

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno diplomantky: Markéta Štenclová

Název práce: Marketingový výzkum spokojenosti diváků hokejové bitvy

Cíl práce: Zjistit, jak jsou diváci Hokejové bitvy spokojeni s poskytovanými službami ze strany organizátorů a celkovým průběhem akce v letech 2013 a 2014 a následné porovnání získaných informací.

Jméno oponenta: Doc. RnDr. Bohumír Štědroň, CSc.

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Hodnocení práce:

Předkládaná bakalářská práce je orientovaná na hodnocení spokojenosti diváků Hokejové bitvy, tedy turnaje univerzitních hokejových týmů.

V teoretické části práce studentka předkládá rešerši odborných zdrojů z oblasti obecného marketingu i marketingu sportu. Ty komentuje ve vztahu ke zkoumané problematice. Studentka v závěrečném seznamu literatury uvádí 54 zdrojů, ale není vždy jasné, kde a zda vůbec, z nich skutečně v práci čerpala (viz otázka č. 1 k obhajobě).

Obsahem metodické části práce jsou obvyklé kapitoly, přesto samotný text se jeví být poněkud zmatečný. Například v úvodním odstavci kapitoly 4.2.1 Určení způsobu dotazování autorka popisuje výhody a nevýhody dotazování, přičemž vůbec není jasné, jaký typ dotazování má na mysli. Mimo jiné se zde lze dočíst i to, že „Jistou výhodou je i to, že výsledek relativně nezávisí na tazateli.“, což pochopitelně není pravda. Pozitivně naopak hodnotím provedenou operacionalizaci výzkumu i konstrukci samotného dotazníku.

Praktická část práce se opírá o výsledky dotazování. To proběhlo v roce 2013, kdy se pomocí písemného a následně elektronického dotazování podařilo sesbírat 150 dotazníků, a v roce 2014, kdy autorka, už jen cestou elektronického dotazování, získala 59 dotazníků. Nabízí se tedy otázka, proč se na akci, které se zúčastnilo cca 5000 diváků, nerozhodla distribuovat dotazníky přímo mezi diváky. Odpověď lze nalézt na straně 34, kde autorka práce uvádí, že „Vzhledem k tomu, že se mi metoda elektronických dotazníků osvědčila, v roce jsem využila již pouze dotazníky v elektronické formě.“ Osobně jsem toho názoru, že pokud se v roce 2013 podařilo pomocí elektronického dotazování vybrat 50 dotazníků, tak tato metoda se spíše neosvědčila a bylo žádoucí v roce 2014 volit i dotazování osobní či písemné přímo během Hokejové bitvy.

Také doporučení vyplývající z výsledků dotazování jsou spíše strohá, byť ta předkládaná se jeví být přínosná a v praxi realizovatelná.

Otázky k obhajobě:

1. Z jakého důvodu jsou v závěrečném seznamu literatury uváděny publikace Mullina, Hardyho a Suttona (2014), Palatkové (2011), Pittsové a Stotlara (2007), Příbové (1996), Spáčila (2003), když v samotné práci tyto zdroje citovány nejsou?
2. Na straně 19 v teoretické části práce uvádíte, že „U sportovní události se týká technická kvalita toho, jaké služby jsou poskytovány ze strany organizátora – předprodej vstupenek, občerstvení, moderátor, doprovodné služby atp.“). Z jakých poznatků pro toto tvrzení vycházíte?
3. Můžete komisi vysvětlit větu „Výběr respondentů pro elektronické dotazování probíhal na základě sdílení odkazu na dotazník s žádostí o vyplnění.“?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantce.

V Praze dne 10. září 2015

.....
PhDr. Jan Šíma, Ph.D.