

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

**Jméno studenta:** Adam Sobotka  
**Studijní obor:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Rozvoj e-commerce B2C v České republice

**Hodnotitel – oponent:** Ing. David Prantl, Ph.D.

**Podnik/organizace oponenta:**

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**dobře**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená práce se zabývá rozvojem e-commerce B2C. V první části práce jsou představeny odborné pojmy. Některé pojmy nejsou vhodně definovány nebo jsou špatně vyjádřeny (např. tvrzení "Naprostě se stírají časové a geografické bariéry." na straně 18 ve vztahu k e-shopům není zcela správné nebo tvrzení na straně 21 "Spotřebitel tak vybírá zboží zcela dle svého úsudku a může se vyvarovat nákupu zbytečného příslušenství a dodatečných produktů" jako výhoda e-shopů není jednoznačná, resp. existují různé způsoby ovlivňování spotřebitele i na internetu). Na straně 21 je uveden zdroj Prasanna, 2022 a Šebestová, 2017. Tyto zdroje nelze dohledat v seznamu literatury a není tak jasné, odkud pocházejí některé zvláštní informace, které jsou na stránce uvedeny. Některé zdroje navíc vůbec nesouvisí s danými informacemi v textu (viz zdroj Oplištilová, 2018 na straně 22 a není tak jasné, podle čeho autor usuzuje, že: "V posledních letech ale u největších společností často dochází k odcizení a následnému zneužívání těchto dat k nelegálním účelům."). Práce se zdroji je celkově na nízké úrovni. V praktické části je hodnocen e-shop společnosti Decathlon. Proč byl ke zhodnocení "současného stavu B2C e-commerce" vybrán zrovna tento obchod v práci vysvětleno není. Provedena je analýza z pohledu marketingového mixu. Představené závěry jsou spíše obecné a chybí hlubší analýzy. Například u cen je uvedeno, že nabízí Decathlon průměrně levnější zboží než konkurence. Není ovšem jasné, z jakého vzorku a období toto tvrzení vychází. V závěru



je provedeno dotazníkové šetření. Chybí definice výzkumných otázek nebo hypotéz, uveden je jen poměrně široký cíl. Závěrečná doporučení pro Decathlon jsou na celkový rozsah práce nedostatečná a nejsou vhodně rozpracována.

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:**

Na základě čeho byl zvolen e-shop Decathlon?

Píšete, že "V posledních letech ale u největších společností často dochází k odcizení a následnému zneužívání těchto dat k nelegálním účelům." Můžete jmenovat konkrétní příklady z ČR?

Za jak dlouho Decathlon zodpoví Váš (náhodný) dotaz přes kontaktní formulář na webu?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele