



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc. Jaroslav Libich

Název práce: Zákaznická studie vozu ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.

Autor posudku: PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

Cíl práce: Na základě dotazníkové studie zjistit postoj zákazníků ke společnosti Škoda Auto, jejich spokojenost s nabídkou vozů a možnosti volby příplatkových výbav.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Celková podobnost je 2 %.

Dílčí připomínky a náměty:

Studie je zaměřena na aktuální problematiku marketingového šetření, konkrétně ve společnosti Škoda Auto. Autor zde navazuje na stejnojmennou bakalářskou práci. Bakalant nejdříve uvádí teoretické poznatky z oblasti marketingu, marketingového výzkumu a reklamního úsilí. Oceňuji, že se zde věnuje také aktuální problematice na trhu s elektronikou, nedostatkem čipů a válečné situaci na Ukrajině.

V praktické části autor využívá metodu dotazníkového šetření s 18 položkami a získává data od 245 respondentů. Zjišťuje, jaká je spokojenost zákazníků s nabídkou vozů, jaká je účinnost propagace jednotlivých modelů aut a jaké jsou názory na zavádění elektromobility v automobilovém průmyslu.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Je třeba pochválit, že student přehledně zpracoval problematiku postoje zákazníků ke společnosti Škoda Auto, zjistil míru spokojenosti s nabídkou vozů a také, jaké jsou ve společnosti možnosti volby příplatkových výbav.

Student dospívá k hlavnímu závěru, že *zákazníci dle dotazníkového šetření jsou z velké části spokojeni s nabídkou vozů. Svou spokojenost respondenti uvádí, přestože na českém trhu chybí nabídka některých kategorií vozidel, například kabriolet, dodávka či pickup. Obecně jsou zákazníci spokojeni jak s nabízenými pohonnými jednotkami, tak možnostmi volby příplatkové výbavy.*

Práce je doplněna grafy, obrázky a fotodokumentací.

Veškeré použité prameny jsou patřičně citovány

Práce splňuje po formální i obsahové stránce požadovaná kritéria.

Cíl práce je tak naplněn.

Otázky k obhajobě:

1. Prosím, aby autor při své obhajobě přehledně porovnal účinnost reklamního úsilí podniku Škoda Auto s vybranými konkurenčními zahraničními reklamami v oblasti automobilového průmyslu. (dle str. 38 - 40)
2. Mohl by student zodpovědět otázku, z jakého důvodu jsou oslovení respondenti nejvíce spokojeni s modely Škoda Octavia a Škoda Fabia? (dle grafu na str. 51)
3. Prosím o vysvětlení, jaké jsou příčiny situace, že v nabídce vozů na trhu v České republice chybí model v podobě dostupného plně elektrického vozu pro běžné rodiny, například o velikosti verzi Octavie. (dle str. 61)

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 23. května 2022

PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

podpis