

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Irena Andělová

Název bakalářské práce: Vliv nákupních podmínek na rozhodování zákazníku.

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD.

Pracoviště a pracovní zařazení: Ekonomická univerzita Bratislava, PHF Košice

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce		x					
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění			x				
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP			x				
	faktická, věcná a obsahová správnost			x				
	hloubka provedené analýzy			x				
	zvládnutí odborné terminologie			x				
	schopnost argumentace a kritického myšlení			x				
	uplatnění práce v praxi / výuce		x					
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů		x					
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací		x					
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol		x					
	jazyková a stylistická úroveň			x				
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky		x					
Celkové hodnocení bakalářské práce				x				
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Práce je spracovaná na štandardnej úrovni. Rozoberá problematiku nákupnej atmosféry v dvoch odlišných maloobchodných predajniach. Hypotézy v práci neboli postavené žiadne, preto je problém posúdiť ich naplnenie. Z hľadiska nájdania relevantných odpovedí by bolo vhodné zamerať svoj výskum aj do oblasti zistenia dôležitosti jednotlivých atribútov nákupnej atmosféry oslovených respondentov a následného porovnania vnímania podľa skutočnosti vo vybraných predajniach. Predpokladá to však respondentov, ktorí sú znali pomerov a dôkladne poznajú nákupnú atmosféru oboch porovnávaných predajní. Preto je dôležitý výber vzorky oslovených respondentov, ale aj následná analýza odpovedí a porovnanie preferencií jednotlivých atribútov z hľadiska rôznych klasifikačných údajov. Jedine takáto analýza môže dať odpoveď na otázku, akým spôsobom vytvoriť optimálnejšie nákupné podmienky pre segment, ktorý by mal byť cieľovým a dobre známym pre manažment konkrétnej predajne.

Otázky k obhajobě:

1. Predpokladám, že dotazník ste distribuovali respondentom, ktorí sa vyjadrovali k nákupnej atmosfére zároveň na oboch sledovaných predajniach. Neuvažovali ste aj o otázke na základe ktorej by ste získali informácie o miere preferencie tej ktorej predajne?
.....
2. Napriek skutočnosti, že respondenti lepšie hodnotili čistotu a hygienu ale aj kvalitu ponúkaného tovaru na predajni Billa než v Kauflande, je pravdepodobnosť nákupu v budúcnosti (otázka 22) vyššia v Kauflande než v Bille. Čím si túto skutočnosť vysvetľujete Vy osobne?

Datum: 16.5.2016

Podpis oponenta bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce