

# 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 Šavda

**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	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Velmi dobře

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Hodnocení práce:**

Stupeň splnění cíle práce - cíl práce studentka splnila v kapitole 6, „návrhy na změny“, ve které se věnuje každému ze sedmi nástrojů marketingového mixu a uvádí své návrhy plynoucí především z dotazníkového šetření. O některých návrzích bychom mohli polemizovat, některé by mohly být zpracovány podrobněji, nicméně studentka splnila cíl práce na solidní a akceptovatelné úrovni.

Logická stavba práce – Práce je dobře a logicky strukturovaná, zde nevidím žádný problém. Studentka si v úvodu nastavila cíle a úkoly, následně se podrobně věnovala teoretické části. Analýzu aktuálního stavu prostředí a návrhy na změny plynoucí z dotazníkového šetření poté prezentuje v praktické části.

Práce s literaturou – studentka použila 17 literárních (převážně českého původu) a dalších 11 internetových zdrojů, což považuji za dostatečný počet. Citace jsou doplněny vlastními myšlenkami a komentáři a jejich poměr se mi zdá být v rovnováze. Teoretická část je zpracována na 20 stránkách, na dalších 3 stránkách se pak studentka věnuje metodice práce. Pozornost je věnována všem stěžejním tématům.

Adekvátnost použitých metod – jako hlavní metodu výzkumu zvolila studentka dotazníkové šetření obsahující 26 otázek. Ve strukturovaném dotazníku volí kombinaci otevřených a uzavřených otázek. Respondentů bylo 54, což je podle mého názoru pro tuto problematiku dostatečné množství. Po vyhodnocení odpovědí navrhuje změny v marketingovém mixu pomocí metody „7P“. Použité metody výzkumu považuji za adekvátní a správné.

Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos - 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 a mohla fundovaně vyhodnotit silné a slabé stránky a následně vytvořit návrhy na zlepšení. Tohoto úkolu se zhostila, nicméně vyhodnocení reálného aktuálního stavu by si žádalo mnohem více informací, především pak od managementu klubu. Pomohla by také nějaká čísla, kterými by se dalo podložit, že se v dané problematice resortu daří či nedaří. Takto je to částečné hádání. Víme ale, že bližší spolupráce na této práci ze strany resortu nebyla studentce umožněna.

Studentka získala přes padesát odpovědí od tazatelů, což je dostatečný počet. Přesto si myslím, že by relevantnosti výzkumu pomohlo, pokud by se podařilo rozšířit dotazník také mezi náhodné návštěvníky resortu, ne pouze okruh známých, kteří v určitém aspektu tvoří homogenní skupinu. Zajímavé by bylo získat zpětnou vazbu např. od cizinců (pomocí incomingové agentury), kteří resort navštívili a mohou tak dobře srovnávat s jinými resorty v rámci své „golfové cesty“. Nicméně si uvědomuji, že by to bylo velmi komplikované.

Co se týče vlastního přínosu práce, tak ho považuji za průměrný. Studentka se snaží o návrhy zlepšení vyplývající z dotazníkového šetření, což je v pořádku. Některé jsou dle mého názoru nedotažené a daly se lépe rozpracovat. Například golfové balíčky – z čeho vychází cenová kalkulace? Je to cena na osobu nebo za více osob? Proč nemáme více variant? Chybí mi zaměření na určité skupiny (děti, ženy), napojení na projekty ČGF apod., případně samostatné projekty, nalákání nových hráčů, dny otevřených dveří, skupinové lekce pro začátečníky, golfová akademie apod. Přivést dospělé skrze děti. Zaměření na incoming je v případě tohoto resortu nezbytné. Pro lepší vyhodnocení bychom potřebovali také znát strategii resortu a cílové skupiny, na které se chtějí zaměřit. Srovnání plochy driving range je také možnost, ale ohromně nákladná a nevím, zda přivede více členů.

Na druhé straně naprosto souhlasím se studentkou, že absolutní nutností je změna webových stránek a aktivní práce na sociálních sítích a internetu celkově.

Úprava práce: text, grafy, tabulky – úprava je v pořádku, s minimálním počtem překlepů. V tomto ohledu považuji práci za kvalitní. S čím ale spokojený nejsem, jsou vytvořené grafy u vyhodnocování odpovědí z dotazníkového šetření. Grafy jsou nekvalitní, rozmazané a takřka nečitelné. Je to škoda, tento nedostatek mohla studentka jednoduše odstranit.

Pravopis a stylistika – Pravopis a stylistika práce je na adekvátní úrovni.

### **Připomínky:**

Studentka v úvodu práce píše, že v České republice je přes 60 000 golfistů. Následně v kapitole 3.3.1 v tabulce 3 uvádí 53 252 registrovaných golfistů pro rok 2018.

3.3.1. Je zde uvedeno, že každý hráč může mít maximálně dvě členství – to není pravda, může jich mít neomezeně, má však pouze jedno domovské.

4.3. „Byla zvolena forma dotazování, protože pro zjištění tak velkého množství informací, které je pro tuto práci potřeba.“ – věta nedává smysl.

5.2.2.1. V ceníku za veřejné hřiště Public chybí u položky „pátek – neděle + svátky (junior)“ měnová jednotka.

5.2.2. Chybí uvedený zdroj ceníků

5.3. U otázek 14 a 19, které vyhodnocují odpovědi z dotazníku, chybí popis aspektů A-G (A-E). Objevují se až v tabulce 15, resp. 18 níže. Např. u otázky č. 10 jsou aspekty popsány.

6.1 Malá škála balíčků a neuchopitelná kalkulace

6.5. rekvalifikace v oblasti komunikace – nesprávné použití. Zaměstnance asi nebudeme rekvalifikovat, nýbrž školit v komunikaci

**Otázky k obhajobě:**

- 1) Proč v posledních letech klesá počet golfistů? Je to globální úbytek? Jak tomu lze zabránit?
- 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 více různých hřišt?
- 3) Jak funguje v resortu nyní incoming? Býval to jeden z hlavních příjmů resortu.
- 4) Spolupráce s restauracemi mi příliš nedává smysl. Cíl je nalákat bohatou klientelu, když musím utratit přes 2000 Kč? Jaký je v tomto ohledu vztah mezi resortem a restauracemi? Má mít resort provizi?

**Navržený klasifikační stupeň: Velmi dobře**

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

V Praze dne 28. dubna 2019



Mgr. Petr Šavřda