

## Posudek na doktorskou disertační práci autorky Ing. **Lucie Vokáčové** na téma **Vytváření udržitelné hodnoty regionální značky**

Posudek vypracovala Prof. Ing. Jana Stávková, z ústavu marketingu a obchodu Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně

Autorka volbou tématu práce prokázala, že v oblasti marketingu rozumí současným trendům a potřebám výzkumu a zvolila si aktuální téma, které v současnosti nabývá na významu. Identita zákazníka je faktor, který při splnění určitých podmínek je zákazníkovi bližší a při uspokojování svých potřeb ji upřednostňuje. Poznání těchto podmínek pro tvorbu udržitelné hodnoty regionální značky je cílem předložené práce. Práce je neobvyklá svým rozsahem – 237 stran textu práce, 24 stran literárních zdrojů a 140 stran příloh.

**Hlavní cíl** práce si autorka stanovila následovně - specifikovat (event. modifikovat) obecné principy tvorby hodnoty značky aplikovatelné v podmínkách regionálního značení. Pro naplnění cíle, jeho přehlednost a pro možnou lepší orientaci, byl rozdělen do 8 dílčích cílů a řady výzkumných otázek. Na otázky autorka získala odpovědi formou názorových stanovisek z provedeného dotazníkového šetření, které vhodnými metodami zpracovala a vyhodnotila.

**Metodika** práce obsahuje popis postupu k naplnění cíle práce. Domnívám se, že svým rozsahem překračuje požadavky na metodiku práce kladené, např. výkladem metod popisné statistiky, výkladem o rozhodnutí zamítnutí či nezamítnutí statistických hypotéz aj. Stačí omezit se na zdroje a popis dat a v práci použité metody s výkladem těch, které nejsou běžné. Za velmi vhodné považuji použití logitového modelu regresní analýzy.

**Současný stav poznání řešené problematiky** je vypracován z velkého množství zdrojů (cca 300 titulů), jak domácích tak zahraničních, některých velmi aktuálních. Literární rešerše je zpracována v některých částech až příliš obecně, bez znatelných souvislostí s řešeným cílem práce, naopak významně ke kvalitě práce přispívá část věnující se strategickému řízení regionální značky či značky obecně. Více pozornosti bych doporučovala věnovat měření udržitelné hodnoty regionální značky, metrikám pro možnost kvantifikace a možné interpretaci její výkonnosti.

**Vlastní práce** se v úvodní části velmi podrobně věnuje popisu regionu Český ráj a regionům s ním sousedících. Zabývá se cestovním ruchem v tomto prostředí, věnuje se poznání profilu návštěvníka a regionálním produktům. Teprve po té autorka pozornost zaměřila na problematiku úžeji související s cílem práce tj. na problematiku regionálních produktů Český ráj, strukturu a rozmístění jejich producentů a na pravidla pro udílení značky Regionální produkt Český ráj. Toto všechno je podrobně zpracovanou analýzou stavu tak, aby od kapitoly 5.2. autorka mohla postupně naplňovat hlavní problémovou otázku - vnímání regionálních

produktů spotřebitelem, což významně přispívá k poznání hodnoty regionální značky. Oceňuji rozsah provedeného šetření – 1279 respondentů, tvořených respondenty z 9 regionů, reprezentativních podle věku, vzdělání, příjmu a místa bydliště. Podstatou šetření bylo sledování 11-ti faktorů na nákupní rozhodování, především parametry určující kvalitu.

Kapitola 5.3. obsahuje hodnocení procesu vytváření udržitelné hodnoty regionálních produktů, k tomu použité strategické analýzy regionální značky prostřednictvím dílčích analýz jejichž účelem je identifikovat faktory, které mají zásadní vliv na utváření značky (identitu značky, nabídku hodnoty, positioning značky a image značky) a z toho následnou formulaci marketingové strategie. Analýza makroprostředí je zaměřena na faktory demografické, socio-kulturní, ekonomické, technicko-technologické, politicko-právní a odpovídající pozornost je věnována tendencím ve vývoji cestovního ruchu. Podstatné pro určení regionální značky je, jak autorka správně upozorňuje, na specifika daného regionu, která je odlišují od ostatních. Kromě formování regionální identity je nutné podporovat i regionální vědomí, sounáležitost s regionem, jeho symboly, název území apod. Analýza tržního prostředí je soustředěna na zákazníka, jeho vnímání regionu, regionálního produktu a procesu udělení regionální značky. Rozsáhlé analýzy autorka shrnuje do 4 již citovaných určujících kategorií pro hodnotu regionální značky. V této části práce, teoreticky velmi dobře zpracované, neobyčejně rozsáhlé, dobře spojující roli jednotlivých faktorů, si dovoluji mít **otázku (1)**. Prosím, aby se autorka při obhajobě se pokusila na ni odpovědět. Na základě všech prokázaných znalostí je schopna uvést alespoň některé metriky pro určující čtyři kategorie hodnoty značky, které by bylo možné pro vyjádření hodnoty použít? Uvědomuji si, že je to náročný úkol, vyžaduje určitou míru abstrakce ale vzhledem k hlubokým analýzám a teoretickým znalostem by se autorka o toto mohla pokusit. Jsem si vědoma a respektuji, že v cíli práce má autorka uvedeno vytvořit konstrukt vytváření udržitelné hodnoty regionální značky, tento cíl byl naplněn, ale název práce ve mně položenou otázku evokoval. K naplnění cíle práce a předloženému konstruktovi oceňuji autorčino spojení principů marketingového řízení s rozvojem regionu. Stejně tak oceňuji teoretické zpracování konstruktovi vytváření udržitelné hodnoty regionální značky, i za využití empirických hodnot o vnímání značky spotřebitelem.

**V diskusi** autorka polemizuje na odpovídající úrovni i s jinými autory ve věci významu regionální značky. Samotný konstrukt znázorněný resp. vyjádřený v bodech je vhodnou pomůckou (nástrojem) prakticky využitelným pro tvorbu hodnoty značky především značky regionální. V tomto vidím také hlavní přínos práce.

Ráda bych ještě navázala na uvedený fakt certifikací v ČR. Skutečně se autorka domnívá, že jejich množství má i pozitivní vliv na edukaci spotřebitele (**otázka 2**)? Výsledky šetření, které autorka uskutečnila, tomu příliš neodpovídají.

Dovolím si ještě další **otázku (3)**, která s řešenou problematikou jen souvisí. Může autorka vzhledem ke svým znalostem vyslovit svůj názor na systém značení a udělování certifikátů v ČR?

Po formální stránce bych doporučovala, jak bývá zvykem, uvádět na každé stránce název kapitoly, aby čtenář se mohl rychleji v práci orientovat. Tento požadavek si dovoluji podpořit neobyčejně velkým rozsahem práce.

## **Závěr**

**Závěrem mohu konstatovat, že předložená práce autorky Ing. Lucie Vokáčové na téma „Vytváření udržitelné hodnoty regionální značky“ je zpracována velmi odpovědně a splňuje veškeré požadavky kladené na tento typ práce. Připomínky a dotazy, které jsem položila, jsou buď formálního charakteru nebo jsou námětem pro další výzkum. Práci doporučuji k obhajobě a na základě jejího úspěšného průběhu a odpovědí na položené otázky, doporučuji udělit akademický titul doctor.**

Brno, 10. srpna 2021

Prof. Ing. Jana Stávková, CSc.

