

Mystery shopping v personální agentuře

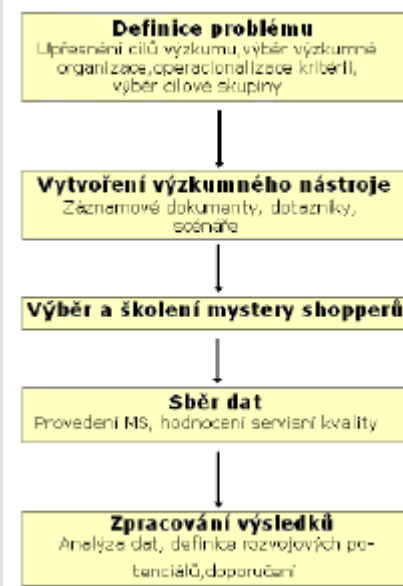
Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá metodou zvanou mystery shopping v souvislosti s hodnocením pracovníků v personální agentuře. V teoretické části shrnuje dosavadní poznatky o dané metodě, dále se zabývá podobami hodnocení zaměstnanců a základními pojmy týkající se agenturního zaměstnávání. V praktické části jsou vyhodnoceny výsledky provedeného mystery shoppingu a analyzován systém hodnocení zaměstnanců v personální agentuře.



Zdroj: Shutterstock, 2017

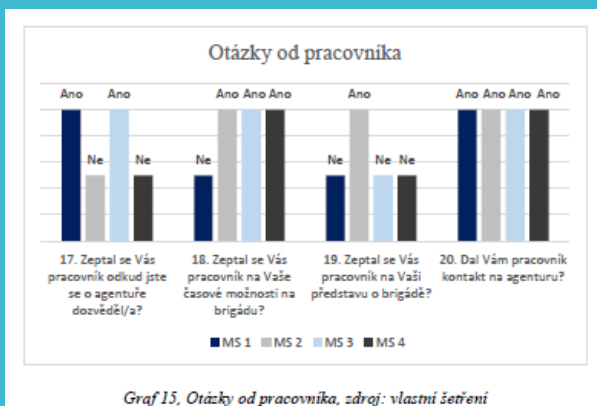
Proces MS



Fáze mystery shoppingu, zdroj: Wagnerova (2011, s.74)



Zdroj: phemployees.com, 2017



Graf 15, Otázky od pracovníka, zdroj: vlastní šetření



Graf 7, Dojem z pracovníka, zdroj: vlastní šetření

Hlavním cílem této práce bylo zavedení metody mystery shopping v konkrétním podniku, respektive personální agentuře, zjištění kvality nabízených služeb a přístupu personálu. Práce se také zabývá možností využít výstupy z šetření výše zmiňovanou metodou pro hodnocení zaměstnanců.

V teoretické části této práce bylo okrajově nahlédnuto na disciplínu hodnocení zaměstnanců, včetně cílů a metod hodnocení, dále byla popsána samotná podstata metody mystery shopping, její historie, formy, etika a fáze realizace.

Poslední část teoretické práce se zabývala základními pojmy týkající se agenturního zaměstnávání a jeho historickým kontextem.

V praktické části byly navrženy 2 scénáře, podle kterých bylo provedeno vlastní šetření pomocí zmiňované metody v personální agentuře cílící na pracovníky na přepážkách. Jeden výzkum probíhal pomocí telefonního hovoru, druhý osobně v kanceláři agentury.

Otázky	Ot. 4	Ot. 5	Ot. 6	Ot. 7	Ot. 8	Ot. 9	Ot. 10	Ot. 11	Ot. 12	Ot. 13	Ot. 14	Ot. 15	Celkem	V procentech %
MS 1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0,5	1	1	7,5	62,50%
MS 2	1	0	1	0,5	1	1	0	1	0,5	0,5	1	1	8,5	71%
MS 3	1	0,5	1	1	1	1	0	1	1	0,5	0,5	1	9,5	79%
MS 4	1	1	1	1	1	1	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	10	83%

Tabulka 2, zhodnocení mystery calling, zdroj: vlastní šetření

	MS1	MS 2	MS 3	MS 4
Body z první části 1-10 (neovlivnitelné pracovníkem)	8	6,25	7,25	7,75
Body z první části 1-10 (neovlivnitelné pracovníkem) v %	80%	63%	73%	78%
Body z druhé části 11-25 (ovlivnitelné pracovníkem)	12,75	12,25	11,75	11,25
Body z první části 11-25 (ovlivnitelné pracovníkem) v %	85%	82%	78%	75%
Body celkem	20,75	18,5	19	19
Body celkem v %	83%	74%	76%	76%

Tabulka 6, Součet bodů mystery visit zdroj: vlastní šetření