

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Šárka Johanidesová

Název práce: Podnikatelský záměr založení fitness centra

Cíl práce: vypracování podnikatelského plánu nově vznikajícího fitness klubu v centru Prahy a ověření realizovatelnosti projektu.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Dobře - nevyhovující
Samostatnost při zpracování tématu	Dobře
Logická stavba práce	Nevyhovující
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Nevyhovující
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře - nevyhovující
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – zpracovaný podnikatelský záměr lze považovat za diskutabilní, rozporuplný a nekompletní. Z mého pohledu jsou navrhované skutečnosti nejednotné s ohledem na nejasnou zvolenou marketingovou filozofii podniku. Praktické využití je tak velmi malé a sama diplomantka určitě později v praxi pozná, že skutečnost bude jiná, náročnější a ještě rozsáhlejší. Proto stupeň splnění cíle považuji za dobrý – nevyhovující i k níže uvedeným připomínkám a hodnocení jednotlivých aspektů práce.
- Samostatnost při zpracování tématu – diplomantka začala konzultovat se vedoucím práce až velmi krátkou dobu před odevzdáním. Z toho nejspíše plyne i fakt, že úpravy a přepracování, které vedoucí práce doporučoval, nebyly zapracovány. V tomto ohledu pak byla až přílišná samostatnost při zpracování spíše slabou stránkou práce.
- Logická stavba práce – struktura práce je značně nelogická ve své praktické části. Lze zde najít jak analýzy, tak i návrhy, nicméně diplomantka vše nazývá „Analytická část“. Některé části navrhovaného marketingového mixu chybí (distribuce, lidé, prezentace), nebo jsou uvedeny v jiných kapitolách. Viz níže připomínky.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 40 zdrojů, z toho však pouze 5 zahraničních. Celkově je teoretická část z velké části pouze kompilace citací (přímých i nepřímých), což není adekvátní pro diplomovou práci. Dále je zde mnoho nedostatků v odkazování na zdroje a v seznamu literatury – viz níže připomínky. Těmto nedostatkům se dalo předejít pouhým přečtením pokynů pro vypracování diplomové práce na webu fakulty.
- Adekvátnost použitých metod – Použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem k charakteru práce, kterým je především návrh projektu. Využití dalších vědeckých metod je tak problematické.

- f) Hloubka tematické analýzy – teoretická část práce obsahuje danou problematiku adekvátně, byť s výhradami co se týče práce s literaturou. Samotná praktická část (návrh podnikatelského záměru) je pak často rozporuplná, některé návrhy pak nekompletní – náčrt či výkres centra, výpočet nákladů na zaměstnance. Úvod a závěr práce nejsou zpracovány adekvátně na úrovni diplomové práce. Vše viz níže připomínky.
- g) Úprava práce – práce obsahuje občasně překlepy, a další nedostatky ve zpracování – viz níže připomínky.
- h) Stylistická úroveň – stylistika vykazuje určité nedostatky ve smyslu různých stylistických jazyků – „já“, „my“ a trpný rod. Dále pak některé výrazy použité diplomantkou nejsou vhodné pro akademickou práci – viz níže připomínky.

Připomínky:

Kapitoly 4 a 5 jsou nevhodně nazvány. Kapitola 4 by se měla jmenovat „Metodologie“, popř. „Metodika práce“, kapitolu 5 bylo vhodnější rozdělit na např. „analýzu současné situace na trhu fitness“ a poté samotný „Podnikatelský plán“. Takto se v části „Analytická část“ objevují jednak analýzy, jednak také návrh plánu, což už analýza rozhodně není.

Poslední dva odstavce v Úvodu jsou nadbytečné, neobsahují žádné hodnotné informace, které by patřily skutečně do úvodu.

Str. 4 – nesprávně uvedený odkaz na literaturu – „Čáslavová ve své knize Management a marketing sportu (2009; s. 99)“

Str. 5 – nesprávně uvedený odkaz na literaturu – „Beech a Chadwick ...“

Kapitola 3.1.1, 3.2, 3.2.1, 3.5 je v podstatě pouze kompilace citací, nikoliv literární rešerše.

Diplomantka často užívá nevhodnou stylistiku pro akademickou práci (např. „Spousta světových velikánů“, „... kteří si někdy vydělávají stokrát více ...“, „Pohlit co nejvíce zákazníků ...“, apod.)

Kapitola 3.3 by měla začínat již na straně 8, takto zde vzniká zbytečně volné místo. Na nové straně začínají vždy pouze velké kapitoly, nikoliv podkapitoly.

Str. 9 – nesprávně uvedený odkaz na zdroj citace – „Synkovo ekonomické pojetí ...“, podobně na str. 11.

Str. 10 – nesprávně uvedení zdroje u tabulky 1.

Str. 15 – nesprávně uvedený odkaz na zdroj citace – „Wupperfeld uvádí ...“

Str. 21 – nesprávně uvedený odkaz na zdroj citace – „... hodnocení efektivnosti. (Veber)“

Str. 24 – nesprávně uvedený odkaz na zdroj citace – „Podle Stackeové většina lidí ...“

Str. 31 – obrázek vzorečku přesahuje text – nevhodná úprava

Str. 31 - nesprávně uvedený odkaz na zdroj citace – „Hanzelková a kol. upozorňují ...“

Str. 36 – nesprávně skloňování – „... ale také díky wellness zóny.“

Str. 37 - nesprávně skloňování – „Těmito barvami bude vybaveno celý klub.“

V praktické části práce diplomantka užívá někdy trpný stylistický rod, někdy spíše „marketingový“ „my“ jazyk.

V abstraktu diplomantka uvádí, že jsou navrženy produkty tak, že jsou srovnatelné s konkurencí za obdobné, ne-li lepší ceny. Nicméně dále v práci uvádí, že dané fitness centrum má být kvalitativní špičkou pro zákazníky, kteří jsou ochotni si za kvalitu připlatit. Stejně tak vidím rozpor mezi uvedenými cíli společnosti (str. 37, kap. 5.1) a tvorbou ceny (str. 46, kap. 5.6.2). Diplomantka uvádí mezi cíli, že chce společnost „pohlit“ co nejvíce zákazníků od konkurence a dosáhnout maximální kapacity, nicméně u tvorby ceny popisuje, že nebude tlačit na získání co největší členské základny a bude se snažit mít méně klientů. Stejně tak je diskutabilní využití některých nástrojů v propagaci. Celkově tedy v práci vidím určitý rozpor mezi jednotlivými marketingovými nástroji. Viz otázka k obhajobě č. 4.

V rámci výše uvedeného rozporu je pak diskutabilní využití platby pomocí Flexi passů, které příliš neodpovídá cílové skupině zákazníků, kteří jsou ochotni platit za špičkovou kvalitu.

Kapitola 5.4 by měla obsahovat alespoň odkaz na přílohu, kde by měly být zpracovány plány (výkresy) podoby daného fitness centra.

V práci diplomantka, která je navíc i spolumajitelkou navrhovaného fitness centra, občas nesprávně uvádí název tohoto subjektu – např. Healt + Prague (str. 42), Helath + Prague (str. 43).

Pokud by mělo být navrhované fitness centrum kvalitativní špičkou, řekl bych, že je přinejmenším diskutabilní velmi nízký odhad nákladů na vybavení wellness části, zvláště ve srovnání s vybavením kanceláře a recepce.

Tabulka č. 10 neobsahuje povinné odvody na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění, hrazené společností. Náklady jsou vypočteny pouze jako součet hrubé mzdy a jakési daně placené státu. Celkové náklady pak neodpovídají uvedeným částkám v tabulce. Výpočet celkových nákladů na zaměstnance je třeba provést správně a pečlivěji.

Str. 64 – „...kapitole 5.8.2Chyba! Nenalezen zdroj odkazů.“

Str. 64 – překlep – „... budou ásledující ...“

Pokud je v podnikatelském záměru pracováno s marketingovou strategií pomocí marketingového mixu, je třeba zahrnout všechny nástroje mixu, v tomto případě 7P. Informace, které patří do tohoto mixu, sice v práci obsaženy jsou, nicméně není to uvedeno a zařazeno do jednotlivých nástrojů mixu 7P.

Závěr obsahuje informace, které nemají příliš velkou hodnotu pro tuto kapitolu. V závěru by měly být především shrnuty nejdůležitější poznatky z analýz a nejvýznamnější východiska vypracovaného návrhu. V tomto závěru jsou uvedeny pouze obecné poznatky o fitness odvětví, a znovu popsány cíle a úkoly práce, neboli, co bylo provedeno.

Zdroje č. 3, 4, 9, 10, 13, 16, 18, 23 v seznamu literatury neodpovídají požadované normě. Dále je seznam použitých zdrojů značně nejednotný v uvedených údajích, někde je pouze iniciál křestního jména autora, někde celé jméno, někde je dokonce prohozeno pořadí, atd. Seznam literatury tak vykazuje četné nedostatky, kterým šlo předejít minimálně nastudováním postupu psaní diplomové práce na stránkách fakulty, kde jsou jasné a přehledné ukázky citací zdrojů nejen v seznamu literatury ale i v textu.

Otázky k obhajobě:

1. Na str. 10 diplomantka uvádí „Riziko lze rozdělit na finanční a nefinanční. Finančním rizikem je vztah mezi subjektem a jměním či očekávaným příjmem, které se mohou ztratit či zhoršit.“ Co je tedy například tím nefinančním rizikem, které zde již popsáno není?
2. Na základě čeho byla vybrána právě uvedená hodnotící kritéria pro analýzu konkurence?
3. Na str. 33 diplomantka uvádí, že do „Propagace“ lze zahrnout veškeré PR aktivity společnosti. Co však znamená zkratka „PR“ a jaké další nástroje patří do propagace, resp. marketingové komunikace?
4. Jaká je tedy marketingová filozofie společnosti, projevující se pak ve smyslu zařazení mezi konkurenty, cenové strategii, propagační kampani, apod.?
5. Jaká je hlavní konkurenční výhoda navrhovaného fitness centra?

Navržený klasifikační stupeň: dobře – nevyhovující v závislosti na průběhu obhajoby.

V Praze dne 27.4.2015

.....
Mgr. Josef Voráček