

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Daniela HAVLÍČKOVÁ
Název práce	Chování spotřebitelů při výběru prodejny pro nákup potravin
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Pícha Kamil, doc. Ing. Ph.D.
Oponent	Ing Šedivý Jindřich

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 2.0

Poznámka:Volba tématu je správná, kontext a souvislosti odpovídají aktuálnímu stavu u poznání a vývoji společnosti. Téma je hojně diskutováno v odborných kruzích, čemuž odpovídá i množství zdrojů, jichž bylo pro práci užito.

2. Logická struktura práce 1.0

Poznámka:V práci je definována struktura a tato je dodržena.

3. Naplnění cíle práce 1.0

Poznámka:Hypotézy byly stanoveny; byl uveden postup jejich vyhodnocení za pomoci definovaných statistických metod. Úspěšnost při prokazování je závislá na mnoha faktorech, což si autorka uvědomuje. Hypotézy byly stanoveny správně.

4. Metodický postup 1.0

Poznámka:Uvedené je zcela v pořádku.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5

Poznámka:V dané oblasti obchodu je práce přínosná. Pomůckou může být zejména maloobchodníkům, kteří mohou získat informace o nákupních zvyklostech zákazníků, jakož i o faktorech, které tyto zvyklosti nějakým způsobem determinují.

6. Práce s literaturou 2.0

Poznámka:Práce s literaturou je v pořádku. Je užito značného množství zdrojů (i cizojazyčných). S ohledem na rozsah práce se počet zdrojů jeví jako nadhodnocený (uvedené působí dojmem, že užití všech zdrojů neodpovídá časovým možnostem)

7. Formální stránka 2.0

Poznámka:Práce patří v tomto ohledu k těm výrazně lepším. Některé (většina) internetové odkazy v seznamu zdrojů nefunkční. Užito nevhodného stylu vyjádření pro odbornou práci (např. str. 8 a str. 89), dále výrazy "díky" a "skrze"; 1x chyba i/y.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Nevhodný styl vyjádření; str. 8 "Jde o to porozumět tomu,..."; v některých případech chybějící čárky

mezi částmi věty/souvětí; nesprávné užití slovního tvaru apod.

Str. 27: "Nejnovější údaje agentury GfK opravdu ukazují, že 44 % pekařských výrobků se nakupuje v malých a specializovaných obchodech, 21 % v hypermarketech, 19 % v supermarketech a 14 % v diskontech (Dřízal, 2017)." - užívá se takto (se nakupují), ale správně by bylo "je nakupováno"; dále nesouhlasí procenta... $44+21+19+14 = 98$ %. Co představují zbylá 2 %? Na str. 32 dole uvádíte, že zde není prostor pro zacházení do detailů. Pro dotaz zde však prostor je: Co/jaké znaky patří do charakteristiky personálu? (obr.8); Str. 37: "Dalším příkladem je společnost Kaufland Česká republika, která převzala prestižní ocenění Národní ceny kvality ČR a Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj (Svět obchodu, 2017)." Co tak významného Kaufland učinil, že si zasloužil toto ocenění? V jednom ze zdrojů je uvedeno následující: "Samoobslužné pokladny umožňují zákazníkům zaplatit za zboží bez asistence pokladního, nicméně ne každý jim přišel na chuť. Řetězce tvrdí, že je mají spíše jako doplněk pro pohodlí zákazníků než pro úsporu peněz (Horáček, 2015)." V podstatě lze říci, že řetězce tvrdí "...pohodlí zákazníků ve frontě na samoobslužné pokladny". Pravý důvod bude zcela jistě někde jinde (není to ani tak úspora peněz, ale spíše nedostatek...věděla byste čeho (a nebo koho)? Str. 49 - Graf 10 - ti, kteří mají příjem ve výši hranice intervalů, jsou kde? ve skupině, která danou hodnotou končí a nebo začíná? Str. 51 - skladba věty (... "autem pravidelně nakupuje" ...); Str. 53 nahoře (první odstavec na této straně): Má toto čtenář chápat tak, že z daných respondentů, jichž se konstatování týká, má 89 procent základní vzdělání a zároveň 78 procent vzdělání vyšší odborné? Zřejmě ne (nedává to smysl), nýbrž to má být tak, že uvedená skutečnost se týká daného procenta respondentů z té či oné kategorie dle dosaženého vzdělání. Ke grafu 26 na str. 63: Možná by bylo účelné kritérium platby kartou/stravenkami rozdělit - karty zvlášť, stravenky zvlášť; bylo by zřejmé, kolik respondentů hledá prodejnu jen proto, aby mohli platit stravenkou. Str. 66 - konstatování "Z výzkumu vyplývá, že mezi 10 % respondentů, pro které je cenová hladina nedůležitá, se řadí hlavně muži, dále jsou to respondenti převážně ve věku 36-45 let, s vyššími příjmy, žijící v sídlech nad 100 000 obyvatel." Lze toto někde názorně v práci nalézt (graficky)? Str. 67: "Toto kritérium rovněž ve velké míře ovlivňuje respondenty při volbě maloobchodní jednotky a skončilo z hlediska důležitosti při výběru prodejny na pomyslné třetí příčce (viz graf 26). Výsledky šetření ukazují, že důležité je pro 77 % respondentů a pouze 7 % z nich označilo toto kritérium za nedůležité." - 77 % vidět je, 7 % už ne. Je však pochopitelné, že tvorba takového grafického výstupu by v některých případech ztrácela smysl, jako třeba zde, ale uvedené může vyvolat dojem, že 7 % bylo někde vzato, jen čtenář neví, kde. Str. 73: "Komárková a kol. (1998) zmiňují, že hlavně starší osoby jsou méně ochotni měnit svoje způsoby chování a jednají podle zkušeností. Zda je to pravda, to bylo zjišťováno hlubší analýzou." - osoby jsou ochotnY; 1x "to" navíc (postačí Zda je to pravda, bylo zjišťováno...". Str. 76 - Graf 31 je shodný s Grafem 26; je však třeba uznat, že zopakování grafického výstupu zde (na str. 76) se jeví jako velmi vhodné, čtenář nemusí řešit, kde má hledat původní graf. Str. 83, odst. (2) - zde si autorka uvědomuje, jak a čím mohou být výsledky ovlivněny. Je správné, že jako autorka práce víte, čím to může být. Dále není nikde definováno, kolik členů domácnost má a nelze pravděpodobně eliminovat fakt, že sdělený příjem se týká výhradně jen respondenta, přestože domácnost je vícečlenná (nelze zkontrolovat). Dotazník - otázka 3. - zde jsou uvedeny obchodní řetězce, v některých případech jak v kategorii supermarket, tak i hypermarket - jak eliminujete skutečnost, že někteří respondenti neznali/neznají rozdíl mezi supermarketem a hypermarketem?

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Na str. 12-13 je tato věta: "Právě tato informace je také determinantem pro směřování nástrojů marketingového mixu." Co to znamená, je-li něco determinantem? Jak byste vyjádřila výraz

"determinant" českým slovním ekvivalentem? Str. 14: "To samozřejmě nelze tvrdit naprosto bez výhrad – například při omezené možnosti uspokojovat nižší a důležitější potřeby je dokázáno, že uspokojování vyšších potřeb může napomoci tyto situace zvládnout." Uveďte příklad nějaké takové vyšší potřeby. Na str. 17 je pojem "indiferenční křivky". K čemu takové indiferenční křivky slouží? Co popisují? Str. 26 - zmíněn řetězec "Hruška". V jaké části ČR - postačí kraj - poskytuje své služby řetězec "Hruška"? Str. 24 a 27 - Graf 1 a Graf 3 - jaký důvod má zkoumání právě v listopadu? Na str. 39 se zmiňujete o samoobslužných pokladnách - zastáváte názor, že samoobslužné pokladny vedou ke zrychlení?

Datum: 24.09.2017

Podpis oponenta