

## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Horníková Markéta

**Název práce:** Destinační marketing na území CHKO Jizerské hory

**Autor posudku:** Ing. Martina Pásková, Ph.D.

**Cíl práce:** Cílem práce je provedení segmentace návštěvníků destinace CHKO Jizerské hory, včetně zjištění motivace jejich návštěvy, a se zaměřením analýz a návrhů na zkvalitnění marketingu této destinace.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Díličí připomínky a náměty:

V úvodní části své BP autorka uvádí, že „Cílem práce bylo zmapovat území CHKO Jizerské hory, získat informace o cestovním ruchu na území CHKO Jizerské hory a objasnit fungování a strukturu destinačního marketingu v destinaci.“, avšak závěru sděluje, že „Cílem práce bylo zjistit motivaci návštěvy území CHKO Jizerské hory, segment návštěvníků mířících do destinace, dobu jejich pobytu a názory (resp. zpětnou vazbu) na poskytované služby.“ To se odráží v pojetí metodiky výzkumu prováděného v rámci této práce. Není zcela jasné, proč se autorka nevěnovala v rámci primárního výzkumu opravdu objasňování toho, jak funguje destinační marketing v destinaci a jakou má a strukturu. Mohla šetřit spokojenost a názory 8 členů sdružení Turistického regionu Liberecko, Jablonecko, Frýdlantsko a Tanvaldsko na efektivitu, přínosy, rizika a bariéry jejich marketingových aktivit a zejména se mohla zaměřit na subjekty cestovního ruchu v tomto regionu, jakým způsobem vnímají a hodnotí výsledky destinačního marketingu zmíněného sdružení. Autorka se však ve svém pilotním výzkumu věnovala v podstatě zjišťování segmentu návštěvníků a jeho profilu, takže už částečně

suplovala činnost destinačního managementu místo, aby jej zkoumala. Problematické je retrospektivní pojetí kvalitativního výzkumu. Autorka může samozřejmě konstatovat, že hypotézy pro pilotní výzkum byly formulovány na základě předchozích zkušeností a poznatků, které nabyla díky svému pobytu ve zkoumané destinaci, ale rozhodně nelze tvrdit, že „Sběr informací a podkladů pro zpracování bakalářské práce proběhl dříve než bylo zvoleno téma“. Právě takto „uvolněné“ přístupy ke kvalitativním výzkumům je degradují na „nevědecké metody“. I metody jakými je (zúčastněné) pozorování, fotodokumentace, rozhovory s informátory či diskuse v rámci ohniskových skupin podléhají stanovenému výzkumnému cíli a výzkumnému plánu, výsledky musí být průběžně systematicky zaznamenávány (vedla tehdy autorka v rámci „retrospektivního terénního šetření“ terénní deník se systematizovaným záznamem pozorovaných skutečností a předběžnými úsudky o jejich příčinách, vazbách a zákonitostech?).

Výzkumné otázky, stejně jako shrnutí výsledků, neměly být vztaženy pouze k pilotnímu šetření, ale ke všem částem výzkumu (i sekundárnímu – rozbor strategie atd.). Práce má poměrně logickou strukturu, většina teoretických východisek je v praktické části aplikována, i když ne v odpovídající míře a hloubce. Kurtózu sezonnosti má smysl počítat z kompletních statistických dat, resp. jejich časových řad, pokud je sledován její vývoj, ne však z nereprezentativního vzorku pilotního průzkumu. Hypotéza č. 8 byla potvrzena, pro procenta využití karty byla právně odhadnutá (ne naopak, jak uvádí autorka), míra povědomí či znalosti karty ve stanované hypotéze nehraje žádnou roli.

Zásadním problémem je velmi nedůsledné citování v podstatě v celé práci, zjevně si neosvojila techniky kontextového citování.

Kvalita práce je po formální stránce zatížena poměrně častými překlepy, chybějícími písmeny a čárkami ve větách, špatnými pády.

Práce je z hlediska formální úpravy poměrně dobře zpracovaná, s velmi pěknou fotografickou i mapovou dokumentací. Dochází však v nadbytečné míře k duplikaci sdělení, autorka by měla více pracovat se vzájemným odkazováním mezi jednotlivými částmi textu své bakalářské práce.

#### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Téma práce je adekvátně zvoleno, její struktura je v zásadě smysluplně vystavěna, avšak autorce se nepodařilo v uspokojivé míře dosáhnout v metodické části stanoveného cíle „objasnit fungování a strukturu destinačního marketingu v destinaci. Došlo k jejich pouhému popisu, ne však objasňování, protože výzkumné otázky ani výzkum samotný na toto objasňování nebyl zaměřen. Citační etika je velmi chabá. I přes uvedené nedostatky je z předložené práce patrné, že autorka ovládá základní kompetence psaní odborného textu na úrovni bakalářské práce a nepřehlédnutelný je též její vztah k řešenému území a s tím související míra obeznámenosti s ním.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Jakým způsobem byste doporučila sdružení Turistickému regionu Liberecko, Jablonecko, Frýdlantsko a Tanvaldsko aplikovat v destinaci CHKO Jizerské hory metamarketing?
2. Zkuste vykreslit nejsilnější a nejslabší prvky marketingového mixu (v jeho širším pojetí) zmíněného turistického regionu s ohledem na nezbytnost jeho dlouhodobě udržitelného rozvoje.

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: E - dobře**

**V Hradci Králové, dne 19. května 2016**

---

podpis