

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Adam Větríček

Název práce: Audit marketingu lyžařské školy

Cíl práce: navrhnout postup a strukturu marketingového auditu společnosti v prostředí sportovních služeb.

Jméno oponenta: Mgr. Josef Voráček

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

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

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – stanovený cíl diplomová práce splňuje. Práci hodnotím jako prakticky využitelnou. Nicméně detailnost zpracování některých částí je spíše průměrná. Celkově tak práce odpovídá požadavkům na úrovni magisterského studia, má však spíše průměrnou kvalitu vzhledem k dalšímu hodnocení a připomínkám níže.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická vzhledem ke stanovenému tématu a zaměření.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 61 zdrojů, z toho 22 zahraničních, čímž vysoce převyšuje stanovené požadavky na diplomovou práci. Autor vhodně cituje, doplňuje vlastní komentář a specifika pro lyžařskou školu. Drobný nedostatek vidím ve velkém počtu oblastí, kterým se teoretická část práce věnuje a tím trpí samotná hloubka popisu teorie k daným oblastem.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní. V rámci diplomové práce jsou však spíše průměrné. Jejich zpracování (zejména Porterův model pěti sil) obsahuje nedostatky – viz níže hodnocení a připomínky.
- Hloubka tematické analýzy – teoretická část obsahuje mnoho částí, které jsou popsány velmi stručně a někdy obecně. Provedené analýzy jsou vhodné, nicméně Porterův model pěti sil má některé nedostatky (viz níže připomínky). Dále pak uvedené návrhy postrádají odhad nákladů a následný odhad rozpočtu při realizaci změn. Diplomant také nesprávně zachází s pojmem positioning. Pochybuji také o pravdivosti tvrzení o nulových nákladech na propagaci, vzhledem

k tomu, co všechno do propagace, resp. marketingové komunikace patří. Viz níže připomínky a otázky k obhajobě.

- f) Úprava práce – práce obsahuje celkem časté nedostatky v podobě pravopisných chyb, překlepů, nesprávného formátování, apod. Příklady viz níže připomínky.
- g) Stylistická úroveň – diplomant v práci kombinuje různé stylistické jazyky („já“, „my“), návrhy pak často obsahují podmiňovací způsob („škola by měla“, „mělo by se“, apod.).

Připomínky:

Str. 19 – 20 – diplomant uvádí jako hlavní analýzu pro vnitřní prostředí podniku BCG matici. Ta je ovšem pouze jednou z několika vhodných analýz, o kterých se diplomant ve své práci nezmiňuje. Viz otázka č. 1 k obhajobě.

Konkurence je popisována v samostatné kapitole (3.6.1.5.), ale přitom patří do mikroprostředí (3.6.1.3.), kde je také uvedena. Viz otázka k obhajobě č. 2.

Str. 34 – autor zde používá pro nástroj „cena“ anglický výraz „prize“. Ten však dle mého názoru znamená spíše „odměnu“ či „výhru“, než cenu, kterou zákazník platí za produkt. Tomu spíše odpovídá výraz „price“. Dále je zde nesprávně uveden „proces“ anglickým slovem „proces“, který se však píše s dvěma „s“.

Str. 34 – odlišný formát zdroje citace (71)

Str. 38 – odlišný formát zdroje citace (82)

Str. 41 – nesprávné skloňování – „Tyto data ...“

U Porterova modelu pěti sil není specifikována orientace hodnotících stupnic jednotlivých faktorů vzhledem k celkové působící síle. To je celkem důležitá informace, která umožní provést tuto analýzu správným způsobem, protože ne vždy jsou orientace hodnotících stupnic shodně orientované.

Str. 46 – překlepy v nadpisu hlavní kapitoly

Str. 49 – spojky a předložky ve větách navíc

Na str. 43 a 44 je odkazováno na kapitolu 5.2.3. v obou případech provedených analýz (PEST a Porter), nicméně kapitola 5.2.3. obsahuje následně segmentaci trhu.

Str. 58 – pravopisná chyba – „... služby lyžařské školy relativně zlevnili.“

Na str. 59 autor uvádí, že sociální síť Facebook využívá v Africe 4 miliony lidí. Na str. 62 však uvádí, že se jedná o Jihoafrickou republiku.

Na str. 62 diplomant uvádí, že by lyžařská škola Tiffindell měla snížit cenu privátních lekcí, které má o 24 % vyšší než u konkurence. Na první pohled toto rozhodnutí vypadá logicky, při hlubším zamyšlení a prozkoumání analyzovaných faktů však již nikoliv. Konkurenční škola a středisko se nachází cca 500 km daleko, přičemž cenový rozdíl je 110 ZAR, neboli cca 181,5 Kč (dle kurzu ČNB ze dne 1.9.2016). Pokud má zákazník blíže areál Tiffindell, pochybuji, že by jel dalších 500 km jinam kvůli 181,5 Kč, když uvážím, že náklady na dopravu (pohonné hmoty) budou větší než cenový rozdíl. Zde je spíše rozhodující pro zákazníka rozdíl v dostupnosti, než v ceně jedné z lekcí.

Str. 70 – překlepy – „... ze kterých plynně ...“, „standartní“

Str. 71 – pravopisná chyba – „... by měli být využívány.“

Str. 74 – pravopisná chyba – „V minulém období rostli sice tržby ...“

Str. 75 – pravopisná chyba – „... podobné produkty, které by měli být ...“

V kapitole 6.1.2.2. Konkurenční strategie – Positioning diplomant popisuje určitá doporučení, která se však příliš netýkají positioningu. Viz otázka k obhajobě č. 4.

Str. 76 – pravopisná chyba – „Ty by měli být ...“

Str. 79 – diplomant zde navrhuje produkt „video coaching“. Sice nemám jazykové znalosti specifické pro Jihoafrickou republiku, ale domnívám se, že by se spíše mělo jednat o „coaching“, protože „coaching“ je výraz používaný ve vyšívání.

V diplomové práci je uvedeno, že náklady na propagaci jsou v podstatě nulové, nicméně samotná tvorba, obsluha a aktualizace, popř. modernizace webových stránek není bezplatná. Viz otázka k obhajobě č. 5.

V práci zcela chybí návrh rozpočtu při případné realizaci navrhovaných úprav a opatření, zejména když se tomu diplomant věnuje v analytické části práce, v auditu. Viz otázka k obhajobě č. 6.

V seznamu se vyskytují drobné nedostatky v různém formátu uvedení zdroje.

Přílohy by neměly obsahovat čísla stránek, protože jsou k práci pouze „přiloženy“, nejsou tak přímou součástí práce, a proto se nestránkují, popř. mají své vlastní stránkování.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké analýzy se využívají pro analyzování vnitřního prostředí podniku u malých a středních firem, a jaké jsou vhodné pro velké firmy?
2. Z jakého důvodu je konkurence v teorii (kapitola 3.6.1.5.) popisována zvláště a odděleně od mikroprostředí (kapitola 3.6.1.3.), když tam vlastně patří?
3. Z jakého důvodu jsou hodnoceny v rámci charakteristiky konkurence pouze některé nástroje marketingového mixu?
4. Co to je positioning? Jakou positioningovou strategii diplomant navrhuje pro lyžařskou školu Tiffindell?
5. Jaké náklady znamená provozování webových stránek, zejména při případné realizaci návrhu na vytvoření náborové aplikace pro potenciální instruktory a online rezervačního systému?
6. Jak by vypadal rozpočet lyžařské školy při realizaci předložených návrhů?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

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

V Praze dne 1.9.2016

.....
Mgr. Josef Voráček