

HODNOCENÍ VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Student : Magda Skřepková

Vedoucí : Ing. Radek Dohnal, Ph.D.

Studentka si vybrala k řešení ve své bakalářské práci téma, které je aktuální. – „*Využití marketingových analýz při posouzení stavebního projektu*“. Právě problém využívání marketingu je ve stavebnictví často opomíjen a to i u tak závažných rozhodnutí jakými jsou i ta o uskutečnění konkrétního developerského projektu a tím se neúměrně zvyšuje riziko neúspěch takového projektu.

Bakalářská práce se měla zabývat právě problémem užití vybraných marketingových analýz jako běžnou součástí strategického marketingového řízení developerského projektu a podniku.

Cílem práce bylo naznačit možnosti, kdy je vhodné použít marketingové analýzy, které analýzy jsou pro daný problém nejvhodnější, jak správně analyzovat a jak je správně číst nebo jak by měl vypadat jejich samotný výstup.

Studentka přistupovala ke zvolenému tématu velmi laxně, nekonzultovala a získávání praktických postřehů od různých institucí působících v této oblasti, se jí také příliš nedařilo. Ve své bakalářské práci nevyužila ani všechny dostupné podklady. V teoretické části práce je neúměrný prostor věnován teorii trhu a stavebního podniku, kteréžto teoretické poznatky nejsou v praktické části nijak použity a proto je na místě pochybovat o jejich smyslu v celé práci. Spíše bych konstatoval, že se jedná jen o umělé natahování textu, bez hlubšího významu. Dále je v teoretické části pojednáváno o marketingu a marketingovém prostředí obecně, malá pozornost je však věnována jeho specifikám ve stavebnictví (s. 23-24), kde jsou tyto postupy významně odlišné od obecných postupů. Zcela nesprávně je pak jako marketingová analýza uváděno marketingové plánování (s.26), což však není analýza, ale naopak marketingové analýzy jsou součástí marketingového plánování. Z marketingových analýz jsou v teoretické části uvedeny pouze dvě analýzy a to SWOT a SLEPT. Jejich teoretické vymezení je však nedostatečné (s. 26, 27). I když v praktické části je používána metoda strukturovaného rozhovoru, v teoretické části se však autorka touto metodou vůbec nezabývá. Celkově musím konstatovat nesoulad teoretické a praktické části.

V praktické části práce studentka popisuje developerský projekt bytového domu, kde pouze stručně převzala data od developerské společnosti a ani se zde nezabývala výpočtem např. výše nájemného a jen uvedla předpokládanou cenu bytu v intervalu bez návazností a

souvislosti (s. 30), aby se aspoň jako základní ukazatel dalo posoudit návratovost celého projektu. Dále provedla SWOT analýzu, kde však nedostatečně využila její potenciál. Závěry ze SWOT analýzy jsou pouze povrchní, bez hlubšího významu. Následnou prováděnou analýzou byla SLEPT. Její struktura však zcela přesná. V kapitole 6.2.2. jsou celé pasáže evidentně přebrány z jiného zdroje a to i včetně jiného fontu písma, než který je použit ve zbytku práce. Vyhodnocení SLEPT analýzy je rovněž nedostatečné a nevyhovující. Další analýza v kapitole 6.3. – Analýza realitního trhu je opět provedena velmi povrchně a je na ní zřetelně znát, že nebyla zpracována zodpovědně. V podkapitole 6.3.2. – Průzkum realitního trhu je použit strukturovaný rozhovor. Tento není však vůbec vymezen v teoretické části práce a jeho provedení neodpovídá požadavkům na takovýto typ průzkumu. Chybí zde zcela výchozí hypotézy, které je takto potřeba buď potvrdit, či vyvrátit. Autorka uvádí, že strukturovaný rozhovor provedla se dvěma realitními makléřkami, ale v příloze předkládá pouze jeden takovýto rozhovor. V závěru práce se autorka na mnoha místech odvolává na skutečnosti, které však nejsou z předložené práce zřejmé a je to tedy spíše vyjádření vlastního názoru, bez hlubšího doložení takových skutečností. zde cituji: Např. „Dalším velkou výhodou, která by mohla nalákat zákazníky a navýšit tak poptávku po projektu je jeho nadstandardní architektonické řešení s vlastním parkováním, o všechny tyto vlastnosti bydlení mají zákazníci zájem.“

V celé práci je navíc celá řada gramatických chyb a překlepů. Na práci je evidentní, že byla zpracovávána ve velkém časové tísní, na poslední chvíli. Studentka nebyla v této tísní schopna zpracovat všechny připomínky a požadavky vedoucího práce.

Cílem práce dle zadání mělo být : „Na základě teoreticky získaných poznatků aplikovat vhodně vybrané marketingové analýzy na proces posuzování stavebního projektu a z výsledků potom doporučit marketingovou vhodnost/nevhodnost tohoto projektu“

Je zřejmé, že vypracovaná BP neodpovídá formálnímu zadání BP.

Provedené analýzy však neodpovídají rozsahem zadání práce a i jejich volba je nevhodná.

Elektronická verze odevzdané práce se zcela neshoduje s její listinnou podobou. Např. u bibliografické citace je v listinné podobě uveden počet stran textu i příloh, avšak v elektronické je pouze XX, YY. (kontrolováno 4.6. ve 12h)

Výsledná bakalářská práce se nedá využít jako studie pro developerský podnik, kterému umožní velmi přesnou a precizní orientaci v reálném tržním prostředí s byty v Brně, jak mělo být záměrem práce.

Jelikož v práci nebylo dostatečně naplněno zadání BP, jak jsem již dříve uvedl, obhájení práce podmiňuji dopracováním následujících bodů :

1. Vyznačení a vynesení důležitosti marketingu a jeho strategií v řízení.
2. Popis marketingových analýz použitých v praktické části.
3. Přesněji specifikovat zkoumaný projekt, zejména pro koho je projekt určen a jakým způsobem bude využíván.
4. Analýza současného stavu – trh s byty v Brně a JM kraji.
5. Dopracovat u SWOT analýzy nástroje na zdůraznění silných stránek projektu a potlačení slabých stránek.
6. Doložit i druhý strukturovaný rozhovor.
7. Správná aplikace a užití marketingových analýz na konkrétní projekt.
8. SLEPT analýzu dát do souladu se specifikací zkoumaného projektu – viz ot. 3.

Klasifikační stupeň ECTS: F/4 – nevyhověl



V Brně dne 4.6.2013

Podpis

Klasifikační stupnice

Klas. stupeň ECTS	A	B	C	D	E	F
Číselná klasifikace	1	1,5	2	2,5	3	4