

# Posudek oponenta diplomové práce

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Helena DOLÍVKOVÁ
<b>Název práce</b>	Prodej regionálních potravin v prodejnách ve vybrané lokalitě
<b>Název a typ studijního programu</b>	Ekonomika a management / Navazující
<b>Fakulta / katedra</b>	Ekonomická fakulta / KOD
<b>Vedoucí práce</b>	Pícha Kamil, doc. Ing. Ph.D.
<b>Oponent</b>	doc. Ing. Antonia Štensová, PhD.

## Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

**Poznámka:**Téma je oprávněně zvolená nejen z hlediska obchodných podniků a výrobců, ale i z hlediska životního prostředí.

2. Logická struktura práce 1.0

**Poznámka:**Štruktúra práce zodpovedá cieľu, správne použila východzie pojmy a zvolila správny postup skúmania.

3. Naplnění cíle práce 1.5

**Poznámka:**Stanovený cieľ v podstate splnila. Výhrada smeruje k výberu skúmaných výrobců ale aj predajcov regionálnych potravín.

4. Metodický postup 1.5

**Poznámka:**Metódy zberu údajov neboli náročné na vedecké metódy, náročné boli zrejme na čas.

5. Hodnocení teoretického zobrazení a přínosu 1.5

**Poznámka:**Návrhová časť je hodnotná najmä pre praktické využitie v obchodných jednotkách.

6. Práce s literaturou 1.5

**Poznámka:**Autorka využila celý rad autorov, možno chýbajú aspoň krátke poznatky o regionálnych potravinách zo susedných krajín a ich porovnanie.

7. Formální stránka 1.0

**Poznámka:**Práca je na dobrej formálnej úrovni. Autorka pripravila aj vlastné zaujímavé grafické návrhy. Obsahuje všetky časti vyžadované v diplomovej práci.

## Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

## Otázky pro diskusi a poznámky

### Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Téma je jednoznačne aktuálna z rôznych stránok - orientácia na sebestačnosť v potravinách, podpora zamestnanosti doma, snaha o zdravšie životné prostredie odstránením zbytočnej prepravy, a ďalšie.

Autorka metodiky správne začala s pojmovým aparátom región, regionálna potravinová, regionálny

výrobca a ako sama konštatuje nie je prijatá záväzná definícia. Ministerstvo zemédelství ohraničuje pojem regionálna potravina v propozíciách súťaže o získanie práva užívať značku Regionálna potravina počtom zamestnancov vo vyrábajúcich podnikoch. V tomto kontexte nepovažujem za šťastné zaradenie 1 skupiny kde výrobcovia vysoko prekračujú limit zamestnancov (napr Budějovický Budvar, n. p. má cca 600 zamestnancov, Madeta, a.s. dokonca až cca 1200). Podobnú námietku mám pri výbere predajní, pretože niektoré už svojou základnou filozofiou nebudú orientované na výrobky regionálneho charakteru (napr. Lidl ako koncept diskontného predaja). V úvode autorka uviedla prameň z roku 2011 že dopyt po regionálnych potravinách rastie. Určite sú aj novšie údaje k dispozícii.

Pozitívne hodnotím, že si kládla výskumné otázky, nie hypotézy.

Konštatovala, že je dopyt po ovocí a zelenine. Tu sa ekonomický pohľad, aká je marža na tomto sortimente a s tým súvisiace otázky.

V práci je celý rad návrhov najmä v oblasti marketingovej komunikácie so zákazníkom aj s grafickými návrhmi. Škoda, že sa autorka aj v tejto časti nevenovala viac ekonomickej stránke návrhov.

Predložená diplomová práca je určite preukázateľne pekným záverom štúdia.

### **Otázky nebo témata pro diskusi před komisí**

1/Prečo ste si vybrali do loga cvikľu (červená řepa)? Uvedte aj protichodné názory.

2/ V prieskume ste zistili, že žiadny obchodný reťazec neponúka regionálne ovocie a zeleninu, napriek tomu, že zákazníci by tento sortiment privítali. Kde je príčina - podrobne vysvetlite.

3/Ktoré ďalšie predajne by mohli predávať viac regionálnych potravín?

3/Má vplyv na dopyt po regionálnych potravinách corona vírus?

Datum: 02.06.2020

Podpis oponenta