

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra filologických studií

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek vedoucího)

Práci předložila studentka: Kateřina Lukešová
Název práce: Stirbt der klassische Handel, stirbt die Stadt?

Hodnotil: Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

1. CÍL PRÁCE: Cíl bakalářské práce formuluje autorka následovně: „*Diese Arbeit setzt sich zum Ziel die charakteristischen Merkmale der klassischen Läden zu identifizieren, wobei ihre Vor- und Nachteile für das Leben in Stadtzentren verdeutlicht werden sollen. Darüber hinaus wird die Situation in Rokycany und in Selb verglichen*“ (s. 4). Pro naplnění záměru v teoretické části byla uplatněna metoda rešerše dostupných zdrojů, ale i terénního výzkumu. Autorka obě porovnávaná města navštívila, což dokládá osobními zkušenostmi a vlastní fotodokumentací (viz str. 90-93). Rešerše dostupné literatury byla důkladná (viz seznam zdrojů na s. 79-88); při zpracování teoretické části byly vhodně kombinovány zdroje německé i české provenience (např. Cimler/Zadražilová 2007; Riekhof 2009; Jäger 2016; Jaderná/Volfová 2021; Ježek/Krbová 2020; Meffert 2005; Mulač/Mulačová 2013). Kvantitativní výzkum byl realizován formou dotazníkového šetření, komparací dat a interpretací zjištěných výsledků. Cíl práce byl splněn.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ: Záměr autorky – dospět prostřednictvím dotazníku k principům, jak zachránit klasický maloobchod a tím i živá centra měst – je poměrně ambiciózní. Jedná se o nové téma, které rezonuje ve společnosti a příslušný interdisciplinární výzkum je teprve v počátcích. Z tohoto pohledu se nejednalo o snadný úkol. Přesto se autorce daří na základě prostudované literatury, zájmu o marketingovou komunikaci a osobní pracovní zkušenosti z maloobchodu dospět k jasným závěrům, které formuluje v sedmi bodech (kap. 6). Autorka postupuje deduktivně od obecnějšího teoretického přehledu v kapitole 2 (maloobchod, retail management, strategie obchodních firem), přičemž se věnuje i aktuálním problémům (vliv globalizace, pandemie covid a války na Ukrajině na vývoj spotřebitelského chování a maloobchod), přes nastínění problému poklesu počtu maloobchodních jednotek v centrech měst (kap. 3) až ke konkrétním poznatkům o klasickém maloobchodu se zaměřením na územní a provozní strategii obchodních firem ve městech Rokycany a Selb (kap. 4). Tato část je pojednána z více hledisek, aniž by byl opomenut historický nástin, typy maloobchodních provozoven, nabídka, kvalita a prezentace zboží, layout prodejen apod. V praktické části je sestaven dotazník s otázkami, které zjišťují nákupní preference zákazníků, faktory ovlivňující nákupní chování, preferované prodejny, roli místa nákupu (dostupnost nákupního místa), problematiku úbytku maloobchodních prodejen v centrech měst a způsoby zatraktivnění klasického maloobchodu. Dotazník pro kvantitativní šetření byl vytvořen v českém a německém jazyce (viz přílohy na s. 94-96) a byl vyplněn 50 respondenty, kteří znají situaci ve zkoumaných městech. Počet i strukturu respondentů lze z hlediska nároků kladených na bakalářskou práci hodnotit jako odpovídající. V kap. 5.3 jsou data vyhodnocena a v kap. 5.4 okomentována, přičemž jsou navržena možná řešení pro klasický maloobchod.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA: Práce je psaná v německém jazyce. Vyznačuje se logickou strukturou (pouze se třísti označení kap. 5.3 *Auswertung* a kap. 5.4.2 *Auswertung der Daten*, která je ale podkapitolou pro kap. 5.4 *Kommentar*). Objevují se občasná jazyková zaváhání, která narušují koherenci textu, např. *wurde die Antwort (...) geteilt* (s. 72), *in Selb bekam Kaufhäuser 3 Stimmen weniger* (s. 72), *Diskonten* (s. 75, rovněž chybějící interpunkce), *diese Geschäfte zu helfen* (s. 76), *die klassischen Handel* (s. 77), *Aufnahme des Autorin* (6x na s. 90-93). Rovněž u grafiky jsou drobné nesrovnalosti, např. nesprávné zarovnání kapitol a podkapitol (s. 1-3), seznam literatury (kap. 7) a přílohová část (kap. 7.5) začínají uprostřed stránky, nezobrazují se části německých popisků u grafík 11, 12, 14 (např. *Preisko; Ma – s. 69*). Patrně byla autorka v závěrečné fázi zpracování v časovém skluzu a nestihla si před převodem práce do formátu pdf toto zkontrolovat. Použitá literatura je správně citována (pouze u zdrojů BZ a KZ na s. 79 chybí název článku; u zdroje *Riekhof* je křestní jméno autora uvedeno v opačném pořadí. Přílohová část je optimální svým rozsahem i funkcí.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE: Autorka přistupovala ke zpracování tématu angažovaně, na některých místech však při interpretaci výsledků klopýtala a zabrušovala do nepodstatných podrobností; např. odstavec *Die Präferenzen ...* (s. 72) je formulován způsobem, jako by šlo o výsledky hlasování v parlamentu, aniž by data něco významného sdělovala. Nicméně i přes tuto drobnou výtku autorka dospěla k zajímavým zjištěním, která jsou prakticky využitelná v českém i německém maloobchodu. Vedoucí práce oceňuje rovněž provedený terénní výzkum. Autorka je v ekonomickém uvažování silná a lze jí doporučit, aby se marketingové komunikaci věnovala i v budoucnu.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:

Poněkud překvapivý je na s. 75 zjištěný rozdíl v preferenci diskontních prodejen u českých a německých respondentů (52 % vs. 4 %). Nemůže být důvodem, že čeští zákazníci nevnímají správně rozdíl mezi diskontní prodejnou a supermarketem? Pokuste se data interpretovat, popř. najít relevantní důvody pro takto velkou diskrepanci.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: **výborně (-)**

Datum: 15.5.2024

Podpis:

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická
katedra filologických studií

KOPIE SE SHODUJE
S ORIGINÁLEM