

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Mystery shopping ve společnosti Baťa
Jméno autora:	Klára Havelková
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Libor Cupal
Pracoviště oponenta práce:	MUVS, Oddělení manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Mystery Shopping obecně může patřit mezi průměrně náročné oblasti, ale i oblasti poměrně náročnější. Záleží na skutečnosti, jak je tento sběr dat provázán s vyhodnocením a návrhem dalšího postupu ve firmě. Podle zadání bakalářské práce je „hlavním cílem práce využít metodu Mystery Shopping jako jednu z metod marketingového výzkumu a aplikovat ji ve společnosti Baťa. Dílčím cílem bude analýza, zhodnocení a porovnání, zda prodej na pobočkách probíhá dle firemních norem.“	

Splnění zadání	splněno s menšími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Považuji za splněné s menšími výhradami, jelikož v anotacích a úvodu práce je uvedeno „cílem bakalářské práce je seznámit čtenáře s technikou Mystery Shopping, která je součástí marketingového výzkumu“, doplněno v úvodu práce o další upřesnění „cílem práce je odhalit nedostatky za pomoci fiktivního nákupu při poskytování služeb na třech pobočkách firmy Baťa v České republice“ a včetně další mírné změny v konkretizaci cíle v závěru práce. Cíl je i tak zřejmý, v souladu se zadáním a nepovažuji to za odchylku.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Vhodné a standardní použití metody Mystery Shopping k získání podkladů k další analýze.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odpovídající využití znalostí získaných studiem i teoretickou přípravou této závěrečné práce.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Práce s dostatečným počtem zdrojů včetně zahraničních. Drobné nepřesnosti při zápisu odkazů v textu práce.	

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Cílem této bakalářské práce, jak již bylo uvedeno výše, je využít metodu Mystery Shopping jako jednu z metod marketingového výzkumu a aplikovat ji ve společnosti Baťa. Dílčím cílem bude analýza, zhodnocení a porovnání, zda prodej na pobočkách probíhá dle firemních norem. Vymezený cíl práce považuji za splněný.

V praktické části je využito techniky Mystery Shopping a její aplikace v praxi při výzkumu na 3 pobočkách firmy Baťa v České republice. Přípravu výzkumu i samotné provedení považuji za standardní, ale dobře autorkou provedené a kvalitně popsané.

Autorka standardní výzkum doplnila doporučením pro zlepšení, a jak sama dodává, samostatný výzkum ještě nezajišťuje zlepšení zákaznického servisu, důležité je podat zaměstnancům zpětnou vazbu. Proto bych předpokládal informaci o tom, jak tuto zpětnou vazbu předkládá svým zaměstnancům přímo firma Baťa. S touto informací by pak bylo ideálně možné doplnit závěry autorky ještě o návrhy na zlepšení formy nebo způsoby podání této zpětné vazby.

Otázky k diskuzi:

1. Budou závěry tohoto výzkumu sloužit k dalšímu využití i přímo firma Baťa nebo byl výzkum proveden jen účelově pro demonstraci využití metody Mystery Shopping?
2. Jakým způsobem vnímají periodické provádění Mystery Shoppingu sami zaměstnanci prodejen firmy Baťa? Je tedy vnímám jako motivační prvek, který má v lidech evokovat chuť k lepšímu výkonu, jak uvádíte v úvodu kapitoly 4.2 bez negativních dopadů do hodnocení zaměstnance?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 5.6.2017

Podpis: