

Oponentský posudek

diplomové práce Bc. Aleny Loubkové

„Výkonnost podniku z pohledu zákazníků“

Cílem předkládané diplomové práce bylo nejprve teoreticky popsat problematiku výkonnosti podniku z pohledu zákazníků a na základě takto zpracované rešerše odborné literatury připravit a zrealizovat výzkum výkonnosti dodavatelů motorových olejů z pohledu autoservisů. V současném tržním prostředí, kdy se podniky snaží pro udržení své konkurenceschopnosti uplatňovat koncepce CRM, je sledování výkonnosti podniku ve vztahu k zákazníkům nezbytností. Bohužel si dosud mnohé podniky zcela neuvědomují hloubku a komplexnost dané problematiky, proto považují snahu o ucelené teoretické zmapování této oblasti za přínosné. Navazující praktický výzkum navíc, podle mého názoru, jasně dokumentuje, že mnohá, literaturou doporučená, měřítka výkonnosti, mohou poskytnout překvapivé a zajímavé výsledky. To by snad mohlo být, alespoň pro některé podniky, jistým impulsem, proč se na sledování daných ukazatelů zaměřit, byť mohly být zatím podnikem opomíjeny. Z těchto důvodů považuji zaměření práce za aktuální a prakticky využitelné.

První část diplomové práce představuje rešerši odborné literatury. Ta se zaměřuje nejprve na popis ukazatelů hodnotových výhod, jenž jsou hybnými silami výkonnosti podniku ve vztahu k zákazníkům a posléze rozpracovává výstupní měřítka této tzv. zákaznické výkonnosti. Teoretická část je zpracována na základě 26 literárních pramenů, které tvoří z velké části zahraniční literatura. Téma je rozvinuto logicky a uceleně postihuje zvolenou problematiku. Za nedostatek ale považuji to, že zde autorka zřetelně neuvádí, jak v práci popisované členění ukazatelů odpovídá či neodpovídá tradičně doporučené zákaznické perspektivě v rámci metody BSC (Balanced Scorecard) a proč autorka zvolila právě členění dle Lošťákové a kol. Celkově však lze konstatovat, že teoretická část splňuje zvolený cíl.

Navazující praktická část diplomové práce rozpracovává výsledky výzkumu výkonnosti dodavatelů motorových olejů z pohledu vybraných autoservisů kraje Vysočina. Je zřejmé, že autorka musela věnovat realizaci a zpracování výsledků výzkumu značné úsilí. Za zdařilý považuji zejména vytvořený dotazník, na základě něhož byl výzkum proveden (viz příloha diplomové práce) a také zpracování některých klíčových oblastí výzkumu – především výpočet relativních hodnot pro zákazníka, znázornění hodnotových map, využití polaritních profilů pro znázornění některých ukazatelů apod. V některých případech se však zdá, že diplomantka svou snahu po důkladném zpracování výsledků až překombinovala – např. na str. 40 a 41 je výpočet průměrné hodnoty procentuálního zastoupení značky servisovaného auta z hlediska tržeb zbytečný až nesmyslný a o ničem nevypovídající, také ukazatel váhy v tabulkách, shrnujících hodnocení cenové citlivosti zákazníků servisů (viz tab. 14 a tab. 15), považuji za bezpředmětný. Přehlednosti zpracování by pravděpodobně do jisté míry také prospělo, kdyby autorka někdy méně „otrocky“ v textu komentovala výsledky, které jsou jasně patrné z tabulky či obrázku. Chybný je také komentář k tabulce č. 5 (str. 41), kde autorka komentuje četnosti značek servisovaných vozidel a zapomíná na to, že pokud servis uvedl, že servisuje „všechny“ značky, je nutné ho počítat ke každé značce – tzn. že např. značku Škoda servisují všechny sledované servisy a ne pouze devět z jedenácti, jak uvádí diplomantka. Jiné závažnější nedostatky jsem v rámci dosti obsáhlého zpracování výsledků výzkumu neshledal.

Formální stránku práce zvládla diplomantka na dobré úrovni. Práce je psána srozumitelně, kultivovaným jazykem. Výjimečně se v práci setkáme s překlepem či drobnou chybou v obrázku či tabulce. Poněkud rušivě ale působí to, že autorka v některých případech neuhlídala, aby skutečné číslování tabulek a obrázků odpovídalo odkazům uvedeným v textu (např. str. 51, 56-57, 76-77) a že se v práci vyskytují dva stejné odstavce textu za sebou (viz

str. 48-49, 62-63). Bezsporu lze ale ocenit začlenění vkládaných obrázků a tabulek, které jsou v práci velmi častým nástrojem a jejichž zpracování bylo zajisté náročné.

Strukturu práce a její logické členění považuji za dobré.

Závěrem lze konstatovat, že diplomantka splnila všechny vytyčené cíle. Práce vyhovuje požadavkům kladeným na diplomovou práci, doporučuji ji tedy k obhajobě a hodnotím známkou:

Velmi dobře

Při obhajobě prosím o vyjádření diplomantky k následujícím problémům:

- Definujte, prosím, pojem „zákaznická výkonnost“. Kdo by měl zákaznickou výkonnost sledovat, jakým způsobem a měl by se lišit přístup na B2B a B2C trhu?
- Popište, prosím, podrobněji průběh výzkumu a praktické využití jeho výsledků – jak vznikl námět zaměření výzkumu, jak byli dotazovaní osloveni, jak probíhalo dotazování, kdo vyplňoval dotazník, proč byl výzkum zaměřen především na značku Mogul, bude někdo výsledky výzkumu využívat.....?

V Pardubicích, 24. 5. 2010.

Mgr. Ing. Radim Jelínek, Ph.D.