

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Bc. Zuzana Hrabětová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Podnikatelský záměr v oblasti služeb

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Holubová
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná diplomová práce si klade za cíl sestavit podnikatelský plán pro svatební agenturu. V první řadě je třeba ocenit autorčin entuziasmus pro téma, který je patrný z celé práce. Autorka v úvodní části práce pečlivě zpracovala teoretický úvod do problematiky, text je v úvodu logicky členěn do podkapitol, klíčové pojmy jsou srozumitelně vysvětleny. V praktické části práce se vyskytuje řada sporných míst, nedotažených analýz, místy si autorka protirečí. Zdroje některých tabulek jsou nepřesné (např. s. 7, 8, 26, 27), v textu též místy chybí zdroje (např. s. 57-59). K práci mám řadu formálních i praktických připomínek:

- s. 46 - chybí statistiky registrovaných partnerství (neb i ti jsou v cílové skupině agentury viz s. 91-92)
- s. 45 - u sociálních faktorů bych čekala více informací o průměrném věku novomanželů a jeho vývoji v čase + doplnění demografické křivky pro danou generaci a očekávaný vývoj
- s. 47 vs. 72 - neodpovídá údaj o průměrné mzdě v analýze a v dotazníku
- autorka si opakovaně protirečí např. s. 62 "koordinátorka bude nabízet svůj zkušený pohled na věc" vs. s. 63 a "malé zkušenosti v oboru" nebo příležitosti na s. 67 "zvýšení sňatečnosti + hodně odložených svateb" vs. s. 68 "nízká sňatečnost", popřípadě s. 66 nízká konkurence v okolí vs. fakt, že lidé jsou ochotni dojet za touto službou i 50km na s. 80, čímž se rádius z Blovic dostává do Plzně, kde konkurence je
- chyby z nepozornosti např. s. 73 - cílová skupina 20-30 let, ale na s. 92 už je to 20-40 let

- nerozumím řazení kapitol - s ohledem na Porterův model 5 sil na s. 21 bych očekávala analýzu zákaznických preferencí jako podklad pro SWOT (kapitola 6), ale tato analýza je prezentována až po SWOT v kapitole 7 (na výzkum se autorka odkazuje na s. 66 předtím než jej představila)
 - s. 81 - vize není časově ohraničená
 - s. 84 - autorka dokola opakuje "tištěné katalogy dodavatelů" - v dnešní době jsou katalogy dodavatelů (sweet bar, květiny, kadeřnice, fotograf, šaty, ...) zpravidla prezentovány online na FB/IG profilech jednotlivých podnikatelů
 - s. 85 - zavádějící informace o nulové povinnosti obíhání úřadů - minimálně na matriku musejí snoubenci osobně + uvedená svatba v zahraničí není zmíněna dříve ani není součástí SWOT
 - s. 86 - 89 - organizačně neproveditelná služba vysoké kvality, pokud má být koordinátorka přítomna 2-3h ve svatební den + evidentní úplná nezkušenost autorky v oboru, když uvádí formulace typu "předem nejasná kvalita dodávaných květin"
 - s. 113 "je nutná účinná a správně zacílená kampaň" - žádná takováto kampaň není v práci představena
 - velmi netradiční výrazy jako např. s. 65 "zakládající slečny", s. 64 "marketingová propagace"
 - práce o cca 25 stran překračuje stanovený maximální rozsah diplomové práce
- Celkově hodnotím práci jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Proč nepovažujete za konkurenci blovické Zlatnictví a půjčovnu svatebních šatů Tyrkys? (v nabídce mají šaty, oznámení, prsteny, ...)
2. Popište, v čem budou Vaše služby originální? V textu je to několikrát zmíněno, ale nerozpracováno.
3. Co přesně bude možné zakoupit/zapůjčit za dekorace viz s. 82? Podle čeho jste stanovila ceny v tab. 27?
4. Chápu správně, že v 9/2022 chcete začít veřejně komunikovat aktivity firmy, která vznikne v 1/2023? Pokud ano, co řeknete zákazníkům, kteří se ozvou během 2022? Obdobně u smluv - chcete vyjednávat s dodavateli od 6/2022 včetně zasmluvnění, o kterém opakovaně píšete, ale firma ještě nebude existovat. Jak si to konkrétně představujete?
5. Odůvodněte začátek podnikání v lednu 2023. Kvůli výběru místa a termínu se svatby plánují min. rok dopředu, lidé se většinou zasnoubí během léta na dovolené a cca na podzim začínají vše řešit včetně rezervace místa a termínu na následující rok. Proč se začátkem čekáte až na leden 2023, kdy už mají lidé, kteří se budou brát v roce 2023 spoustu věcí rozjednaných? Navíc v sezóně 2023 už nebudete moci využít příležitosti "hodně odložených svateb" na s. 67 neb ty se vyřeší v letech 2021-22.
6. Z přílohy A plyne, že místo pro obřad bude svatebčany stát 5000 Kč. Chápu správně, že nebudete zajišťovat konání svatby např. na statku nebo v penzionu, kde jsou ceny čistě za pronájem objektu desetinásobné i vyšší? A i příprava a nazdobení takového místa je významně časově i materiálově náročnější.