

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Tereza DUŠKOVÁ
Název práce	Produkt vybraného ubytovacího zařízení a jeho distribuce
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Orieška Ján, doc. Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Jan Tlučoň, Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 2.5

Poznámka:Zvolená téma je prakticky orientované, pro konkrétní ubytovací subjekt je důležité, ale z celkového pohledu se nejedná o příliš náročné téma.

2. Logická struktura práce 2.0

Poznámka:Práce je logicky uspořádaná.

3. Naplnění cíle práce 3.0

Poznámka:Naplnění stanovených hypotéz je provedeno až v závěru práce bez využití sofistikovanějších metod a na základě šetření velmi omezeného rozsahu a reprezentativnosti.

4. Metodický postup 3.0

Poznámka:Pro některé hypotézy je použité dotazníkové šetření nevhodné (typologicky i způsobem použití). Analýza interních informací subjektu by přinesla přesnější odpovědi.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 3.0

Poznámka:Navrhované úpravy produktu a jeho distribuce jsou příliš stručné bez zvážení nákladových i dalších aspektů.

6. Praktický přínos práce 3.0

Poznámka:Domnívám se, že takto nepropracované návrhy budou pro management hotelu vlastně nepoužitelné, resp. bude je třeba zásadněji rozpracovat.

7. Práce s literaturou 2.5

8. Formální stránka 3.0

Poznámka:V práci je větší počet překlepů, špatných deklinací, vět bez přísudku - např. na str. 3, 7, 15, 24 ad.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Na příkladu konkrétního subjektu se studentka zabývá produktem ubytovacího zařízení a jeho distribucí. V práci autorka využívá rozhovoru s manažerkou hotelu a dotazníkového šetření (n=66, z toho pouze 42, nebo 43 respondenti hotel navštívili, z kap. 3 není zřejmé, kdy dotazování probíhalo, volba CAWI způsobu dotazování není, dle mého názoru, vhodná), v podstatě nejsou využity interní

zdroje hotelu, což by pro vyhodnocení hypotézy H1 či H3 bylo nejpřesnější. V kap. 3.2 jsou definovány hypotézy, ale jsou to spíše předpoklady, autorka je statisticky nevyhodnocuje (jsou zmíněny pouze v závěru).

Z hlediska rozsahu je podle mého názoru práce na hranici splnění požadovaného rozsahu 40 stran, autorka se též nevyvarovala mnohých formálních a jazykových nedokonalostí.

Rešerše literatury je provedena, chybí ale například odkazy na novější trendy, zvláště v oblasti distribuce (např. chybí zmínka channel managementu).

Praktická část práce vychází z dostupných zdrojů a je doplněna výše uvedenými primárními zjištěními. Nicméně například v oblasti distribuce považuji provedenou analýzu za nedostatečnou (např. previo.cz není rezervační portál). Faktickou chybou je na str. 27 zmíněný odkaz na booking.com na stránkách hotelu, jedná se ve skutečnosti (2.5.2018) o portál Tripadvisor (při možnosti online rezervace přímo hotelem by bylo využití booking.com nelogické).

Realizované dotazníkové šetření nelze považovat za směrodatné a reprezentativní (podle hotelu je 60 % klientely typu business, v dotazníkovém šetření pouze 28,8 %). Formálně se při tomto počtu respondentů nevyužívá % ale pouze četností. Autorka se při vyhodnocení nesnaží odlišit business a ostatní klientelu, to by mohlo některé výstupy šetření zpřesnit/vysvětlit. Např. otázku 12 by též šlo vyhodnotit s využitím základních statistik (např. medián, střední hodnota). Autorka pro hodnocení spokojenosti nevyužila ani dostupné recenze hotelu online.

V kapitole 4.7 jsou uvedeny návrhy možnosti zdokonalení produktu a jeho distribuce (celkově 1,5 strany). Návrhy nejsou rozpracované, některé považuji za nevhodné (v době předpokládané vysoké poptávky - eventy v Písku - nabízet slevy; finančně náročný věrnostní program je jednoduše nahraditelný využitím údajů z hotelového systému a přiznáním slevy automaticky) či dostatečně promyšlené (nabídka balíčků na Slevomatu).

Celkově práci považuji za hraniční z hlediska doporučení k obhajobě.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Co je to channel management z hlediska distribuce a cenové strategie hotelů? Je využíván hotelem Biograf?

Rozpracujte jeden z návrhů konkrétněji (harmonogram, finanční nákladnost, zodpovědnosti, postupy).

Proč jste nevyužila dalších informačních zdrojů pro potvrzení hypotéz?

Datum: 02.05.2018

Podpis oponenta