

Oponentský posudek na diplomovou práci

Autor práce: **Bc. Lucie Janková**

Název práce: **Hodnotová síť ve farmaceutickém průmyslu**

Vedoucí práce: Ing. Zuzana Pecinová, Ph.D.

Autor posudku: PharmDr. Marcela Kaňková, CSc.

Hodnocení:

Téma práce:

Diplomová práce se zabývá problematikou hodnotové sítě ve farmaceutickém průmyslu. Toto téma je aktuální, protože o marketingu ve farmacii se v naší republice hovoří až někdy po roce 2000. Farmaceutický trh je speciální prostředí s mnoha výjimkami a zpracování tohoto tématu může být přínosné mnoha zaměstnancům ve farmaceutickém průmyslu a obchodě.

Cílem práce bylo popsat hodnotovou síť z hlediska vybraného podniku farmaceutického průmyslu a vztahy mezi jejími členy a následně zjistit, jak jsou vztahy posilovány a jaké přínosy spolupráce v síti podle podniku jednotlivým členům až po konečné zákazníky přináší. Aby posluchačka tento cíl splnila, provedla důkladnou rešerši zaměřenou na vymezení základních pojmů a dále ve farmaceutické společnosti provedla primární marketingový výzkum zaměřený na zjištění podoby hodnotové sítě, způsobů posilování vztahů a poskytování strategických užitků mezi subjekty hodnotové sítě a na zjištění zpětné vazby mezi subjekty hodnotové sítě. Cíl práce byl splněn.

Vlastní práce:

Práce je celkem rozsáhlá, spolu s přílohami má 80 stran. Je přehledně zpracována, dobře rozčleněna na 6 kapitol, které na sebe logicky navazují. Kapitoly 1. – 4. řeší otázky, co je hodnotová síť a z čeho se skládá. Ke zmapování problematiky hodnotové sítě se posluchačka zaměřuje i na související pojmy jako hodnota pro zákazníka, hodnotový řetězec a hodnotový management. V 5. kapitole uvádí výsledky šetření ve farmaceutické společnosti, které jsou výsledkem dotazování podle připojené přílohy 1. Scénář dotazování. Výsledky získané primárním výzkumem budou v budoucnu sloužit pro další analýzu hodnotové sítě.

Metody zpracování a zvolený postup řešení je správný. Úprava práce a jazykové prostředky jsou na velmi dobré úrovni. Práce je napsána srozumitelně a věcně správně.

Práce je doplněna seznamem použité literatury. Studentka k práci použila adekvátní aktuální literaturu (citace z let 1997 – 2011). Literárních odkazů je celkem 40 (z toho 21 je z

internetových zdrojů). Literatura je uvedena podle normy. Bohužel však téměř žádný ze zdrojů literatury se přímo netýká marketingu ve farmaceutickém prostředí.

Závěr práce:

V závěru autorka shrnuje to, co tvoří hodnotovou síť uvedené farmaceutické společnosti a jak je v rámci společnosti posilována pozice celé sítě. Doporučením posluchačky je, že by měla firma více posilovat vztahy a spolupracovat se subjekty hodnotové sítě, aby mohla lépe předvídat poptávku, což by mohlo mít vliv na lepší plánování výroby a výši zásob. Dále by si měla firma doplnit informace na svých webových stránkách, které jsou prostředkem prezentace společnosti.

Závěr:

Práci hodnotím jako přínosnou, téma je aktuální. Studentka práci zpracovala na velmi dobré úrovni a tím projevila adekvátní znalost dané problematiky. Předložená práce splnila požadavky kladené na tento typ kvalifikačních prací, **doporučuji ji k obhajobě** a hodnotím ji známkou **výbornou**.

Otázky k obhajobě:

1. Přestože práci hodnotím na výbornou díky obsažnosti a zpracování tématu, nelíbí se mi to, že ani jedna citace se netýká marketingu ve farmaceutickém prostředí. Existuje řada zahraničních publikací, dokonce i v Česku v nakladatelství Grada Publishing vyšla v roce 2006 kniha Marketing ve farmacii autorů Metyš a Balog. Proč nebyla využita nějaká literatura z oblasti farmacie k lepšímu pochopení specifik tohoto oboru podnikání?
2. Proč se autorka ve své práci také nezabývala vypíchnutím konkurenčních výhod firmy (např. odlišení výrobků, odlišení služeb, odlišení personálu, odlišení image), které by vhodně doplnily hodnotový řetězec?
3. Jaké je nákupní rozhodování zákazníka při kupování volně prodejného léčiva, zdravotnického prostředku nebo doplňku stravy? Jaké jsou hlavní vlivy na jeho chování při rozhodování o koupi?

