

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Olga Kočková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Revenue management ubytovacích zařízení ČR

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka se v práci zabývá problematikou revenue managementu v aplikaci na konkrétní ubytovací zařízení.

V teoretické rešerši studentka využívá spíše omezený rozsah zdrojů, na druhou stranu zase využívá také zdroje zahraniční. Kapitola 2.4 není vhodně řazena, navíc SWOT analýza je bez předchozích situačních analýz složitě realizovatelná.

Z hlediska práce s literaturou a odkazy na ni v textu by bylo vhodnější při aktivním použití autorů uvádět rok vydání, případně stranu přímo u zmínky autora. Použité zdroje by navíc měli být uvedeny nejpozději na konci každého odstavce. Na str. 33 je u zdroje Hruška, Hinke uveden špatný rok vydání. Zvolený subjekt pro praktickou část se svým omezeným počtem pokojů, i z hlediska jejich typologie v podstatě neumožňuje příliš složité nastavení RM. Realizace SWOT analýzy bez předchozího rozboru situace není metodologicky správná. Navíc ne všechny příležitosti a hrozby vycházejí z vnějšího prostředí. Zcela chybí zmínka o způsobech stanovování ceny.

V dotazníkovém šetření chybí dotaz na běžnou cenu, bez demografických údajů nelze zjištěné informace reálně využít například pro stanovení různých cen pro různé prodejní kanály atd. Tj. autorka významně snižuje využitelnost informací pro "složitější" práci s cenou a distribučními kanály. Informace o tom, že jsou ochotní hosté platit více, když nevím, kteří to jsou nemá přílišnou vypovídací hodnotu (viz str. 23).

Dále autorka v práci vůbec neřeší vytiženost ubytovacích kapacit ve zkoumaném subjektu, i toto je důležitá a zjistitelná informace. Získané informace autorka hlouběji neanalyzuje.

Návrhy pro úpravy cen v kap. 4.3 odpovídají získaným informacím, tedy jsou jednoduché a nepropracované (nenacházím nějaký výpočet pro navrhované ceny, v této jednoduché úvaze na základě v práci prezentovaných dat bych např. na Silvestra určitě navýšil nad uvažovaných 1400 Kč/noc). Není třeba zřejmé, v období jarních prázdnin kterých okresů je vhodné zvýšit cenu. Navíc není ani jasné, jestli je aktuální ceníková cena správně nastavena. Stejně tak je cena 1200 Kč/noc realizovaná přes např. booking.com ve výsledku odlišná od ceny 1200 Kč/noc realizované telefonickou objednávkou (ve smyslu tržeb podniku), i když pak v kap. 5.2 je tento aspekt zmíněn. Stanovené hypotézy jsou spíše předpoklady, jejich vyhodnocení není podloženo ani jednoduchým výpočtem. Zvláště hypotézu č. 2 nelze podle mého názoru vůbec vyhodnotit bez dalšího stanovení kritérií.

Návrhy např. v kap. 5.1 nelze zhodnotit, pokud není známa obsazenost ubytovacích kapacit v uvažovaných obdobích. Jistě budou i rozdíly mezi všedními dny a víkendy. Obecně jsou návrhy málo rozpracované, je třeba je posuzovat komplexněji.

Studenta si zvolila poměrně komplikované téma stanovování ceny, resp. revenue managementu. Postup zpracování je vlastně v pořádku, jen je velmi povrchní, návrhy nejsou strukturované a studentka se v podstatě neopírá o žádné výpočty (ani jednoduché), bez kterých je složité vyhodnotit vhodnost a dopady návrhů. Práce je na pomezí klasifikačních stupňů dobře a nevyhověl.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Prosím vysvětlete poslední odstavec na str. 11 - "orientuje i na zákazníka, který má pro podnik z dlouhodobého hlediska větší hodnotu.". Jak jste novější přístup k RM zohlednila ve Vašich návrzích.

Co bylo zdrojem informací pro SWOT analýzu - str. 29.

Z jakého důvodu byla po pilotáži do dotazníku zařazena informace o slevě na jídlo či ceně snídaně?

Na jedné straně navrhuje zvýšení cen, na straně druhé je součástí mnohých návrhů sleva či slevový kupon. Vysvětlete.

V Plzni, dne 23. května 2019

Podpis hodnotitele