

# POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Lečková Veronika

Název práce: Typologie zákazníků ve fitness službách

Cíl práce: na základě marketingového výzkumu určit typologii zákazníků

## **Celková náročnost práce:**

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná

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

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Samostatnost při zpracování tématu	velmi dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	velmi dobře (viz hodnocení)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Stylistická úroveň, jazyk	výborně

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

**průměrná**

nadprůměrná

## **Hodnocení:**

Bakalářská práce v rozsahu 65 stran textu, 3 přílohy a 24 titulů bibliografických citací (z tohoto 5 cizojazyčných) se zaměřuje na téma chování zákazníků s aplikací v zařízeních fitness služeb. Autorka si klade za cíl vytvořit typologie zákazníků navštěvujících tento typ služeb, čemž ji lze považovat za inovativní. Práce má logickou strukturu, rozsáhlá teoretická východiska na 34 stranách, zaměřená k řešení problému, která převažují nad samotným výzkumem a zpracování výsledků (20 stran textu). Marketingový výzkum byl velmi pracný, protože autorka pracovala s metodou osobního dotazování na vzorku 210 zákazníků. U teoretických východisek, přestože jsou obsáhlá, postrádám více vlastní komentáře k použití v práci, citace literatury jsou bohaté. V kap. 6 autorka stanoví čtyři typologie, z komentáře není zřejmé, jak k těmto výsledkům došla a na základě jakého statického zpracování (vah, četností?)

## **Připomínky:**

- 1) s. 6 – nelogičnost: v kap. Cíl uvádíte, že cíl se člení do následujících úkolů, ale ty jsou až v kap. 2.2, překlepy – s. 59, 65
- 2) tím, že se nepotvrdila hypotéza č. 2 bych přičetla i věkové strukturu vzorku zákazníků, kde starší věkové skupiny jsou zastoupeny nízkým procentem a převažují zákaznice do 35 let
- 3) výsledky v abstraktu by měly být popsány obsahově, nikoliv jak budou zpracovány
- 4) s. 55 – vysvětlete účel použití regresní

## **Otázky k obhajobě:**

- 1) Vysvětlete k jakému účelu používáte statistickou metodu regresní analýzy?
- 2) Vysvětlete, jak jste podle výsledků stanovila uvedené čtyři typologické skupiny zákazníků?
- 3) Jak chápete vymezení marketingového nástroje „proces“ ve fitness službách?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň:** výborně – velmi dobře (konečná známka bude stanovena na základě průběhu obhajoby)

V Praze dne 5.5.2012

.....  
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.