

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Štrbíková Barbora

Název práce: Loajalita a spokojenost účastníků Street Dance Kemp s nabídkou služeb akce

Cíl práce: cílem práce je zjistit závislost vztahu mezi loajalitou a spokojeností účastníků sportovní akce Street Dance Kemp s nabízenými službami. Zároveň se autorka zaměřila i na hodnocení konkurence u tohoto typu akce.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Samostatnost při zpracování tématu	výborně
Logická stavba práce	výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře (viz hodnocení)
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře (viz hodnocení)
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře (viz hodnocení a připomínka 3 a 4)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Stylistická úroveň, jazyk	výborně

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomová práce v rozsahu 81 stran textu, 4 obrázky, 10 tabulek, 27 grafů a 5 příloh je zaměřena na výzkum spokojenost a loajality mezinárodní sportovní akce - tanečního kempu, pořádaného v ČR. Autorka v práci hodnotí i mezinárodní konkurenci pro tuto akci.

Diplomová práce je náročná z hlediska sběru dat, které autorka prováděla přímo v průběhu akce, bohužel pouze s návratností 13 %, což znamenalo z rozdaných 1 500 dotazníků pouze 205 navrácených. Diplomová práce má logickou strukturu rozdělenou do 8 kapitol.

Teoretická východiska jsou vhodně zvolena a čerpají jak z oblasti marketingu služeb a zaměřují se na loajalitu a spokojenost zákazníků. Přestože se autorka zaměřuje na zkoumání konkurence, problém konkurence v teoretických východiscích eliminuje. Metodologická část zahrnuje vhodné metody řešení problému, jak výzkumné, tak statistické. Metodologicky však v práci nevidím návaznost Porterovy analýzy na dotazník, Porterova analýza sekundárně třídí data do skupin – hrozba vstupu nových konkurentů, vyjednávací síla zákazníků, hrozby vzniku substitutů, vyjednávací síla dodavatelů. Tady by bylo na místě zdůvodnit, jak autorka získala prvotní data o konkurenci. Výsledková část je zpracována podrobně a je zde patrna autorčina znalost akce, jejího prostředí i samotných účastníků s předplatným různých karet. Doporučení zpracovaná autorkou na základě výsledků mohou být využitelná pro management uvedené akce. Diplomová práce zahrnuje literaturu aktuálního charakteru k řešenému tématu včetně článků světových impaktovaných časopisů – Journal of Sport Management, Harvard Business Review, Journal of Marketing Research apod. Celkem literatura zahrnuje 53 titulů, z toho je 29 zahraničních. Autorka podrobně rozebírá vztah spokojenosti a loajality, ale postrádám více vlastních komentářů směrem k využití v práci.

Autorka splnila v diplomové práci nároky zadání na tento stupeň závěrečných prací, prokázala znalost teorie řešené problematiky a schopnost samostatně realizovat proces marketingového výzkumu.

Připomínky:

- 1) s. 47, 3 odst. dole – není dodržováno jednotné označení B-boy master
- 2) chybí seznam grafů a tabulek, graf 22 není v pořadí mezi grafem 21 a 23
- 3) v anotaci by měly být výsledky konkretizovány a ne obecně opakovaně říci, že jde o vztah měření loajality a spokojenosti, což je již uvedeno v cíli
- 4) kap. 4. 6. – z textu není zřejmé jaké procedury ověření validity a reliability sama autorka zvolila pro uvedený výzkum

Otázky k obhajobě:

- 1) Jak se promítá opakovaná účast ve spokojenosti s nabízenými službami? Liší se od hodnocení účastníků, kteří jsou zde poprvé od účastníků s opakovanou návštěvností (vyjádření loajality).
- 2) V čem lze získat konkurenční výhodu proti zahraničním sportovním akcím tohoto typu?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně

V Praze dne 30. 8. 2014

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.