

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Barbora Nevařilová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Nákupní podmínky a chování zákazníků českého venkova

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. P. Cimler, CSc.

| 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 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| L) Splnění cílů práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| O) Přístup autora k řešení problematiky práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| P) Celkový dojem z práce | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Práce si klade za cíl zhodnotit (jakým způsobem?) nákupní podmínky a chování obyvatel-zákazníků vybrané obce - chybí uvedení metod použitých pro takové zhodnocení.

První část je věnována teoretickým východiskům problematiky, zejména spotřebnímu, kupnímu a nákupnímu chování. Ve vztahu k obsahu bude vhodné, zváží-li autorka prezentaci jiné podoby schématu na obr. 1. Práce se orientuje na nákup potravinářského resp. rychloobrátkového zboží, to však není avizováno.

U obhajoby nutno vysvětlit např. tvrzení Chromého na s. 16, které nelze jen tak bez povšimnutí a vysvětlení přejímat.

Nelze nezmínit výhrady ke struktuře metodiky výzkumu (část 5.): opravdu se formulují výzkumné otázky na základě teoretických východisek? Opravdu tvrzení vycházejí z výzkumných otázek?

Grafy často nesplňují požadované znaky - např. legenda, %, atd.

Z textu a přístupu ke zpracování je ale zřejmý zájem a zodpovědný přístup autorky, snaha uplatnit různé přístupy (dotazník, rozhovory, kazuistika), využít adekvátní zdroje.

Část 7. by si zasluhovala určité shnutí, prezentaci hlavních poznatků a znaků v chování zákazníků.

Práce je zakončena doporučením pro místní prodejny.

S ohledem na přístup autorky ke zpracování hodnotím práci, byť zatíženou řadou nedostatků, jako velmi dobrou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

S. 11 nahoře - proč autorka mezi faktory nákupního chování nezmiňuje územní podmínky - prostředí života zákazníka?

Obr. 3 - vyhodnocení nákupu: proč autorka nezmiňuje i podmínky nákupu a jejich vyhodnocení?

Jak se váže pojednání kap. 1.2 k praktické části práce?

S. 14 - jaký je dle autorky rozdíl mezi obchodním domem a specializovaným obchodním domem?

S. 18 - vysvětlete, zda Konstantinskolázeňsko patří tedy mezi periferní venkov a zda představuje venkov moderní či tradiční.

S. 24 - potravinové pouště: jde o nedostatek potravin nebo o jejich nedostupnost?

S. 35 - text části 5.1 je psán v nevhodných časech - cílem je, rozhovory se stanou. Proč?

Vysvětlete použitý termín nákupní vybavenost. Zřejmě obchodní vybavenost.

Proč nefiguruje mezi hlavními výhodami nákupů mimo bydliště šíře/hloubka sortimentu?

Z čeho vychází tvrzení č. 4? Byla zkoumána cenová citlivost zákazníků?

Na základě čeho bylo formulováno tvrzení č. 5?

Jak zapadá do logiky výzkumu otázka na formát hlavní preferované prodejny? (obr. 13).

Které skupiny dle místa nákupu se týkají data na obr. 15, 16 a 17?

Na základě čeho soudíte, že nabídka akčního zboží v místních prodejnách bude účinná?