

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Barbora ROŽNOVJÁKOVÁ
Název práce	Povědomí o Fairtrade mezi spotřebiteli
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Šalamoun Jan, Ing.
Oponent	Ing. Hana Volfová, Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0
2. Logická struktura práce 1.0
3. Naplnění cíle práce 1.5
4. Metodický postup 1.0
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 1.5
6. Praktický přínos práce 2.0
7. Práce s literaturou 1.5
8. Formální stránka 1.5

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Práce se zabývá atraktivním tématem vnímání Fairtrade konceptu a produktů spotřebiteli. Teoretická část je zpracována důkladně, s důrazem na celkový přehled. Využity jsou adekvátní prameny a celkově rešerše působí velmi dobrým dojmem. Pouze v části věnující se chování spotřebitele by bylo nutné zařadit výrazně novější zdroje, neboť dochází k neustálým a poměrně velkým změnám. Z metodického hlediska je práce naprosto v pořádku, cíle jsou jasné, doplňují je hypotézy, vše s logickou návazností na téma.

Praktická část je postavená na marketingovém výzkumu, do kterého se zapojil relativně velký počet respondentů. Samozřejmě je třeba brát v úvahu omezení daná ne zcela ideální reprezentativností vzorku. Hodnocení výzkumu je v pořádku, oceňuji naznačenou syntézu u hodnocení hypotéz.

Vhodné by bylo doplnit výsledky i o další hodnocení na základě kontingenčních tabulek, běžná frekvenční analýza slouží pouze k obecnému přehledu. Návrhová část je poměrně obsáhlá, mnohé z doporučení by bylo možné aplikovat v praxi, i přesto, že chybí ekonomický pohled.

Celkově je práce zpracována výborně, je proto možné ji doporučit k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Přibližte výsledky výzkumu pro otázku zaměřující se na nejdůležitější aspekty, které respondenti při

nákupu FT produktů zvažují, a to z hlediska pohlaví.

V práci uvádíte, že důvodem pro neochotu nakupovat FT produkty u vysokoškolsky vzdělaných respondentů pravděpodobně není neznalost konceptu. Z vaší osobní zkušenosti - jaké důvody to pravděpodobně jsou?

Datum: 02.05.2022

Podpis oponenta