

# POSUDEK VEDOUcíHO 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

## **Celková náročnost práce:**

Podprůměrné

**Průměrné**

Nadprůměrné

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Samostatnost při zpracování tématu	velmi dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	výborně
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

průměrná

**nadprůměrná**

## **Hodnocení**

Práce je po obsahové i formální stránce zpracována kvalitně. Obsahuje celkem 71 stran (bez příloh), přičemž autorka čerpala z celkem 29 zdrojů, z toho 4 zahraničních.

Cíl, který si vytyčila (nikoliv v abstraktu) se jí podařilo naplnit.

Určité nedostatky spatřuji v logické stavbě práce. Ve výsledkové části autorka věnuje zbytečně velký prostor (6 stran!) otázce č. 11, kde měli respondenti uvést, kolik jsou ochotni zaplatit za individuální cvičení s osobním přístupem lektora u konkrétních služeb. Zarážející je to i s ohledem na skutečnost, že tato otázka spokojenost zákazníka neměří.

Také formulaci některých vět si studentka dobře nepromyslela. Např. v abstraktu práce uvádí, že „cílem práce bylo zjistit spokojenost zákazníků s produkty v závislosti na jejich prvotním očekávání“, přestože „prvotní očekávání“ zákazníků svým dotazníkovým šetřením nijak nezkoumá. Hodnocení stupně splnění cíle však nehodnotím s ohledem na tento cíl uvedený v abstraktu, nýbrž ten, který autorka uvádí v samotné práci.

Podobně zavádějící jsou i jiné autorčiny formulace – viz Připomínky.

## **Připomínky**

Autorka v práci uvádí, že „Dle registrace permanentek bylo zjištěno, že FITcentrum Chrudim navštěvuje 678 zákazníků, to je přibližně 80% všech zákazníků. Odhaduje se, že dalších 20% klientů je nestálých a využívá možnosti zakoupení jednorázového vstupu. Celkově sem dochází 60% žen a 40% mužů.“

Pominu-li skutečnost, že také poměr mužů a žen může být jen odhadem (20% zákazníků není registrováno), nelze neregistrované zákazníky považovat za „nestálé“. Není vyloučeno, že i ti navštěvují FITcentrum pravidelně, možná častěji, než registrovaní zákazníci.

**Otázky k obhajobě:**

1. V práci uvádíte, že do FITcentra Chrudim dochází 60% žen a 40% mužů. Vzorek respondentů je však přibližně opačný. Čím si vysvětlujete tuto skutečnost? Nemohla tato skutečnost ovlivnit spolehlivost dosažených výsledků?
2. Předložila jste Vaše doporučení vedení FITcentra? Jak na ně reagovalo?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

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

V Praze dne 12. května

.....  
Mgr. Jan Šíma