



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tereza Stejskalová
Název práce: Destinační management a marketingové využití regionálních produktů a místních specialit
Autor posudku: Mgr. Alexandr Gragar, Ph.D.
Cíl práce: Analýza využití regionálních produktů místních specialit v marketingu turistické oblasti Strakonicko

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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:

K tématu práce se autorka inspirovala svými zkušenostmi ze zahraničí (škoda, že je konkrétněji neuvádí v textu práce např. komparací s domácí praxí...). Jako cíl si stanovila analyzovat využití regionálních produktů a místních specialit v oblasti Strakonicka - k rozvoji cestovního ruchu a propagace destinace. Stanovila 8 výzkumných otázek vztahujících se k významu regionálních produktů, jejich uplatnění v marketingu turistické destinace, především v jeho propagaci (v TIC i v médiích).

V teoretické části práce se obecně zabývá destinačním managementem, jeho organizací a marketingem, formou podrobnější rešerše zdrojové literatury (Zelenka, Pásková, Palatková, Nejdla ad.). V kapitole 3.1.5. charakterizuje regionální produkty a místní speciality jako součást marketingového mixu (informace a pojmy důležité pro praktickou část práce - případovou studii).

V kapitole 3.2. nastiňuje význam regionálních produktů v CR, včetně pojednání o „značení těchto produktů“ jako formy udržitelného cestovního ruchu, byť s tímto tvrzením lze polemizovat, samo značení určitě vliv nemá, ale může být součástí koncepce UCR (značení konkretizuje na značkách užívaných v Jihočeském kraji).

Případová studie, jako jádro práce, se pokouší najít odpovědi na výzkumné otázky (viz úvod), které autorka zpracovala především formou osobních rozhovorů s pracovníky veřejné správy a MIC, s aktivisty destinačních společností, v dotazníkovém šetření se obrátila na výrobce a provozovatele služeb spojených s regionálními produkty. V kapitolách 4.3.2. – 4.4. se ještě zabývá organizací cestovního ruchu v daném území... Zásadní sdělení práce začíná kap. 4.5, v níž autorka konkretizuje regionální produkty, typické pro oblast, cituje např. z Czech Specials (2014:online) nejvýznamnější produkty jako ryby, pivo, brambory, zelí (škoda, že se v závěrech nevrací k této charakteristice, která by mohla být velmi inspirativní)... Závěr práce je vyhodnocením šetření a to formou konfrontací tvrzení účastníků rozhovorů a poté i vyhodnocením dotazovaných majitelů značek, z něhož vyplynulo, že značka přináší jisté větší povědomí u veřejnosti, ale zájem o produkty se nezvýšil. Autorka svou práci přispěla k úvaze o kvalitě současného managementu cestovního ruchu u nás, především v oblasti spolupráce mezi veřejnou správou a podnikateli. Poukázala na fakt, že tato oblast rozvoje cestovního ruchu je zatím v našich podmínkách „mladá“ a zatím nemá odpovídající výsledky, např. díky nekonceptnosti při zavádění značek ad. Z tohoto hlediska je tato bakalářská práce přínosem diskuze o zkvalitňování řídicích mechanismů v cestovním ruchu, o roli veřejné správy a spolupráci s podnikatelskou veřejností. Práce je zpracována pečlivě, je konkrétní a věcná.

Otázky k obhajobě:

1. Jakou nejdůležitější hodnotu (kvalitu užití) přináší regionální produkt pro účastníka cestovního ruchu
2. Porovnejte charakteristické typy (vybraných) regionálních produktů Francie a Česka

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B - výborně-velmidobře

V Hradci Králové, dne 5. května 2016

Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.

podpis