



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Michaela Vrzalová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Vybrané aspekty zákaznické zkušenosti v konkrétní prodejně se sportovním zbožím

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka objasňuje záměr práce v úvodu, kde se opírá o celou řadu populárních zdrojů, škoda, že nečerpala z primárních. Cíl práce je objasněn v dílčí kapitole a autorka zde také uvádí, že má vlastní dvouleté zkušenosti z této oblasti.

V teoretické části práce je základní informace o zákaznické zkušenosti s následným popisem základních používaných metod. Následně jsou v práci popsány faktory ovlivňující chování zákazníků, od kulturních, sociálních a osobních po psychologické. Členění je dle Kotlera a je jen škoda, že nebylo více využito i práce Vysekalové nebo Světlíka. V kapitole č. 3 je popsán marketingový mix v zaměření na působení na spotřebitele. Následně je popsána typologie spotřebitele, zde opět mohl být stručný popis i alternativních. Následně je uvedena problematika persony. Nepovažuji za vhodné, že hlavním zdrojem je Nastartujtese, 2020. Na s. 44 je představena společnost Decathlon a její specifická strategie, privátní značky atd. V popisu zákazníků na s. 37/38 je stavěno na subjektivním dojmu autorky? Následuje informace o metodice firmy ve sledované oblasti.

V marketingovém výzkumu na s. 40 se uvádí, že byly použity 3 základní metody, strukturovaný rozhovor, pozorování a osobní dotazování. Strukturovaný rozhovor nebyl veden osobně? V čem se tyto dvě metody



dotazování lišily, není zcela zřejmé. Dále je uvedeno, že dotazování (strukturované? scénář?) bylo zaměřeno na pracovníky, pozorování bylo zaměřené na chování zákazníků (záznamový arch atd.), zkušenosti zákazníků = "osobní dotazování zákazníků" + vyplnění tabulky. Realizace je shrnuta v tabulce 1 na s. 42, zde je odkázáno na přílohu A, přehled otázek. Konstrukt dotazování je popsán po poznámce na s. 44 dole, která propojuje obsah dotazování s uvedenou teorií. Validace položek?

Následuje popis souhrnu z rozhovorů se zaměstnanci podle oddělení obchodu. Strukturace výstupů je v tabulkách 4 - 6. Je uvedeno, že je to výstup výsledků pozorování zákazníků zaměstnanci (s. 55) na jednotlivých odděleních, ale spíše se jedná o sdělení jejich zkušenosti se zákazníky. Pozorování zákazníků autorkou je zřejmě velmi subjektivní, viz s. 55/56. Oceňuji, že autorka dále realizovala dotazování 100 zákazníků, přehled je v tabulce č. 7 a je zpracován ve smyslu hledání důležitých faktorů z pohledu zákazníka. Na základě šetření navrhuje autorka persony, škoda, že se nepodívala na internet na ukázky, viděla by, že popisy jsou strukturované, přehledné a ne v dlouhých odstavcích. Nakonec jsou prezentovaná navržená opatření.

Z hlediska průzkumu bylo vykonáno hodně práce, ale je patrné, že realizace marketingového výzkumu na bakalářské úrovni není jednoduchá a chybí určité odborné dotažení metod a prezentace dat.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké používáme varianty metody dotazování v marketingovém výzkumu?

Co obvykle děláme pro validitu a co pro zajištění reliability výzkumu či výzkumných nástrojů?

Proč jste nepoužila NPS?

V Plzni, dne 27. 5. 2020

Podpis hodnotitele