

# Komparativní analýza služeb fitness zařízení ve vybraných nákupních centrech z hlediska zákazníka

**Autorka práce:** Sarah Wintersteiner  
**Akademický rok:** 2016/2017  
**Vedoucí práce:** doc. Ing. Martin Zralý, CSc.  
**Studijní obor:** PM v průmyslových podnicích



## Abstrakt

Cílem bakalářské práce je návrh hledisek pro porovnání kvality služeb fitness zařízení z hlediska zákazníka a porovnání vybraných pěti fitness center. Porovnávaná fitness centra byla vybrána náhodně, ale založena na podstatě umístění, a to v nákupních centrech. Pomocí mystery shoppingu těchto fitness center se vytvořila hlediska kritérií, která se u každého fitness centra následně porovnávala. Pomocí SWOT analýzy se lépe porovnávala fitness centra, kde se určily slabé a silné stránky fitness center, příležitosti a také hrozby pro fitness centra. Pro vyhodnocení a určení pořadí fitness center se zvolil postup vícekriteriálního rozhodování, metoda bodovací, které vycházelo z vyplněného dotazníku vybraných 10 expertů pro hodnocení kritérií. Po již výsledném vyhodnocení fitness center byl proveden rozhovor o výsledcích a diskuzí o strategiích marketingu, s marketingovým koordinátorem Tomášem Brádle, který pracuje v jednom z vybraných fitness center.

## English summary

The aim of this bachelor thesis is to provide a concept of aspects for comparison of the quality of services of fitness equipment from the point of view of the customer and comparison of selected five fitness centers. The comparable fitness centers were chosen randomly but based on the location, the shopping centers. By using the mystery shopping of these fitness centers, the criteria were developed and then were compared to each other. SWOT analysis has made easier to compare the fitness centers to identify weaknesses and strengths of the fitness centers, opportunities and threats for the fitness centers as well. To evaluate and determine the order of the fitness centers, a multi-criterion method procedure was chosen, the scoring method based on a completed questionnaire of 10 selected experts for evaluation of the criteria. After the final evaluation of the fitness centers, a discussion was held on the results and discussions with the marketing coordinator, Tomáš Brádle, who works in one of the selected fitness centers.

V mystery shoppingu jednotlivého fitness centra jsem zkoumala hlediska, která jsem si již před návštěvou fitness zařízení zvolila na základě relevantní teorie a mých zkušeností. Tyto hlediska obsahovali taktéž dílčí členění, jak můžeme vidět níže v tabulce.

- Informační zajištění
- Nabídka služeb
- Vybavení fitness zařízení
- Personál
- Cenová nabídka
- Prostředí

Po mystery shoppingu každého fitness centra a po vytvoření strukturovaného bodového dotazníku, který byl zaslán expertům jsem mohla na základě mého hodnocení vytvořit vícekriteriální rozhodování, konkrétněji metodou bodovací, výpočet pro porovnání fitness zařízení.

## ZKOUMANÁ FITNESS CENTRA

1. Holmes Place Premium Anděl v nákupním centru Nový Smíchov na Praze 5
2. Solárium fitness BBC v Centru Chodov na Praze 11
3. Fitinn v obchodním centru DBK na Praze 4
4. Jatomi fitness v Galerii Harfa na Praze 9
5. Sportovně relaxační klub fit2b v Centru Krakov na Praze 8

ohodnocení	informační zajištění			nabídka služeb				vybavení fitness zařízení			personál	cenová nabídka						prostředí				celkem	pořadí
	webová stránka	orientace v budově	dostupnost	služby fitness zařízení	SPA	ostatní doplňkové služby	kavárna	vybavení posilovny	vybavení sálů	členství/permanentky		jednorázové vstupné	věrnostní program	osobní trenéři	skupinové lekce	SPA	ostatní doplňkové služby	vnější	vnitřní	vnitřní využití prostoru	SPA		
Holmes Premium Anděl	46,8	11,6	74,7	68,8	45	37,8	43	84	48	77	74	0	54	42	38,4	25,2	29,6	61	76	72	58	1067	1
Solárium fitness BBC	46,8	17,4	83	86	18	29,4	8,6	84	54	46,2	59,2	18,6	54	33,6	33,6	14,4	7,4	36,6	30,4	64	34,8	860	4
Fitinn	46,8	29	66,4	34,4	0	16,8	0	84	0	69,3	59,2	49,6	54	12,6	0	0	0	54,9	76	80	0	733	5
Jatomi fitness	46,8	40,6	58,1	77,4	45	25,2	38,7	75,6	54	61,6	51,8	24,8	32,4	37,8	38,4	32,4	22,2	48,8	60,8	64	58	994	2
Sport & Relax Klub fit2b v Centru Krakov	52	58	24,9	77,4	0	33,6	34,4	67,2	60	77	14,8	62	0	37,8	48	0	29,6	61	68,4	80	0	886	3

Z tabulky „Určení pořadí“ můžeme vidět:

- **1. místo:** fitness zařízení Holmes Place Premium Anděl, které nejen svými službami vyniká, ale také svým přístupem a luxusem
- **2. místo:** Jatomi fitness, které se na druhé místo dostalo díky svému SPA, které poskytuje
- **3. místo:** fitness zařízení Sport & Relax Klub fit2b v Centru Krakov, které i přes své nedokonalosti mezi službami vyniká svým přístupem a ochotou. Jako její nejlepší službu můžeme ohodnotit nabízenou širokou škálou skupinových lekcí, která je v demografické části postavení tohoto fitness zařízení, obdivuhodná.
- **4. místo:** Solárium fitness BBC. Fitness zařízení poskytující převážně solária, tudíž osloví menší cílovou skupinu potenciálních klientů. Díky svému zevnějšku můžeme usoudit, že je pro toto fitness zařízení 4. místo dostačující.
- **5. místo:** fitness zařízení Fitin, bohužel i přes svůj sympatický přístup k zákazníkům, toto fitness zařízení nespadá mezi fitness centra, které se mohou pyšnit svou širokou škálou poskytujících služeb

## Reference

1. **BURDA, Alexandr a Radmila DLUHOŠOVÁ.** *Mystery shopping: prolegomena.* Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2011. ISBN 978-80-7248-663-2
2. **Foret, Miroslav.** *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky.* Brno: Computer Press 2008. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 978-80-251-2183-2.
3. **TAHAL, Radek.** *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu.* V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-585-5.
4. **Vašítková, Miroslava.** *Marketing služeb: efektivně a moderně. 2., aktualiz.* A rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-80-247-5037-8.