

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Kupní rozhodovací proces na trhu energetických nápojů

Autor bakalářské práce:

Lucia Pinková

Cíl bakalářské práce:

Postihnout specifika kupního rozhodování na trhu energetických nápojů a doporučit směry marketingové orientace na tomto trhu,

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešení problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	93
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Práce je věnována zajímavému tématu, tak jak je nová kategorie nápojů spojena s relativně se teprve vyvíjejícími obrysy specifického kupního rozhodování. To z hlediska spotřebního marketingu zvyšuje aktuálnost práce. V obecné rovině práce spolehlivě pokrývá rámcové zázemí pohledu spotřebního marketingu a rozhodování spotřebitelů, svůj účel plní i kapitola o marketingovém výzkumu. Zajímavá sekundární data hodnotí vstupní kapitola praktické části, možná se jejich interpretace mohla zřetelněji zastavit i některých protichůdných informací ohledně spotřeby energetických nápojů v ČR. Díky zaměření kupního rozhodování z hlediska nápojů společnosti Red Bull, je logické zařazení pasáže věnované jejímu vývoji a značkám. Jádrem vlastního plnění cílů práce je jednak původní dotazování s přemýšlivě navrženým dotazníkem a vzorkem na úrovni explorační sondy, jednak - i když spíše doplňkově - analýza dat z databáze MML TGI. V analytické části práce se obě výzkumné linie místy vhodně prolínají. V interpretaci pěkně zaznívá již hodnocení, nikoli jen opis dat z uvedených grafů, tabulek. Podle relevance se rozumně využívají postupy frekvenční a kontingenční analýzy, důsledně a důkladně je při tom sledování cíle práce (specifika kupního rozhodování). Po analytické části, nebo na jejím konci mohla být zařazena pasáž shrnující hlavní specifika KRP a překládající doporučení pro značku Red Bull. Tuto funkci ale celkem úspěšně přináší Závěr práce.

Otázky k obhajobě:

- Liší se kupní rozhodování spotřebitelů užívajících Red bull od ostatních uživatelů EN, pokud ano, jak?
- Liší se důvody pití EN podle demografických a geografických charakteristik spotřebitelů?

Jméno vedoucího bakalářské práce:

doc.Ing. Jan Koudelka, CSc.

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

katedra marketingu, VŠE Praha