

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Zuzana HRABĚTOVÁ
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza postojů k obsluze v zařízeních rychlého občerstvení

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Cílem práce je dle autorky "...najít klíčové momenty obsluhy, které ovlivní zákazníkův názor." Cíl jednoduché konstrukce, který však zcela naplněn nebyl (analyzovat názory a postoje patří do metod). V úvodu autorka vymezuje pojem zákazník, využívá typologii Incoma, která však souvisí s očekáváními zákazníků při nákupu FMCG! Zde tedy nemá využití (uplatnění) a tedy ani místo. K využití se naopak nabízí dělení potřeb (s.10) - bohužel v praktické části nevyužito. Dále: kde je v praktické části využito teoretické východisko Vlastnosti služeb resp. Dělení služeb (3.1 a 3.2)? Zaměření práce avizuje část 4.3, tato část by měla být i východiskem pro formulace otázek a šetření postojů. "Návodem" je pak i postup v případě reklamací.

V části 6.1 autorka definuje problémy. Proč ne přehledněji? A lze ta tvrzení o něco opřít? A tedy jim i věřit? Např. špatná komunikace obsluhy s hosty, špatné proškolení, věková struktura zákazníků, význam přikládání stravování, promyšlenosti objednávky předem (!), nízká informovanost atd. atd. V této části lze spatřovat významné rezervy, povrchnost resp. nevyužití.

Diskutabilní jsou i předpoklady. Kolik z nich souvisí s tématem (resp. cílem)? Z čeho je autorka odvozuje? Např. nespokojenost žen s obsluhou? P9 - muži vs. ženy, ve zdůvodnění ale pak věk/studenti! Nejde vesměs o postoje k obsluze!!! Stejně výhrady pak platí i pro zhodnocení dotazníkového šetření (6.4) a zhodnocení předpokladů (6.5). Tam navíc jde často jen o pouhý popis výsledků v grafu uvedených (zřejmě pro méně chápavé), nikoli o analýzu. Např. "Vyplňování dotazníkového šetření se zúčastnilo 45 mužů, což je 21 % ze všech dotazovaných a zbylých 79 % připadá na 165 žen, z čehož je viditelné, že značně převažují ženy..." Takový závěr v BP na vysoké škole?!!

Východiskem pro praktickou část by mělo být zjištění v tabulce 1, doplněné případně o strukturu hodnocení v následných grafech. I pod nimi je uvedeno jen zopakování proporcí bez jakýchkoli analytických výstupů. Navíc tab. 1 navazuje na text, který se netýká hodnocení obsluhy - tabulka není uvozena textem.

Projdeme-li Doporučení v části 7, pak na jediné stránce lze nalézt návrhy na interaktivní objednávací tabule, informační tabule, proškolení, benefity pro zaměstnance, věrnostní programy ke zvýšení loajality (věrnostní program vyvolá spokojenost s obsluhou?), reklamu (zvýší spokojenost s obsluhou???) - tedy řadu námětů, kdy u některých je otázkou, o co se autorka opírá.

Z výše uvedených připomínek lze odvodit, že autorka bude muset obhájit celou řadu svých postupů a závěrů mj. i v souvislostech s názvem resp. cílem práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Vymezte vztah mezi spokojeností a pyramidou potřeb Maslowa.

Vysvětlíte vztahy v modelu spokojenosti zákazníků (obr. 2).

Na s. 22 rozděleny restaurace rychlého občerstvení. Proč autorka nezařadila do šetření i další kromě Fast food? (viz název práce)