

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Vliv značek kvality na rozhodování spotřebitele při nákupu potravin

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Kolaříková Tereza

**Oponent práce:** Ing. Břetislav Stromko, MBA

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	<b>X</b>
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Tématem práce je vliv značek na rozhodování spotřebitele při nákupu potravin. Cílem pak je poskytnout doporučení pro lepší propagaci potravin se značkami kvality v obchodech. Cíl je dostatečně konkrétní a splnitelný na prostoru práce. S ohledem na téma práce se teorie správně zabývá faktory ovlivňujícími spotřební chování a nákupním rozhodovacím procesem. Autorka prezentuje také značky kvality potravin a jak ovlivňují rozhodování spotřebitele. Kapitola je zpracována kvalitně, místy by bylo vhodné zvýšit aktuálnost zdrojů. Metodika je vysvětlena v samostatné kapitole, měla však ideálně být rozepsána ještě podrobněji s ohledem na cíle práce a zvolený postup. Byl proveden terénní průzkum značek kvality na prodejnách. A ke sběru dat bylo využito také dotazníkové šetření (24 otázek, 109 respondentů). Vzor dotazníku je správně uveden v přílohách práce. Ještě by bylo vhodné do příloh zpracovat i tabelizovaná data z dotazníku a rovněž podrobnosti ohledně terénního výzkumu. Analytická část práce začíná představením značek kvality potravin v ČR a v Evropě. Následuje prezentace a vyhodnocení výsledků pozorování v obchodech. To poskytuje základní přehled, nicméně bylo by vhodné pozorování a výsledky zpracovat více podrobněji a přehledněji je mezi sebou komparovat. Výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány komplexněji, což je dobře. V některých případech autorka kříží data též přes získané demografické údaje, což hodnotím kladně. Některé výsledky mohly být prezentovány vhodněji za využití patřičných grafů a tabulek. Ke konci kapitoly jsou předložena doporučení. Ta správně vychází z předložených výsledků a jsou logická. Vzhledem k povaze cíle práce mohla být také ještě podrobněji rozpracována a alespoň u některých rovněž provedena finanční úvaha nad dopady. Práce obsahuje některé drobné formální nedostatky. Na práci je znát zájem autorky o danou problematiku. Je zpracována systematicky a jednotlivé části na sebe logicky navazují. Práci doporučuji k obhajobě.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

V doporučeních jsou několikrát zmíněny věrnostní programy a aplikace řetězců. Proč je potravinové řetězce mají? Jaké všechny benefity jim přinášejí? Prosím, vysvětlete a ideálně také uveďte konkrétní příklady marketingových mechanik a aplikací.

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Jaké nástroje Public Relations znáte? Které a jak by mohly být použity pro komunikaci značek kvality potravin? Co by bylo jejich výhodou a co nevýhodou?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 05.06.2022**

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz