

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Eva Tisotová
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Online prodej potravin v ČR

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik/organizace oponenta: 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cíl práce je stanoven v úvodu: "... analyzovat marketingovou komunikaci vybraných online prodejců potravin z pohledu spotřebitele". Studentka také uvádí pět dílčích cílů. Cíl práce byl splněn (také dílčí cíle). Práce se zabývá aktuálním tématem online obchodů s potravinami.

Práce má vhodně zpracovaná teoretická východiska, která odkazují na české a zahraniční odborné zdroje, prezentovaná pozitiva a negativa e-commerce působí výpiskovitě, ale jsou zpracována jako kompilace mnoha zdrojů. Metodika empirické části práce je popsána v kapitole 3. Metoda pozorování byla využívána relativně dlouhou dobu (od září do března) s výjimkou pozorování marketingové komunikace na internetu (1 měsíc). Autorka v textu o metodice práce nezmiňuje, že použila také metodu analýzy a komparace. To považuji za slabou stránku, autorka využívá pouze pozorování, ve srovnávací práci by měla precizněji připravena analýza a její postupy. Autorka zcela opomíjí důležitá zákaznická hodnocení.

Praktická část práce uvádí výsledky provedeného pozorování. Zajímavě je zpracovaná část o marketingové komunikaci na internetu, která poskytuje přehledné a zajímavé srovnání zjištěných poznatků, avšak chybí komparanční tabulky, ale i například sledování změn v počtu některých ukazatelů profilů na sociálních sítích (např. počty sledujících atd.). Málo přínosná je část o marketingové komunikaci formou podpory prodeje prostřednictvím cen, což je dané výběrem zboží, které autorka nakupovala v rámci fiktivních nákupů.

Autorka na s. 26 vysvětluje, proč do fiktivních nákupů zahrnula pouze trvanlivé potraviny, ale domnívám se, že kdyby nákupní košík obsahoval trvanlivé potraviny nakupované v rámci "běžných" nákupů častěji než např. sůl a olivy, nebo zahrnoval také např. vybrané drogistické zboží, měla by autorka více dat pro analýzu podpory prodeje. Při srovnání cenových hladin autorka prezentuje pouze obr. 10, přičemž jistě disponuje daty konkrétními, která by bylo možné prezentovat v absolutních či relativních hodnotách apod. Není zřejmé, jestli autorka na obr. 10 srovnává cena zboží, nebo je zde i zahrnuta položky dopravy, tj. jestli se jedná o celkové náklady zákazníka.

Závěrečná kapitola 5 uvádí podrobné zhodnocení celé marketingové komunikace vybraných prodejců včetně identifikace slabých a silných stránek v marketingové komunikaci. Na to navazují doporučení pro další praxi, která reagují na zjištěné poznatky a mohou být inspirací pro další online prodejce potravin, i když jsou spíše stručná.

Práce se vyznačuje kvalitním jazykovým zpracováním. V textu jsou spíše ojediněle pravopisné chyby nebo překlepy, občas je použitý hovorový výraz. Formální úprava je odpovídající. V teoretické části práce je ojediněle nesprávný způsob zápisu odkazu na zdroj (např. s. 18, 25 a odkaz pod obrázkem č. 5).

Celkově je zřetelné, že autorka se tématu věnovala obsáhle, oceňuji uváděné příklady, ale práce je pro mě na pomezí velmi dobře a dobře, především pro v podstatě chybějící analytický přístup.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

V kapitole 4.1 uvádíte poměrně stručnou charakteristiku vybraných online prodejců. Porovnejte vybrané online prodejce z hlediska služeb, které nabízejí svým zákazníkům.

V Plzni, dne 29. 5. 2023

Podpis hodnotitele