

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

Logická stavba a členění práce

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

Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití

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

Vlastní přínos studenta

Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii

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

Jazyková a terminologická úroveň práce

velmi dobře nebo dobře

výborně nebo velmi dobře

výborně

výborně nebo velmi dobře

velmi dobře

velmi dobře

výborně nebo velmi dobře

velmi dobře

velmi dobře

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

K předložené práci mám tyto dílčí námitky a připomínky:

V práci se objevují gramatické chyby a překlepy. Např. chyby ve shodě podmětu a přísudku - „firmy dosahovali“ (str. 16), „společnosti vstoupili“ (str. 62), „společnosti odstoupili“ (str. 57 a 63).

Na str. 61 a 62 jsem nepochopil v kontextu textu význam výrazu „konstituovat teorie“ a „substituovat teorii“.

Na str. 58 u tabulky č. 4 mi nebyl jasný údaj v druhém sloupci „Frekvence návštěv“ - nebylo mi jasné, jestli je míněna frekvence návštěv u jednoho konkrétního lékaře nebo u lékaře obecně.

Na str. 15 a 16 je formulován cíl práce, pokaždé trochu jinak a dle mého nevhodně. Autorka na str. 16 uvádí, cituji: „Cílem práce je vyhodnocení výzkumného šetření...“ Vyhodnocení šetření je spíše nástrojem nebo metodou nikoli cílem.

Některé v textu použité zkratky, např. B2B, BTL, ATL nejsou vysvětleny nebo přesněji řečeno není uveden jejich anglický význam. U jiných zkratk to autorka uvádí.

Celkové hodnocení:

Téma marketingu je celkem tradiční oblast popsaná v řadě teoretických zdrojů a prací, přesto stále zajímavá na výzkum, zejména pokud se jedná o specifické oblasti jako je farmaceutický sektor a obecně zdravotnictví. Základní zaměření práce je zjevné z názvu, za určitý problém považují nejednoznačnou formulaci cíle v úvodu. Výzkumné otázky jsou dle mého stanoveny logicky a mají vazbu na název práce – až z těch je jasné, co bude předmětem výzkumu. K rešerši zdrojů nemám zásadnější námitky. Byla použita široká škála zdrojů, převážně českých. Informace v rešerši jsou často detailní a někdy odborné, ale i pro laika je text věnovaný základním pojmům a souvislostem k tématu srozumitelný. Za největší přínos práce považuji vlastní výzkum opřený o dotazníkovou metodu a strukturovaný rozhovor. Tuto zvolenou metodu považuji vzhledem k cíli a výzkumným otázkám za vhodnou nikoli jedinou možnou. Autorka použité metody a průběh výzkumu dostatečně vysvětluje a zdůvodňuje. Jako účelné se mi jeví, že jsou v kapitole 4.3 zmíněny limity a možné zkreslení zvolené metody. Samotný výzkum byl dle mého proveden precizně a autorce se podařilo z něho vytěžit množství zajímavých a důležitých informací. To stojí za ocenění. Získat tímto způsobem (dotazníkem a rozhovorem) informace nemusí být jednoduché a často naráží na neochotu respondentů vůbec spolupracovat nebo poskytnou některé důležité citlivé informace. Proto to z pohledu výzkumníka vyžaduje určitou dávku odvahy a taktiky, tu autorka jistě projevila. Vyhodnocení a zpracování získaných informací je provedeno precizně a detailně, odpovědi na výzkumné jsou rozsáhle a detailní, argumentace logická a přesvědčivá. Otázkou na kritickou diskusi je, zda se dají závěry zobecnit. Mám pocit, že se o to autorka pokusila v kapitole 5.7. Zde by možná stálo za připomenutí limity výzkumu (ty jsou dány zejména časovými a technickými možnostmi autorky), konkrétně se jedná o velmi malý vzorek respondentů. Výstupy výzkumu jsou zatíženy velkou jedinečnou chybou a tedy potenciálně značným zkreslením, např. při zobecňování některých zjištěných skutečností. Přesto se domnívám, že práce hlavní cíl splnila a na výzkumné otázky v rámci výzkumných limitů odpověď našla. Jako celek pokládám práci za zajímavou z hlediska tématu, zvolené metody a výstupů. Z formálního hlediska mohla být preciznější – viz. výše zmíněné gramatické chyby a překlepy. Využití práce vidím ve výuce jako případovou studii ukazující aplikaci marketingových nástrojů a marketingové komunikace v konkrétním odvětví a v konkrétních firmách. Může být inspirativní pro další firmy, které se v oblasti farmaceutického průmyslu a obecně zdravotnictví pohybují.

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

Jak jste motivovala vybrané respondenty farmaceutických firem, aby Vám informace poskytli a spolupracovali s Vámi?
Dají se Vámi zjištěné informace z rozhovorů a dotazníkového výzkumu ověřit i z jiných zdrojů?

Doporučené hodnocení

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

Datum

28. 5. 2019

Podpis

Ing. Libor Votava, Ph.D.