

Posudek oponenta na dizertační práci Ing. Elišky Vildové
Spokojenost zákazníků – předpoklad efektivního řízení podniku cestovního ruchu
Oponent: prof. Ing. Hana Lošťáková, CSc.

Volba tématu práce, formulace cílů práce a jejich naplnění, použitá metodika, formulace hypotéz

Zvolené téma práce je velmi aktuální a jeho řešení bezesporu přínosné s ohledem na potřebu hledat cesty k zlepšení výkonnosti podniků v obtížné tržní prostředí pro všechny podnikatelské jednotky v důsledku nasycenosti poptávky a dlouhodobé recese. Platí to i pro odvětví lázeňství, na něž se zaměřuje dizertační práce. Obtížnost podnikání v tomto odvětví se v ČR ještě zvýšila v důsledku omezení hrazení lázeňské péče zdravotními pojišťovnami od r. 2012. Z tohoto pohledu výzkumy, zaměřené na spokojenost, retenci a loajalitu zákazníků a její zvyšování zdokonalováním služeb, poskytovaných klientům lázní, jsou přínosem nejen pro teorii, ale i pro praxi lázeňských institucí.

Cíle práce jsou formulovány v kap. 2, ovšem nikoliv přesně s ohledem na obsah práce. Autorka v kap. 2.1 uvádí, že cílem práce je navrhnout model výpočtu spokojenosti zákazníka pro lázeňský podnik, což rozvádí i v dílčích cílech práce. Mám k nim tyto připomínky:

- Problematické je slovní spojení „výpočet“ spokojenosti v hlavním cíli práce, neboť implikuje možnost objektivního stanovení úrovně spokojenosti zákazníků, což nelze. Lze změřit úroveň spokojenosti, ne ji vypočítat.
- Cíle by měly korespondovat s obsahem práce. To splněno není, protože autorka se věnuje v navazující teoretické části i dalším problémům jako je kvalita, řízení kvality, retence, loajalita, věrnost zákazníků, vztahy se zákazníky, řízení stížností, ale nevysvětluje jejich vazbu na spokojenost zákazníků a s ohledem na zaměření primárního výzkumu je otázkou, proč je jim věnována taková pozornost.

Zvolené metody a postupy při zpracování dizertační práce jsou vymezeny jen rámcově, nedostatečně je rozpracována metodika primárních výzkumů.

Formulované hypotézy jsou velmi diskutabilní, zejména druhá hypotéza, u ní nebylo co ověřovat, už z podstaty stanovení celkové spokojenosti pomocí váženého průměru úrovně spokojenosti jednotlivých aspektů lázeňských služeb to vyplývá.

Obsah práce, kvalita analýzy, využití světového poznatkového fondu v dané oblasti, otázky do diskuse

Dizertační práce je značně rozsáhlá (158 stran), navíc obsahuje přílohy. Je členěna vyjma úvodu, cílů a metodiky práce a závěru do 7 hlavních kapitol, které jsou však navzájem dosti z hlediska rozsahu nevyvážené (od 8 stran po 56 stran). Logická návaznost jednotlivých hlavních kapitol je zřejmá, ovšem vnitřní struktura a obsah jednotlivých kapitol mnohdy logiku postrádá, protože zhusta názvy kapitol neodpovídají jejich obsahu. Řada pasáží je zpracována povrchně bez vzájemných souvislostí, chybí srovnání a kritické hodnocení prezentovaných poznatků z rešerše odborné literatury, mnohá tvrzení nedávají smysl a vyvolávají dojem, že autorka nerozuměla, o čem píše. Pochybuji, že dizertační práce prošla interní oponenturou na školícím pracovišti nebo v případě, že oponenturou prošla, že autorka zapracovala do konečné verze práce všechny připomínky.

V tomto posudku vzhledem k úrovni textu nelze uvést veškeré připomínky, soustředím se jen na ty zásadní připomínky a dotazy.

název by měl znít „Teorie a koncepty spokojenosti“. Kap. 3.2.7 se opět věnuje stížnostem, lépe by bylo tuto kapitolu propojit s kap. 3.2.5. Název obr. 26 neodpovídá obsahu, neboť se netýká obecně služeb v ČR, ale pouze služeb operátorů. Nerozumím rovněž názvu subkapitoly na str. 76 „Předmět spokojenosti s reakcí na stížnost“, tudíž je obtížné posoudit, o čem chce autorka v kapitole pojednat. Konečně na str. 77 autorka v názvu subkapitoly uvádí, že se bude zabývat „Způsoby sledování stížností“, ale v této subkapitole uvádí nesourodé spektrum přístupů a metod, netýkajících se v drtivé většině deklarovaného tématu, ale např. různých nástrojů a metod pro odhalení nedostatků v nabídce a službách, posuzování výkonnosti dodavatele z pohledu zákazníků i managementu podniku atd. Některé metody, např. „hodnocení“, „bodový graf“ aj., nejsou s tématem vůbec svázány.

Kapitola 4 v rozsahu 19 stran je věnována přístupům k měření spokojenosti zákazníků. K této kapitole mám rovněž řadu připomínek:

- Autorka v úvodu tvrdí, že lze použít vedle subjektivních metod měření spokojenosti zákazníků i „objektivní“ metody. S tímto tvrzením nelze souhlasit. Vyjádření úrovně spokojenosti zákazníkem je vždy subjektivní a tudíž i výsledky jejího měření jsou subjektivní. Proto prosím při obhajobě vysvětlit, jak vůbec autorka dospěla k názoru, že pozorování a v jeho rámci mystery shopping lze použít k měření spokojenosti zákazníků? Vždyť základním charakteristickým rysem pozorování je, že pomocí této metody nelze měřit postoje, jen vnější projevy chování a spokojenost je postoj zákazníka.
- Problémem této kapitoly totiž je, že název kapitoly opět nekoresponduje s jejím obsahem, protože vedle metod měření úrovně spokojenosti zákazníků jsou v ní prezentovány metody identifikace příčin nespokojenosti. Obě skupiny metod autorka považuje za metody měření spokojenosti, což není správně. Tyto dvě skupiny metod měly být totiž rozříděny na ty, které lze použít k měření spokojenosti a na ty, které byly zaměřeny na identifikaci příčin nespokojenosti, nedostatků. Některé metody se vůbec netýkají ani jednoho problému, např. metoda charakteristik.
- Chybí srovnání a kritické zhodnocení vypovídací schopnosti a použitelnosti jednotlivých metod v rámci každé z obou skupin metod – metod měření spokojenosti a metod identifikace příčin nespokojenosti. Text tak ani v této kapitole nemá ráz vědeckého textu.
- Výklad metod je velmi povrchní a nepřesný, mnohé formulace jsou chybné. Např. jako speciální metodu měření spokojenosti zákazníků autorka uvádí na str. 83 dotazníkové šetření, ale neuvědomuje si, že je to obecná metoda marketingového výzkumu a že jinak než dotazováním zjistit úroveň spokojenosti zákazníků nelze a že data, které využívají další skutečně speciální metody stanovení úrovně spokojenosti zákazníků, se touto metodou zjišťují. Rovněž popis ostatních metod je velmi vágní, formulace jsou nepřesné až nesrozumitelné, takže lze obtížně posoudit, zda je prezentovaná metoda zvolena vhodně.
- Vzorce, které jsou uváděny u některých metod, nejsou správně prezentovány a nejsou v nich mnohdy všechny proměnné a symboly. Z tohoto pohledu doporučuji se zejména zamyslet nad vzorcem na str. 84, 85, 89, ale i nad ostatními vzorci, co vlastně vyjadřují a doplnit symboliku, případně je doplnit nebo opravit.

Kapitoly 5 – 7 představují praktickou část práce. Kapitola 5 má rozsah pouze 11 stránek, kapitola 6 má 28 stránek a kapitola 7 je v rozsahu 8 stránek. Podle názvu mají být věnovány návrhu postupu analýzy spokojenosti zákazníka a jeho ověření na příkladu lázeňského podniku. Cíl této části práce však nebyl zcela naplněn, navrhované metodické postupy mají řadu nedostatků a text obsahuje řadu chybných tvrzení:

- Nutno říci, že prezentovaný postup analýzy spokojenosti zákazníků na str. 100, obr. 36 je vymezen pouze rámcově, zachycuje obecné fáze marketingového výzkumu, a to ještě ne všech, které je nutno provést.
- Nelze akceptovat tvrzení na str. 100, že „všechny modely nejsou využitelné ve zkoumaném lázeňském podniku“, kdy jako argument pro toto tvrzení je použita absence potřebných dat. Všechna data lze v rámci marketingového výzkumu zjistit.
- Korelační a faktorová analýza nejsou modely měření spokojenosti zákazníka, jak autorka tvrdí na str. 101.
- Kolmogorov-Smirnovův test a Cramer-von Mises test jsou neparametrické statistické testy, nikoliv modely a jejich užití je jiné než tvrdí autorka v práci na str. 101.
- Text podobně jako v předchozích kapitolách obsahuje řadu dalších obtížně akceptovatelných slovních spojení, např. „analyzovat získaná data ve vysokém detailu“ (str. 107), „byly sesbírány vzorky dotazníků“ (str. 107), „segmentační otázky“ (str. 110) atd. Je patrné, že autorka prezentované problematice nerozumí nebo ji nemá vůbec nastudováno.
- Při sestavování dotazníku nebyly dodrženy základní pravidla pro měření postojů, a to jak u měření spokojenosti, tak při měření důležitosti jednotlivých atributů nabídky a služeb lázní.
- Dotaz na úroveň těchto služeb se týká vnímané úrovně kvality těchto služeb, nikoliv důsledků jejich kvality na úroveň spokojenosti – úroveň spokojenosti zákazníků vůbec v dotazníku měřena nebyla.
- Výraznou chybou navíc je, že v tomto případě byla použita pro měření jednostranná škála, počet pozitivních hodnocení je větší než počet negativních hodnocení, a tak nebyl dodržen požadavek neutrality při měření postojů.
- Při měření důležitosti aspektů nabídky a služeb pro zákazníka byla měřena jen důležitost rámcových dimenzí služeb lázní, nebyla věnována pozornost zjištění důležitosti jednotlivých aspektů jednotlivých dimenzí, i když zřejmě nejsou pro klienty lázní stejně důležité (např. aspekty „přivítání“, „informace při příjezdu“, „profesionalita“ a „laskavost a vstřícnost“ u dimenze „recepce“ se z hlediska důležitosti po klienty mohou lišit). I kdyby byla jejich důležitost stejná, je třeba to při výzkumu zjistit. Diskutabilní je proto i navrhovaný postup stanovení úrovně spokojenosti klientů zkoumaných lázní.
- Formulace dotazu o důležitosti jednotlivých dimenzí není správná, opět odporuje požadavku neutrality a dotaz není jednoznačný, protože je směřován jen na nejdůležitější dimenzi, nekorresponduje s nabízenou škálou a mohl snížit ochotu vyplnit dotazník.
- V práci není uvedeno, zda byla při stanovení vah při určení úrovně kvality služeb škála důležitosti upravena, zatím 1 je nejdůležitější, 5 je nejméně důležitá. Doufám, že ano.
- Dotazník, prezentovaný v příloze, je psán velmi malými písmeny a je nečitelný. Bez lupy ho nelze přečíst. Zbytečně je zahlcen prezentací lázní, to do dotazníku nepatří, neboť marketingový výzkum nikdy nesmí být spojen s akvizicí.
- Z textu není zřejmé, jakou metodou byl vybrán výběrový soubor respondentů, nelze tedy posoudit, zda jsou výsledky reprezentativní.
- Velmi diskutabilní je stanovení vah a následné výpočty individuálních indexů spokojenosti a prezentace jejich četností. Jiné než individuální názory hostů na jejich důležitost nemají smysl. Kapitola je tak zahlcena zavádějícími výsledky, což ještě více snižuje úroveň práce.

- Při statistických analýzách autorka většinou použila nesprávné statistické procedury – použila procedury pro kardinální (číselné) proměnné a při tom měření spokojenosti (lépe řečeno úrovně kvality, protože ta byla v práci měřena) a měření důležitosti je prováděno na ordinálních škálách a data jsou kategorizovaná. Autorka statistiku kategorizovaných dat očividně nezná. Prosila bych při obhajobě toto uvést na pravou míru. Z tohoto pohledu i preferovaná míra polohy „průměr“ v navrhovaných metodách měření spokojenosti zákazníků i v použité metodě v primárním výzkumu je diskutabilní.

Formální aspekty dizertační práce, systematičnost, přehlednost, formální úprava, jazyková úroveň.

Z předchozího hodnocení je patrné, že předložená dizertační práce má i po formální stránce řadu nedostatků:

- Kapitoly úvod a závěr se nečíslují.
- Názvy obrázků se obvykle uvádějí pod obrázkem.
- Obrázek má být prezentován až za jeho anoncí v textu (není splněno např. u obr. 12 atd.).
- Obr. 25 a 26 (str. 72) je nečitelný.
- V práci je řada gramatických chyb (zejména v interpunkci) a překlepů.
- Citace použité literatury nerespektují normy EN ISO 690 a EN ISO 690-2.
- Formulační schopnosti autorky jsou vzhledem k řadě obtížně srozumitelných pasáží a tvrzení nižší a neodpovídá požadavkům vědecké publikace. Jazyková úroveň práce je nízká.

Výsledky dizertační práce a přínos doktorandy

Vzhledem k řadě výše popsanych nedostatků dizertační práce i metodiky, použité při primárním výzkumu nelze výsledky práce hodnotit pozitivně. Navrhovaný postup není aplikovatelný v praxi ani neobohacuje teoretické poznání v této oblasti, neboť je v řadě aspektů problematický nebo až chybný a studovanou problematiku spíše zatemňuje než rozvíjí.

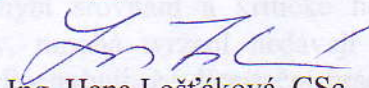
Vyjádření k publikační činnosti doktorandky

K publikační činnosti doktorandky se nemohu vyjádřit, neboť jsem tyto údaje neměla k dispozici.

Závěrečné hodnocení oponenta

Obsah práce nesplňuje požadavky kladené na dizertační práci, samotná práce není kvalitní a autorka neprokázala potřebné znalosti v daném oboru a schopnost vědecky pracovat, hodnotím tuto dizertační práci záporně a **nedoporučuji ji k obhajobě.**

Pardubice 11. ledna 2015


prof. Ing. Hana Lošťáková, CSc.
Univerzita Pardubice