

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Markéta Pecinová

Název práce: Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků FITcentra Chrudim

Cíl práce: poskytnout relevantní informace o spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami FITcentra Chrudim.

Jméno oponenta: Mgr. Josef Voráček

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn v dostatečném rozsahu.
- Logická stavba práce – zde se vyskytují nedostatky v absenci teoretické kapitoly o metodách výzkumu spokojenosti zákazníka a dále pak návrhy na zlepšení by měly být nejlépe v samostatné kapitole.
- Práce s literaturou – autorka využívá celkem 29 zdrojů, z toho 5 zahraničních, čímž s jistotou splňuje požadavky na tuto práci. Volba zdrojů a práce s nimi je v teoretické části práce v pořádku.
- Adekvátnost použitých metod – navržený dotazník nereflektuje marketingovou teorii o spokojenosti zákazníka, která říká, že spokojenost vyplývá z rozdílu mezi očekáváním zákazníka a samotným vnímáním úrovně určitého aspektu produktu (poskytnutí služby, vlastnosti hmotného produktu). Dotazník však měří spokojenost, neměří však očekávání zákazníků ani jejich vnímání poskytnuté služby. V tomto spatřuji výrazný nedostatek práce.
- Hloubka tematické analýzy – v práci chybí hlubší teorie o spokojenosti zákazníka a metodách jejího měření. Zpracování výsledků výzkumu je však velmi podrobné, autorka zde jako jedna z mála používá další statistické metody jako je korelace a regrese. Bohužel tyto statistické metody používá u skutečností, které nemají moc společného s měřením spokojenosti zákazníka.
- Úprava práce – v tomto ohledu je práce v pořádku, autorka se vyvarovala pravopisných chyb či překlepů, vhodně doplnila výsledky grafy a tabulkami.
- Stylistická úroveň – stylistiku psaného textu vidím v této práci jako bezproblémovou.

Připomínky:

V teoretické části práci chybí alespoň stručná krátká kapitola o různých standardizovaných či používaných metodách výzkumu spokojenosti zákazníka.

V metodologii chybí podrobnější postup návrhu použitého dotazníku – chybí zde seznam informací, které má dotazník přinést, popř. operacionalizace cíle výzkumu, velikost vzorku, ověření či zajištění obsahové validity. U rozhovoru pak chybí scénář provedení rozhovoru.

Doporučení a návrhy na zlepšení vyplývající z provedení výzkumu je vhodnější podrobněji zpracovat do samostatné kapitoly.

Otázky k obhajobě:

1. Byl dotazník podroben nějakému ověření obsahové validity?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 14.5.2012

.....
Mgr. Josef Voráček