

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomantky: Bc. Lucia Špániková

Název práce: Typologie zákazníků společnosti Jdu běhat s.r.o

Cíl práce: Navrhnout typologii zákazníků společnosti Jdu běhat

Celková náročnost tématu na zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře
Úprava práce, pravopis	Nevyhovující
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Předkládaná diplomová práce navazuje na bakalářskou práci, kde se studentka zabývala typologií návštěvníků házenkářského klubu. Nyní byla pozornost věnována běžeckým disciplínám a to pouze u ženské populace.

V Úvodu práce diplomantka poměrně pregnantně popisuje aktuálnost a potřebu zabývat se tímto tématem. Souhlasím s tvrzením, že znalost cílové skupiny zákazníků (v tomto případě zákazníků) je základním předpokladem úspěšné marketingové strategie.

Teoretická část je po obsahové stránce zpracována pečlivě. Je psaná v závislosti na cíli práce a dostatečným způsobem charakterizuje, co je obsahem analytické i syntetické části práce. Text dle mého názoru obsahuje zásadní body současného teoretického poznání, které se váže k zadání práce. Ne všechny prezentované údaje jsou řádně citovány, některé jsou i zavádějící. Obě tyto připomínky lze demonstrovat na větě na straně 34 „Za 5 let „zvedlo Jdu běhat z gauče“ už 3000 žen, aby si šli každý týden zaběhat“. Jdu běhat s.r.o velmi pravděpodobně nedonutilo všech 3000 začít běhat. Ostatně i výsledky samotné autorky prokázaly, že většina žen běhala i před začátkem tohoto kurzu. Nutno navíc podotknout, že citovaná věta není ani pravopisně správně a není to bohužel jediný příklad neshody podmětu s přísudkem v teoretické části. Z formálního hlediska lze vytknout také zbytečně velké mezery mezi jednotlivými odstavci. Není také potřeba, aby každá podkapitola začala na nové straně.

Metodická část práce je po obsahové stránce zpracována kvalitně a poskytuje všechny důležité informace o postupu k dosažení stanoveného cíle. Po formální stránce se opakují chyby z části teoretické. Do očí bijí zejména nezvykle velké odstavce (doporučená velikost je 6) a pravopisné chyby typu „kategorie byli“, „otázky mohli“, „otázky měli“ apod. Úpravu práce kazí také odlišná barva písma u některých odstavců. Vytváří to dojem, jako kdyby tyto pasáže byly do práce kopírovány odjinud. Totéž se děje i v Seznamu literatury.

Obsahem Výsledkové části je zejména prezentace výsledků dotazování. Zde se i po obsahové stránce diplomantka dopouští několika poměrně zásadních chyb. Tou největší je, že většina prezentovaných grafů není vůbec komentována, nebo na úroveň diplomové práce zcela nedostatečně. Když už diplomantka graf komentuje, tak opakovaně chybně. Příkladem může být graf 5, který prezentuje nejvyšší dosažené vzdělání respondentek. Výsledky prezentované v grafu nekorespondují s komentářem diplomantky, která uvádí, že „až třetina respondentek má dokončené vysokoškolské vzdělání min. na úrovni bakalářského diplomu“. Graf totiž vytváří dojem, že až 74% respondentek (sic!) má dosaženo minimálně tohoto vzdělání. Kromě pravopisných chyb (např. „408 respondentek, které vyplnili“) se v této kapitole diplomantka dopouští také řady překlepů („před několik lety“, „proto je i zde věkové rozložení respondentek je tak široké“, „is afinitou“) a to i v názvu grafu („Obrázek 2 Motivy běžkyň k přihlášení se kurz“). Spisovná čeština také nerozděluje slova typu „několika násobně“ či „volno časových“.

Obsahem syntetické části je návrh tří hlavních segmentů vycházející z analýzy hlavních komponent. Samotná analýza v podobě tabulek prezentovaných na stranách 53 je opět nekomentovaná a není lehké se v ní orientovat (viz 1. otázka k obhajobě). Očekával bych také, že po tom, co bude navržena tato jednoduchá segmentace v podobě tří typů zákaznic běžeckých závodů, bude alespoň ve stručné podobě naznačeno, jaký způsob marketingové kampaně by pro jednotlivé navržené typy mohly být organizací Jdu běhat s.r.o využity, popřípadě, co by mohlo být jejich hlavním sdělením (viz 2. otázka k obhajobě). Bohužel ani v této kapitole se diplomantka nevyvarovala pravopisným chybám, opět nejčastěji v podobě neshody podmětu s přísudkem („Respondentky prostřednictvím otevřené odpovědi vyjádřili...“, „...běžkyň si stanovili...“, „Některé respondentky se v dotaznících vyjadřovali...“, „...počet žen, které se běhání věnovali...“ apod.)

V práci chybí kapitola Diskuse, kde by výsledky dosažené diplomantkou byly konfrontovány se současným stavem řešené problematiky. Je to škoda zejména proto, že se diplomantka nechala inspirovat dříve publikovanou studií od autorů Rohma, Milneho a McDonalda (2006) a ve své teoretické části provedla poměrně kvalitní rešerši dalších obdobných studií. S žádnou však své výsledky nijak nekonfrontuje.

Závěr práce je stručný, přesto odpovídá požadavkům kladeným na autory závěrečných prací.

Celkově práci hodnotím jako rozporuplnou. Teoretická část snese přísná měřítka a i přes některé formální nedostatky ji hodnotím jako velmi dobrou. Výsledková část je však z mého pohledu povrchní a sráží celkové hodnocení práce. Interpretace výsledků dotazování je nedostatečná, chybí jakákoliv doporučení týkající se jednotlivých typů zákaznic a chybí také jakákoliv konfrontace výsledků s teoretickými východisky. Hodnocení práce logicky sráží také velké množství pravopisných chyb.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete prosím alespoň stručně komentovat a interpretovat hodnoty v tabulkách 3 a 4?
2. V úvodu práce popisujete potřebu segmentace pro tvorbu marketingových kampaní zacílených na jednotlivé typy zákazníků. Jak konkrétně byste doporučila marketingově cílit na „trendačky“?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: dobře

V Praze dne 11. 9. 2017

.....
PhDr. Jan Šíma, Ph.D.