



## Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta

### Hodnocení diplomové práce - oponent

<b>Studijní program:</b>	N4101 Zemědělské inženýrství
<b>Studijní obor:</b>	Agroekologie – Péče o krajinu
<b>Akademický rok:</b>	2016/17
<b>Název práce:</b>	Regionální značky a jejich úloha na spotřebitelském trhu potravin
<b>Student:</b>	Bc. Martin Žák
<b>Katedra:</b>	Katedra krajinného managementu
<b>Vedoucí práce:</b>	doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.
<b>Oponent:</b>	doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta:</b>	EF JU, Katedra obchodu a cestovního ruchu

	Hlediska	Stupeň hodnocení						Nelze hodnotit
		A	B	C	D	E	F	
1	Splnění požadavků zadání	X						
2	Aktuálnost a odborná úroveň práce		X					
3	Práce s daty, informacemi a odbornou literaturou			X				
4	Vhodnost metodiky řešení	X						
5	Využití metod zpracování výsledků			X				
6	Interpretace výsledků, diskuse		X					
7	Formulace závěrů práce			X				
8	Odborný přínos práce a její praktické využití			X				
9	Přesnost formulací a práce s odborným jazykem		X					
10	Formální úprava práce a jazykové zpracování	X						

Hodnocení vyznačte **X** (slouží pro stanovení výsledné klasifikace)  
(hodnocení A odpovídá známce 1, B - 1 minus, C - 2, D - 2 minus, E - 3, F - 4)

Konkrétní připomínky a otázky k obhajobě (pro rozšíření lze použít samostatnou označenou přílohu):

*Příloha formuláře Zápís o státní závěrečné zkoušce*

Práce je zpracována poměrně přehledně. Poněkud nelogicky je kapitola „Vztah spotřebitelů k regionálním značkám potravin“ zařazena v textu rešerše dříve, než kapitola vymezující pojem regionální značka.

Vymezení pojmu regionální značka je pak nedostatečné. Pokud již autor nevyužil dostupnou cizojazyčnou literaturu, mohl využít prameny dostupné v českém, případně slovenském jazyce.

Je škoda, že je v rámci příkladů z Jihočeského kraje samostatně uvedena značka Šumava originální produkt, přičemž pro pochopení a jasný kontext by bylo vhodnější uvést následně v podkapitole 2.7 celý projekt Asociace regionálních značek, základní informace o konceptu a přinejmenším počtu existujících značek v rámci asociace.

Po formální stránce je práce zpracována na standardní úrovni, včetně jazykového zpracování. Není důvod začínat každou podkapitolu na nové stránce, mělo by se tak činit pouze v případě hlavních kapitol (tedy nadpisů první úrovně)

Při prezentaci statistických údajů – výsledků z dotazníkového šetření se obecně doporučuje zaokrouhlování na jedno desetinné místo.

V případě testování hypotéz 1, 3 a 4 nebyly splněny vstupní podmínky pro použití chí-kvadrát testu.

**Otázky:**

Proč autor uvádí definici spotřebitele dle zákona 634/1992 na základě citace jiného autora, namísto volby přímé citace zákona? Tato definice v aktuální verzi zákona zní jinak. Navíc spotřebitel v rámci kupní smlouvy je definován v občanském zákoníku. Jak tato definice zní?

V rámci vzorkování byl vhodně využit kvótní výběr – vycházel autor ze statistických údajů pro Jihočeský kraj?

Na základě čeho se autor rozhodl testovat hypotézu 4 na odlišné hladině významnosti než v případě hypotéz 1-3?

Ke komu směřují doporučení formulovaná v závěru na straně 70?

Jaká doporučení by autor formuloval na základě zjištění o významnosti jednotlivých regionálních značek a komu by je směřoval?

**Závěr:** Závěrečnou práci doporučuji obhajobě (ANO/NE): ANO

Navrhovaná výsledná klasifikace práce (slovně):

**Velmi dobře**

*(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhově/a)*

Datum

Podpis oponenta

11. 5. 2015

