

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Vojtěch Novák

Název práce: Marketingový mix plaveckého bazénu v Kralupech nad Vltavou

Cíl práce: identifikovat největší negativní mezery vycházející z metody SERVQUAL v poskytovaných službách plaveckého bazénu v Kralupech nad Vltavou.

Celkové hodnocení práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (uved'te)

Celková náročnost práce	Průměrná
Praktická/teoretická využitelnost zpracování	Průměrná

Díličí kritéria hodnocení práce:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Přístup studenta k závěrečné práci	Výborně
Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Výborně
Rozsah a relevance teoretické části	Dobře
Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce	Dobře
Formální úprava práce	Výborně
Gramatika a stylistika	Výborně

Kontrola originality textu závěrečné práce:

Stav kontroly na plagiáty (SIS)	85 %
Stav kontroly Turnitin (SIS)	29 %
Slovní komentář	Velmi vysoká shoda s jinými dokumenty je při bližším prozkoumání protokolů způsobena zejména druhou verzí neobhájené bakalářské práce. Je to však ukazatel také toho, jak velkou změnu student oproti první verzi provedl. Další shody jsou způsobeny podobnými, či stejnými použitými citacemi odborných zdrojů, jedná se tedy o řádně citované texty. Další shody jsou způsobené využitím již standardně využívaného dotazníku pro měření kvality služeb včetně vybraných položek v dotazníku a taktéž vysvětlení některých metodických záležitostí k danému dotazníku. Práci tak z mého pohledu nelze považovat za plagiát, nicméně je vhodné více využívat aktuální a nové odborné zdroje.

Hodnocení práce:

- Přístup studenta k závěrečné práci – práce ve svém druhém provedení již neobsahuje významné nedostatky a tudíž z tohoto hlediska byl přístup studenta v pořádku.

- b) Stupeň splnění cíle práce – stanovený cíl práce splňuje na dostačující úrovni. Práce poskytuje cenné a zajímavé informace pro vybraný plavecký bazén. Celkově je však práce spíše průměrná.
- c) Logická stavba práce – struktura práce obsahuje povinné a podstatné kapitoly pro bakalářskou práci.
- d) Rozsah a relevance teoretické části – teoretická část je zpracována na 15 stranách, přičemž prezentuje základní, obecný a stručný úvod do marketingového mixu služeb, vlastností služeb a spokojenosti zákazníka, včetně metody jejího měření. Poskytuje tak pouze základní podklady pro tvorbu praktické části a dosažení stanoveného cíle práce.
- e) Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování – použité zdroje v bakalářské práci jsou často velmi zastaralé a neaktuální, přičemž u těch použitých existují i novější aktuálnější vydání, ta však student nevyužívá. Použité zdroje jsou zejména z řad publikací, zaměřujících se na obecný marketing, či obecný marketing služeb. Chybí zde použití aktuálních, nových zdrojů, které se zaměřují na marketing sportovních služeb a sportovních zařízení.
- f) Adekvátnost použitých metod – použitá metoda dotazníkového šetření je vhodná a adekvátní. Její aplikace je standardní, průměrně zpracovaná.
- g) Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce – student vše zpracovává celkem povrchně na základní úrovni. Za dostačující pro bakalářskou práci považují zpracování dotazníkového šetření, zjištěné informace tímto šetřením a zpracování výsledků. Diskuze se sice správně zabývá polemikou nad provedením výzkumu, nicméně zde chybí hlubší diskutování zjištěných výsledků a navržených opatření v kontextu teoretických východisek. Jsou zde sice náznaky, nicméně tato polemika by mohla být pestřejší.
- h) Formální úprava práce – formální úprava práce je v pořádku, v práci se vyskytují pouze ojedinělé nedostatky – viz dále připomínky.
- i) Gramatika a stylistika – v práci se objevují pouze ojedinělé nedostatky – viz dále připomínky.

Připomínky:

Str. 16, 17 – odlišný způsob odkazu na zdroj – „...osobní vystupování manažera (Čáslavová, 2009)“; „...forma obsluhy (Čáslavová, 2009)“

Str. 18 – „Většina sportovních služeb je využívána zákazníky bez přímé účasti poskytovatele (wellness zóna). Samozřejmě existují také služby, na kterých se jejich poskytovatel podílí - instruktor, trenér (plavecký bazén, fitness centrum).“ – student zde nesprávně zaměňuje „poskytovatele“ a „personál“. Poskytovatel je v tomto případě plavecký bazén Kralupy nad Vltavou, nikoli jeho personál (např. instruktor, trenér, apod.).

Str. 19 – rozporuplné – „Službu není možné vrátit, skladovat nebo reklamovat. ... Nemusí to ovšem znamenat, že službu nelze reklamovat.“

Str. 19 – pravopisná chyba – „...a v důsledku toho, mohou o své zákazníky přicházet.“

Str. 26, obrázek 2 – horší vizuální kvalita obrázku

Str. 51 – pravopisná chyba – „...zdvořilí a milý personál ...“

Otázky k obhajobě:

1. Do jakého nástroje marketingového mixu spíše patří otevírací doba? V kapitole 7.1.5 je uváděna v souvislosti s nástrojem „Prezentace“.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 29.8.2022

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.