

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Kateřina Zdráhalová

Název práce: Marketingový mix Golf Resortu Konopiště a návrh na jeho zlepšení

Cíl práce: Analýza stávajícího marketingového mixu Golf Resortu Konopiště, provedení dotazníkového šetření a na základě výsledků plynoucích z dotazníkového šetření následný návrh opatření vedoucí k jeho zlepšení.

Jméno oponenta: Mgr. Petr Šavrdra

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS): Česká golfová federace, manažer reprezentace

Celková náročnost práce:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

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 tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Pravopis a stylistika	Nevyhovující

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

Vybrané téma se zdá být vhodné a zajímavé, a to i vzhledem k faktu, že studentka je sama golfistkou a členkou GC Konopiště. Zná tedy dobře prostředí v resortu, měla přístup k potřebným informacím a mohla fundovaně vyhodnotit silné a slabé stránky a následně vytvořit návrhy na zlepšení. Stanovený cíl práce studentka splnila, v kapitole 6, „návrhy na změny“ se věnuje každému ze sedmi nástrojů marketingového mixu a uvádí své návrhy plynoucí především z dotazníkového šetření. Dotazník, který studentka použila, obsahuje 26 otázek, z nichž některé jsou otevřené a některé uzavřené. Respondentů bylo 54, což je podle mého názoru pro tuto problematiku dostatečné číslo. Grafy a obrázky by mohly mít v některých případech lepší kvalitu. Teoretická část je dle mého názoru zpracována v pořádku, nechybí citace a vysvětlení důležitých pojmů týkajících se práce, jako je marketing, marketingový mix a podobně. Analýze stávajícího marketingového mixu golfového resortu se věnuje studentka v kapitole 5 a nemám k ní zásadní připomínky. Studentka představuje resort a jeho nabízené služby a produkty. Více informací bych očekával v podkapitole zabývající se cenou, ale nevím, k jakým zdrojům se studentka dostala a zda bylo v jejích možnostech nahlédnout do tvorby cenové politiky resortu. Prezentace výsledků dotazníkového šetření je zpracována dobře.

Připomínky:

Připomínky mám především k pravopisu a částečně také k výslednému přínosu této práce. V textu je velké množství gramatických chyb a překlepů, což zásadně snižuje jeho kvalitu. Studentka nesčetněkrát používá špatné skloňování, chybí interpunkce a objevuje se i špatně poskládaný podmět s přísudkem. Stylisticky jde spíše o průměrný materiál, často se opakují některé fráze a slova ve větách. Navrhované změny v marketingovém mixu golfového resortu nemají špatnou myšlenku, ale u některých bych si představoval větší rozvedení. Níže několik konkrétnějších připomínek k obsahu:

3.3.3.2 Nesouhlasím, že golfové resorty využívají ubytovacích a jiných portálů jen zřídka. Ba naopak, trend směřuje nestále více k nabízení balíčků golfové hry spolu s ubytováním na různých portálech, ať už golfových nebo negolfových.

6.1 Nápad s balíčky je dobrý, ale ocenil bych, kdyby studentka uvedla nějaké konkrétnější příklady těchto balíčků (vytvořila např. balíčky včetně ceny a kompletních nabízených produktů), navrhla distribuční kanály, kterými balíčky nabízet, aby se dostaly dál než pouze k členům klubu na špatně fungujících webových stránkách.

3.3.5 Chápu-li správně, z definice vyplývá, že „zaměstnavatel“, nikoliv „zaměstnanec“ by měl dávat pozor na chování zaměstnanců.

5.2.5. Neměli bychom zapomenout na funkci maršála, který je podobně důležitou osobou jako recepční, jelikož je člověkem, který s lidmi hovoří na hřišti a dohlíží na hladký průběh hry. Pokud bude jeho chování nevybíravé, budou zákazníci nespokojeni stejně tak, jako by tomu bylo v případě nepříjemné obsluhy recepce či personálu restaurace. Osoba maršála to má o to složitější, že v určitých momentech musí do hry zasáhnout (například pokud je tempo hry příliš pomalá) a hráče napomenout a upozornit je, že je potřeba zrychlit. Je tedy nutné mít správně vyškoleného pracovníka.


Otázky k obhajobě:

- 1) Mohlo by v určitém směru resortu/klubu pomoci větší zaměření na sportovní a mládežnický golf? Víím, že resort od této cesty v minulosti ustoupil, ale děti jsou budoucnost a lze skrze ně přivést do klubu také rodiče.
- 2) Vstupní členství – není to v dnešní době přežitek, který brání příchodu nových členů do klubu? Nepomohla by existence ročních hracích karet či hracích „pasů“ na různá hřiště?
- 3) Jak funguje v resortu nyní incoming? Býval to jeden z hlavních příjmů resortu.
- 4) V kapitole 6.6 je návrh na zavedení platby green fee online, která urychlí proces odbavení hráčů. Využívá resort portál www.teetime.cz, kde tato možnost existuje?

Navržený klasifikační stupeň: Velmi dobře

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

V Praze dne 2. září 2018


.....
Mgr. Petr Šavrd