

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Barbora Šandová

**Název práce:** Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků se službami Mama Baby Studia

**Cíl práce:** zjistit spokojenost zákazníků se službami Mama Baby Studia.

**Jméno oponenta:** PhDr. Josef Voráček, Ph.D.

**Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):**

## **Celková náročnost tématu na:**

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná

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

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Logická stavba práce	Dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Nevyhovující
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Pravopis a stylistika	Výborně

## **Praktická/teoretická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná.

## **Hodnocení práce:**

- Stupeň splnění cíle práce – Předložená bakalářská práce se zabývá velmi zajímavým tématem, kterým jsou tělovýchovné a sportovní služby pro těhotné ženy. Při současném trendu ohledně životního stylu to považuji za téma vhodné a velice aktuální. Stanovený cíl práce splňuje, přináší zajímavé výsledky ohledně spokojenosti zákazníků zkoumaného subjektu (MBS), stejně jako vyplývající návrhy. Celkově však práce obsahuje některé více či méně podstatné nedostatky – viz níže dílčí hodnocení a připomínky – které tak snižují výslednou kvalitu. Praktickou využitelnost však hodnotím jako velmi rozporuplnou zejména k situaci, která vyvolává spíše otázky, než odpovědi – viz otázka k obhajobě č. 3. Situace je taková, že majitelka studia je spokojená jak s poptávkou, tak celkově s fungováním studia a proto je tedy otázkou, jaký smysl má tento provedený výzkum. I přes některé zmíněné nedostatky a nejasnosti však považuji práci za splňující požadavky a nároky na bakalářskou práci a doporučuji jí k obhajobě.
- Logická stavba práce – Struktura práce je jasná a logická vzhledem ke zvolenému tématu. Nicméně považuji za zbytečné číslovat jednotlivé otázky z dotazníku jako podkapitoly. Dále v práci postrádám kapitoly shrnující provedený rozhovor a pozorování. Z přepisu rozhovoru a provedeného pozorování je vždy vhodné do práce shrnout nejdůležitější výsledky a východiska z těchto výzkumných metod.
- Práce s literaturou – Práce využívá celkem 15 zdrojů, z toho 3 zahraničních, čímž nesplňuje požadavek stanovený pro bakalářskou práci (minimálně 20 zdrojů). Teoretická východiska obsahují především obecná témata vztahující se k marketingu, zákazníkovi, produktu, službám, ceně a marketingovému výzkumu. Byť jsou to témata, kterými se zabývá praktická část práce a samotný výzkum, teoretická část se nezaměřuje na specifickou orientaci na výzkumnou oblast, tedy tělovýchovné a sportovní služby pro těhotné ženy a měření spokojenosti zákazníků těchto

služeb. Teoretická východiska jsou tak jen velmi obecná, využívající pouze základní obecnou nejnázorněji dostupnou česky psanou literaturu (Kotler, Karlíček). Dále například namísto teorie o obecném marketingovém výzkumu by bylo vhodnější zpracovat rešerši ohledně výzkumů spokojenosti zákazníků v tělovýchovných a sportovních službách, ze které by pak bylo možné vycházet v metodice samotného výzkumu. Pozitivním faktem ale zůstává občasná snaha studentky komentovat a zasadit daná obecná východiska do oblasti tělovýchovných a sportovních služeb, byť bez větší podpory odborných zdrojů, které však existují. Odkazování na zdroje citací jsou také poněkud slabší stránkou bakalářské práce, podobně jako nekompletní seznam literatury – viz níže připomínky.

- d) Adekvátnost použitých metod – Použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem k výzkumnému cíli. V metodologii (kapitola 4) jsou všechny metody pečlivě popsány a je uvedena jejich aplikace včetně odkazů na přílohy. V uvedených přílohách lze nalézt zpracovanou operacionalizaci, přepis rozhovoru a poznámky z pozorování, což je provedeno správně. V této kapitole postrádám již jen metodiku analýzy dat jak z dotazníkového šetření, tak z rozhovoru a skutečně provedeného pozorování. V kapitole 4.6 se studentka zabývá jen zpracováním dat z výzkumu, nikoli však jejich analýzou. Analýza dat u otázek s hodnotícími stupnicemi (str. 58 – 63) zůstává pouze na úrovni absolutních četností, což je na úrovni bakalářské práce podprůměrné. Taktéž grafické znázornění není příliš vhodné a přehledné. Vhodnější by bylo na ose x prezentovat jednotlivé aspekty služeb/lektorů/produktů/webových stránek. Celkově se při analýze a prezentaci výsledků u těchto otázek dá využít sofistikovanějších statistických metod (např. průměr, směrodatná odchylka, rozptyl, analýza druhého stupně – dle jednotlivých typů respondentek, apod.) a vhodnějších grafů, popř. vizualizací.
- e) Hloubka tematické analýzy – Zpracovaný výzkum je svojí hloubkou zkoumání spíše průměrný. Studentka vše pečlivě komentuje, dodává také vlastní názory a pohledy o příčinách některých výsledků, což považuji za pozitivní. Hloubka provedené analýzy by však mohla být větší, kdyby bylo více využito provedeného rozhovoru a pozorování. Tyto metody sice byly zpracovány správně, nicméně v samotné práci se s výsledky těchto metod dále příliš nepracuje. Výsledky tak zůstávají pouze v podobě přepisu rozhovoru a záznamu pozorování v přílohách práce. Dále kapitola 6 Návrhy a doporučení obsahuje spíše shrnutí výsledků kombinované s diskuzí, což úplně neodpovídá názvu a zaměření kapitoly na vyplývající návrhy a doporučení. Návrhy jsou tam sice zmíněny, nicméně jen velmi stručně a obecně. V diskuzi zcela chybí konfrontace zjištěných výsledků se zpracovanou teorií, což by mělo být nezbytnou součástí této kapitoly. Závěr je pak poněkud stručný a hodně obecný.
- f) Úprava práce – práce obsahuje některé nedostatky ve formálním zpracování. Jedná se především o občasné překlepy, zbytečně vynechaná místa na stránkách, apod. Dále by bylo vhodné využít vhodnější grafy a vizuální prezentaci pro výsledky otázek s hodnotícími škálami. Vše viz níže připomínky.
- g) Stylistická úroveň – pravopis a stylistika zpracovaného textu je v pořádku, plně odpovídá akademické závěrečné práci.

### **Připomínky:**

Abstrakt by měl být mnohem více konkrétní zejména ve dvou částech – metody, výsledky.

V analytické části není příliš nutné a možná ani vhodné, aby jednotlivé analyzované otázky z dotazníku byly zároveň číslovány podkapitolami.

Některé dílčí úkoly jsou jen příliš obecné a popisují vlastně obecné kroky marketingového výzkumu.

Str. 14 – v nadpisu se tečka nedělá – „3.1.2 Funkce marketingu.“

Odkaz na zdroj se uvádí vždy ihned u uvedení příjmení autora (a vždy při uvedení příjmení autora, i když se několikrát opakuje), nikoli až za samotnou citaci, pokud je příjmení využito ve větě. V práci se toto často objevuje. Často tak odkazy chybí, popřípadě jsou nesprávně odděleny od autorů, apod.

Str. 16, 24, 37, 46, 50, 52, 56 – zbytečně vynechané místo na stránce.

Str. 18 – překlep – „McDonald“ (Správně se značka jmenuje McDonald's)

Str. 28 – odkaz na zdroj je uvedený velkými písmeny oproti zbytku práce.

Str. 31 – překlep – „...a organizace a pořadí otázek by měli být specificky nastavené.“

Seznam literatury obsahuje dva stejné zdroje – č. 5 a 6. Některé zdroje zase nejsou v seznamu uvedeny – např. Kotler (2000), Mullin, Hardy, Sutton (2007). Kozel (2016) je uváděn v seznamu jako Kozel (2006).

Str. 32 – dvakrát uvedena kapitola 4, jednou jako „Metodologie“ a poté jako „Primární výzkum“. Stejná chyba se pak projevuje v obsahu.

Str. 33 – nesprávné skloňování – „Vybrané otázky usnadnily sběr konkrétních dat, která mohla být následně systematizovat a zpracovat.“

Str. 33 – pravopisná chyba – „...byli pokryty, jasně vymezeny a popsány veškeré možné časové úseky.“

Při tvorbě operacionalizace se latentní proměnné (dimenze a pod-dimenze zkoumaného problému) uvádějí do elips a manifestní proměnné (pozorované, měřené, položky/otázky v dotazníku) poté do hranatých obdélníků.

Str. 44, graf 1b – legenda ke grafu je neúplná, chybí zde pro 6. – 9. měsíc těhotenství, přičemž samotný graf tyto části zobrazuje.

Str. 48, graf 2b – chybějící ukončující závorka v legendě a samostatné písmeno „a“ vložené u grafu, nebo pod grafem.

Str. 49, graf 3b – překlep – „využívají pouze 1 službu“

U otázky č. 14 (str. 65) je zdůrazňována důležitost komunikace přes internet a pomocí „word-of-mouth“. Dnes se již také internet dá považovat v určitém smyslu za formu „word-of-mouth“ díky sociálním sítím, možným recenzím a diskuzním fórům. Proto by bylo vhodné v dotazníku zařadit také metodu NPS (Net Promoter Score).

Zdroj č. 10 v seznamu literatury neodpovídá svým formátem požadované normě.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. V otázce č. 2, v kapitole 5.2.2 studentka zkoumala frekvenci využívání služeb MBS. Nabízené odpovědi však byly pouze „pravidelně“ a „nárazově“. Co to pro respondentky znamená „pravidelně“ a jak to interpretuje sama autorka výzkumu? Jaká je shoda, či odlišnost od vnímání odpovědi „pravidelně“ mezi výzkumníci a respondentkami?

2. Na základě čeho uvádíte, že skutečnost, kdy žádná z respondentek neuvedla navštěvování studia v rozpětí 8 – 11 měsíců (str. 53), je překvapivá? Považuji tuto skutečnost za zcela normální a opodstatněnou, zejména s ohledem na další otázku č. 7 (str. 55), kde sami respondentky uvádějí důvod k ukončení využívání služeb MBS právě porod, či ukončení těhotenství. To pak sama autorka práce považuje za racionální.

3. Jaký je vlastně smysl a důvod prováděného dotazníkového šetření, když na str. 56 autorka uvádí: „Také nevíme, do jaké míry má majitelka cíl získat více nových a více stálých klientů. Jak je uvedeno v záznamu rozhovoru, studio se v současné době nepotýká s problémem nedostatku poptávky. Hlavní provozovatelka také uvádí, že její práce je velice časově náročná a takový fakt nevyžaduje stimulaci poptávky už jen proto, aby mohla být zachována dosavadní kvalita poskytovaných služeb.“ V případě, že poptávka je dostatečná a není s ní problém, nejspíše není taktéž problém se spokojeností klientek, a tudíž mi není příliš jasný důvod prováděného výzkumu?

#### **Navržený klasifikační stupeň: dobře.**

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 15.8.2019

.....  
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.