

**Název diplomové práce :** Marketingová strategie společnosti SOR Libchavy spol. s r.o.

**Autor práce :** Bc. Jakub Chaloupka

**Oponent :** Ing. Jindřich Chudý

### **Hodnocení práce :**

#### **Přístup studenta k zadanému úkolu, zvolený postup řešení z hlediska současných metod :**

Téma diplomové práce zahrnuje velice široký záběr a lze mu věnovat větší či menší prostor. Uvedené závěry lze do určité míry zobecnit, ale některé jsou platné pouze v daném období hodnocení. Autor pro danou problematiku zvolil optimální rozsah práce kde v první části uvedl teoretická východiska z oblasti marketingu, základní pojmy, definice a metody. Tato část je z hlediska následné aplikace dostatečná. Druhá část seznamuje s objektem analýzy tj. firmou SOR Libchavy spol. s r.o. Zde je tato společnost popsána pro účely diplomové práce na základě dostupných informací. Autor práce dostatečně vystihl současné postavení společnosti na trhu a její přednosti i nedostatky. Větší pozornosti by si zasloužil rozbor konkurenčních výrobků a prostředí v České republice. Analýza společnosti dává dostatečně dobrý pohled na situaci. Podrobnějším rozbohem a zaměřením se na jiné detaily by bylo možné určit další problematické oblasti, které jsou zde okrajově nastíněny.

#### **Dosažené výsledky, jejich správnost a možnosti praktického využití**

Co se týče návrhu marketingové strategie, autor se zaměřil na marketingový plán a systém řízení výkonnosti. Zde je nutné podotknout, že prodej autobusů je značně ovlivněn dotačními podmínkami a přístupy měst a vlád k hromadné autobusové dopravě a konkrétními ekonomickými možnostmi. Uvedená marketingová strategie může ovlivnit poměr mezi jednotlivými konkurenčními firmami, ale ne absolutní výši prodeje. Z dlouhodobého hlediska je správně pochopen význam elektrobusek tak, jak ho chápe i naše společnost v horizontu přibližně do 10 let. Z krátkodobějšího pohledu je nutné postavení firmy SOR Libchavy spol. s r.o. budovat stále na autobusech s klasickým pohonem. Celkově lze hodnotit předloženou práci jako solidní rozbor reálné firmy a jejich silnějších a slabších míst včetně nevyužívaných příležitostí. Některé nepřesnosti a zjednodušené pohledy zřejmě pramení z omezených možností přístupu k jednotlivým podkladům, kde některé nejsou veřejně dostupné. Je skutečností, že poprodejní služby hrají v pohledu na firmu velice zásadní roli a někdy i rozhodující. Autor se správně zaměřil na zlepšení práce oddělení OTS. Myšlenka zavedení „call centra“ může být dobrým nástrojem pro zlepšení komunikace se zákazníky i zdrojem potřebných informací pro další zlepšování práce jednotlivých oddělení firmy. Úspěšné zavedení „call centra“ má však jednu zásadní a rozhodující podmínku, kterou je maximální profesionalita pracovníků, kteří budou rozhodovat o jednotlivých případech. Zde bude nutné vybrat nejzkušenější techniky, kteří delší dobu působili ve firmě na nejrůznějších pozicích. Vzhledem k tomu, že tato organizační změna není přímo výdělečná, musí se její efekt projevit v jiné činnosti. Účelnost zavedení této změny bude muset být sledována a pravidelně vyhodnocována. Toto by si zasloužilo další rozpracování podrobnějších podmínek v reálném prostředí.

#### **Jak práce odpovídá normám, zákonným ustanovením a předpisům**

Předložená práce není jednoznačně daná a pevně svázaná zákony a normami. Nicméně jsou zde citované některé zákony (např. Zákon o veřejných zakázkách), kterými se musí daná oblast řídit.

**Formální náležitosti (přehlednost, úprava apod.) :**

Práce je členěna přehledně do jednotlivých kapitol. Postupně seznamuje s problematikou, teoretickým rozbořem, analýzou situace a končí vlastním návrhem řešení. Pro doplnění jsou na závěr uvedeny jednotlivé přílohy a použitá literatura.

**Obsahuje práce originální řešení vhodné pro autorské osvědčení, patent apod. : NE**

**Připomínky a dotazy k práci :**

Hodnocení společnosti vychází převážně z výsledků roků 2010 a 2011. Z dlouhodobějšího hlediska nelze tyto závěry zobecňovat zvláště v hodnocení poměrů dodávek městských a meziměstských autobusů. Tento poměr je značně ovlivněn současným stavem objednávek. Do určité míry je přeceňován význam dodávek trolejbusů, který tvoří sice nemalou část dodávek v roce 2011, ale tyto jsou opět do určité míry značně nestabilní.

Otázky k diskuzi :

1. Může se odlišovat marketing firem v závislosti na výrobním zaměření a případně jak?
2. Jaký by měl být nejefektivnější postup při získávání nových trhů firmou SOR Libchavy spol. s r.o.?

**Práci klasifikuji stupněm : „velmi dobře“**

**V České Třebové dne 2.1.2012**



---

Ing. Jindřich Chudý