Posudek bakalářské práce

Téma práce: Dotazníkové šetření kvality života
Řešitel: Markéta Šištíková
Vedoucí práce: RNDr. Ivana Malá, CSc.
Oponent: Ing. Jiří Vild

Dotazníková šetření jsou nepochybnou součástí fungování jakéhokoliv ekonomického subjektu. Umožňují za relativně nízké náklady získat velmi cenné informace, zpětnou vazbu od lidí, pro které subjekt svoji činnost vykonává,

Řešitelka si ve své práci stanovila za cíl prozkoumat problematiku dotazníků týkajících se především kvality života. Definice kvality života je zachycena hned v samotném úvodu. Práci lze v zásadě rozdělit na dvě části, přičemž první se týká dotazníků obecně – řešitelka se zabývá problematikou tvorby dotazníků, stanovení populace a výběrového vzorku, formulace otázek, možností škálování. Druhá část se zabývá s vyhodnocováním již vyplněných dotazníků. Zde nás řešitelka seznamuje se základními přístupy a technikami vyhodnocování dotazníkových šetření.

Práce je přehledně strukturovaná, logicky postavená a neobsahuje samoúčelné kapitoly, které by sloužily jen k zaplnění místa – pouze bych nejspíš vynechal příklady programového kódu v SAS a SPSS. Téma je z teoretického hlediska poměrně jednoduché, ale povedeně zpracované. V práci se mi líbí, že po obecnějším tvrzení přichází bezprostřední příklad na konkrétním dotazníku. Bohužel, poněkud uměle a těžkopádně působí snaha zahrnout teorii marketingových dotazníků do práce, která se týká evidentně lékařských dotazníků. Chápu motivaci řešitelky nasměrovat práci i ekonomickým směrem, vzhledem k tomu, že se pohybujeme na půdě ekonomické školy. Nicméně odstavce věnované marketingovým dotazníkům působí trochu nuceně. Dále s řešitelkou nesouhlasím v kapitole 2.2.1. Způsoby dotazování, kde tvrdí, že nevýhodou elektronického dotazování je, že *„...Každý nevlastní počítač a nemá internetové připojení a klesá důvěryhodnost, kdy lidé nevěří, že s jejich odpověďmi bude správně naloženo nebo se bojí, že data budou zneužita v jejich neprospěch...“.* Dovolím si tvrdit, že v dnešní době má počítač a internetové připojení skutečně téměř každý, dokonce si ho nosíme po kapsách. Navíc v éře Facebooku a dalších sociálních sítí lidé dokazují, že pro strach ze zneužití osobních dat mají uděláno. Poslední připomínku mám k tvrzením typu „*Obecně všechny standardní dotazníky jsou obtížné na*

vypracování a následné použití a vyhodnocení." na straně 5, *„Vymezení základního souboru je v některých případech velmi obtížné."* na straně 7 či *„Sestavení takové stupnice je velice obtížné,…"* na straně 20. V případě takových tvrzení by bylo vhodné dodat, v čem spočívá ona obtíž.

Z formálního hlediska mám jen drobné výhrady. Čtvrtou kapitolu, která obsahuje pouze dotazníky bez jakéhokoliv komentáře, bych spíše přesunul do příloh nebo do jiných kapitol, kde by dotazníky posloužily jako demonstrace některých tvrzení. Vzorce jsou řádně očíslovány, bohužel chybí očíslování některých obrázků a tabulek (strana 17, 28, 29). Řešitelka se nevyvarovala některých gramatických a stylistických chyb (zarovnání čísel stránek v obsahu, občasné přepnutí fontu Times New Roman na Calibri…), ale jejich počet nijak zásadně nesnižuje kvalitu práce. Literatura i zdroje jsou odpovídající, převzatá tvrzení jsou ocitována, oceňuji využití zahraničních zdrojů.

Otázky k diskuzi u obhajoby:

1) Myslíte si, že by bylo reálné a smysluplné vytvoření standardizovaných dotazníků v oblasti marketingu?
2) Když vezmete do úvahy náklady na čas, lidské zdroje a technické vybavení a srovnáte je s kvalitou získaných dat, vybrala byste si při dotazníkovém šetření písemné, telefonické, osobní nebo elektronické dotazování?

Práce může být předložena k obhajobě před příslušnou komisí. Vzhledem k výše uvedeným připomínkám navrhuji hodnotit práci jako **velmi dobrou**.

V Praze dne 5. června 2012

Ing. Jiří Vild
oponent bakalářské práce