pro dané odvětví resp. pro danou firmu?

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce

C - dobře

Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.

Je zřejmé, že čeština není prvním jazykem autorky (první chyba je již ve jménu studijního programu na 1. straně). Rozsah je adekvátní typickým BP, bohužel velká část práce je obecný text bez velkého přínosu (ani pro rozvoj oboru ani pro samotnou firmu). Některé části textu vyvolávají dojem, že jsou překladem z jiného jazyka (bez uvedení pramenu).

Výběr zdrojů, korektnost citací

F - nedostatečně

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.

V práci chybí „literature review“ k tématu, použitá literatura je nahodilá (resp. snadno dostupná). U některých (méně běžných) zdrojů je otázkou, zdali nejde o sekundární citaci.

Zdroje jsou citovány nestandardně. Závěrečný seznam obsahuje např. jména knih a článků v češtině (ač byly vydány v angličtině), některé knihy obsahují ISBN, místo vydání je uvedeno nahodile. Uvedeny jsou spíše učebnice a obecné články, výrazně chybí prameny vztahující se k dané firmě. V textu jsou uvedeny jen odkazy na daný pramen, nikoliv na konkrétní stranu; dále nejsou uvedeny přímé citace.

Práce nepracuje s firemními zdroji (ani těmi nezákladnějšími jako výroční zprávy), chybí zdroje jako publikace odborných asociací apod. Podobně práci by prospělo podložení řady tvrzení rozhovory s aktéry (lékaři, distributoři, regulátor, zaměstnanci Bayer a konkurence).

O firmě Bayer ostatně bylo napsáno několik kvalifikačních prací, např. v češtině Bartoňková, Eva: Marketingová komunikace firmy Bayer se zřetelem na uvedení produktu Foresto na český trh, v BP toto chybí.

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.

Viz detailní komentáře výše.

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.

Zadání bylo průměrně obtížné. Náročnost je dána např. velikostí firmy a (možná) odlišností strategie na různých trzích, zároveň u firmy této velikosti a pozice na burze by bylo snadné získat podklady.

Bohužel práce zůstala na povrchní úrovni, uvádí řadu tvrzení bez podložení, takže nakonec chybí konkrétní doporučení. Slabinou práce je použití zdrojů a prakticky chybějící analytická část.

Doporučená známka předpokládá úspěšnou obhajobu.

Možné otázky:

1. Kdo jsou hlavní konkurenti firmy Bayer? Srovnejte marketingovou strategii firmy Bayer s těmito konkurenty. V čem je odlišná, v čem je stejná?
2. Zužte Vaši analýzu (geograficky, produktově). Poskytněte 5 konkrétních doporučení a podložte prameny.
3. Jaké závěry o strategii je možné učinit z dostupných finančních výkazů firmy?
4. Jaké jsou hlavní produkty firmy? Srovnejte jejich pozici na 2 trzích. V čem se liší marketing těchto produktů?
5. V práci uvádíte pramen „LEVITT, T. Globalizace trhů. The McKinsey Quarterly, 1984“. V jaké knihovně jste jej získala? Co jsou klíčové poznatky textu?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **E - dostatečně**.

Datum: 27.7.2021

Podpis: Radovan Kačín