

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Štěpánka Pokorná

Název práce: Výzkum spokojenosti zákazníků firmy ePojisteni.cz, s.r.o. s využitím metody Net Promoter Score.

Cíl práce: Zjistit loajalitu a spokojenost zákazníků s firmou a navrhnout opatření ke zlepšení.

Jméno oponenta: PhDr. Vladimír Janák, CSc.

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

## Celková náročnost tématu :

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	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

## Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

## Hodnocení práce:

Diplomová práce zpracovává dnes již tradiční téma marketingového průzkumu spokojenosti se službami firmy. Diplomantka si pro tento účel vybrala poměrně originální a méně známou metodu Net Promoter Score, což považuji za přínosné. Jinak je však práce celkově podprůměrná. Zdá se, že ji autorka vypracovávala na poslední chvíli, tedy šila „horkou jehlou“, o čemž svědčí řada nepřesností jak ve formulacích, tak v citacích. Také zvolená metoda je velmi jednoduchá a mohla být doplněna podrobnějším průzkumem, například alespoň částečnou SWOT analýzou. Práce trpí i nepropracovanou strukturou (nepřehledná, obsahová struktura někdy matoucí) a nevhodnou proporcionalitou: teoretická část tvoří více než 50% rozsahu. Přesto autorka prokázala přehled o problematice a schopnost používat literaturu. I když někdy chaoticky a s občasnými rezervami v citacích (konkrétně viz níže). Cíle byly celkem splněny, i když chybí jasný přehled doporučení, která se ztrácejí ve výsledcích a jejich interpretaci. Přesto má práce praktickou využitelnost, mohla však přinést mnohem více poznatků a jasná doporučení.

**Připomínky:** kromě výše zmíněných

- 1) Název práce je zbytečně rozsáhlý: nemusí obsahovat použitou metodu.
- 2) Chyby v citacích: a) nejednotná (někdy je literatura uvedena pod čarou, jindy ne), někdy přímá řeč normálním písmem, jindy kurzívou (s. 62).  
(b) Někde chybí zdroje, odkud autorka čerpala (např. s. 12, s. 35, s. 37).

- 3) Občasné překlepy a chyby pravopisu: např. s. 28 (dole), namísto „tato data“, napsáno „tyto data“ atp.
- 4) Výzkumný vzorek nelze blíže specifikovat a je graficky nepřehledně prezentován (v textu se úplně ztrácí). Samotná metoda je problematická (viz otázka k obhajobě).
- 5) Na jedné straně jsou v teoretické části zbytečně zevrubně probírány definice i obecně známých pojmů (s. 12) a obecných metod (např. s. 31), na druhé chybí zevrubnější diskuse výsledků a navržených opatření ke zlepšení.

#### **Otázky k obhajobě:**

- 1) Je podle vás možné na základě jedné otázky určit míru spokojenosti a loajality zákazníků, tedy dvou věcí? Jestliže ano, jaká je míra loajality, tedy pravděpodobnosti, že zákazník použije služby dané firmy i nadále? Jaká budou možná ohrožení (že ne)?
- 2) Jaké zkreslení může v sobě skrývat fakt elektronických odpovědí (+/-)? Zkuste vysvětlit princip kognitivní disonance, jež by tady mohla připadat v úvahu.

#### **Práce je doporučena k obhajobě.**

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

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

V Praze dne 12. 1. 2013

.....  
PhDr. Vladimír Janák, CSc.