

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Dalibor Petrák  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Online prodej potravin v ČR

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

<b>Kritéria hodnocení:</b>	<b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>N</b>
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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Bakalářská práce splňuje všechny požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce. Navrhuji hodnocení "velmi dobře" z důvodu připomínek uvedených níže.

Hlavním cílem práce je zhodnotit současný online prodej potravin v České republice se zaměřením na trh B2C a zhodnotit marketingovou komunikaci vybraných online prodejců potravin z pohledu spotřebitele. Tento cíl nebyl zcela splněn, na charakteristiku a zhodnocení současného online prodeje potravin v ČR je zaměřena pouze část podkapitoly 1.6. Druhá část cíle, která se týká hodnocení marketingové komunikace, byla splněna.

Teoretická východiska jsou uvedena v kapitolách 1 a 2, které se zaměřují na elektronické obchodování a marketingovou komunikaci. Podkapitola 2.3 má nevhodný název Marketingový mix e-shopů, zabývá se

komunikačním mixem e-shopů, autor tyto termíny v úvodu podkapitoly 2.3 opakovaně zaměňuje. Se zahraničními odbornými zdroji autor pracoval pouze při zpracování kapitoly 1.

Metodika práce je dobře popsána v kapitole 2 včetně charakteristiky použitých metod a odkazů na relevantní zdroje. Autor však v textu nezmiňuje, že použil také metodu analýzy a komparace. Všechny použité metody jsou pro splnění stanoveného cíle vhodné.

Za přínosnou považují kapitolu 5, která se podrobněji zaměřuje na marketingovou komunikaci e-shopů Rohlík.cz a Košík.cz včetně porovnání marketingové komunikace obou online prodejců. Text výborně doplňuje větší počet obrázků. Na základě získaných poznatků autor uvádí v kapitole 6 několik doporučení pro oba online prodejce, doporučení jsou odůvodněná.

Formální a jazykové zpracování je výborné.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Otázka k interpretaci statistických dat na s. 17 a na s. 20:

Na s. 17 uvádíte, že "trvalo", než si lidé starší 70 let našli cestu k online nakupování. Na s. 20 v souvislosti se spotřebiteli ve věkové kategorii 65+, kteří nakupovali online v roce 2010 a v roce 2020, píšete o prolomení technologické bariéry. Na základě čeho se domníváte, že lidé ve věku 65+, kteří v roce 2010 nenakupovali online, začali nakupovat online o deset let později? Vzal jste v úvahu, že populace stárne a konkrétní spotřebitelé se postupně přesouvají do vyšších věkových kategorií?

V Plzni, dne 18. 5. 2024

Podpis hodnotitele