



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Pičová Jolana

Název práce: Netradiční produkt turismu jako prostředek zvýraznění atraktivity destinace – První české lázně ducha v Litomyšli

Autor posudku: Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.

Cíl práce: Zhodnocení vlivu produktu na zvýraznění atraktivity města Litomyšl a jeho podílu na rozvoji cestovního ruchu ve městě

| Povinná kritéria hodnocení práce | Stupeň hodnocení (známka) | | | |
|--|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | A | C | E | F |
| Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vymezení cíle a jeho naplnění | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování teoretických aspektů tématu | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování praktických aspektů tématu | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hloubka a správnost provedené analýzy | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Práce s literaturou | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logická stavba a členění práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jazyková a terminologická úroveň | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formální úprava a náležitosti práce | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vlastní přínos studenta | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Dílčí připomínky a náměty:

Vložte připomínky k práci

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka si položila základní výzkumné otázky, zda specifický litomyšlský produkt „Lázně ducha“ přispívá ke zvýšení atraktivity destinace, jaké jsou jeho ohlasy mezi návštěvníky a jaký má podíl na zvýšení návštěvnosti. Jednoduché otázky – trnitá cesta k jejich zodpovězení...

Teoretická část se obligátně zabývá obecnými pojmy vztahujícími se k tématu (cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, zážitkový ad.. S využitím poměrně bohatého okruhu odborné literatury autorka reflektuje pojem produkt cestovního ruchu, zabývá se jeho tvorbou, službami v cr a především v kap. 4.7. rozebírá pojem destinace cestovního ruchu, zabývá se atraktivitou destinace, také destinačním managementem a marketingem cr...

Praktickou část uvádí informace o smyslu a metodice šetření respondentů k tématu. Kap. 5.2. se zabývá konkrétní destinací – městem Litomyšl a jeho kulturně historickým potenciálem.

Následující kapitola popisuje litomyšlské tzv. „Lázně ducha“, které jsou v podstatě metaforickým či symbolickým označením určitých dispozic destinace, založených hlavně na kulturním prostředí (tradici, historii i současných kulturních aktivitách ad.) Autorka se pokouší hledat (v rozhovorech s městskými činovníky (radnice, IC) propojení tohoto hyperbolického označení s aktuální realitou... Její popis aktivit, které produkt „zhmotňují“, je příjemným zhodnocením inspirativních postupů animace kulturních produktů Litomyšle... Dokládá to i výčtem ocenění tohoto produktu – který souhrnně analyzuje v kap. 5.3.4. Autorka se zabývá i managementem a marketingem produktu a uvádí příklady propagace.

Dotazníkové šetření se zaměřuje hlavně na hledání odpovědí k výzkumným otázkám - vyplývá z něho pozitivní ohlas na produkt a určitý podíl na zvýšení návštěvnosti města (i s uvedením kritických ohlasů). Podobný výsledek přináší i metoda řízených rozhovorů s organizátory a odpovědnými osobami za rozvoj cestovního ruchu v Litomyšli. Zajímavým příspěvkem je zhodnocení návštěvnosti dle zbytkových dat mobilních operátorů - užití této metody může být inspirativní pro další destinanční managementy!

Výsledky šetření autorka uvádí ve shrnutí a závěrečné diskuzi – komentuje odpovědi na výzkumné otázky a dospívá k závěrům potvrzujícím výjimečnou povahu litomyšlského destinančního managementu, jeho kreativní povahy a zároveň výjimečných technicko-organizačních dovedností a schopností. Práce je velmi čtivá, zajímavá, inspirativní. Je doplněna řadou zajímavých příloh.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký velký význam má v propagaci „word od mouth“ v rámci spotřebitelského chování?
2. Lze litomyšlské „Lázně ducha“ považovat za animaci produktu formou „zdivadelnění“?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A - výborně

V Hradci Králové, dne 13. ledna 2017

Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.

podpis