

HODNOCENÍ OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce	Tomáš Vláčilík
Studijní program	Management rizik
Forma studia	prezenční
Akademický rok	2022/2023
Téma práce	Podnikatelský plán na založení nového subjektu
Autor posudku	Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.

	Kritéria hodnocení	Váha	Hodnocení
1	Formulace cílů práce a použité metody	0,10	A
2	Úroveň teoretické části práce	0,30	B
3	Úroveň analyticko-empirické části práce	0,20	A
4	Výstavba textu a jeho logická provázanost, kvalitativní a kvantitativní parametry práce	0,13	B
5	Splnění cílů práce a relevance závěrů	0,15	B
6	Jazyková úroveň práce	0,05	B
7	Formální náležitosti práce (včetně citací a užití šablony)	0,07	B
	Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,00	B (1,35)

V teoretické části bakalářské práce je vymezen právní rámec podnikání, účel podnikatelského plánu a podnikatelského modelu, a jedna kapitola je věnována identifikaci a hodnocení rizik. Teoretická část je zpracována převážně z internetových zdrojů, což u některých kapitol není úplně vhodné. Text je zpracován srozumitelně.

V praktické části je na konkrétním příkladu představen koncept podnikání pro výrobu a prodej marmelád. Student aplikoval pro analýzu trhu PEST analýzu, Porterův model pěti konkurenčních sil, a vytvořil Lean Canvas pro konkrétní podnikatelský záměr. Na základě výsledků analýz pak vytvořil marketingové strategie a dva marketingové mixy – pro velkoobchod a maloobchod. Následně zpracoval výrobní a dvouletý finanční plán pro jeden konkrétní druh výrobku – hruškovou marmeládu s levandulí. V závěru je zpracovaná SWOT analýza podniku. Použité metody byly vhodně zvoleny a správně aplikovány.

Problematika řešená v bakalářské práci je obsáhlá. Cíle práce, tak jak si je student vytyčil, byly naplněny. Práce má logickou strukturu, je zpracována věcně správně a naplňuje požadavky na tento typ práce. Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení klasifikačním stupněm B – velmi dobře.

Otázky k obhajobě:

1. Konkretizujte způsob propagace „využití internetové reklamy a silná přítomnost na sociálních sítích“, který uvádíte v marketingových mixech pro velkoobchod i maloobchod.
2. V kapitole 6.5.3 na str. 68 u kalkulací pracujete s pojmy „mark up“, „marže“ a „navýšení“. Vysvětlete tyto pojmy a rozdíl mezi nimi.
3. Vyjádřete se k reálnosti realizace zpracovaného podnikatelského plánu.

V Uherském Hradišti dne 24.05.2023

Podpis:

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24 B = 1,25-1,50 C = 1,51-2,00 D = 2,01-2,50 E = 2,51-3,00 F = 3,01-...