

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Lenka Stoklasová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Porovnání konkurenčních obchodů metodou mystery shoppingu

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik/organizace oponenta: KMO FEK ZČU

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 (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" 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 checked="" 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 checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Studentka se v předložené práci zabývá porovnáním vybraných sportovních obchodů metodou mystery shopping (dále jen MS). Cíl "vymezení komparace výsledků" je formulován značně kostrbatě. Cíl je navíc nesplnitelný, neboť na základě provedení MS ve 3! pobočkách logicky nemohou být formulována doporučení pro celé společnosti, ale pouze navštívené pobočky. Návrh různých doporučení navíc není dílčím cílem, ale cílem navazujícím na zjištěné výsledky. V první kapitole se studentka zabývá marketingem služeb, následuje marketingový výzkum (kap. 2). Obsahem kapitoly 3 je MS. V kapitole 4 jsou představeny podniky pro analýzu, v práci však není uvedeno, na základě čeho byly tyto podniky zvoleny. Není též jasné, jak byl sestaven záznamový arch pro MS, neboť studentka uvádí pouze vlastní zpracování. Není jasné, co znamená "neutrální postoj" v rámci likertovy škály. S tímto označením totiž škály nepracují. Maximální počet bodů, který může prodejna v rámci 10, resp. 20 návštěv získat, je 1150 a 2300, ne 1115 a 2230, jak autorka špatně uvádí. V rámci MS studentka reformuluje žádná očekávání, tvrzení, otázky... Očekával bych minimálně argument na téma důležitosti osobního prodeje a kvality služeb a následné provedení MS s cílem konfrontovat toto očekávání se skutečností. Zbytek kapitoly tvoří popis výsledků z provedených mystery návštěv. Na základě toho (a při vědomí návštěvy pouze 3 vybraných prodejen) následně autorka v kapitole 5 formuluje doporučení pro celé společnosti (a ne pouze pobočky,

pro které je to logické). Formulovaná doporučení jsou navíc založená čistě na spekulacích, např. "dá se předpokládat". Návrh doporučení na zlepšení motivace zaměstnanců společnosti Sportisimo není reálný. Navíc mnoho z toho, co studentka píše, již zaměstnanci k dispozici mají (namátkou sleva na produkty, porady včetně vytyčených cílů se pořádají pravidelně apod.). Studentka si alespoň mohla zjistit, co zaměstnanci v rámci svého pracovního poměru získávají. To samé platí pro meetingy a cíle, každý řadový zaměstnanec by tyto informace dokázal poskytnout. Jedná se tedy opět o nerelevantní a nepodložený návrh. Zbytek návrhů pro společnost Sportisimo naopak logický je. Analogicky hodnotím doporučení i ve zbylých dvou prodejnách - vždy platí to, že co studentka zjistila na základě MS (čistota, přehlednost, vystavení artiklů apod.) představuje logické návrhy, ostatní doporučení jsou pouze spekulace. Značně rušivě působí autorčino psaní v 1. os. mn. č. Citace jsou dle APA v textu špatně řazeny (např. str. 11, 12, 13 atd.). Formát popisků obrázků je chybný. Práce je plná subjektivních soudů, které úroveň práce snižují.

Práci hodnotím vzhledem k výše uvedenému jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Na základě čeho byly vybrány podniky v práci?

Na základě čeho byl sestaven arch pro MS?

Skutečně můžete doporučení formulovat souhrně vždy pro celou společnost?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele