

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Kristýna Hájková  
Číslo studenta: E20242  
Název bakalářské práce: Analýza spokojenosti B2B zákazníků vybraného podniku  
Cíl práce: Cílem práce je návrh doporučení pro zlepšení vztahů s B2B zákazníky vybrané společnosti v gastronomickém odvětví na základě analýzy očekávání, potřeb a zpětné vazby od těchto zákazníků.  
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský  
Studijní program: B0413A050008 Ekonomika a management  
Akademický rok: 2023/2024

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Práce je zaměřena na analýzu spokojenosti B2B zákazníků společnosti Speedlo, s. r. o. poskytující digitální služby v gastronomickém odvětví. Autorka zde nejprve zmapovala teoretické poznatky z hlediska marketingu a prozákaznického přístupu se zaměřením na specifika v B2B sektoru. Další část věnovala marketingovému prostředí a přiblížení marketingového výzkumu i konkrétních následně využitých metod. Autorka provedla pilotáž svého dotazníkového šetření a oslovila celkem 513 respondentů. Avšak návratnost byla necelých 5 %, což je sice obvyklé v obdobných výzkumech při použití online distribuce dotazníků, nicméně mohla pro získání většího počtu respondentů využít i jiné komunikační kanály alespoň pro omezený počet potenciálních respondentů. Nicméně, počet respondentů mezi 20–30 je všeobecně přijímaný jako dostatečný pro získání základního náhledu na zkoumanou problematiku.

Autorka využila teoreticky popsaná východiska v aplikační části své práce a na základě dat z nich vyplývajících vytvořila SWOT analýzu. Nicméně, je škoda, že nevyužila spíše modifikovaný marketingový mix 4S, který by byl vzhledem k analyzovanému podniku vhodnější a autorka jej zároveň popisuje v teoretické části své práce. Autorka se ve svých teoretických východiších věnuje poměrně obsáhlé nákupnímu procesu a analýze konkurence, avšak v aplikační části své práce se těmito tématům věnuje pouze okrajově. Zásadnější nedostatky však vidím ve formální úpravě práce, jelikož práce obsahuje relativně četné pravopisné chyby, překlepy či chybějící slova, což místy znesnadňuje porozumění textu; případně užívá královský plurál, namísto neutrální formy. Podobné drobnější nedostatky se vyskytují i v grafech, například se jedná o místy zavádějící popisky os (obrázky 4 a 5), nadbytečnou legendu v obrázku 15, nelogické řazení sloupců v obrázku 16 či chybné označení tabulky 2 ve stati práce. Taktéž jeden ze zdrojů je chybně uveden „Kotler, Gary, 2007“ namísto „Kotler, Wong, Saunders, Armstrong, 2007“. Z hlediska vlastních doporučení autorka velmi podrobně rozpracovává problém nedostatečné komunikace podniku, avšak další doporučení jsou poměrně povrchní. Autorka pracovala samostatně a reagovala na zásadní připomínky vedoucího práce, avšak plnění vzájemně dohodnutých termínů pro vypracování dílčích částí práce značně vážlo.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a nejvyšší míra podobnosti je 2 %, práce není plagiát.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. V rámci vyhodnocení SWOT analýzy navrhuje i integraci umělé inteligence do nabízených produktů podniku. Může mít na tento Váš návrh nějaký dopad tzv. „Akt o umělé inteligenci“? Jaký je váš osobní názor na účelnost této regulace?
2. Z Vašich výsledků plyne, že 1/4 respondentů není spokojena se zákaznickou podporou (a to zejména její rychlostí a informovaností), jaká konkrétní opatření navrhuje? Jaký by byl finanční dopad těchto návrhů?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.  
Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 14.8.2024

Podpis .....