

**Posudek vedoucího bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Kateřina Havlová

**Název bakalářské práce:** Strategie privátních značek na českém retailovém trhu

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

**Titul, jméno a příjmení vedoucího 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			
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce				X			
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		<u>ANO</u>						
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>					X			
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		<u>ANO</u>						

## **Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):**

Téma bakalářské práce je atraktivní. Teoretické východiska boli spracované dôsledne s využitím početného zdroja informácií nielen knižných, ale autorka siahla aj po aktuálnych internetových zdrojoch a čo oceňujem zvlášť, aj po pôvodných zahraničných publikáciách.

Výhrady sú skôr k praktickej aplikácii výskumných aktivít, ktoré sú popísané v kapitole 4.

Čiastočne výhrady mám k formálnej stránke práce a členeniu textu. Bolo by vhodnejšie plynulejšie prepájať text, bez zbytočného vytvárania číslovania odstavcov. Po každom číslovaní odstavcov by mal byť doplnený adekvátny text, ktorý by vytváral väzbu na prípadné ďalšie členenie textu. Vid' Str. 11 (kap. 2, subkapitola 2.1, subsubkapitola 2.1.1.); str. 19 (2.2, 2.2.1), str. 32 (4, 4.1.), kde nasledujú číselné členenia bez akéhokoľvek textu.

Vo výskumnej časti práce sa autorka rozhodla sústrediť pozornosť najmä na privátne značky supermarketov Billa a diskontných predajní Penny Market spadajúcich pod obchodnú spoločnosť REWE Group. Z metodologického hľadiska by bolo vhodnejšie v prvej etape zistiť najskôr spontánnu znalosť spotrebiteľskej verejnosti privátnych maloobchodných značiek celoplošne, porovnať ich úspešnosť z hľadiska poznania spotrebiteľskou verejnosťou a až následne zamerať svoju pozornosť na vybranú sieť. Výsledky by sa mali opierať nielen o primárny prieskum poslucháčky, ale aj o sekundárne informačné zdroje zastúpenia privátnych značiek v jednotlivých sieťach maloobchodných predajní, čo v texte absentuje. Určite by prospelo záverom prieskumu aj zisťovanie postojov k ponuke privátnych značiek samotnými pracovníkmi maloobchodných predajní. Rovnako by sa žiadalo sústrediť pozornosť na dostupnosť jednotlivých predajní, ich početnosť a zastúpenie v regióne realizovania výskumných aktivít.

V subkapitole 4.3 sa žiadalo nielen popísať verbálne výsledky prezentované v grafoch, ale aj pokúsiť sa zdôvodniť, prečo napríklad je rozdiel medzi výsledkami dávania prednosti konkrétnemu obchodnému reťazcu, a z akého dôvodu podľa autorky vznikol rozpor z hľadiska frekvencie nákupu. Vid' str. 34, 34, graf 3 a graf 4. Tu absentuje vlastné videnie a vlastné zdôvodňovanie určitých výskumných rozporov autorkou.

Autorka bola pri písaní práce samostatná až príliš. V prípade intenzívnejšej komunikácie s vedúcim práce mohli byť eliminované naznačené negatíva. Napriek uvedeným pripomienkam odporúčam bakalársku prácu pripustiť k obhajobe

### **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

### Otázky k obhajobě:

1. Ktorú privátnu malobchodnú značku máte v obľube Vy osobne a prečo?
2. Aké konkrétne odporúčania a pre koho adresované by ste sa snažili presadiť v záujme zvyšovania akceptácie privátných značiek?

**Datum:** 26.1.2019

**Podpis vedoucího bakalárske 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