



Posudek oponenta bakalářské práce

Autor (jméno, příjmení): Daniela Gramanová

Název bakalářské práce: Postoje a nákupní chování zákazníků nákupního centra

Studijní obor: Obchodní podnikání

Fakulta/katedra: Ekonomická fakulta, Katedra obchodu a cestovního ruchu

Oponent bakalářské práce: Jindřich Šedivý, Ing. et Ing.

Obor profesního působení: Služby - ekonomická veřejné dopravy; externě školství - výuka ekonomických předmětů

Hodnocení práce

1. **Význam a náročnost tématu:** 75 %
2. **Logická struktura práce:** 100 %
3. **Naplnění cíle práce:** 100 %
4. **Metodologický postup:** 75 %
5. **Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:** 75 %
6. **Praktický přínos práce:** 75 %
7. **Práce s literaturou:** 75 %
8. **Formální stránka:** 50 %

Závěr

Výsledek: 80 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: výborně

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

V grafu 1 nekorresponduje procentní údaj daných veličin s údaji v textu. 82 z 200 je 41 %, což z grafu neplyne, může se jednat o zkreslení vlivem zvoleného typu grafu. V grafu 6 je uveden "tento okres" a "tento kraj". Dle kontextu zřejmě kraj Jihočeský a okr. Č. Budějovice. Pro jednoznačnost mělo být uvedeno, že není-li splněna podmínka města, zmírňujeme na okres, následně na kraj a poté ostatní (mimo kraj). Bez znalosti kontextu může být snížena názornost grafu, neboť bydlí-li respondent v daném městě, pak nepochybně současně bydlí v daném okrese i daném kraji. Je-li škála u pocitu UVOLNĚNÝ-ZNUDĚNÝ od 1 do 7, pak nelze jednoznačně tvrdit, že muži se cítí spíše znudění, neb horní ohraničení sloupce b odpovídá dle daných podmínek hodnotě přibližně 4,05. Daná hodnota je tak spíše neutrální. Interpretace tedy měla být přesnější v tom smyslu, že pocity (resp. jejich intenzity) uvolněnosti či znuděnosti u mužů nejsou oproti ženám tak vyhraněné, jsou spíše neutrální. Ženy mají v nákupním centru Mercury převážně pocit uvolněnosti. Z formálního hlediska chybí některé citované prameny v seznamu literatury, chybí samotný strukturovaný dotazník, některé grafy nemají vhodný název (grafy 13, 16, 17 - proč "v tomto" centru, když konkrétní nákupní centrum je známo). Problémy s diakritickými čárkami (nadbytečné, chybějící), nadbytečné či chybějící výrazy ve větách. Formální stránka tabulek - pokračování na další straně bez uvedení pokračování dané

tabulky. Vhodnější orientací rozsáhlých tabulek (otočení "na šířku") by vedlo k větší přehlednosti. V grafu 11 je čtenář nucen rozpoznat, na které ose je procento zlevnění a na které procento shodných odpovědí respondentů. Umístění většiny tabulek a grafů mohlo být vzhledem k souvztažnému textu provedeno lépe. V částech Úvod a Literární rešerše prakticky každá strana práce obsahuje minimálně jednu formální chybu. Podrobný výčet by svým rozsahem přesáhl vymezený rozsah. Velmi vhodná by byla ukázka užitého dotazníku. Práce je přínosná pro provozovatele (popřípadě i majitele, je-li odlišný) Mercury centra, dále pro obchodníky či poskytovatele služeb, kteří jsou v centru jako nájemci. Může být přínosná i pro další externí subjekty z hlediska dopravní dostupnosti (parkování, četnost spojů veřejné dopravy, infrastruktura v okolí centra vč. chodníků a podchodů apod.). Přínosem je užití hodnocení pomocí statistických metod, jakož i užití zahraničních literárních pramenů v anglickém jazyce. Práce je vhodná k dalšímu rozpracování ve formě DP (např. srovnání s obdobným nákupním centrem v tomtéž či jiném městě, popřípadě z hlediska provozovatelů (různý či shodný + faktor umístění v daném či jiném městě).

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

Mezi respondenty není zastoupena věková skupina do 18 let (dne dne předcházejícího 18 narozeninám respondenta). Z jakého důvodu? V části ÚVOD (str. 2) je opakovaně zmíněn pojem KUPNÍ SÍLA. Vysvětlíte, co tento pojem znamená a pokuste se definovat, jak lze kupní sílu měřit. V práci zmiňujete určité VLNY, resp. OBDOBÍ či CYKLY budování nákupních center, a to včetně informace, že Mercury centrum vzniklo v tzv. druhé vlně. Uveďte, kolik takových VLN BUDOVNÍ celkem v ČR již proběhlo a pokuste se definovat dobu jejich trvání (časový rámec těchto jednotlivých vln) v podmínkách České republiky. Na str. 11 je uvedena charakteristika vybraných generací nákupních center, konkrétně druhé, čtvrté a šesté generace. Jaké jsou charakteristické znaky první, třetí a páté generace nákupních center? Co vedlo k volbě v práci užitých statistických metod? Proč nebyly zvoleny i jiné metody?

Datum: 13. 05. 2012

Podpis oponenta bakalářské práce: