

Hodnocení vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce: **Marketing jako součást konkurenčního boje na trhu sociálních služeb**

Autor práce: **Bc. Ondřej Marek**

Již dnes existují sociální služby, jejichž nedílnou součástí musí být i profesionální marketing a to i přesto, že dominantně jsou náklady spojené s poskytováním těchto služeb financovány z veřejných rozpočtů. Klíčovou otázkou současnosti tak není, zda se marketingu při poskytování sociálních služeb věnovat, ale jak se mu věnovat efektivně. V tomto kontextu lze diplomovou práci považovat za aktuální s vysokým potenciálem inspirace.

Cílem diplomové práce je, podle jejího projektu, (str. 110) analyzovat konkurenci zavedené sociální služby a zavést odpovídající marketingový plán pro tuto sociální službu. V abstraktu práce (str. 6) je cíl modifikován na zpracování analýzy vnějšího prostředí, vytvoření situační analýzy a na volbu strategie a cílů pro konkrétní sociální službu.

V teoretické části se diplomant věnuje ústřednímu tématu celé diplomové práce, a sice marketingu. Při vymezování tohoto pojmu postupuje od obecného – marketingu jako procesu, ke konkrétnějším tematickým celkům, kterými pro autora jsou – marketing služeb, marketing sociálních služeb a konkurence na trhu sociálních služeb. Teoretická část diplomové práce čítá 27 stran a k jejímu napsání autor práce využil výhradně česky psané zdroje.

V praktické části diplomant představuje marketingový plán zavádění terénní domácí péče v konkrétní organizaci, která je pro potřeby popisu anonymizována. Součástí této části je také popis tvorby marketingového plánu, včetně několika analýz, které před jeho sestavením byly vytvořeny. Z metodologického hlediska není procesu tvorby plánu co vytknout. Drobné nejasnosti však provází některé ze zvolených kroků, např. na straně 44 jsou představeny 3 tržní segmenty – klienti sociální služby, potenciální klienti sociální služby a město, aniž by z popisu bylo zřejmé, kým a jakým způsobem k jejich stanovení došlo.

Zpracování dalších analýz, kterými jsou PESTLE a SWOT analýza a Porterova analýza pěti sil, jsou výsledkem skupinové práce. Významným zdrojem, o který diplomant opírá praktickou část své práce, je v roce 2012 zpracovaná diplomová práce Lenky Kutí – jedná se absolventku stejného studijního programu na FHS UK v Praze.

V případě Porterovy analýzy (str. 59) by si lepší popis zaslouhoval zvolený postup, především pak způsoby stanovení konsenzuální hodnoty pro rok 2015 a 2016. Detailnější popis metodologie by zaslouhovala i SWOT analýza, především pak bodování segmentů jejích částí a to jak v případě analýzy Pečovatelské služby, tak Organizace – v tomto případě se nabízí otázka, jak reprezentativní je dosažené skóre?

Účelem analýz je však především přispět k formulování strategických cílů. Tuto část práce považuji za dobře zvládnutou. Jak cíle, tak opatření vedoucí k jejich dosažení jsou jednoznačně formulovány a jejich plnění by mělo přispět k rozšíření dosavadního spektra poskytovaných služeb. Bližší specifikaci by snad vyžadovalo definování nového klienta u cíle B spojení financování s dobrovolnickou prací v podobě, ve které k tomuto dochází u cíle D, nepovažuji za zcela šťastné. Marketingový plán na rok 2015 – 2016 (str. 79 – 97) dále specifikuje způsoby plnění stanovených cíl.

Kvalitu plánování diskredituje přiložený rozpočet (str. 99). Kalkulace, ke které tým odpovědný za marketingové plánování dochází je, z hlediska praxe většiny organizací nekomerčního charakteru, mimo reálné možnosti většiny těchto subjektů. Je škoda, že práce ani ve svém závěru neobsahuje diskusi reálnosti alokace dosažené sumy.

Oceňuji, že finální podoba diplomové práce doznala proti své počáteční verzi, významné změny. I když diplomová práce vykazuje některé formální nedostatky, např. v jejím Obsahu není uveden odkaz na Závěr, je napsaná čtivě a dostatečně prezentuje autorům zájem o popisovanou tematiku.

Úkol k obhajobě diplomové práce:

- 1) Jak reálné je podle vás zajistit financování navrženého rozpočtu? Jakými druhy výnosů byste tento rozpočet kryli? Můžete vyčíslit jaký podíl má financování marketingu u ostatních sociálních služeb poskytovaných analyzovanou organizací?

Prohlašuji, že diplomová práce, Marketing jako součást konkurenčního boje na trhu sociálních služeb, splňuje nezbytné požadavky a klasifikuji ji stupněm **velmi dobře**.

V Praze 3. září 2015

Hodnocení zpracoval: Mgr. Petr Vrzáček