

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (dále jen BP)

**Jméno studenta:** Michaela Vystrčilová  
**Téma BP:** Analýza zákazníků Hotelu Rusava  
**Akademický rok:** 2009/2010  
**Vedoucí BP\*:**  
**Oponent BP\*:** Ing. Petra Hanáková

\* Nehodící se škrtněte.

**Tabulka A**

Kritéria hodnocení BP	Stupeň hodnocení podle ECTS							Stupeň hodnocení
	A 1	B 1,5	C 2	D 2,5	E 3	Fx 4	F 5	
Náročnost tématu BP				X				2,5
Splnění cílů BP				X				2,5
Teoretická část BP			X					2
Analytická část BP				X				2,5
Stylistická a gramatická úroveň BP	X							1
Formální úroveň BP	X							1
<b>Součet</b>								<b>11,5</b>

$$11,5 : 6 = 1,91$$

Poznámka: Hodnocení jednotlivých kritérií označte znakem „X“ v příslušné řádce.  
Součet hodnocení kritérií vypočítete vydělením součtu stupňů hodnocení šesti.

Navrhne-li vedoucí nebo oponent BP v kritériu 2 – splnění cílů BP stupeň nedostatečně (Fx nebo F), je celá práce hodnocena nedostatečně a komise po obhajobě rozhodne o konečné klasifikaci. Je-li nedostatečně hodnoceno jiné kritérium mimo kritéria 2, vypočítá se návrh známky včetně tohoto nedostatečně hodnoceného kritéria.

**Tabulka B – Celkové hodnocení BP**

Interval	Stupeň ECTS	Slovní hodnocení
1,00 – 1,25	A	Výborně
1,26 – 1,75	B	Velmi dobře
1,76 – 2,25	C	Dobře
2,26 – 2,75	D	Uspokojivě
2,76 – 3,00	E	Dostatečně
3,01 – 4,00	FX	Nedostatečně
4,01 – 5,00	F	Nedostatečně

### **Celkové hodnocení a otázky k obhajobě BP:**

(Uvádí vedoucí i oponent BP.)

Práce na téma analýza zákazníků Hotelu Rusava je zaměřena do oblasti cestovního ruchu, konkrétně ubytovacích a stravovacích služeb. Cílem této práce bylo analyzovat segment zákazníků, kteří navštěvují tento hotel a navrhnout konkrétní řešení ke zvýšení návštěvnosti.

Pro tuto analýzu autorka použila průzkum trhu pomocí dotazníkového šetření. Velkým nedostatkem je nízký počet respondentů tohoto šetření. Také použitý dotazník neodpovídá marketingovým zásadám, např. u typu škálových odpovědí. Nejsm si jista, zda údaje, získané z dotazníkových otázek, lze relevantně využít. K dalšímu zjišťování autorka použila sekundární data převážně z ubytovacích knih. Získaná data byla graficky vyhodnocena.

Velký nedostatek této práce spatřuji v tom, že autorka dále s těmito údaji vůbec nepracovala. Cílem práce bylo navrhnout doporučení Hotelu Rusava, na který segment zákazníků se zaměřit a jakým způsobem je oslovit. Návrhy autorky jsou velmi obecné, nepodložené konkrétními údaji. Některé návrhy autorky, zejména zaměření hotelu na kongresovou turistiku, jsou diskutabilní.

Otázky k obhajobě:

1. Z Vašeho šetření jasně vyplynulo, že nejvíce zákazníků hotelu je z blízkého okolí. Uvedte konkrétní návrhy, jakými kanály tyto zákazníky oslovit k návštěvě.
2. Na jaký druh kongresových akcí se chce hotel v budoucnu zaměřit vzhledem k jeho kongresovému potenciálu (kapacita sálu, kongresová technika, atd.). Jakými způsoby budete oslovovat zákazníky kongresové turistiky.
3. V dotazníku máte otázku na spokojenost s cenou za ubytování. V jakém cenovém rozpětí se pohybují ceny za osobu/noc na Hotelu Rusava?
4. Podstoupil Hotel Rusava (vzhledem k Vámi navrhované kongresové turistice) certifikaci podle oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení (tzv. hvězdičky)? Pokud ne, dokázala byste podle této klasifikace hotel zařadit.


### **Návrh na výslednou známku BP:**

(Uved'te stupeň ECTS + slovní vyjádření)

**C - Dobře**

Ve Zlíně

dne 7.5.2010

  
.....  
podpis hodnotícího