

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Libor Basík

Název práce: Spokojenost zákazníků sportovního areálu Vršasportcentrum

Cíl práce: provedení výzkumu spokojenosti zákazníků sportovního areálu Vršasportcentrum.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Velmi dobře
Logická stavba práce	Dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Nevyhovující
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Nevyhovující
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomová práce obsahuje všechny povinné části, je zpracována

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn pouze v obecné rovině díky zejména použitým metodám, zpracování dat a následným návrhům.
- Samostatnost při zpracování tématu – diplomant pracoval samostatně v některých ohledech až příliš, zejména s ohledem na tvorbu diagnostického nástroje.
- Logická stavba práce – struktura práce vykazuje nedostatky v oblasti zařazení kapitoly o představení sportovního areálu. Dále pak kapitola o navrhovaných změnách je umístěna ve výsledkové části výzkumu. Dále je zde velkým nedostatkem až příliš velká pozornost k obecnému marketingu a zcela minimální část věnována problematice spokojenosti zákazníka a metodami zkoumání spokojenosti zákazníka.
- Práce s literaturou – práce svým počtem zdrojů splňuje minimální nároky. Mimo drobné formální nedostatky (zejména ve formátu odkazů a v seznamu literatury) je velmi slabou stránkou práce neuvedení zdrojů u některých členění, která jsou jasně převzata, dále pak nesoulad mezi zdroji v seznamu literatury a v citacích v textu.
- Adekvátnost použitých metod – na úrovni diplomové práce je tato část největším nedostatkem práce. Autor se primárně příliš nevěnuje sofistikovaným metodám pro výzkum této problematiky. Z toho pak vyplývá neodborně a „amatérsky“ navržený diagnostický nástroj. Dále pak analýza dat je pouze na úrovni základního zpracování do absolutních, resp. relativních četností bez využití dalších statistických metod. Z tohoto pohledu je na úroveň magisterské práce tato oblast nevyhovující.
- Hloubka tematické analýzy – hloubka provedených analýz jak v teoretické části, tak i ve zpracování výsledků a v návrzích je pouze velmi povrchní. Viz připomínky níže a návaznost na hodnocení výše.

- g) Úprava práce – zpracování textu vykazuje četné nedostatky – viz připomínky níže. Hlavní problém však vidím v naprosto nevhodném využití výšečových grafů v některých případech – viz níže připomínky.
- h) Stylistická úroveň – autor občas využívá nevhodné výrazy pro tento typ práce a dále se občas vyskytuje problém ve větné skladbě – viz níže připomínky.

Připomínky:

V obsahu jsou nadpisy podkapitol 3. úrovně někdy velkými písmeny, někdy malými.

Str. 1 – v úvodu ve třetím odstavci je mezera vložená do slova („j e“)

Str. 3, 5 – autor zde využívá citově zabarvené a někdy hovorové výrazy, které nejsou vhodné pro práci tohoto typu („osobně se mi velice líbí...“, „v kapitole marketingu jsme nakousli...“)

U odkazování na autory v textu se používá pouze příjmení, nikoliv i křestní jména, nebo dokonce tituly.

Str. 5, 6, a dále v práci – autor někdy uvádí různá členění, která jsou převzata, ale není nijak odkazováno na zdroj. (nebo jsou to autora vlastní členění?)

Při přímém citování autor někdy využívá kurzíva, někdy ne. Je třeba toto sjednotit.

Při čtyřech a více autorech se uvádí pouze hlavní autor spolu se zkratkou „a kol.“, nebo „et al.“

U objektů (obrázky, tabulky, atd.) autor uvádí zdroje v nesprávném formátu, jedná se však pouze o drobné nedostatky.

Str. 8 – autor opět uvádí členění, taktéž v komentáři upřesňuje, že tato členění uvádějí někteří autoři, je třeba tyto autory uvést pro lepší orientaci čtenáře.

Str. 9 – chybí kapitola 3.2.2.1, která by předcházela uvedené kapitole 3.2.2.1.1

Kapitoly 3.3.1 a 3.3.3 mají stejný název „komunikační strategie“.

U odstavce je většinou odsazen první řádek, někde však nikoliv.

Str. 19 – diplomant uvádí celou řadu autorů, které však již neuvádí v seznamu použité literatury.

Diplomant věnuje velmi malou část v teoretické části metodám zkoumajícím spokojenost zákazníků, popř. spokojenost zákazníků se službami a sportovními službami. Konkrétně se jedná pouze o jeden odstavec textu (jedna podkapitola) na str. 21. Dále tam uvádí, že v této práci je použit strukturovaný dotazník, což není metody a diagnostický nástroj.

Diplomant uvádí, že respondenty vybíral pomocí prostého náhodného výběru, z textu je však patrné, že se jedná o vzorek „dostupný“, nikoliv „náhodný“.

V metodologii práce úplně chybí operacionalizace cíle výzkumu pro názornější rozbor indikátorů, měřících v textu uvedených základních atributů spokojenosti zákazníků.

„Představení sportovního areálu“, byť se jedná o objekt výzkumu, je vhodnější umístit do „praktické části“ práce.

V analýze a interpretaci dat autor číslovky uvádí slovem, což je velmi nevhodné a nepřehledné.

Graf č. 24 – překlep „bilboard“ – správně „billboard“

Str. 52 – „osmdesát procent dotazovaných si vybrali...“ – nesprávná shoda mezi podmětem a přísudkem ve větě

Je poněkud zajímavé, že diplomant navrhuje zavedení profilu na Facebooku i přesto, že více než 80% zákazníku o to nestojí. Otázka tedy je zda by se navrhovaný nástroj vůbec uplatnil, popř. zda by přinesl nějaký efekt pro sportovní areál.

Graf č. 15, 19, 22, 26 – autor prezentuje výsledky výzkumu pomocí výšečového grafu, součet procent mu však jednoznačně dává více jak 100 %, v tomto ohledu je graf i zpracování výsledků do relativní četnosti velmi nevhodné.

Graf č. 27 – u absolutních četností je také vhodnější volit jiné grafické znázornění než výšečový graf.

Zdroj č. 3 v seznamu použité literatury – jedná se asi o překlep, ale uvedená publikace nejspíš neobsahuje pouze 14 stran. (podobně u zdroje č. 12 – 8 stran, č. 29 – 13 stran, č. 36 – 16 stran)

Otázky k obhajobě:

1. Str. 5 – autor uvádí, že „Služby oproti výrobním produktům mají vlastnosti ...“ Může autor vysvětlit, co je myšleno „výrobním produktem“? (nejspíš tím autor tedy myslí hmotný výrobek)

2. Mohl by autor uvést nějaké další metody a techniky výzkumu spokojenosti zákazníků, popř. i vysvětlit jím uvedené na str. 21 – konkrétně metody ACSI a ECSI? Použil autor nějakou standardizovanou metodu při svém výzkumu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: dobře – nevyhovující v závislosti na průběhu obhajoby.

V Praze dne 11.1.2013

.....
Mgr. Josef Voráček