

## RECENZE DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Autor diplomové práce: Bc. Adéla Sogelová**

**Recenzent: Ing. Lukáš Klapil**

### **Téma diplomové práce: Měření spokojenosti zákazníků maloobchodního řetězce**

#### **• Zvolený postup řešení zadané problematiky**

Diplomová práce je zaměřená na analýzu spokojenosti zákazníků s maloobchodními prodejny COOP Jednota Slovensko spadající pod spotřební družstvo Čadca. Zahrnuje charakteristiku slovenského maloobchodního trhu včetně marketingového mixu s analýzou mikroprostředí a makroprostředí. V teoretické kapitole řeší autorka modely spokojenosti zákazníků a metody jejich měření. Praktická část obsahuje analýzu výsledků výzkumu spokojenosti zákazníků v prodejnách, ze kterých pak vychází návrhy a doporučení.

#### **• Dosažené výsledky, jejich odborná úroveň a možnost praktického použití**

Zvoleným cílem práce je měření celkové spokojenosti zákazníků a analýza spokojenosti s jednotlivými aspekty prodejen podle nástrojů maloobchodního marketingového mixu. Jinak pečlivě zpracované kapitole 2, hlavně úvodní část s aktuální situací na slovenském maloobchodním trhu a oběma analýzami prostředí, bych vytkl subkapitoly 2.1 a 2.2, které místy připomínají „reklamní prezentaci“ zkoumaného subjektu (např. reklamní výrazy a superlativy: neodolatelná chuť, lahůdka pro všechny, nesmírně záleží apod.). Diplomantka tady mohla více rozvinout a popsat slovenský maloobchodní trh, kterému se věnuje jen v úvodu kapitoly. Autorka také v této kapitole ne vždy odkazuje na zdroje. Ještě více se to projevuje v následující části, kde je řešena teorie měření spokojenosti zákazníků. V kapitole 4 Metodika výzkumu je definován výzkumný problém, ve spolupráci s oddělením marketingu spotřebního družstva, který spočívá v přetrvávající nespokojenosti zákazníků, i přes snahu vedení a modernizaci prodejen. Měřením spokojenosti zákazníků chce autorka zjistit, jaké jsou právě důvody jejich nespokojenosti. Zdrojem dat jsou primární informace získané prostřednictvím osobního dotazování ve 12 prodejnách družstva. Počet získaných dotazníků na jednu prodejnu mohl být větší. Diplomantka také neuvedla, jakým způsobem sesbírala 78 dotazníků elektronickou formou. Autorka využívá pro analýzu výsledků výzkumu pokročilé statistické metody. Návrhy a doporučení vycházejí z dosažených výsledků, jsou konkrétní a realizovatelné.

#### **• Formální náležitosti, vnější úprava, přehlednost apod.**

Práce je dobře strukturovaná a přehledná. Autorka se vyjadřuje srozumitelně, používá odborné výrazy a dává informace do souvislostí. Některé grafické výstupy jsou méně čitelné (např. Tab. 5.2 na straně 69).

Práci doporučuji k obhajobě.



Ing. Lukáš Klapil

Otázky k obhajobě:

1. V kapitole 2.2.7 Komunikace, v části IV. Public relations uvádíte vlastní kanály (interní časopis a web), které společnost využívá pro PR a má je pod kontrolou. Jaké další nástroje PR je možné použít? Jaké další nástroje PR využívá COOP Jednota?
2. V návrhové kapitole, části Personál, doporučujete spotřebnímu družstvu v první řadě navýšit mzdy zaměstnanců. Jaká je vlastně mzdová situace na slovenském maloobchodním trhu? Jak je na tom COOP Jednota ve srovnání s konkurencí?