

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: DRENGUBÁKOVÁ Andrea

Název práce: Spokojenost zákazníků s nabídkou služeb lyžařských center

Cíl práce: cílem práce je vytvořit návrh opatření na zlepšení služeb lyžařských center a to na základě marketingového výzkumu preferencí návštěvníků těchto center

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	Velmi dobře (viz hodnocení)
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře (viz hodnocení)
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře (viz hodnocení, připomínky)
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Nevyhovující (viz hodnocení)
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře (viz hodnocení a připomínky)

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomová práce v rozsahu 111 stran textu, 24 grafů, 50 tabulek a 1 přílohy je zaměřena na posouzení spokojenosti zákazníků s nabídkou služeb lyžařských center v České republice.

Diplomová práce má logickou strukturu a její náročnost je především v realizovaném výzkumu 404 návštěvníků lyžařských center. Téma je aktuální a nápadité v souladu s dlouhodobým odborným zaměřením autorky.

Autorka použila pro výzkum adekvátní metodu dotazování on-line a je si vědoma i některých důsledků pramenící z víceméně z používání serveru „vypIno“ a vyjadřuje se k validitě i reliabilitě výzkumu v diskuzi. Metody považují za adekvátní. Nicméně si myslím, že pro srovnání spokojenosti návštěvníků a důležitosti služeb by se hodil lépe klasifikační kříž. Ten by jasně ukázal, které služby považují návštěvníci za důležité versus ty, se kterými nejsou spokojeni, což je nejpodstatnější pro managementy lyžařských středisek, i když se tu může projevit individuálně podle střediska rozdíl.

Autorka velmi málo konzultovala zpracování práce s vedoucí, což je znát na velkém počtu formálních chyb a nelogičností, nejhorší v tomto směru je vypracování grafů a tabulek. U grafů není možné určit, které hodnoty jsou přiřazeny ke kterým výsečím a prakticky některé jsou v černošedém pojetí nečitelné. Některé tabulky mají různé druhy písma v jednom např. tab. 3., v textu při odkazech na grafy a tabulky chybí jejich čísla, vždyť přece přesnost je základem vědecké práce.

Obsahuje 61 titulů bibliografických citací tištěných zdrojů, 5 online zdrojů. Citace jsou rozebírány v textu a obsahují vlastní bohaté komentáře k aplikaci na lyžařská centra. Za velmi výstižné považují např. komentáře k nákupnímu chování spotřebitelů, z komentářů je zřejmé, že autorka se v problematice fungování lyžařských center vyzná a umí aplikovat své znalosti na jejich podmínky. V literatuře chybí přehled článků o výzkumech s touto problematikou z recenzovaných a impaktovaných zahraničních časopisů, což patří k úrovni diplomové práce a zároveň česká lyžařská střediska jsou konkurenčně srovnávána s alpskými, tak je to i obsahově vhodné. Do jisté míry ale tuto situaci nahrazuje rozbohem již zpracovaného hodnocení společnosti Sitour ve spolupráci Asociací lanových drah. Jinak bibliografické citace zahrnují 13 cizojazyčných publikací. Nicméně je zdařilá pasáž

diskuse s výsledky výzkumu a srovnání. Doplnila bych ji ještě úvahami o návaznosti služeb na ostatní nástroje marketingového mixu – především na ceny a lidi. Především ceny často předem odradí návštěvníky, aniž by se staly konzumenty určité služby.

Práce by si ještě zaslouhovala pozornější jazykovou a stylistickou korekturu, protože obsahuje velké množství vynechaných písmen, mezer, přehozených písmen a místy chyb.

Celkově lze říci, že diplomová práce splňuje úroveň na ni kladenou, má vhodně volené metody prezentovanou teorii problému i proces marketingového výzkumu.

Připomínky:

- 1) s. 17 – proč vynechaný prostor?
- 2) s. 26 – chyba v názvu SERVQUAL, vynechané V
- 3) s. 25 – nahoře – český překlad by měl být u všech
- 4) s. 30 – 1. odst. nahoře, chybí mezera
- 5) s. 48 – chybí číslo přílohy
- 6) s. 42 – proč užíváte plural majesticus
- 7) s. 47 – chyba v textu- 4. odst.
- 8) s. 48 – chybí zamýšlená velikost vzorku, v poslední větě na stránce chybí číslo tabulky v textu a také číslo přílohy
- 9) s. 50 – mezi jakými veličinami bude provádět korelace, konkrétně není uvedeno
- 10) s. 54,59 – nadpis neupraven
- 11) s. 55 – výsledky není vhodné prokládat návrhy
- 12) s. 71 – 5. věta, překlep vhodně x vhodné
- 13) s. 80 – chyby ve výpočtu – 1. sloupec tab. 23
- 14) s. 85 – Tab. 27 nejsou jednotně velká písmena
- 15) s. 90 – překlep 2 odst. poslední věta
- 16) s. 100 – chybí číslo hypotézy
- 17) s. 102 – chybí mezery v textu
- 18) s. 105 – 4. odst. 1. věta špatná stylistika

Otázky k obhajobě:

- 1) Popište, jak byl vytvořen vzorek výzkumu ve dvoustupňovém pojetí – výběr středisek, výběr respondentů v nich?
- 2) Jaké normy kvality se preferují v současné době v praxi lyžařských středisek?
- 3) Jaké stěžejní body TQM byste připravila pro sledování kvality služeb lyžařských center?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

V Praze dne 28.8.2015

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.