

Posudek oponenta diplomové práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Karolína ČMUCHOVÁ
Název práce	Spotřební chování na trhu s pekařskými výrobky
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	VOJTKO Viktor, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Hana Volfová

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu **100 %**
2. Logická struktura práce **100 %**
3. Naplnění cíle práce **100 %**
4. Metodologický postup **100 %**
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu **75 %**
6. Praktický přínos práce **75 %**
7. Práce s literaturou **75 %**
8. Formální stránka **75 %**

Závěr

Výsledek: **88.75** bodů

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Chování spotřebitelů na trzích s produkty denní spotřeby je stále poměrně konzervativní. Tento předpoklad odráží i tato diplomová práce, neboť v odpovědích respondentů marketingového výzkumu jasně ukazuje, až na některé výjimky, rigiditu ve spotřebě pekařských výrobků. Formálně je práce dobře zvládnutá s pěknou úrovní jazyka, menšími chybami a překlepy, některé grafy v textu jsou však poměrně obtížně čitelné. Z teoretického hlediska kladně hodnotím především zařazení legislativy a jakosti, některé pojmy by bylo vhodné doplnit i nejnovějšími, ideálně zahraničními, poznatky. Z metodického hlediska bych doporučovala zařazovat cíl a hypotézy až do metodiky, aby na něj bylo možné přímo navazovat v praktické části. V rámci vlastní práce velmi oceňuji zařazení samostatné metodiky výzkumu, která objasňuje a dobře vysvětluje celkový postup. Výzkum jde do hloubky, data z něj získaná jsou ovšem velmi předvídatelná, a to díky již zmíněné konzervativnosti spotřebitelů. Návrhy jsou v pořádku, nicméně si myslím, že by k nim společnost mohla dospět i bez marketingového výzkumu. Ekonomická kalkulace pro pivní rohlík je podrobně rozpracována, což dokazuje, že autorka se v prostředí společnosti velmi dobře orientuje, vhodnější by ovšem pravděpodobně bylo, pokusit se rozšířit nabídku pivních rohlíků pouze v pelhřimovských provozovnách, aby bylo možné lépe odhadnout potenciální poptávku i v jiných městech. Celkově však práci hodnotím výborně.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jaké faktory ovlivňují spotřebitele při nákupu pekařských výrobků více, psychologické či spíše sociální?

Jakými nástroji komunikačního mixu by mohla společnost efektivně podpořit uvedení pivního rohlíku do běžného prodeje v dalších provozovnách?

Datum: 29.04.2015

Podpis oponenta diplomové práce