

**Další podněty a připomínky k práci, ke kterým by se měl autor vyjádřit v rámci rozpravy:**

Bakalářská práce mapuje vybrané prvky nákupování v firmách prostřednictvím marketingového výzkumu. Autor realizoval výzkum pomocí telefonického dotazování v celkem 250 podnicích a výsledky zpracoval v členění na výrobní resp. nevýrobní firmy a podle velikosti firmy. Získané závěry zobecnil na základní soubor podniků v ČR. Cenné jsou především závěry získané řešením praktické části práce. Teoretická část práce je orientovaná na strukturu firem, marketingový výzkum a principy vyjednávání. V této části jsou některé nepřesné formulace, např. "výrobní firmy nakupují spotřební nebo odpisové zboží čili kapitál ( toto tvrzení se mi nepodařilo v citované literatuře najít a i logicky není toto tvrzení správné). Není zřejmé, proč je v práci zařazena problematika SWOT analýzy. A naopak, chybí literatura orientovaná na nákup. V praktické části jsou výsledky zobecněny s přesností na desetiny %, nepracuje se zde při zobecnění na základní soubor s přesností a spolehlivostí závěrů. Při realizaci případných navazujících výzkumů je třeba lépe vyhodnotit výsledky pretestu ( viz např. členění firem podle nákladů na nákup). K práci mám tyto otázky:

Vysvětlíte, co je nákup na zakázku z pohledu vztahu odavatel a odběratel (zákazník).  
byla ověřovaná závislost mezi velikostí firmy a druhem školení zaměstnanců?  
problémové okruhy by se podle vašich zjištění mělo orientovat školení pracovníků, kteří se zabývají nákupem v podniku?

Jaký

Datum: 29. srpen 2019

Podpis oponenta:

*Stanislava Jirsová*

**CELKOVÉ HODNOCENÍ:**

body	známka
0 - 30	F - nevyhověl
31 - 40	E - dostatečně
41 - 50	D - uspokojivě
51 - 60	C - dobře
61 - 70	B - velmi dobře
nad 70	A - výborně

Práce se doporučuje k obhajobě, pokud celkové hodnocení dosáhlo minimálně 31 bodů!