

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Strategie e-commerce pro společnost obchodující na rychloobrátkovém trhu

Autor diplomové práce:

Bc. Karolína Kociánová

Cíl diplomové práce:

Navrhnout e-commerce strategii pro českou pobočku nadnárodní korporace, která doposud obchodovala pouze na tradičním maloobchodním trhu s orientací na prodej rychloobrátkového zboží, kosmetiky. Dalším cílem je zhodnotit stav české B2C e-commerce a online prodejů kosmetiky na základě primárních a sekundárních dat.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	90
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Prakticky orientovaná diplomová práce reflektuje vývoj e-commerce v posledních letech, kdy řada tradičních firem stála před složitým rozhodnutím o vstupu do nového prodejního kanálu. Autorka v teoretické části shrnuje celkový význam e-commerce, stežejně je pak druhá kapitola zabývající se samotnou adopcí a implementací strategie elektronického podnikání / obchodování. Diplomová práce využívá velké množství zdrojů, podíl rešerše vědeckých časopisů mohl být vyšší. Místy by si teoretická část zasloužila logičtější strukturu, ale v samotné práci se orientuje dobře. Text mohl projít důslednější korekturou. Z formálního hlediska chybí např. číslování hlavního nadpisu 4. kapitoly. Navrhovaná strategie využití elektronického obchodování se opírá o sadu provedených výzkumů a analýz. Vedle sekundárního výzkumu vývoje e-commerce v ČR se jedná zejména o analýzu konkurence a tržní cenový výzkum, dále pak užitečná zjištění poskytl expertní výzkum. Autorka sestavila plánovanou výsledovku na další roky, která se opírá o provedené výzkumy. Práce přináší využitelné návrhy pro analyzovanou společnost, cíle práce lze tak považovat za splněné.

Otázky: 1) V plánované výsledovce je kalkulováno od r. 2018 se stejným tržním podílem v e-commerce jako na rychloobrátkovém trhu v tradičních kanálech. Není tento odhad příliš odvážný či zjednodušený? Lze učinit alespoň hrubý odhad možné kanibalizace mezi online a offline prodejními kanály?

2) Jak dopadlo skutečné rozhodnutí společnosti o vstupu do e-commerce a jak se případně shoduje strategie s Vámi prezentovanými doporučeními?

Jméno vedoucího diplomové práce:

doc. Ing. Václav Stříteský, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu, VŠE