

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Bc. Eliška Fidlerová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Mystery Shopping v oblasti pojišťovnictví

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická, ZČU v Plzni

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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 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 checked="" 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 diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíl práce: Cílem diplomové práce je posouzení kvality pojišťovacích služeb pomocí metody Mystery Shopping, je na s. 6. Je velmi obecný a otázkou je zda MS je metodou? Z čeho se MS skládá?

Autorka začíná "od lesa", je asi obtížné definovat finanční služby na necelé stránce, ale není to pro účel této DP dostačující. Následně o pojišťovnictví, pár odstavců a jeden zdroj, velmi úsporný vstup do odvětví DP, viz dále pojištění jako produkt. Druhá kapitola od s. 10 je věnovaná zejména seskupování zákazníků podle životního cyklu, což je pro téma relevantní (bylo to využito ve výzkumu?). Důležité je i pojednání o věrném zákazníkovi, ale asi měla být větší pozornost věnovaná spokojenosti zákazníků a to ve vztahu k vlastnímu výzkumu, ne?

V kapitole č. 3 od s. 18 se autorka věnuje tématu Faktory ovlivňující výběr služeb. Zaměřuje se zejména na cenu a potom na zákaznický servis. Následná kapitola je věnovaná MS. Trochu mne zde překvapilo, že přes vhodný popis zde není odkaz na SIMAR (je zmíněn až na s. 42) a standard pro MS od ESOMAR? Bohatě členění forem je dle uvedené literatury. Škoda, že klíčová tabulka na s. 36 k obsahu hodnocení je jen opsáním jednoho zdroje, kde je hlubší práce s relevantními zdroji?

Obr. 3 na s. 39, zdroj - o jaký výzkum se jedná? Podobně tabulka č. 2 na s. 43, o jaké šetření se jedná? Od s. 52 jsou deskriptivní data k tomuto rozsáhlému šetření, jsou zde i kvalitativní vsuvky? Výstupem jsou

zejména data jako relativní četnosti položek a jejich porovnání. Druhé třídění je jen pro H2 a genderový pohled, nevím. Pokud bylo skutečně realizováno tak velké šetření a máme z toho tyto výstupy, tak je to dle mého názoru spíše ztracená příležitost. Ano, pro firmu to vyznívá dobře, a dalo se to u této firmy očekávat, ale jinak jsme se moc nedozvěděli. Souhlasím s tvrzením autorky (s. 64): "Dobře připravený a analyzovaný výzkum může být cenným zdrojem informací poskytujících managementu pokyny ve vztahu k budování identity, vytváření standardů služeb a chování." Ale to v této DP není.

Vzor dotazníku je v příloze, ale není zde itinerář pro mystery shoppery, nevíme jak vystupovali, jak se chovali..., viz i segmentace zákazníků apod.

Vzhledem k výše uvedeným poznatkům se jako oponent kloním spíše k hodnocení dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Objasněte, jaký je rozdíl mezi kvantitativním výzkumem a "internetovým výzkumem" a individuálními či skupinovými rozhovory.

Další z úvodu: V časech, kdy vzniká velké množství nových podniků a produktů hledají zákazníci determinanty, které jim pomohou se správně rozhodnout. Hledají determinanty?

S. 35, tato metoda (je) univerzální, což je jedna z jejích největších výhod = objasněte, co tím myslíte?

Co je to loajalita zákazníků? Jak ji můžeme hodnotit?

Vlastní šetření, s. 50, v 90 provozovnách téměř 1 500 MS? Není informace o spolupráci (?) s firmou? Mystery shopper je zde nazýván auditorem, nevím.

Jak jinak by bylo potřebné sestavit kontrolní nástroj - dotazník, aby bylo možné podrobněji kvantitativně vyhodnotit výstupy? Zjistili jste vaším výstupem loajalitu zákazníků?

V Plzni, dne 24. 8. 2023

Podpis hodnotitele