

Oponentský posudek diplomové práce
Magisterský program RS UK FHS v Praze

Název práce: Marketing v porodnictví

Jméno studentky: Markéta Taberyová

Katedra: Katedra řízení a supervize v sociálních a zdravotnických organizacích

Vedoucí práce: PhDr. Michal Růžička, Ph.D.

Posudek vypracoval: Ing. Marek Šedivý

Datum: 4. 9. 2018

Diplomová práce splňuje formální náležitosti.

V textu jsou uváděny různé formy citace zdrojů, pro příště bych doporučil používat jednu formu citace.

Největší slabinou diplomové práce je podle mého názoru definice cílů a výzkumných otázek. Hlavní cíl studentka definovala jako zjištění, jaká je současná podoba marketingu v porodnictví z pohledu klientky. Hlavní cíl práce je definován příliš obecně, podobně je tomu u výzkumných otázek. Nebyly stanoveny žádné hypotézy, které by studentka výzkumem ověřila. Závěry práce pak zcela nekorespondují s odpovědí na výzkumné otázky. Při prostudování diplomové práce jsem nabyl dojmu, že studentka přecenila svoje síly a stanovila si příliš ambiciózní cíle.

Několikrát studentka v práci zmiňuje její objektivní přístup, přičemž na straně č. 8 popisuje to, že je prakticky jednou z klientek, se kterými ve výzkumu pracovala. Podle mého názoru má autorka k tématu diplomové práce úzký až emocionální vztah, čímž může být narušena objektivita jejího přístupu.

V celé diplomové práci postrádám použití grafických prvků (grafy, tabulky, obrázky) pro jednodušší pochopení výsledků kvalitativního výzkumu.

Podle mého názoru autorka v teoretické části používá příliš mnoho vlastních tvrzení, která nejsou dostatečně oddělena od citací. Navíc v teoretické části uvádí výsledky výzkumu z části praktické a narušuje tak doporučenou strukturu práce.

Konkrétně jde např. o stranu č. 9, kde hodnotí názvy používané pro rodičky z vlastního pohledu.

Na straně č. 10, řádky 12-22, není podle mého názoru jasné, zda se jedná o vlastní tvrzení nebo jde o citaci.

Na stranách č. 12 a 13 jsou nahodile a podle výsledku výzkumu definovány tři právní předpisy v porodnictví. Doporučil bych uvést širší výčet právních předpisů a pak se zaměřit na rozpracování několika z nich.

Na straně č. 15 popisuje autorka právní předpisy vztahující se k práci porodních asistentek. Při studiu diplomové práce mě na tomto místě napadla otázka, jakou souvislost má popisované téma s marketingem nemocnice?

Na straně č. 16 je uveden výčet nemocnic zařazených do výzkumu. Tato část podle mého názoru nepatří do části teoretické, ale do části praktické, kde by mohla data být zpracována grafickou formou.

Na straně č. 25 uvádí autorka vlastní schéma marketingu, na straně č. 26 vlastní názor na zaměření marketingu porodnic v nemocnicích.

Na straně č. 26 autorka uvedla pouze jeden z více cílů marketingu ve zdravotnictví (počet klientů). Chybí výčet cílů dalších cílů marketingu ve zdravotnictví.

Jako příklad nejasné citace či vlastního tvrzení uvádím text na straně č. 27: Mnozí klienti nejsou ochotni se svým zdravím (v našem případě i se zdravím svého dítěte) nijak experimentovat, a proto se spoléhají na jistotu a bezpečí, které v nich vzbuzují některá lékařská zařízení či služby (např. velké nemocnice, přítomnost jednotky intenzivní péče pro novorozence v rámci porodnice, renomovaný lékař atd.).

Vlastní názory jsou pak uváděny na stranách č. 29 a 32.

Praktická část obsahuje definici cílů a výzkumných otázek, které jsou podle mého názoru definovány příliš obecně. Je popsána metodika.

Zpracování výsledků dotazníku a rozhovorů považuji za příliš popisné a v závěru práce postrádám výsledné shrnutí ve vztahu k výzkumným otázkám.

Doporučené otázky a okruhy k obhajobě:

Proč autorka zvolila marketingový mix 4C a nezvolila marketingový mix 8P?

Popište význam positioningu v řízení nemocnic s porodnicí?

Jaký vidíte význam public relations v oblasti porodnictví?

Proč autorka nevyřadila ze zkoumaného vzorku nemocnici, která neposkytla autorce diplomové práce potřebné informace a data?

Přes uvedené nedostatky doporučuji práci k obhajobě a navrhuji stupeň klasifikace **dobře**.

Ing. Marek Šedivý