

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Bankovní trh v České republice pro společnost Saxo Bank

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Smolík Jan

Oponent práce: Doc. Ing. Miroslav Špaček, MBA, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

DP se zabývá tématem návrhu bankovní cenové strategie společnosti Saxo Bank. S tím souvisí i hlavní cíl DP Navržení vhodné cenové strategie a její komunikace pro společnost Saxo Bank. Cíl byl naplněn. Metodicky je DP postavena na obsahové analýze, what-if? Analýze, benchmarkingového porovnání a semi-strukturovaných rozhovorech. Zde mělo být uvedeno kódování rozhovorů a jejich interpretace. Metody jsou doplněny o scénářové přístupy. Zde měla být zmíněna i expertní metoda využitá při formulaci scénářů. Metody jsou přiměřené předmětu zkoumání. V teoretické části rozebrán princip pricingu jako součástí marketingového mixu. Diskutovány hlavní pricingové strategie ve vztahu k hledání optima spotřebitele. Návazně rozebrány targetinové strategie pro různé zákaznické segmenty. Zde představeny zásady segmentace trhu. Navrženy „persony“ tj. typičtí uživatelé bankovních produktů. Diskutována kritéria partnerství v tomto podnikatelském segmentu a návrhy strategií pro získání a udržení zákazníků. V analytické části představena zkoumaná společnost (Saxo Bank), včetně jejího produktového portfolia. Zmíněny klíčové indikátory finanční výkonnosti. Představena analýza konkurence ve vybraných charakteristikách. Následně prezentovány výsledky výzkumného šetření (Benchmarkingového porovnání dle 6 kritérií a rozhovorů). Rozhovory řešily i rozdíly mezi strategiemi a postavení klientů v rozdílném regionálním kontextu (ČR, Norsko). Na základě výzkumu zjištěna slabá místa ve finanční výkonnosti analyzované firmy. V zásadě ve většině parametrů byla Saxo horší. Byly vygenerovány scénáře vývoje. Rozpracovány strategie pro jednotlivé segmenty. Byla navržena strategie snížení cen o 50 %, a to diferencovaně pro stávající a nové klienty. Dále byla navržena minimalizace vstupního vkladu. Doplnkově bylo doporučeno změnit formu a zacílení reklamního sdělení. Objevují se citace v analytické části, což je nepřipustné.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak se bude lišit pricingová strategie pro retailový banking a korporátní banking?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Podle jakých kritérií se rozhoduje klient (banka, firma) o výběru bankovní instituce.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaký vliv má reklama na udržení a získání zákazníků?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 09.10.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz