



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Kristýna Pátková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Faktory ovlivňující nákupní rozhodovací proces
zákazníka při nákupu dovolené

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na identifikaci faktorů ovlivňujících zákazníka při nákupu dovolené. Autorka v úvodní části práce zpracovala teoretický úvod do problematiky, tato část je místy příliš heslovitá, věty na sebe moc nenavazují. Text by místy zasloužil doplnit zdroje (např. s. 23, 26-27). V praktické části práce autorka definovala hypotézy, které netestovala, např. u H2 (s. 29) není jasné, podle čeho ji vyhodnotí - stačí 75 % nebo je třeba 90 %? To stejné i u ostatních hypotéz. Vzorek respondentů je velmi nerovnoměrný, nerozumím, proč se autorka nezaměřila na podrobnou analýzu jedné cílové skupiny, výmluvu na covid (s. 28) s ohledem na termín zadání práce neberu jako relevantní. Nerozumím řazení otázek v dotazníku - autorka nejprve zjišťuje "s kým cestují" respondenti na dovolenou, následně "jaký typ dovolené preferují" a až v následující otázce zjišťuje jak často/zda vůbec na dovolenou jezdí. Z dat plyne, že 9 respondentů na dovolenou vůbec nejedí, nejsou ale odebráni z výsledků předchozích otázek, byť pro ně nebyly relevantní (a výsledky jsou tedy jimi zkreslené). Předpokladu H1 - nejvíce osob stráví na dovolené 7 dní - neodpovídá formulace možností u otázky 7, které jsou: 1-5 dní, 5-10 dní a 10 a více. Nerozumím, na základě čeho toto autorka vyhodnotí, další problém této otázky jsou překrývající se intervaly. Problémy jsou i v dalších otázkách dotazníku např. u ot. 15 chybí další možnosti nebo možnost

"vlastní preference"/"jiné", u ot. 19 chybí "žádné z uvedených" a možnost "sušák na prádlo" je u ot. 17 "Jaký typ ubytování preferujete" až úsměvný. Je škoda, že autorka vůbec nepracuje s daty, nehledá souvislosti. To dokazují např. domněnky ohledně náplně zimní dovolené (s. 35) byť se autorka ptala na preferovaný typ dovolené, mezi nimiž byla i možnost lyžování. Autorka evidentně nerozumí, proč si lidé organizují dovolenou "na vlastní pěst", dokola opakované benefity (s. 36-38) k využití CK opravdu pro tuto cílovou skupinu nestačí. Celkově hodnotím práci jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Kam, na jak dlouho, na jaký typ dovolené jezdí respondenti, kteří organizují dovolenou "na vlastní pěst" a jaký je jejich příjem? Analyzujte data.

Jaký očekáváte výsledek kampaně, do které navrhujete investovat 30 000 Kč pro 2 platformy?

Proč navrhujete pro cílovou skupinu žen 18-30 let tisknout katalogy? Tento návrh nemá oporu v dotazníku. Kde chcete katalogy umístit?

V Plzni, dne 31.05.2021

Podpis hodnotitele