



Posudek oponenta bakalářské práce

Autor (jméno, příjmení): Jana Koniasová

Název bakalářské práce: Značka, jako rozhodující faktor při nákupu

Studijní obor: Obchodní podnikání

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

Oponent bakalářské práce: Martina Chalupová, Ing.

Obor profesního působení: lektorka marketingu

Hodnocení práce

1. **Význam a náročnost tématu:** 50 %
2. **Logická struktura práce:** 50 %
3. **Naplnění cíle práce:** 25 %
4. **Metodologický postup:** 50 %
5. **Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu:** 50 %
6. **Praktický přínos práce:** 25 %
7. **Práce s literaturou:** 50 %
8. **Formální stránka:** 50 %

Závěr

Výsledek: 42.5 bodů

Návrh hodnocení práce známkou: dobře

Doporučuji práci k obhajobě: ANO

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce:

Autorka úplně nesplnila cíl své bakalářské práce. Pozorování nákupního chování spotřebitelů v souvislosti se značkou zůstalo stranou zájmu a tomuto tématu se autorka věnuje jen okrajově. Vlastní výzkum, ostatně jako celá práce, klouže po povrchu. V dotazníku (jenž v příloze chybí) je jen devět otázek, kterými ale není možné zjistit, zda značka opravdu hraje rozhodující roli při výběru restaurace rychlého občerstvení. Samotné vyhodnocení šetření také vykazuje znaky nedbalosti - i když jsou v tabulkách odpovědi respondentů členěny podle pohlaví, v komentářích je pak toto rozdělení ponecháno stranou. Přehled výzkumů na téma značka a její vliv na nákupní chování uvedených v příloze je nahodilý a neumožňuje naplnit jeden z uvedených cílů práce – porovnání výsledků. Jen těžko lze porovnat údaje o preferencích českých značek, oblibě privátních značek či typologii zákazníků maloobchodních řetězců s provedeným výzkumem, který se týká výběru značky restaurace rychlého občerstvení. Práce nepřináší žádná nová zjištění, vlastní názor, v podstatě postrádá praktický význam.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí:

Jaké výhody a nevýhody vnímáte u franšízy? Nabídněte pohled franšízora i franšízanta. Zjistila jste,

že podíl privátních značek na tuzemském trhu v současné době opět zaznamenává mírný růst. Jak si vysvětlujete tuto skutečnost?

Datum: 14. 05. 2012

Podpis oponenta bakalářské práce: