

Posudek diplomové práce

Magisterský program RS UK FHS v Praze

Název práce:

Marketingový plán rozvoje pečovatelské služby Doksy

Jméno studenta:

Bc. Ilona Jakoubková

Zaměření studia:

Katedra řízení a supervize v sociálních a zdravotnických organizacích

Posudek vypracoval:

Ing. Mgr. Milan Trpišovský, MBA

Datum:

31. 5. 2015

Cíl magisterské práce je marketingový plán rozvoje pečovatelské služby pro již fungující zařízení, který je v úvodu jasně vymezen a dále v koncepci práce následně rozpracován. Marketingový plán rozvoje byl zvolen na základě vlastních profesních zkušeností a znalostí autorky a na podkladě sledování vývoje demografické struktury, kdy je trendem stárnutí populace a zvyšující se preference péče o seniory v komunitním prostředí, ideálně v jejich vlastní domácnosti. Dále vychází ze závěrů analýz a vlastního výzkumu, který zjišťoval zkušenosti a spokojenost s touto péčí v daném regionu. Téma je konkrétní a v závěru práce je na zadané cíle reagováno, i když reakce v závěru mohla být ještě konkrétnější a více rozvinuta.

Předložená práce má dobrou úroveň. Splňuje formální požadavky týkající se titulního listu, názvu práce a veškerých požadovaných jmen. Obsah práce je úplný včetně příloh. Označení jednotlivých kapitol a podkapitol je provedeno bezchybně. Práce má příjemnou vizuální úpravu. Slohově je napsána tak, že se čtenář nenudí a při čtení celkem bez obtíží sleduje linii práce. Dále je doloženo čestné prohlášení autorky, že na magisterské práci pracovala samostatně a použila jen v literatuře použité prameny. Práce má požadovaný počet stran, je standardně členěna na část teoretickou a praktickou. Strukturaje v souladu s konečným zadáním a v zásadě odpovídá charakteru řešené problematiky. Nechybí žádná z požadovaných náležitostí (poděkování, prohlášení, abstrakt v českém i anglickém jazyce, atd.). Poznámkový a odkazový aparát se řídí platnými normami. Seznam bibliografických odkazů a ostatních zdrojů (elektronické a legislativní zdroje) je dostatečný, svědčí o tom, že autorka prostudovala dostatečný počet bibliografických titulů vztahující se k dané problematice včetně dalších odkazů na denní tisk, legislativní a elektronické zdroje. Práce dále obsahuje 6 grafů, 8 obrázků, 9 tabulek a 10 příloh.

Magisterská práce má dvě hlavní části – teoretickou a praktickou

Volba metod a jejich aplikace včetně hloubky provedených analýz v podstatě odpovídá nárokům na magisterskou práci. Struktura práce byla zvolena vhodně a logicky vede od obecnějších popisných údajů ke konkrétním závěrům. Magisterská práce má správně vytyčený záměr i příslušné cíle a skládá se z úvodu, dvou hlavních částí (teoretické a praktické) a závěru.

Autorka argumentuje logicky, používá literaturu, vlastní zkušenosti, výsledky analýz a závěry výzkumu zvoleného zařízení. Z argumentace je patrné, že daná problematika ji uchvátila. Naráží však na současnou realitu, kdy dochází k výrazné resocializaci zdravotnictví a tím i k potlačení významu a použití dané problematiky v uvedeném sektoru. Autorka si je vědoma, že použití marketingové činnosti v současném zdravotnickém systému je sice značně limitováno ale nezbytné. Na tyto rozpory ve své práci v některých místech upozorňuje a v některých případech je nepostřehla. Cíle dosahuje praktickým využitím marketingových metod a ty pak interpretuje ve svých závěrech, se kterými lze souhlasit. Zvláště cenný přínos práce spatřuji v závěrech, které jsou specifické pro zdravotnictví a zvolený segment – pečovatelskou službu. Tato část patří k nejsilnější stránce dané práce a výrazně ovlivnila konečné hodnocení.

První hlavní část magisterské práce se skládá ze dvou kapitol. První je věnovaná marketingu, jeho všeobecnému vymezení a popisu marketingu ve službách, jež vede k uspokojování potřeb zákazníků, porozumění jeho potřebám a přinášení nových hodnot za příznivou cenu. Druhá kapitola se zabývá sociálními službami v ČR, tak jak jsou upraveny zákonem č. 108/2006 Sb.

V této části autorka uchopuje téma celistvě, za menší nedostatek považují popis některých oblastí, kde text je lehce nevyvážený jak s ohledem na detail tak i z pohledu mnoha citací a oproti vlastní invenci. Logickým způsobem vysvětluje klíčové pojmy.

Část zabývající se marketingem je pojata deskriptivně a zjednodušeně a není tak úplně přesným obrazem reality. Téma je široké a jednotlivé podkapitoly by se mohly stát plnohodnotným tématem diplomové práce s teoretickou a praktickou rovínou včetně jejich nástrojů, přesto daná skutečnost nemá vliv na celkové hodnocení diplomové práce. V teoretické části věnované strategickému řízení a plánování podnikatelských strategií bych doporučil zařadit SWOT analýzu jako samostatnou kapitolu - výstup analýz vnějšího a vnitřního prostředí a ne ji zařadit za kapitolu vnitřního prostředí. Takovéto zařazení by mohlo u čtenáře vyvolat dojem, že se jedná o podkapitolu vnitřního prostředí. Tuto situaci umocňuje skutečnost, že je vnitřní analýza pojata velmi zúženě. K vymezení základních pojmů, včetně popisu tvorby marketingového plánu a jeho struktury nemám zásadních připomínek. Druhá kapitola teoretické části je věnována sociálním službám. Zde autorka vysvětluje základní pojmy - jako je strategie péče o seniory ve světě a v ČR, druhy a formy sociálních služeb, domácí péče o seniory, atd. Tato část je pojata deskriptivně a zjednodušeně a není tak úplně přesným obrazem reality. Metodicky bych doporučil zařadit nejdříve kapitoly obecných strategií týkající se péče o seniory a následně konkrétní zákonná opatření.

Druhá hlavní část magisterské práce se skládá z tří kapitol – popisu organizace, vypracování strategické marketingové analýzy společnosti zakončené SWOT analýzou a návrhové části včetně výzkumu a akčních plánů.

Praktickou část začíná autorka popisem péče o seniory na území města Doksy, jak je komplexně zajištěna dle aktuální potřeby a zdravotního stavu uživatelů, od péče o uživatele s nejmenší mírou podpory, zajišťovanou s pomocí terénních pečovatelských služeb, přes ambulantní služby v denním stacionáři, až po komplexní 24 hodinovou péči v domově pro seniory. Následně byl proveden marketingový výzkum, který nám pomohl zodpovědět otázky, týkající se požadavků cílové skupiny uživatelů terénní pečovatelské služby Doksy. Na základě získaných informací byly stanoveny marketingové cíle, navržena marketingová strategie a marketingový plán, rozpracovaný do jednotlivých kroků akčního plánu.

Navazující návrhová kapitola se věnuje vypracování strategické analýzy zakončené SWOT analýzou z vlastních výsledků šetření a znalostí z praktického profesního života autorky o pečovatelské službě. Strategickou analýzu považuji za dobře zpracovanou, kde mírnou výtkou je nevyvážený rozsah jednotlivých kapitol zvláště pak obecného okolí (PESTEL analýzu) a některé závěry ve SWOT analýzy, které jsou dilematické povahy, zjednodušené nebo nereflktují současnou realitu. Nejslabší stránkou je zpracování kapitoly 4.3.4 týkající se finančních zdrojů. Po metodologické stránce nemám připomínek.

Podkladem pro návrhovou část je i marketingový výzkum. Cílem marketingového výzkumu bylo pomocí dotazníkového šetření zjistit spokojenost stávajících uživatelů terénní pečovatelské služby Doksy s poskytovanými službami a jejich případný zájem o rozšíření těchto již poskytovaných služeb. K získání požadovaných informací byl zvolen typ kvantitativního výzkumu a technika strukturovaného dotazníku. Závěrů výzkumu bylo využito při stanovení marketingového mixu včetně stanovení akčních plánů, které řadím k nejlépe zpracované části magisterské práce, která dominantně ovlivnila celkové hodnocení, které bylo na rozmezí velmi dobře - dobře.

V závěru autorka reaguje na vytýčené cíle, které byly stanoveny v úvodu, jehož hlavním cílem byl marketingový plán rozvoje pečovatelské služby Doksy na základě dobré znalosti prostředí.

Nejvíce oceňuji snahu o zpracování a realizaci vlastního konkrétního řešení problému, který je podporován konkrétními návrhy, které jsou rozpracovány v akčních plánech. Hlavním rizikem projektu však je financování této služby klienty, kde v současné době zatím není klientela připravena při jejich úhradě na spoluúčast a bez smlouvy s plátcem zdravotního pojištění není možná. Přes uvedené výhrady se autorovi posléze podařilo zvolená témata ohraničit alespoň do té míry, že vznikl celkem přehledný text s jasnými praktickými ukázkami a doporučeními – akčními plány. Tyto ukázky a doporučení považuji za nejsilnější stránku práce v kontextu skutečnosti. Práce nemá velký význam metodologický, ani se autorovi přes pilnou práci a praktické zkušenosti nemohlo v rámci této práce podařit důkladně shrnout podstatná zjištění a sledoval důsledně a téma udržel v přijatelném rámci. Je zřejmé, že autorka prokázala schopnost tvořivé práce a je patrné, že má o dané téma zájem.

Bc. Ilona Jakoubková pracovala odpovědně a svědomitě. Přes některé problémy, které se týkaly shromažďování dat v dané oblasti a časové tísně, bylo patrné, že má o dané téma zájem a chce k němu proniknout do hloubky.

Doporučuji práci k obhajobě a navrhuji známku velmi dobře.

Okruh č. 1 – teoretická část

Jaké konkrétní kroky byste doporučila k realizaci, které by vedly k posílení a zlepšení situace v sociálních službách v ČR a ve vašem regionu?

Okruh č. 2 – teoretická část

Porovnejte význam pojmu „kompetence“ v několika (dvou, třech) odlišných kontextech, v nichž víte, že je používán a vysvětlete posuny jeho významu (jak k nim dochází)?

Okruh č. 3 – praktická část

Je možno konstatovat, že na základě závěrů diplomové práce lze zefektivnit marketingovou činnost pečovatelské služby Doksy. Jakým způsobem naložíte dále s publikovanými závěry? S odstupem času po zpracování se mohly vyskytnout ještě další kritické body a slabé stránky marketingového plánu, o kterých se nezmiňujete – vyskytla se nějaká nebo ne?

Okruh č. 4 – praktická část

Pokud budete sledovat výkonnost organizace, definujte jaké nástroje pro sledování a měření výkonnosti organizace použijete?

Ing. Mgr. Milan Trpišovský, MBA

