



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Novotný Jaroslav

Název práce: Vliv známosti značky produktu na rozhodování spotřebitele o nákupu

Autor posudku: PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

Cíl práce: Výzkum vlivu známosti značky na rozhodovací proces spotřebitele v České republice a Finsku

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)			
	A	C	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dílčí připomínky a náměty:

Diplomová práce je soustředěna na aktuální oblast marketingu – ovlivnění kupního chování spotřebitele za pomoci známé značky.

V teoretické části jsou využity moderní prameny k vysvětlení problematiky spotřebitelského chování a významu značky. Autor zde vhodně analyzuje odlišnosti klasického a on-line nakupování.

V praktické části je proveden kvantitativní výzkum nákupního chování spotřebitelů na základě elektronického dotazníkového šetření v České republice a ve Finsku.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Studie předkládá teoretické prameny z oblasti výzkumu chování spotřebitele v moderním světě internetového nakupování.

Použité tištěné i internetové zdroje jsou správně citovány.

Je zde provedeno vlastní dotazníkové šetření u respondentů ze dvou vybraných zemí.

Výzkumná data jsou přehledně zpracována v grafech a tabulkách a náležitě interpretována.

Na základě svého výzkumu student dokládá, že „ve Finsku je obzvláště zjevný vliv známosti značky, neboť místní spotřebitelé jsou věrní pouze 4 nejznámějším značkám (Apple, Samsung, Sony, Nokia). V Česku je tento seznam rozšířen ještě o HTC, Huawei, Microsoft a Lenovo. (dle str. 82)

Práce splňuje po stránce formální i obsahové všechna náležitá kritéria na dobré úrovni, cíl práce je tak naplněn.

Otázky k obhajobě:

1. Autor dochází k závěru, že „Kvalita a poměr ceny a výkonu má významnější vliv na kupní chování než známost samotné značky, ovšem známost značky je velmi důležitá pro získání loajálních zákazníků“. Mohl by při své obhajobě objasnit hlavní sociální a ekonomické aspekty tohoto zjištění a porovnat situaci v ČR a ve Finsku? (dle str. 82).

2. Prosím, aby autor vysvětlil, jak mohou být výsledky této studie využity v oblasti nákupního chování českého spotřebitele. (dle str. 134)

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C - velmi dobře

V Hradci Králové, dne 2. září 2016

PhDr. Věra Strnadová, Ph.D.

podpis