

## **POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**Typ posudku:** oponent

**Autor/ka práce:** Marta Novotná

**Název práce:** Pracoviště open space a jeho vliv na spokojenost zaměstnanců

**Vedoucí práce:** doc. PhDr. Pavel Kuchař, CSc.

**Oponent/ka:** Mgr. Tomáš Čížek

**Navržené hodnocení:** dobře

**Zdůvodnění Vašeho hodnocení práce (zejména výhrad a kritických připomínek) rozepište podle níže uvedených kritérií.**

**1. Je cíl práce (výzkumná otázka) jasně formulován a odpovídají mu závěry? Je práce vhodně strukturována?**

Cíl práce je podle mě uspokojivě zformulován. Výzkumné otázky jsou položeny pomocí dvou hypotéz. Nicméně se domnívám, že by měly být formulovány jasněji, v případě druhé hypotézy nelze podle mě sledovat dva naprosto rozdílné vlivy, jako jsou socioekonomické charakteristiky respondentů a prostorová poloha pracovního místa najednou v rámci jedné hypotézy.

**2. Opírá se autor/ka o dostatek literatury relevantní tématu práce? Využívá i cizojazyčné texty?**

Autorka cituje dostatečný počet relevantních textů a to i cizojazyčných.

**3. Jaká je kvalita použitých dat nebo zdrojů (včetně jejich výběru, sběru a popisu) a metod jejich analýzy?**

V tomto bodu vidím hlavní problém práce, která se opírá o vlastní výzkum autorky. Práce je postavena výhradně na kvantitativním šetření – anketě, které bylo provedeno mezi zaměstnanci jedné státní firmy. Slibované pozorování i neformální rozhovory se autorce bohužel nepodařilo uskutečnit. O vzorku se čtenář dozví pouze to, že byl omezen na sto respondentů, z důvodů podmínek anketního serveru. Nesmyslné je potom stanovování statistické významnosti pro testování hypotéz na str. 30 (viz. články Petra Soukupa, které mohu autorce poslat). Nedozevíme se tedy nic o tom, jak byl výběrový soubor reprezentativní jak z hlediska všech pracujících lidí, tak z hlediska těch, kteří pracují v prostředí „open space“ v dané firmě. Nedozevíme se kolik má firma zaměstnanců a strukturu pracovních prostorů (má firma jen „open space“ kanceláře?). Autorka neseznamuje čtenáře s tak základními pojmy jako je návratnost dotazníků a ani s charakteristikami výběrového souboru obecně. Při popisu výsledků je použito pouze slovní charakterizace vybraných výsledků, nejsou použity tabulky ani grafy, což je u tohoto typu výzkumů problematické.

**4. Jaká je kvalita argumentů, o něž autor/ka opírá závěry, k nimž dospěl/a?**

Kvalita argumentů je nutně ovlivněna v přechozím bodě uvedenými nedostatky, nejsou prezentovány celkové výsledky výzkumu ve formě tabulek nebo grafů, čtenář tak nemá šanci posoudit, zda jsou prezentované výsledky přesvědčivé a relevantní, nebo ne. V přiloženém dotazníku je vidět (podle mého názoru) nestandardní

konstrukce škály odpovědí (ve stylu: Velmi spokojen, **Spokojen**, Spíše spokojen, Ani spokojen, ani nespokojen, Spíše nespokojen, **Nespokojen**, Velmi nespokojen). Nevím, zdali byl nějaký důvod pro použití této škály místo klasické Lickertovy [velmi (naprosto) – spíše - ani, ani – spíše – velmi (naprosto)]?

#### **5. Jsou v práci autorova/autorčina tvrzení a zjištění jasně odlišena od tvrzení a zjištění převzatých?**

Autorčina a převzatá tvrzení jsou dostatečně odlišena.

#### **6. Jaká je úroveň odkazového aparátu, jazyka a dalších formálních náležitostí?**

Práce je napsána srozumitelně, odkazy jsou uváděny odpovídajícím způsobem. Formální nedostatky vidím především v prezentaci výsledků výzkumů, kde chybí tabulky celkových výsledků.

#### **7. Jiné přednosti a/nebo nedostatky, které neodpovídají výše uvedeným kritériím (jsou-li jaké).**

Oceňuji snahu autorky vlastním výzkumem uchopit zajímavé téma, které je například v současné době diskutováno v médiích.

#### **8. Náměty na diskuzi při obhajobě práce.**

1) Je určitě nutné, aby autorka více zhodnotila metodologická omezení vlastního výzkumu. Jak jsou její výsledky reprezentativní z hlediska pracovníků zkoumané firmy. Měla by uvést, v čem si myslí, že byl výzkum jak pozitivně, tak negativně ovlivněn.

2) Z mediální prezentace (která samozřejmě může být zkreslená) vyplývá, že firmy opouštějí koncept „open space“ kanceláří, například článek: *Kanceláře open space jsou překonané. Firmy je představují*<sup>1</sup>. Jak by vztáhla k podobným mediálním vyjádřením výsledky svého výzkumu?

V Praze 9. 6. 2014

Tomáš Čížek

---

<sup>1</sup> [http://ekonomika.idnes.cz/prekonanmy-open-space-0u6-/ekonomika.aspx?c=A140516\\_2065010\\_ekonomika\\_fih](http://ekonomika.idnes.cz/prekonanmy-open-space-0u6-/ekonomika.aspx?c=A140516_2065010_ekonomika_fih)