

# POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Typ posudku: *oponentský*

Autor/ka práce: Tereza Svobodová

Název práce: : Dodržování standardů zákaznického servisu v prodeji

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Jiří Remr, PhD., MBA

Oponentka: Mgr. Jarmila Pilecká

Navržené hodnocení: Výborně

**Zdůvodnění Vašeho hodnocení práce (zejména výhrad a kritických připomínek) rozepište podle níže uvedených kritérií.**

**1. Je cíl práce (výzkumná otázka) jasně formulován a odpovídají mu závěry? Je práce vhodně strukturována?**

Jako hlavní cíl práce si autorka klade zjištění, zda jsou na prodejnách s lepším zákaznickým servisem i lepší prodejní ukazatele. Stanovuje si k tomuto cíli několik hlavních a vedlejších hypotéz, vztažených především právě ke zmíněným ukazatelům. Cíl je jasně formulován a práce má přehlednou strukturu, která odpovídá celému záměru práce. Téma otevírá teoretickou částí, kde se věnuje postkapitalistickému přístupu ve vztahu zákazník a prodejce, věnuje pozornost budování důvěry mezi zákazníkem a subjektem nabízejícím daný produkt skrze prodejní asistenty. Tato základna je s analytickou částí propojena popisem norem a předpisů prodeje konkrétní společnosti.

**2. Opírá se autor/ka o dostatek literatury relevantní tématu práce? Využívá i cizojazyčné texty?**

Autorka se v textu opírá nejen o klasické texty z oblasti sociologie a obchodu, ale i o materiály přímo spojené s normami a předpisy společnosti z případové studie. Kapitola o těchto normách zároveň vytváří velmi efektivní přemostění mezi teoretickou a analytickou částí. Součástí literatury jsou jak texty české, tak i zahraniční.

**3. Jaká je kvalita použitých dat nebo zdrojů (včetně jejich výběru, sběru a popisu) a metod jejich analýzy?**

Autorka ve své bakalářské práci volí jako výzkumnou metodu Mystery shopping (MS). Na tomto místě vidím jako důležité vyzdvihnout, že autorka je s touto metodou dobře obeznámena, v práci si vymezuje propracovaný scénář a výsledky MS na prodejnách zaznamenává do archů, které jsou přehledně strukturované a koncipované tak, aby obsáhly vytyčené hypotézy. Oceňuji, že si navrhla celý výzkum od počátku až do konce a sama jej zároveň i realizovala. Prodejny jsou vybrány logicky (úsudkem) a zároveň s ohledem na jejich polohu (centrum vs periferie).

Autorka v analytické části využívá základních, ale i pokročilejších statistických analýz (konkrétně lineární regresní analýzu), což hodnotím také kladně a jako nadstandardní. Analýzy se zároveň nesoustředí pouze na popis výsledků MS, tyto výsledky jsou propojeny i se statistikami vybraných prodejen o obratech atp.

**4. Jaká je kvalita argumentů, o něž autor/ka opírá závěry, k nimž dospěl/a?**

Autorka opírá své závěry o konfrontaci výsledků z MS výzkumu se statistikami o jednotlivých

prodejních (jako jsou konverze, podíl zaregistrovaných do zákaznického klubu, kusy zboží na účtenkách, atp.). Tímto dokládá, že komunikace se zákazníkem a budování jeho důvěry jsou klíčovými momenty při úspěšném managementu prodeje. Argumenty pro přijetí či zamítnutí stanovených hypotéz jsou jasně vymezené a doložené.

#### **5. Jsou v práci autora/autorčina tvrzení a zjištění jasně odlišena od tvrzení a zjištění převzatých?**

Autorka jasně odděluje svá tvrzení a argumenty od závěrů z přejetých studií a nastudovaných textů.

#### **6. Jaká je úroveň odkazového aparátu, jazyka a dalších formálních náležitostí?**

Autora vhodně užívá citací a veškeré obrázky, grafy a tabulky obsahují potřebnou informaci o zdroji. Autorce bych spíše než vytknout chtěla poradit do budoucna takovou opravdu drobnost – v textu je občas (ne vždy) užíváno pro odkazování na jiné oddíly či pasáže „výše/níže“ (např. na straně 43). Je vždycky lepší zmínit třeba konkrétní stranu a kapitolu.

#### **8. Náměty na diskuzi při obhajobě práce.**

V práci posuzujete prodejnu jako celek a asistentky jako tým - myslíte si, že kdyby bylo zohledněno i to, kolik asistentek se zákazníci MS věnovalo, mohlo by to mít vliv na výsledky?

Budete nebo jste již konzultovala výsledky Vašeho výzkumu se společnostmi případové studie?

Ve své práci volíte prodejny nabízející zboží pro ženy, setkala jste se v literatuře třeba se závěry, které ukazovaly rozdíly v nákupním chování a tedy i poptávce na prodejní komunikaci oproti mužům? Nebo třeba jiným charakteristikám nakupujícího jako je věk, vzdělání, atp.?

**Celkové hodnocení práce:** Práci hodnotím jako dobře propracovanou, v některých oblastech překračující základní požadavky kladené na bakalářskou práci. Navrhuji hodnocení výborně.

Datum: 4. 6. 2017

Podpis: Mgr. Jarmila Pilecká