

## OPONENTSKÝ POSUDOK DIPLOMOVEJ PRÁCE

*Diplomant:* **Bc. Veronika Jirásková**

*Diplomová práca:* **Hodnocení přínosů zákazníků pro podnik se zaměřením na prodejní a marketingové náklady**

*Oponent:* **Ing. Jana Plchová, PhD. – Ústava manažmentu Slovenskej technickej univerzity v Bratislave**

Riadenie vzťahov so zákazníkmi je v súčasnosti jednou z často využívaných metód získavania, udržania si resp. posilnenia konkurencieschopnosti podniku. Zákazník vo svojej podstate tvorí nevyčerpatel'ný zdroj ponúkajúci podniku možnosť maximalizovať svoj úspech uspokojovaním jeho potrieb.

Rozvojom CRM programov zameraných na rast hodnoty zákazníka je možné preskúmať a následne systematicky využiť všetky príležitosti na nové transakcie v každej fáze životného cyklu zákazníka. Z tohto dôvodu považujem tému DP za aktuálnu a veľmi dobre zvolenú.

V teoretickej časti svojej práce diplomantka v troch kapitolách pomerne podrobne spracovala problematiku určovania hodnoty zákazníka, stanovovania marketingovej ziskovosti zákazníkov, venovala sa problematike určovania marketingových a predajných nákladov a možnostiam ich alokácie.

V praktickej časti práce potom tieto poznatky aplikovala pri vypracovaní analýzy predajných a marketingových nákladov v jednom z veľkých obchodných centier v ČR - vo firme MAKRO Cash & Carry s.r.o. Hradec Králové.

Diplomantka v praktickej časti práci zhrnula poznatky, ktoré získala realizáciou a vyhodnotením dvoch primárnych marketingových výskumov, ktoré sama vo firme realizovala. Respondentmi v prvom rozsiahlejšom výskume boli pracovníci vrcholového vedenia firmy a študentka metódou osobného dotazovania podľa dopredu pripraveného scenára získala informácie o podniku, štruktúre jeho zákazníkov, o spôsoboch sledovania ich ziskovosti, o spôsoboch obsluhy rôznych segmentov zákazníkov a o metódach, ktoré sú vo firme MAKRO Cash & Carry s.r.o. používané na sledovanie nákladov na zákazníkov. V druhej časti svojho výskumu sa študentka zamerala na skúmanie spokojnosti zákazníkov s novým cenovým systémom, ktorý firma implementovala v snahe o zvýšenie frekvencie a stupňa zákazníckej aktivity v segmente držiteľov tzv. zlatých a strieborných kariet. Tento výskum študentka realizovala na vzorke 84 respondentov. Výsledky svojho výskumu potom

rozpracovala vo štvrtej až siedmej kapitole svojej práce. Z ich textu však nie celkom jednoznačne vyplýva, ktoré z informácií boli získané vďaka jej prieskumu a ktoré z iných, sekundárnych zdrojov. V prípade vyhodnotenie druhého prieskumu by bolo určite vhodnejšie použiť na prezentáciu spokojnosti zákazníkov s novým cenovým systémom formu grafického zobrazenia výsledkov namiesto ich slovného popisu.

Pri hodnotení štruktúry práce ako celku je zrejmy určitý nesúlad medzi poznatkami uvádzanými v teoretickej časti práce a realitou v podniku, ktorá je dosť odlišná.

Po formálnej stránke je tiež možno vytknúť predkladanej práci niekoľko menších nedostatkov – napr. umiestňovanie nadpisov na poslednom riadku strany alebo neprímerane veľké medzery pred niektorými obrázkami.

Písomný prejav poslucháčky je však zrozumiteľný a jednotlivé kapitoly majú logickú nadväznosť.

### **Záver:**

Predložená diplomová práca, napriek určitým nedostatkom, spĺňa požiadavky kladené na prácu takéhoto charakteru a to po vecnej aj formálnej stránke. Diplomantka v nej preukázala schopnosť samostatne riešiť problematiku s ekonomickým zameraním.

Diplomovú prácu na základe uvedeného hodnotenia odporúčam k obhajobe a hodnotím ju známku

**„veľmi dobre“**

### **Otázky k diplomovej práci:**

1. V teoretickej časti svojej práce popisujete celoživotnú hodnotu zákazníka CLTV, v praktickej časti vašej práce je však hodnota zákazníka daná objemami nakupovaných produktov a frekvenciou nákupov. Aký je Váš názor na využitie CLTV v praxi.
2. V teoretickej časti vašej práce uvádzate metódu ABC ako metódu vhodnú na alokáciu nákladov na jednotlivých zákazníkov. V praktickej časti práce však metóda ABC nie je použitá, ani ju vo svojich návrhoch na zmeny spôsobu sledovania nákladov na zákazníkov neuvádzate. Aký je Váš názor na možnosti využitia metódy ABC v tomto podniku.

V Bratislave, dňa 25.5.2009

oponentka diplomovej práce