



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Lucie Šimková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Využití Mystery Shoppingu v podnikové praxi

**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik – firma:** Fakultaekonomická 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Cílem předložené práce je realizace Mystery Shoppingového u vybrané společnosti a její konkurenční společnosti na trhu a dále interpretace výsledků šetření spolu s návrhy na zlepšující opatření pro vybranou společnost. První kapitola tvoří vstup do problematiky marketingového výzkumu. Autorka zde používá pojem techniky pro kvantitativní a kvalitativní výzkum, což není přesné. Potom popisuje etapy výzkumu s využitím dostupných zdrojů a navazuje podrobněji popisem dotazování, pozorování a experimentem. Další kapitola se již věnuje mystery shoppingu, jeho využití v oblastech podnikání i varinátám této techniky. Upozorňuje i na etické zásady dle ESOMAR / SIMAR.

V kapitole č. 3 stručně popisuje zvolenou firmu a hned i fáze mystery shoppingu a jeho realizaci vzhledem k omezením v důsledku pandemie COVID-19 (u popisu nástroje by textu prospělo jeho strukturování). Následně poměrně podrobně popisuje jednotlivé kontrolní nákupy s výstupy hodnocení v tabulkách. Ne zcela souhlasím s tvrzením: "Všechny restaurace McDonald's je možné porovnat díky provedenému šetření a vyhotoveným zprávám z tajných nákupů." (s. 50) Těch kontrolních nákupů bylo celkově velmi málo, během týdne i dne si jistě obsluha střídá a přes jinak zřejmé naplňování pravidel franšízy, zde může docházet k dalším rozdílům. Navíc to dokladují i minimální bodové rozdíly z tabulky č. 11.

Kapitola č. 4 je zaměřena na průzkum touto technikou u konkurenční firmy. V úvodu se zde mluví o dotazníku s jednou položkou, nevím... Následuje popis firmy a potom podobně zdlohavý popis jednotlivých kontrolních nákupů s tabulkami bodového hodnocení. Dost nepřehledná prezentace výstupů. Srovnání společností je v kapitole č. 5 a zde opět vidíme nevhodné využívání procent u souboru s malou četností (dokonce na dvě desetinná místa). Studentka to korunuje i při používání bodů v podkapitole 5.2. Navrhované změny jsou drobné.

Kladem práce je příprava průzkumu zvolenou technikou, ale interpretace dat je dost zdlohavá a někdy i chybná či zkreslující. V literatuře chybí odkazy na ESOMAR či SIMAR a použitých zdrojů je celkově velmi málo. Z uvedených důvodů se přikláním k hodnocení dobře.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Jak máme správně interpretovat data, kde je celkově soubor s menším počtem četností odpovědí? Uveďte příklady k vašim datům.

V Plzni, dne 24. 5. 2021

Podpis hodnotitele