

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Barbora Kordíková

Název práce: Využití konkrétního Canvas modelu v kontextu vzniku podniku se sportovním vybavením z druhé ruky

Cíl práce: předložení vypracovaného konkrétního Canvas modelu pro podnik se sportovním vybavením z druhé ruky. Hotový model by měl ukázat, zda má založení takového podniku smysl a jaké jsou jeho šance na úspěch na trhu.

Celkové hodnocení práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (uved'te)

Celková náročnost práce	Průměrná
Praktická/teoretická využitelnost zpracování	Průměrná

Díličí kritéria hodnocení práce:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Logická stavba práce	Dobře
Rozsah a relevance teoretické části	Dobře
Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce	Dobře
Formální úprava práce	Velmi dobře
Gramatika a stylistika	Velmi dobře

Hodnocení práce:

Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce se zabývá aktuálním a velmi zajímavým tématem prodeje sportovního zboží „z druhé ruky“ i s ohledem na trend udržitelnosti. Stanovený cíl práce splňuje, nicméně celkově je práce zpracována na pomyslném „nutném minimu“. I přes to však práce z mého pohledu splňuje nároky na bakalářskou práci a doporučuji jí k obhajobě.

Logická stavba práce – struktura práce obsahuje všechny podstatné a povinné kapitoly, které jsou požadovány v rámci bakalářské práce. Rozsah zpracování jednotlivých kapitol z mého pohledu odpovídá minimální úrovni potřebné pro bakalářskou práci – viz další dílčí hodnocení a připomínky. V praktické části jsou podkapitoly často jen stručné (mnohdy jen jeden krátký odstavec) popisy jednotlivých částí Lean Canvas modelu.

Rozsah a relevance teoretické části – teoretická část obsahuje primárně základní popis modelu Canvas včetně jeho dalších variant. To je pro vypracování praktické části adekvátní podklad. Nicméně se zde již studentka nesnaží specifikovat teoretická východiska pro odvětví, kterým se v praktické části zabývá. Je žádoucí, aby v této části byly jednotlivé části modelu podrobeny rešerši specifických podmínek v prostředí sportovního maloobchodního prodeje, či oblasti koncepce prodeje použitého sportovního zboží. Teoretická část je tedy sice relevantní, avšak příliš obecná.

Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování – práce využívá celkem 35 (nikoli 42, jak je uvedeno v seznamu literatury), z toho mnoho cizojazyčných, čímž převyšuje požadavky na bakalářskou práci. Jak je již uvedeno, ne všechny zdroje v seznamu literatury studentka skutečně použila v textu práce. V teoretické části studentka převážně jen jaksi „skládá“ jednotlivé citované odstavce za sebou, což se nedá příliš považovat za rešerši literatury v pravém slova smyslu.

Adekvátnost použitých metod – studentka zvolila kombinaci kvantitativní a kvalitativní metody, což považuji za vhodné a adekvátní. V metodické části jsou vhodně uvedeny operacionalizace rozhovorů, nicméně již zde chybí operacionalizace ankety (byť se jedná o krátkých 5 otázek). Taktéž v metodické

části postrádám informace o aplikovaném způsobu zpracování a analýzy výsledků z využitých metod. Celkově je metodická náročnost včetně využití metod standardní a odpovídající nárokům bakalářské práce.

Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce – praktická část se skládá z výsledků výzkumu (konkrétně z rozhovorů a ankety) a následného návrhu modelu Lean Canvas pro vybraný zamýšlený obchod. Z mého pohledu studentka zpracovala celý „projekt“ na základní a minimální úrovni bez výraznějších konkrétních specifik – viz např. otázka k obhajobě. Diskuze (vzhledem k obecnému základnímu zpracování teoretických východisek) se taktéž „odehrává“ ve velmi obecné a základní rovině.

Formální úprava práce – práce obsahuje některé občasné nedostatky. Text práce obsahuje různé mezery mezi odstavci, vložené objekty by měly být všechny v českém jazyce, občas se vyskytuje zbytečně vynechané místo na stránce, drobné nedostatky v obsahu. Vše viz dále připomínky.

Gramatika a stylistika – v práci se vyskytují občasné pravopisné chyby, jinak je práce v tomto ohledu v pořádku a odpovídá akademické závěrečné práci.

Připomínky:

Abstrakt – v části „Výsledky“ by měly být uvedeny již konkrétní výsledky, resp. v tomto případě klíčové body navrhovaného modelu, nikoli jen skutečnost, že v práci je vypracovaný návrh.

Kapitola 5.4 by měla být spíše hlavní kapitola, nikoli jen dílčí podkapitola.

Obsah – název položky – „Zdroj: Vlastní zpracování“

Kapitola 2, s. 11 – dílčí úkoly jsou formulovány jen velmi obecně.

Úvod – kapitola je vypracována jen velmi stručně, zároveň nesprávně zde studentka cituje a odkazuje na zdroje, což v této kapitole nemá být.

S. 12 – zbytečně vynechané místo na stránce

S. 13 – 15 – překlepy – „BLM“

S. 14 – chybějící odkazy na zdroje

S. 15 – obrázek by měl být v českém jazyce

S. 15 – chybějící odkazy na zdroje

S. 15 – pravopisná chyba – „První orientovat na zákazníka ...“

S. 15 – nesprávný překlad – „NPV (Net Present Value), neboli „čistou současnou metodu“, ...“

S. 20 – zbytečně vynechané místo na stránce

V operacionalizacích na s. 32 a 33 jsou vybrané proměnné (dodavatelé, cena) nesprávně znázorněny jako latentní, avšak jsou manifestní.

S. 34 – pravopisné chyby – „... následně se jsou interpretovány jednotlivé rozhovory.“; „... kterou si by si respondent koupil ...“

S. 37 – pravopisná chyba – „Z provedených rozhovorů lez říci, že ...“

S. 38 – pravopisná chyba – „Sezónnost je tedy hraje významnou ...“

S. 41 – pravopisná chyba – „Cílovou skupinu jsou i na rodiny, které ...“

S. 43, obr. 4 – pravopisná chyba – „lidé se zájem o sport různých úrovní“

S. 44 – pravopisná chyba – „... jakožto základní pravidlo pro úspěšný marketing“

Některé zdroje, uvedené v seznamu literatury nejsou použity v textu práce – zdroje č. 2, 4, 5, 11, 18, 24, 42. Některé mají odlišný, nejednotný formát uvedení v seznamu oproti ostatním.

Otázky k obhajobě:

1. Jak by konkrétněji vypadala marketingová komunikace zvoleného zamýšleného obchodu? Připravte si stručný přehled klíčových bodů marketingové komunikace.

Navržený klasifikační stupeň: dobře.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 6.6.2024

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.