

## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta:** Bc. Šárka Otavová

**Název diplomové práce:** Tvorba hodnoty zákazníka v podmínkách hypermarketu Globus, k.s.

**Jméno vedoucího diplomové práce:** doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.

**Jméno oponenta diplomové práce:** Ing. Jitka Srpová

**Oponent:** - název firmy:

- pracovní zařazení:

**kontakt:** 485 110 269

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
<b>I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:</b>				
Splnění cíle práce		X		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
<b>II. Hodnocení struktury a obsahu práce:</b>				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		X		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X			
Formulování vlastních názorů diplomantem		X		
<b>III. Hodnocení formy a stylu práce:</b>				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce		X		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		X		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		X		

**Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uved'te na druhou stranu posudku).**

**Otázky k obhajobě diplomové práce:**

Jaké faktory ovlivňují rozhodování zákazníků o nákupu v hypermarketu Globus?  
Do jaké míry ovlivňuje jejich rozhodnutí doprava do hypermarketu zdarma?

**Práci doporučuji –nedoporučuji\* k obhajobě.** (\*nehodící se škrtněte)

**Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře**

**Datum:** 30. 5. 2013

  
.....  
**Podpis oponenta diplomové práce**





**Cílem diplomové práce bylo zjistit míru využití dopravy do hypermarketu zákazníky a posoudit přínos této dopravy jak pro zákazníky, tj. v rámci nabízené hodnoty, tak i pro hypermarket Globus z hlediska tvorby hodnoty, kterou zákazníci využívající dopravu zdarma přinášejí.**

**Teoretická část práce věnována problematice hodnotě zákazníka, jejímu vymezení a pojetí, procesu tvorby hodnoty, spokojenosti a loajalitě zákazníka je poměrně dobře zpracována.**

**V analytické části práce diplomantka realizovala dva výzkumy zaměřené na návštěvnost a nákupní chování zákazníků hypermarketu Globus. Výsledky výzkumů jsou přehledně prezentovány s využitím tabulek a grafů. Možná je zbytečné prezentovat stejné výsledky v tabulce i grafu. Informace byly zjišťovány cíleně a tak, aby poskytly podklad pro posouzení stanovených hypotéz.**

**Lze konstatovat, že diplomantka splnila stanovené zadání, i když prostor pro vlastní návrhy řešení se ukázal být omezen. Práce je po formální i věcné stránce na velmi dobré úrovni.**

