

Studijní program
Ekonomika a management

Studijní obor
Management

Akademický rok
2017/2018

Název práce

Spokojenost zákazníků v restauračních službách

Řešitel

Iva Solnařová

Vedoucí

Ing. Martin Musil, Ph.D.

Oponent

Ing. Daria Gunina

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění	dobře
Logická stavba a členění práce	velmi dobře
Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti	dobře
Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití	dobře
Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení	dobře
Vlastní přínos studenta	velmi dobře
Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	velmi dobře
Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce	výborně nebo velmi dobře
Jazyková a terminologická úroveň práce	výborně

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Předložená bakalářská práce se věnuje spokojenosti zákazníka v restauračních službách. Rozsah práce odpovídá požadavkům na tento typ prací kladeným. Literární rešerše má spíše charakter výpisků z tuzemských učebnic: autorka využila pouze jednu zahraniční knihu a dva tuzemské akademické články. Literární rešerše by měla být rozsáhlejší a v rámci práce bakalářské by se očekávalo využití alespoň několika primárních zahraničních zdrojů. O kvalitě části teoretické napovídá i sekvenční nadužívání jednoho zdroje (např. str. 25, 26, 31). Tvzení „pro restaurační zařízení bude pravděpodobně určující životní styl a spotřební zvyklost“ (str. 18) není citováno, argumentováno či něčím podloženo, proto jej lze považovat za pouhou subjektivní domněnku a spekulaci autorky. Autorka na základě rešerše zjišťuje, že je mnoho podob marketingového mixu služeb (str. 26), ale bohužel neargumentuje, proč volí využití marketingového mixu od Vašítkové (2014).

Práce je strukturována standardním způsobem a rozdělena na části teoretickou, metodickou a empirickou. Nicméně struktura kapitoly 1 nebyla zvolena úplně vhodně: není argumentována „přítomnost“ jednotlivých podkapitol, a podkapitoly na sebe nenavazují. Obsah kapitoly 1.1 zde nenese podstatný význam a tato podkapitola mohla být vypuštěna, případně přesunuta do kapitoly 3.

Metody práce jsou zvoleny korektně, byť mám připomínky k jejich aplikaci. Autorka chybně používá pojem „výzkumné otázky“ (str. 14) a pojmenovává otázky v dotazníku jako otázky výzkumné: „Na základě bodové škály je možné přehledně uvést a prezentovat data získaná od zákazníků. Navíc pomocí výzkumných otázek zjistím i přesnější skladbu zákazníků tohoto konceptu, a zda jsou především stálejší zákazníci s restaurací spokojeni a jaké změny by uvítali“. Proces sběru dat též vyvolává pochybnosti. V rámci zkoumání spokojenosti zákazníků je důležité, kdy zákazník naposledy službu užíval (spotřebovával), tj. kdy naposledy restauraci navštívil. Pokud jeden respondent vyplnil dotazník den po návštěvě, druhý rok po návštěvě a další např. tři roky po návštěvě (a není

to v dotazníku zjišťováno), pak nejsou výsledky výzkumu spolehlivé a relevantní (nemuseli být stejné suroviny / stejný kuchař / stejná obsluha / stejná finanční situace v zemi apod.). Otázka č. 1 v dotazníku (str. 58) měří loajalitu, nikoliv spokojenost. Otázka č. 8 obsahuje dvě podobné odpovědi (C a D), které mohou být pro respondenta matoucí. Sice autorka diskutuje v práci výzkumné omezení spojené s tím, že jako respondenti vystupovali stálí zákazníci, ale výzkumných omezení (plynoucích jak z povahy výzkumného vzorku, tak využitých analytických metod) je v práci mnohem víc, a nejsou v práci zmíněny a rozebrány.

Ačkoli cíl práce byl naplněn a práce má celkově přijatelnou úroveň, obsahuje i řadu nedostatků, které výrazně snižují její kvalitu. Při představení společnosti a jejího „marketingového mixu“ autorka tvrdí: „*Lépe řečeno, v minulosti bylo období trvající pár měsíců, kdy byla většina obsluhy opravdu strašná*“ (str. 42), což je čistě subjektivním postojem autorky a neodpovídá pravidlům evaluace osobou výzkumníka a zachování neutrality. Autorka se v celé práci neubránila vyjadřování svého vlastního subjektivního názoru a pocitů, včetně části praktické: „*Myslím si, že klíčovou oblastí, na kterou by se restaurace měla zaměřit a zlepšit, jsou lidé, tedy zaměstnanci*“ (str. 52), kdy takovéto samozřejmé formulace by se v odborné práci objevovat nemusely. Výsledky dotazování (absolutní a relativní četnosti) jsou v praktické části pouze popsány (text opakuje čísla představené v grafu), nejsou nijak hlouběji interpretovány a rozebrány. Dle struktury a výsledků dotazníku by se dalo očekávat: a) propojení pohlaví či četnosti návštěv se spokojeností (za využití např. „chí-kvadrátu“); b) testování reliability dat (např. pomocí Cronbachova alfa) apod. Bylo by dále zajímavé srovnání výsledků výzkumu s hodnocením restaurace na TripAdvisoru či Maurerova výběru.

Po formální stránce se v práci objevují spíše drobné nedostatky:

- úvod (str. 14) by měl začínat na liché stránce (viz Šablona);
- v textu by se neměly objevovat prázdné řádky (např. str. 19);
- v citaci mezi autorem a rokem by měla vždy být čárka, nikoliv tečka (str. 20);
- formátování prvního odstavce za nadpisem a následujících odstavců by se mělo lišit (str. 27);
- neměl by být ponecháván prázdný prostor na stránkách před obrázky (str. 43, 45, 50, 51);
- zdroje u obrázků nejsou uvedené dle pravidel šablony (str. 17, 19, 20, 31, 33).

Přesto však považuji práci za uspokojivou, autorka totiž prokázala schopnost naplnit alespoň základní požadavky, které jsou na tento typ kvalifikační práce kladeny.

Otázky k obhajobě (1–2 otázky)

1. Jak výsledky výzkumu spokojenosti může ovlivnit časové hledisko? Kdy a kde je vhodné spokojenost zákazníků zkoumat pro vyšší spolehlivost dat (během návštěvy restaurace / hned po návštěvě / s časovým odstupem od návštěvy; v restauraci / venku před restaurací / doma elektronicky)? S delším časovým odstupem lidé spíše pamatují pozitivní zážitky nebo negativní? – (najděte argumentaci v literatuře).

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **dobře**.

Datum

2. 9. 2018

 Podpis
Ing. Daria Gunina