

## Hodnocení vedoucího diplomové práce

**Název diplomové práce: Marketing obezitologických služeb**

**Autorka práce: Bc. Soňa Brskovská**

Žijeme v době, kdy je obezita považována ve vyspělém světě za epidemii. Zároveň však žijeme v době, kdy je obézní jedinec vnímán jako adresát pečlivě připravených a přesně zacílených marketingových aktivit. Vysoce odborná obezitologická zařízení nemohou stát stranou tržního boje, i kdyby v léčbě obezity dosahovala těch nejlepších výsledků. Bez promyšleného marketingu se jim totiž může docela snadno přihodit, že jejich potenciální klienti budou při řešení svých problémů vyhledávat jejich konkurenty. Nikoliv proto, že by dosahovaly lepších výsledků léčby, ale proto, že jsou schopny zákazníka lépe oslovit a nabídnout mu své produkty nebo služby. Z tohoto důvodu považuji téma diplomové práce za vysoce aktuální a přínosné.

Autorka diplomové práce, Bc. Soňa Brskovská, se rozhodla pro tradiční členění textu. V teoretické části se věnuje dvěma odborným tématům - marketingu a obezitě. V případě marketingu tento obor nejdříve definuje, aby se následně věnovala stručnému historickému exkurzu a pokračovala specifikací jednotlivých marketingových fází a nástrojů. Mezi marketingovými procesy věnuje zvláštní pozornost řízení informací v marketingu a marketingovým výzkumům. Samostatnou podkapitolu diplomantka věnuje marketingu zdravotnických služeb.

I kapitola zaměřená na obezitu má systematicky vystavenou strukturu. Autorka v ní postupuje od definování základních pojmů, přes zmapování historického vývoje až po popis výskytu obezity jak ve světě, tak v ČR. Nechybí odhalení příčin obezity, popis způsobů diagnostiky a základní typologie. V ní se věnuje světově ne dopsud zcela popsanému typu gynoidní obezity. Závěrečné podkapitoly tohoto tematického celku jsou zaměřeny na představení preventivních programů, ekonomických důsledků obezity a úspěchů v boji s obezitou. Rozsah práce s odbornou literaturou si troufám hodnotit jen v případě marketingu. Z rozboru seznamu literatury vyplývá, že autorka pracovala s dostatečným množstvím relevantních odborných publikací. Škoda jen, že se jí ne vždy dařilo dodržet jejich abecední řazení.

V praktické části jsou prezentovány výsledky kvantitativního výzkumu provedeného dvěma dotazníkovými šetřeními - prvním mezi praktickými lékaři pro dospělé z Prahy a Středočeského kraje a druhým realizovaným mezi klienty obezitologie Centra preventivní medicíny, ve kterém diplomantka také pracuje. Kvantitativní výzkum doplňuje analýza dat pořízených se souhlasem respondentů dotazníkového šetření z dokumentace Centra preventivní medicíny. Výsledky dotazníkových šetření odhalují zajímavý paradox – zatímco lékaři jsou věří, že dokážou obezitu včas diagnostikovat a poskytnout pacientům úspěšný způsob léčby, pacienti jsou přesvědčeni o pravém opaku. Drobnou komplikací tvoří skutečnost, že dotazovaní pacienti nebyli pacienti dotazovaných praktických lékařů pro dospělé, ale obě skupiny respondentů pocházely z téhož kraje. Zajímavá je identifikace potřeb praktických lékařů a míry jejich uspokojení (str. 105 – 109). V této části diplomantka odhaluje sedm známých, ale nedostatečně

uspokojených potřeb a tři neznámé nedostatečně uspokojené potřeby praktických lékařů. Na základě identifikovaných potřeb pak autorka diplomové práce navrhuje sadu služeb, které by praktickým lékařům a pacientům mohlo nabízet Centrum preventivní medicíny. Praktický přínos provedených výzkumů tak patří mezi silné stránky diplomové práce.

K diplomové práci nemám zásadní připomínky. Oceňuji na ní především její využitelnost pro rozvoj poskytovaných služeb Centra preventivní medicíny. Drobné pochybnosti chovám vůči reálnému zájmu o nabízené služby ze strany praktických lékařů. Zvolená metoda sběru dat, totiž mohla dosažené výsledky lehce zkreslit.

V případě Bc. Soni Brskovské oceňuji její zájem o zvolené téma i snahu zpracovat jej maximálně kvalitně.

**Otázka k obhajobě diplomové práce:**

- a) V diplomové práci nenavrhuje zvláštní opatření v oblasti marketingu značky Centra preventivní medicíny ani změny marketingu dosavadních služeb. Zvažovala jste při posilování spolupráce mezi Centrem a praktickými lékaři i jiné než odborné formy spolupráce. Pokud ano, k jakým závěrům jste ve svých analýzách došla?

Závěrem tohoto hodnocení prohlašuji, že diplomová práce, Marketing obezitologických služeb, splňuje nezbytné požadavky a klasifikuji ji stupněm výborně.

V Praze 7. února 2012

Hodnocení zpracoval: Mgr. Petr Vrzáček