

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Sabina Šimková
Studijní obor/zaměření: MOČ
Téma bakalářské práce: Nákupní chování zákazníků českého venkova

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

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

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

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce se zabývá nákupním chováním zákazníků na českém venkově. Od prvních kapitol je objevují nedostatky degradující práci. Bez úvodu do problematiky obchodu či nákupního chování se autorka zaměřila na formy a typy maloobchodu, prvních 5 stránek teoretických poznatků o store a non-store retailu pochází z jednoho zdroje a je možné je označit za výpisky nikoli za teoretický úvod bohatý na zdroje. Text v této části je velmi nekonzistentní, krátké věty na sebe místy vůbec nenavazují. Tabulky a obrázky vhodně nedoplňují text nýbrž jej duplikují např. tabulka 1 a předchozí text. Místy v práci chybí zdroje, kategorie "vietnamská prodejna" není zmíněna v teoretické části. Jako závažný nedostatek vidím nepoužití všech zdrojů uvedených v seznamu literatury a též v zadání práce - v zadání je 5 publikací, které jsou uvedeny v soupisu literatury na konci práce - z těchto 5 knih je v práci použita pouze 1. Teoretická a praktická část na sebe příliš nenavazují. Při formulaci praktické části se autorka dopustila chyby ve formě formulování "hypotéz" - tvrzení, které uvádí jako hypotézy nejsou statisticky testovány. Z hypotézy č. 2 nevyplývá, že v Nýřanech není Tesco. V části věnované vyhodnocení dotazníku jsou prezentovány duplicitní informace - objevují se někdy zbytečné grafy s komentářem, který není přidanou hodnotou ani nemá

charakter hlubší analýzy, ale je pouhým popisem grafu včetně doslovného uvedení výsledků. Grafy tedy v této části nemají praktický význam, místy působí jako umělé natahování textu např. obr. 9 nebo 14 zobrazující odpověď typu ANO/NE. V textu chybí odkaz na obrázky a vyvození jakýchkoli závěrů či myšlenek. Při interpretaci dat o Kauflandu autorka uvádí pouze Kaufland v centru města nikoli ten na Borech - není uveden důvod, proč jej vynechala. U obr. 16 se překrývají jednotlivé možnosti, které respondenti zaškrtovali - "obden a častěji" a "denně". Grafy jsou v některých případech nepřehledné a není jasná velikost celkového počtu respondentů např. obr. 18, 22, 25, 27, 33 apod. - bylo by vhodné uvést absolutní hodnoty místo procent, jinak se absolutně mění vypovídací schopnost výsledků - např. z obr. 18 by plynulo, že 100% respondentů nakupuje v Coopu obden a častěji, či z obr. 22 zas že 100% respondentů nakupuje v Coopu z důvodu širokého sortimentu - přitom se odpověď týká jednoho či několika málo jedinců, kteří takto odpovídali. Ty samé nedostatky se objevují dále i v textu, kde autorka uvádí např. "V Globusu nakupuje 60 % respondentů obden a častěji (str. 32)" - přitom Globus jako preferovanou lokalitu uvedlo 25% respondentů (str. 27). Nevhodné používání procent je ve většině kapitoly 3.4 např. 16% lidí nejedí na nákup autem - tento vzorek je dále rozdělen na menší skupiny opět uváděné v % (str. 37 - 38). Při posouzení rozsahu práce bylo zjištěno, že práce nedosahuje požadovaných 40 stran - po přepočtu na normostrany (text bez obrázků a tabulek) vychází rozsah necelých 35 stran.

Na základě výše uvedených nedostatků hodnotím práci stupněm "nevyhověl".


Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Přepracujte souhrnné grafy (18, 22, 25,...) do podoby, kdy bude jednoznačné, kolik bylo celkem respondentů v jednotlivých sloupcích, data interpretujte a vyvoďte závěry.

Kam byste z hlediska teorie zařadila "vietnamské prodejny"?

Z obr. 15 plyne, že 30% respondentů jezdí mimo Nýřany cíleně na nákup do Lidl - proč tomu tak je, když je Lidl v Nýřanech?

V Plzni, dne 23. 5. 2013


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem modře (pro rozeznání originálu).