

Studijní program

Ekonomika a management

Studijní obor

Management

Akademický rok

2018/2019

Název práce

Marketing ve farmaceutickém sektoru zdravotnického systému

Řešitel

Bc. Markéta Kolářková

Vedoucí

Ing. Ondřej Lešetický, Ph.D.

Oponent

Ing. Libor Votava, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění

velmi dobře

Logická stavba a členění práce

výborně nebo velmi dobře

Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti

výborně

Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití

velmi dobře

Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení

velmi dobře

Vlastní přínos studenta

velmi dobře

Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii

velmi dobře

Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce

výborně

Jazyková a terminologická úroveň práce

dobře

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Farmaceutický trh/sektor je významnou a nedílnou součástí českého zdravotnického systému České republiky. Např. v roce 2018 bylo vydáno za léky celkem asi 80 mld. Kč, což představuje stabilně více než 20 % z celkových výdajů na zdravotní péči. A jakkoliv je farmaceutický trh silně regulován, farmaceutické firmy zde představují svojí finanční a vyjednávací silou významné systémové hráče.

Cílem diplomové práce je zhodnocení marketingových aktivit farmaceutických společností, a to zejména ve smyslu analýzy faktorů ovlivňujících marketingovou strategii/komunikaci a dále činnost farmaceutických reprezentantů. Samotný cíl je tak diplomantkou stanoven poměrně zevrubně, snaží se postihnout co nejširší spektrum vlivů na marketingovou činnost farmaceutických firem, na druhou stranu z čistě praktických důvodů je její zkoumání omezeno na 4 „farma“ subjekty, distribuující Rx léčivé přípravky z ATC skupiny C01. Takto formulovaný cíl je v další fázi práce operacionalizován do tří výzkumných otázek (viz s. 49). Aplikovaná metodika je detailně popsána v kapitole č. 4 (ss. 49-52) a jejím jádrem je kvalitativní výzkum, mající podobu osobního šetření mezi zástupci 4 farmaceutických firem, přičemž vždy 2 subjekty patří do skupiny originátorů a 2 mezi generické výrobce. Metodické limity jsou diskutovány v kapitole 4.3. Výsledky analýzy jsou publikovány a diskutovány v kapitole 5.7 a Závěru diplomové práce. S ohledem na výše uvedené skutečnosti lze použitou metodiku považovat za adekvátní stanovenému cíli a ten vzhledem k publikaci kapitol 5, 6 a Závěru práce za splněné. Práce nepřináší z vědecko-výzkumného pohledu závěry nikterak převratné, nicméně víceméně potvrzuje dopady silné regulace farmaceutického trhu na možné chování/marketingové aktivity farmaceutických firem. Výsledky potvrzují vliv mateřských korporátů na strategii a určitý úpadek role tzv.

„farma repů“ v poslední dekádě. Rozdíly mezi originálními a generickými producenty jsou v tomto ohledu zanedbatelné.

Diplomová práce má cca 80 stran relevantního textu a je psána v českém jazyce. Formát a struktura respektuje obligatorní šablonu FM VŠE a po formální stránce DP splňuje veškeré náležitosti. Použité odborné zdroje a literatura jsou citovány v souladu obvyklými postupy a přílohy vhodně doplňují vlastní text práce. Míru shody s jinými texty podobného charakteru vyhodnotil antiplagiátorský systém validator.vse.cz na úrovni 2%. Pravopisné chyby, případně stylistické neobratnosti nejsou bohužel ojedinělé, a snižují celkový dojem z jinak solidně zpracované kvalifikační práce.

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

Stručně se vyjádřete k možnosti generalizace závěrů vaší práce na celý farmaceutický sektor v ČR.

Můžete stručně nastínit vliv tzv. etických kodexů na chování farmaceutických firem (a jejich reprezentantů) ze skupiny originálních i generických producentů?

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **velmi dobře**.

Datum

25. 5. 2019

Podpis

Ing. Ondřej Lešetický, Ph.D.