

Abstrakt práce

Téma práce: Marketingová orientácia a jej vplyv na výkonnosť podnikov v segmente potravín

Meno autora: Bc. Simona Šályová

Ročník, odbor štúdia: 2. ročník 2. stupňa, ekonomika a manažment podniku

Konzultant/vedúci práce: doc. Ing. Janka Táborecká, PhD.

Cieľom práce je posúdiť mieru marketingovej orientácie podnikov, zistiť úroveň vybraných ukazovateľov výkonnosti a odhaliť vzťahy medzi marketingovou orientáciou a výkonnosťou podnikov. Práca je rozdelená do dvoch častí, a to teoretickej a empirickej. Teoretická časť práce je zameraná na spracovanie zahraničnej a domácej literatúry, pričom objasňuje základné pojmy z oblasti marketingovej orientácie, definuje prístupy k jej chápaniu, charakterizuje determinanty a dôsledky marketingovej orientácie a zaoberá sa výkonnosťou podnikov a jej meraním. Práca prezentuje výsledky sekundárnych výskumov uskutočnených v zahraničí, zaoberajúcich sa vzťahom medzi marketingovou orientáciou a podnikovou výkonnosťou. Podstatou empirickej časti práce je realizácia primárneho výskumu na vzorke slovenských podnikov pôsobiach v segmente potravín. Predpokladané výsledky spočívajú v identifikácii vzťahu medzi marketingovou orientáciou a výkonnosťou podnikov, v posúdení vplyvu interných a externých faktorov na marketingovú orientáciu a v porovnaní marketingovej orientácie podnikov z hľadiska ich podnikateľskej činnosti a veľkosti.

Kľúčové slová: Marketingová koncepcia. Marketingová orientácia. Výkonnosť podniku. Segment potravín.