

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Kryštof-Adam Dubský  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Kupní chování generace X/Y/Z

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Michal Mičík, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

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

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**nevyhověl**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

V předložené práci se autor zabývá faktory nákupního chování mobilního telefonu vybraných generací. Cíl práce je popsán v úvodu, který však spíše než jako úvod působí jako abstrakt (psán v přítomném čase). Dílčí cíle nenavazují na hlavní cíl, hlavní cíl lze rozdělit na dílčí cíle. Sběr dat není cílem, sběr dat je metoda pro splnění cíle. Návrhová část je součástí praktické části, práce je tedy rozdělena na dvě části (ne tři). Teoretická práce by měla představovat kompilaci a komparaci literatury (porovnávání různých přístupů různých autorů apod.) - např. kap. 1.1 vychází téměř celá ze dvou autorů, zdroje jsou navíc značně zastaralé. Jako výpisky hodnotím celou kapitolu 1.2, tento styl psaní není v kvalifikační práci přípustný. Faktory ovlivňující nákupní chování měly být popisovány s ohledem na téma práce, obecný popis je pro práci nepoužitelný, neboť s ním autor dále nepracuje. Ani v kapitole 2 neprokázal schopnost pracovat s literaturou. Daleko lépe je v komparaci s prvními dvěma kapitolami zpracována kapitola 3. I zde bych si však představoval komparaci daleko většího množství literatury, hlavně co se týká vymezení jednotlivých generací - nejproblémovější je definovat a časově ohraničit hlavně generace Y a Z. Generace měly také být více popsány s ohledem na zaměření práce (náznak vhodnějšího popisu je v kap. 3.4) - tedy v souvislosti s nákupním chováním. Místo toto jsou popisovány pro práci zcela nepodstatné charakteristiky těchto skupin. Kapitola 4 je svým obsahem nevyvážená oproti ostatním třem teoretickým kapitolám. Místo

popisování historie mobilních telefonů se zde student měl zaměřit např. na faktory, které hrají roli v rozhodovacím procesu zákazníků při jejich nákupu. V kapitole 5 je uvedena metodika práce. Logicky by zde ale měla být uvedena pouze metodika praktické části práce a metodika celé práce by měla být ve zkratce představena v úvodu. Zde uvedený cíl "porovnání a analýza vybraných e-shopů" nekoresponduje s cílem uvedeným v úvodu práce, navíc v další části práce není žádná analýza e-shopů provedena. V následující kapitole 6 je vyhodnoceno provedené dotazníkové šetření, které dle studenta vycházelo z informací v teoretické části práce - s tímto nelze souhlasit. Při pohledu na otázky v dotazníkovém šetření je jasné, že na základě předešlého textu být formulovány nemohly, neboť text věnující se faktorům výběru mobilních telefonů v práci není. Samotný dotazník nemá příliš vhodnou formu. Západočeská univerzita v Chebu neexistuje. Odpovědi na otázky neposkytují respondentům příliš možností; jako velmi špatnou práci s dotazníkem lze označit práci s takovým dotazníkem, kde velkou část tvoří otázky s pouze dichotomickými odpověďmi. Volba odpovědi u ostatních otázek téměř neumožňuje zjistit relevantní škálované informace, se kterými by student mohl dále pracovat. Nelogické jsou i některé odpovědi na otázky, kdy se časové intervaly odpovědi překrývají (např. ot. 13). Nelogické je umístění roku narození v závěru dotazníku; umístěním na začátek mohl student vyfiltrovat potřebné respondenty od nepotřebných pro daný účel dotazníku. Vhodná nebyla z hlediska získání relevantních respondentů ani distribuce dotazníku (pokud chtěl student pro distribuci zvolit pouze online nástroje, měl se spíše omezit pouze na generace Y a Z). Skupiny respondentů jsou značně nevyvážené a jedinou pro práci relevantní skupinou z hlediska zastoupení je generace Z. Následuje popsání odpovědí na otázky z dotazníku bez jakékoli hlubší analýzy a hledání vztahů. Úroveň vyhodnocení dat na bázi koláčových grafů neodpovídá úrovni VŠ. Návrhy v kapitole 6.1.1 jsou zpracovány velmi povrchně - chybí zde například popis aktivit, jak o důležitosti návrhů přesvědčit spotřebitele, jak tyto návrhy provést a jejich rozpočet. Návrhy v kapitole 6.1.1 jsou velmi subjektivní - to, že zákazníci kupují příslušenství zvláště přece neznamená, že by měli zákazníci zájem o nějaký balíček telefon+příslušenství. Nerozumím ani druhému návrhu pro prodejce - jelikož v práci student tvrdí, že zákazníci se rozhodují hlavně na základě ceny (a je tedy možné, že v budoucnu už u daného prodejce zákazník další mobilní telefon nezakoupí, pokud nebude nejlevnější), bylo by vhodnějším řešením pro motivaci zákazníků psát recenze použít např. cashback. Cíl nebyl dle mého názoru splněn; navíc rozdíly v nákupním chování nejdou vhodně a hlavně přehledně interpretovány. Co se týká formálních nedostatků - obrázky z knih by měly být zpracovány vlastními silami autorem, rozhodně ne fotografií/skenem obrázku (str. 10, 22). Seznamy odrážek nemají správný formát (např. str. 17, 23, 27...).

Práci na základě výše uvedeného hodnotím jako nevyhovující a doporučuji ji výrazně dopracovat.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Zkuste detailněji prozkoumat časová ohraničení generací Y a Z dle různých autorů.  
Na základě čeho byl sestaven dotazník?