

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Matěj Běloch
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Podnikání v oblasti osobních služeb

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik/organizace oponenta: KMO 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 (řešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cílem práce je "charakterizovat vybraný podnikatelský subjekt, poté provést analýzu vnějšího a vnitřního prostředí daného subjektu, interpretovat výsledky provedených analýz a navrhnout opatření pro další praxi." Cíl práce koresponduje se zásadami pro zpracování práce (viz s. 5). V textu o metodice výzkumu je do cíle výzkumu doplněná také analýza marketingového mixu vybraného subjektu.

Práce je zaměřená na podnikání v kadeřnických službách. Teoretická východiska práce jsou příliš podrobná a rozsáhlá, v některých částech výpiskovitého charakteru, obsahují odkazy převážně na české odborné zdroje a relevantní právní normy. Na str. 31-32 je nejasnost mezi PESTE a PESTEL analýzou. Metodika výzkumu je uvedena v kapitole 3. V textu o SWOT analýze chybí informace o základních (obecných) typech strategií, které vyplývají ze SWOT analýzy. Analýza vnějšího prostředí je provedena s využitím PEST analýzy a Porterova modelu pěti sil. PEST analýza je stručná (jde o komentář k vybraným faktorům), některé aspekty ovlivňující podnikání chybí či nejsou dostatečně podloženy. Porterův model pěti sil je zpracován podrobněji a podložen konkrétními daty. Podkapitola o vnitřním prostředí podniku je pouze stručným popisem vnitřního prostředí (autor však uvádí, že neměl k dispozici data o finančních zdrojích podniku). Informace o prostředí podniku vhodně doplňuje podkapitola zaměřená na marketingový mix, kde čtenář nalezne další informace k lidským a fyzickým zdrojům vnitřního prostředí (musí však tyto informace

dohledat v textu o marketingovém mixu). V textu o distribuci (s. 49) autor převážně uvádí, jak probíhají dodávky materiálu do kadeřnického salonu. Distribuce poskytovaných kadeřnických služeb se týkají pouze dvě věty, které chybí v dílčím závěru na s. 53.

SWOT analýza je zpracovaná přehledně. Autor se následně zaměřil na návrhy k eliminaci jedné slabé stránky (tj. slabá marketingová komunikace kadeřnického salonu) s cílem zvýšit počet zákazníků. Uvedená doporučení jsou realizovatelná a obsahují konkrétní data k výši nákladů při jejich realizaci i informace o záměrech majitelky k jejich realizaci. Rozporné informace jsou o ceně za správu webových stránek na s. 59 (1500 Kč ročně) a s. 63 (1 500 Kč měsíčně). Na druhou stranu není zřejmé, jak moc vytížený salon je, ve kterých časech a dnech by bylo snažit se poptávku stimulovat apod., v kap. 7.2.1 jsou navržena opatření, která se zdá na toto odpovídají, ale mělo se to objevit v analytické části. Dále není zřetelné, jestli pro získání mladší klientely bude odpovídající samotný produkt a třeba i způsob rezervace. V návrzích v oblasti reklamy autor prezentuje více možností, ale pravděpodobně podnik nebude schopen vše využít, předpokládám zde finanční omezení. Doporučuji při další diskuzi s majitelkou propočítat i výpadky příjmů z navrhovaných opatření (slevy, bonusy), a také probrat dostupnou volnou kapacitu, a tím zjistit potenciální návratnost vynaložených nákladů. Autor to vlastně i navrhuje, ale je škoda, že některé věci nepropočítal již v práci.

Navrhují hodnoti práci ještě klasifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Stručně charakterizuje základní typy strategií, které plynou ze SWOT analýzy, a uveďte, k jakému typu strategie patří Váš návrh zlepšit marketingovou komunikaci kadeřnického salonu s cílem získat více nových zákazníků.

Otázka ke s. 20: Definiujte termín "přímý marketing" (direct marketing) a vysvětlete, proč do přímého marketingu zahrnujete "nákup prostřednictvím počítače".

Podle jakého klíče byly vybrány konkurenční podniky v tab. 4?

V Plzni, dne 25. 5. 2023

Podpis hodnotitele