



Posudek oponenta diplomové práce

Katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Student: Bc. Kateřina Mazancová

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název diplomové práce: Analýza využití multikanálového retailingu

Oponent diplomové práce: Ing. Miroslav Pivoda, CSc.

Povolání oponenta: Vysokoškolský učitel a konzultant

Hodnocení práce:

Volba tématu práce a její význam: (3) běžné téma

Formulace cílů práce: (3) cíle byly formulovány dostatečně

Metodika zpracování: (2) vhodně zvolena a formulována

Práce s daty a informacemi: (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Celkový postup řešení: (1) postup řešení naprosto správný

Teoretické zázemí autora: (2) autor některé významné autory opomněl a zná teorii dané problematiky

Práce s odbornou literaturou (citace, norma): (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

Úroveň jazykového zpracování: (1) práce je jazykově naprosto správně zpracovaná

Přesnost formulací a práce s odborným jazykem: (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Formální zpracování - celkový dojem: (2) práce je formálně v pořádku, celkový dojem je dobrý

Splnění cílů práce: (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

Formulace závěrů práce: (3) závěry jsou dostatečně formulovány a jsou významné pro další využití

Odborný přínos práce a její praktické využití: (3) práce je po odborné a praktické stránce využitelná

Celkové hodnocení práce:

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky k obhajobě:

Otázka 1: Slečna Mazancová by měla při obhajobě své práce reagovat na níže uvedené strategické úvahy a obecně položené výtky. Měla by je během obhajoby vyvrátit nebo potvrdit.

Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:

Návrhy Kateřiny Mazancové na opatření pro Globus (zejména věrnostní karty) jsou zdoháněním praktik konkurence, opožděným zaváděním již existujících best-practice. Přesto v roce 2008 tržby Globusu vzrostly. Hm. Možná, že ale rostl celkový trh a Globus se na tom jen přiživil. Nebo existují pro hypermarkety jako je Globus mnohem vlivnější faktory podnikatelské úspěšnosti než věrnostní karty a internetový obchod? Jsou to jen okrajové faktory s ohledem na ekonomiku celkového byznysu hypermarketu? Definitivním testem úspěšnosti Globusu vůči konkurentům bude snad až rok ekonomické krize a roky následné. ----- Věrnostní karty. Zde přichází Globus s inovací evidentně pozdě oproti své konkurenci v Česku. Je to opatření reaktivní, nikoliv proaktivní. A možná už i nerentabilní při opožděném zavedení věrnostních karet (bez ohledu na jejich technické provedení). Viz strana 90: ... Největším rizikem, které by mohlo výsledky negativně ovlivnit, je plánované zavedení věrnostních karet společností Tesco již v létě tohoto roku. Nejpesimističtější scénář může vypadat také tak, že část zákazníků získá tato firma na úkor společnosti Globus. To by v konečném důsledku znamenalo pokles předpokládaných tržeb. ... ----- Internetový obchod. Zde jsou možnosti inovací principiálně omezené pro kamenný obchod, oproti specializovanému internetovému obchodu. Hybridy nejsou nikdy tak efektivní, jako specializované byznysy. Hybridy v technické oblasti představují vždy jen přechodnou fázi v historii vývoje. Je tomu tak ale vždy i v byznysu? Nicméně ale právě proto, že celkový počet uživatelů internetu a jejich internetová gramotnost bude i nadále vzrůstat, může Globus snad vymyslet i nějakou proaktivní strategii (snad jako kanál pro nabídku méně žádaného zboží?) a nikoliv jen klopýtat za konkurenty z jiných kamenných obchodů v Česku. (Vhled do činností zahraničního Walmartu je pro Globus určitě užitečný.) Strana 91: ... Společnost se může zaměřit na nabídku nejprodávanějšího zboží anebo naopak může využít internetový obchod jako alternativu pro prodej méně atraktivního sortimentu. Dodací služby internetového obchodu mohou být dvojí. V první variantě se jedná o dodání zboží zákazníkovi přímo do domu, ve druhé je připraveno k odběru přímo na prodejně. ...

Datum: 25. 05. 2010

Podpis oponenta diplomové práce: