

Oponentní posudek na diplomovou práci Bc. Anety Jehličkové

„Posilování vztahů se zákazníky a formy jejich posilování na BtoB trzích“

Již na první pohled zaujme výše uvedená diplomová práce vysokou úrovní zpracování tématu. Z celkového hlediska hodnocení zcela jistě hodnotím kladně ten fakt, že byl proveden konkrétní průzkum v reálně fungujícím velkém průmyslovém podniku a v rámci práce bylo provedeno vyhodnocení názorů a skutečností, které odrážejí reálné obchodní vztahy společnosti a zákazníků. Hodnotu práce to zcela jednoznačně zvyšuje a vytváří z ní materiál, který má jednak vypovídající hodnotu pro potřeby vzdělávací instituce, jednak pro průmyslový podnik, kde byly praktické výzkumy prováděny. Nadto lze práci hodnotit jako materiál se kterým lze dále pracovat, případně na něj vhodným způsobem navázat.

Zpráva se vyznačuje dostatečně rozsáhlou a poměrně zdařile zpracovanou teoretickou částí, která je zpracována s logickou návazností jednotlivých témat a je dostatečně srozumitelná pro pochopení problematiky, kterou se chce autorka ve své práci zabývat. V této oblasti práce bych upozornil na drobné nedostatky typu poněkud nepřesné terminologie – kdy se pro jednu ze strategií CRM jednou uvádí název „Masová personalizace“ a následně „Masová personifikace“ (str. 19). Teoretická část je rovněž podložena využitím dostatečného množství odborné literatury, což zvyšuje její odbornou úroveň. Jako jednu z dalších připomínek bych zde upozornil na část, kde jsou diskutovány faktory ovlivňující kvalitu vztahu zákazník – dodavatel a spokojenost zákazníka (str. 24). Tyto faktory jsou popsány v teoretické rovině, což je dozajista správně, nicméně pokud by zde byly uvedeny praktické příklady opět by to přispělo k ještě lepšímu pochopení teoretických faktů, které mají vliv na popisovanou problematiku. Celkově lze hodnotit teoretickou část kladně a konstatovat, že poskytuje dostatečný základ pro následnou praktickou část.

V praktické části bych chtěl vyzdvihnout již část přípravy vlastního výzkumu. Z práce je patrné, že přípravě byla věnována dostatečná pozornost, což je patrné jak z detailního popisu organizace výzkumu, tak z vlastních dotazníků, které jsou zpracovány detailně, s cílenými dotazy vzhledem k potřebám následného vyhodnocení výzkumu. Opět chci zopakovat, že provedení výzkumu v reálně fungujícím průmyslovém podniku, který je navíc silně exportně orientovaný, činí z práce užitečný materiál, který nebude odsouzen k pouhému založení v univerzitní knihovně.

Zpracování výsledků a jejich interpretace je na dostatečné úrovni a poskytuje zajímavé informace pro další využití přímo v průmyslovém podniku, což je samo o sobě přínosné. Co naopak postrádám při vyhodnocení, nebo spíše v následné diskusi je určitá konfrontace mezi zjištěnými fakty z firmy, která reálně udržuje stovky obchodních vztahů na BtoB trhu, s teoretickými formulacemi z první části práce a zhodnocení kde se daný podnik

nachází se svou úrovní udržování vztahu se zákazníky oproti teoreticky definovaným pravidlům a názorům. Takováto širší diskuse by opět úroveň práce zvedla.

Závěrem bych rád konstatoval, že práce je zpracována na velmi dobré úrovni a zcela splňuje zadání. Zároveň je možné závěry práce dále rozpracovat a následně získané poznatky prakticky aplikovat. Práci jednoznačně doporučuji k obhajobě a dle mého názoru ji lze klasifikovat „Výborně“. Jako vhodná témata k diskusi v rámci obhajoby doporučuji jednak konkrétní příklady faktorů ovlivňujících vztahy se zákazníky a jejich konkrétní dopady a rovněž porovnání teoretických popisů posilování vztahů se zákazníky a prakticky zjištěnými skutečnostmi.

Ing. Josef Liška

Generální ředitel Synthesia, a.s.

Pardubice, 19.5.2013