

Oponentský posudek disertační práce

Název práce

Vytváření udržitelné hodnoty regionální značky

Autorka: Ing. Lucie Vokáčová

Posudek zpracoval: doc. Ing. Jaromír Štůsek, CSc.

Téma disertační práce „Vytváření udržitelné hodnoty regionální značky“, kterou vypracovala ing. Lucie Vokáčová, je významné nejen v teoretické rovině, ale zejména s ohledem na nutnost zemědělských firem různé velikosti i různého přístupu (konvenční, precizní, bio, eko a další - včetně jejich kombinací) se prosadit na trhu.

Práce působí precizním a vyváženým dojmem s velmi důkladným popisem problematiky. Od práce tohoto typu lze očekávat přínosy jak v teoreticko-metodologické rovině, tak v rovině didaktické i praktické s širšími dopady a s obohacením znalostní báze i novými úhly zkoumání. Téma práce je nesporně obohacením současného stavu poznání.

Komplexnost problematiky a aktuálnost je umocňována vlivy hospodářských a finančních cyklů, nekončícím procesem změn politiky, potažmo legislativy EU a zakonzervováním dřívějších problémů, které vyhržely pod tlakem mimořádných vývojových peripetií (např. covidovou epidemií, obchodní války), vedoucích k narušení globálních, logistických vazeb a k nutnosti hledat v lokálních, resp. regionálních rozměrech plné uplatnění své produkce s náležitým ekonomickým efektem.

Obsah práce je rozdělen do 7 kapitol v rozsahu 237 stran textu. Dále obsahuje 24 stran Seznamu použité literatury a 140 stran Příloh sestávajících z tabulek, obrázků, grafů a dotazníků. Seznam použité literatury obsahuje včetně knižních a vědeckých publikací také řadu internetových zdrojů a oficiálních dokumentů. Tento seznam z hlediska nutnosti pokrýt širokou a různorodou oblast dosavadního stavu vývoje řešené problematiky se jeví jako účelný. Z výčtu kapitol disertační práce je patrné, že tato práce obsahuje v zásadě všechny požadované části. Za jádro práce mají být považovány kapitoly 2, 4, 5 a 6.

Úvod se zabývá skutečnými motivy a posláním práce, zaměřuje se na předmět řešené problematiky a jasně charakterizuje oblast zkoumání.

Cílem práce (kapitola 2) je „...identifikovat a specifikovat, příp. modifikovat obecné principy tvorby hodnoty značky aplikovatelné v podmínkách regionálního značení...“ Součástí tohoto hlavního cíle jak dále autorka uvádí je: „...Výstupem práce je konstrukt vytváření udržitelné hodnoty regionální značky respektující teorii marketingového řízení...“ založený na základních attributech komunikace se zákazníkem. Cíl práce je relativně rozsáhlý. Stanovené dílčí cíle (specifické) jsou vlastně postupové metodické kroky. Návrh výzkumných otázek a hypotéz je z hlediska teoretické analýzy a postupu řešení velmi logický.

Kapitola 3 představuje metodiku řešení práce. Její členění je v pořádku. Autorka využívá základní metody jako: literární rešerše, případové studie, dotazníkové šetření, apod. Rovněž statistické metody pro vyhodnocení výzkumných otázek jsou adekvátní. Pro výběr respondentů byla využita metoda sněhové koule, která v tomto případě je v pořádku. Z práce vyplývá, že autorka používá jak primární, tak sekundární data pro řešení problému.

Teoretický rámec disertační práce autorka zachycuje v kapitole 4. - Současný stav poznání řešené problematiky. Kapitola je rozdělena do řady oblastí (podkapitol), které jsou vzájemně provázané. Tato kapitola je zpracována na základě komparace a kompilace různých zdrojů.

Kapitola je značně rozsáhlá, důkladná s velkým citačním rozsahem. Plně pokrývá nejen potřeby další práce jako východisko zkoumání, ale může posloužit jako komplexní a ucelený pohled do dané problematiky. Jde nesporně o významný přínos práce (dalo by se říci encyklopedicko-metodologický) v dané oblasti zkoumání. Je nutné autorku pochválit za velký rozsah používaných zdrojů.

Vedle toho se domnívám, že z hlediska jednoznačnosti teoretických východisek by bylo vhodné poskytnout také k jednotlivým problémovým oblastem vlastní polemický náhled autorky k citovaným tvrzením, pojmům apod. Taky kritické zhodnocení předkládané teorie. Bylo by konstruktivní, kdyby autorka po více uvedených relevantních citacích k nim připojila kratičké stanovisko či polemickou připomínku. Teoretická část je zpracována vcelku kvalitně.

Kapitola 5 - Vlastní práce je rozdělena do více logických a vzájemně propojených částí. Práce zahrnuje jak popisnou charakteristiku výzkumného problému, tak výsledky kvalitativního výzkumu a návrh konstruktů. Jádrem tvoří případová studie a tedy rozsáhlé charakteristiky a popisy vztažené ke značce „Regionální produkt Český ráj“ a její identitě. Dále jsou zde odvozeny výsledky obsahující výstupy z dotazníkového šetření, řadu komparací, analogií s teoretickými koncepty a jejich potvrzení i pro tuto oblast regionálního marketingu. Výsledky dotazníkového šetření jsou přehledně zpracovány. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že většina respondentů je ovlivněna při nákupu kvalitou (viz. Graf 5-19). Domnívám se, že zde mohla autorka více zkoumat parametry kvality, tzn. které parametry kvality zdůrazňují zákazníci. Postupy výpočtů i výsledky jsou vzhledem k dostupným údajům korektní. Interpretace výsledků je v pořádku. Dobře je pojednána úloha integrátora značky. Závěrem kapitoly je grafické znázornění „Konstruktů vytváření udržitelné hodnoty regionální značky“. Tento konstrukt odráží základní marketingové atributy budování regionální značky. Autorka práce zde prokázala erudovanost řešení dané problematiky.

Kapitola 6 představuje - **Výsledky a diskusi** k řešené problematice. Autorka zde polemizuje vlastní výsledky výzkumu s jinými autory.

Práci uzavírá kapitola 7. - Závěr. Shrnuje výsledky a přínosy. Připomenutý *Teoretický přínos* - tj. povýšení úrovně a efektivnosti při uplatňování značky o osvědčené konstrukty marketingu – je nesporný. Otázka ekonomického přínosu regionální značky pro její nositele je správně zdůrazněna, postrádám alespoň pokus o návrh metriky (soustavy měřitelných parametrů) jako východisko pro další potřebný výzkum.

Připomínky k obsahové stránce:

Z hlediska případného hypotetického uživatele „výstupů předložené práce“ bych (kromě zmíněné hlubší analýzy ekonomiky producentů pod uvedenou značkou) uvítal hlubší pojednání o faktorech udržení a nenarušení důvěry ve značku. Důvěra – jako klíčový prvek - je sice zcela dostatečně pojednána, jakákoliv změna ji však narušuje (a to i falešná informace) a zákazník by měl být „vyzbrojen“ vodítky od producentů na základě klíčových informací ze „zbožiznalství“ či zkrácenou metodikou ověřování autenticity, věrohodnosti značky a kvality. Prostě musí existovat zpětná informační vazba, která funguje ve prospěch zákazníka i výrobce, pomocí níž neztratí zákazník důvěru, ať se děje mimo tento lokální vztah cokoliv. Kupř. omezení dodávky medu ze dvora není negativní, ale i pozitivní signál k zákazníkovi, že u daného prodejce, jehož zná, nakoupí med pouze z vlastní produkce a ne med překupovaný. Žádný certifikát tuto úzkou vazbu nenahradí, pouze ji může usnadnit. Příkladů by bylo jistě více.

Otázka k zamyšlení:

- Je patrné v mnoha případech, že frekventovaný pojem „kvalita“ třeba v přílohách 9.34 až 9.38 je do jisté míry věcí důvěry v informace o zboží, postupu výroby, původu a výrobci a do jisté míry věcí subjektivní až emocionální podle založení každého jednotlivého zákazníka. Oproti tomu stojí tzv. „reference“ (doporučení

známých, že třeba v Českém ráji (ne)byli plně spokojeni s tím či oním. *Jaké možnosti ve směru zvýšení povědomí (a vyžadování) kvality ze strany zákazníků autorka považuje za perspektivní.*

Celkovou koncepci i vyústění práce považuji za účelné a odpovídající zaměření tohoto typu prací.

Disertační práce na téma „Vytváření udržitelné hodnoty regionální značky“, kterou vypracovala Ing. Lucie Vokáčová je užitečným a přínosným teoretickým příspěvkem k aplikaci obecných principů marketingu do regionální a lokální sféry v oblasti Agrobusinessu.

Dle mého soudu je tato disertační práce zpracována z hlediska teorie účelně a svědomitě. Cíl práce byl splněn.

Práci doporučuji k obhajobě a po jejím úspěšném průběhu navrhuji Ing. Lucii Vokáčové udělení akademického titulu PhD.

19.8.2021

Doc. Ing. Jaromír Štůsek, CSc

