

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta:	Ondřej Bárta
Studijní obor/zaměření:	Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce:	Internetový obchod v ČR
Hodnotitel – oponent:	doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma:	Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce je psaná na aktuální a potřebné téma, kde aktuální zdroje dat jsou spíše na internetu a i renomované publikace rychle stárnou. Proto prvním problémem bylo správné vymezení základních pojmů, širšího, tj. e-business a v něm hlavního, tj. e-commerce. To se autorovi celkem dobře podařilo včetně upozornění na porovnání tzv. vln e-commerce a s odkazy na řadu národních i zahraničních relevantních zdrojů. Nicméně určitý problém zde nastal právě při vymezení e-commerce na s. 18 dle Laoudon (2009), který při vymezení nepoužívá G (government) a ani E (employee). Zejména vztahy B2G / G2B a obraty nákupů v této oblasti jsou velmi významné. Nicméně velmi oceňuji zpracování výhod a nevýhod e-commerce a potom i současného stavu s využitím opět bohatých relevantních zdrojů. Pátá kapitola se věnuje trendům a přes vhodný popis několika z možných zde není odkaz na uznávaný zdroj Gartner Inc.

Velmi diskutní je používání nových technologií a je solidní, že u social commerce autor uvádí i názory opačné. Zatímco big data jsou jedním ze současných buzz words, tak P2P zde jistě je, ale teprve uvidíme, jak se ujme v našem kulturním prostředí. Gamifikace se používá ve více oblastech lidských činností a pojem se též vyvíjí.

Od kapitoly č. 6 (s. 57) začíná vlastní empirická část práce. Přes, na první pohled, logickou strukturu, obsahuje dotazníkové šetření řadu chyb, které se projeví ve výstupech a v interpretacích. Pilotáž byla

udělaná na poměrně větším počtu respondentů, není ovšem jasně uveden výběr respondentů v hlavním šetření. Jedná se spíše jen o průzkumu? Uvedený dotazník v příloze H nemá oslovení respondentů, že se nejednalo o náhodný výběr ze základního souboru ukazují výstupy na s. 60. Již obr. č. 22 ukazuje zkreslení, jen 26% mužů. Bohužel autor v interpretaci s daty pracuje jako s validními a reliabilními pro ČR. Výstupy jsou dále uváděné v relativních četnostech a tak zatímco někde jsou jako průzkum přínosné, ale platné jen pro tento soubor, někdy jsou přímo zavádějící. Uvedu příklady:

Obr. č. 28 na s. 64 má určitou vypovídající hodnotu pro nakupování na internetu souboru mladých lidí z ČR. Porovnávání mužů a žen již ale neodpovídá. Podobně využívání zařízení ve vztahu k úrovni vzdělání nemá smysl u tohoto souboru a při generalizaci na ČR. Plně se chyba relativních četností ukazuje na s. 65 u položky lidí s doktorským vzděláním.

Absolvent předmětu statistika a výzkum trhu by podobné interpretace neměl používat.

Důležité rozdíly nakupování mezi muži a ženami jsou opět zkreslené tím, že soubor není například alespoň kvótován.

Výstupy bylo skutečně potřebné hodnotit opatrně a viditelně uvést tzv. research limitations.

Práce je čtivá. Pro odbornou četbu je problémem použité odkazování, kdy je nutné stále hledat zdroje v literatuře, odkaz na s. 101 je nesmyslný. Občas se v textu objevují drobné problémy s češtinou.

Přes ocenění náročnosti tématu za chyby v průzkumu a jeho interpretaci dávám známku dobře.

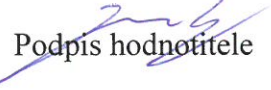
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Používáte řadu relevantních zdrojů dat, co e-commerce a Eurostat?

Jaký byl první významný e-shop v ČR? (již nexistuje, ale byl no. 1)

Víte proč zanikl?

V Plzni, dne 1. 5. 2015


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).