

Posudek oponenta bakalářské práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Zdeněk PITNER
Název práce	Destinační management a marketingová značka na podporu propagace venkovských oblastí
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KRM
Vedoucí práce	Škodová Parmová Dagmar, doc. Dr. Ing.
Oponent	Ing. Marta Krejčíčková

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu 4.0

Poznámka: Volba tématu je pro Netolicko důležitá, především s ohledem na potřebu rozvoje destinačního managementu i propagace oblasti, bohužel předložená práce se odklonila od tématu z hlediska lokality, ani nenabídla použitelná doporučení.

2. Logická struktura práce 3.0

Poznámka: Teoretická část je adekvátní tématu, předmět zkoumání i předmět vlastní práce se ale od použité teorie (a také tématu) velmi odchýlil.

3. Naplnění cíle práce 4.0

Poznámka: Žádné hypotézy nebyly v práci předloženy. Úvodem řešitel sděluje, že je práce zaměřena na problematiku CR v dané destinaci se zaměřením na zhodnocení stávajícího stavu a dání doporučení, která situaci zlepší - ani jedno se nepodařilo.

4. Metodický postup 4.0

Poznámka: SWOT analýza - diskutabilní výsledky. STEP analýza - chybí konkrétní vyhodnocení vlivu rozborovaných faktorů. Porterův model 5ti sil - chyby v identifikaci. Dotazníkové šetření - celkově není zřejmé, co vyplývá; nezohledněny CS.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 4.0

Poznámka: Nebyla provedena analýza podmínek pro DM v oblasti Netolicka ani analýza aktuálního marketingu destinace, předložená doporučení na zvýšení návštěvnosti nemají reálný základ (chybí analýza CS, místní nabídky služeb vč. kapacit..).

6. Praktický přínos práce 4.0

Poznámka: Největší problém vidím ve faktu, že řešitel zcela opomněl ve své práci a návrzích destinační společnost, která se zabývá managementem Netolicka. Chybí analýza problémů i CS, nepodložené návrhy zaměření propagace a použité formáty.

7. Práce s literaturou 3.0

Poznámka: Teoretická část je adekvátní tématu, tomu odpovídá literatura, chybí novější tituly. Internetové odkazy použity pouze povrchně.

8. Formální stránka 3.0

Poznámka: Doporučuji jazykovou úpravu (překlepy, pravopisné chyby). Formální stránka i tak převažuje nad obsahovou.

Závěr

Hodnocení práce známkou: **nedostatečně**

Doporučuji práci k obhajobě: **NE**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Název "Destinační management a marketingová značka na podporu propagace venkovských oblastí" neodpovídá skutečnému obsahu bakalářské práce.

Úvodem řešitel sděluje, že tato práce je zaměřena na problematiku cestovního ruchu v dané destinaci se zaměřením na zhodnocení stávajícího stavu a dání doporučení, která situaci zlepší. Ani jednoho z těchto "dílčích postupů cílů" nebylo dosaženo.

Cílem práce mělo být zachycení aktuálního stavu a úrovně destinačního managementu v ČR v užším zaměření na analyzování Jihočeského kraje-oblasti Netolicko; problém s celou bakalářskou prací je v tom, že se vůbec nezabývá uvedeným Netolickem, vstupní data jsou však uváděna pro oblast MAS Rozkvět, SO Blata a mikroregionu Chelčicko-Lhenického, dle mapy destinace (kap. 4.1.) zobrazuje Lhenicko. Práce zcela opomíjí reálný stav destinačního managementu v Jihočeském kraji, který je od počátku roku 2016 řešen dle nového modelu, v souladu s koncepcí kraje pro období 2015-2020.

Bakalářská práce měla představit doporučení do budoucna v oblasti destinačního managementu v lokalitě - řešitel bohužel ani neidentifikoval, že v oblasti Netolicka působí od roku 2015 destinační společnost, od ledna 2016 certifikovaná JCCR.

K jednotlivým částem práce:

Analýza STEP- vlivy společenské, technické, ekonomické, politické. Problém bakalářské práce: analýza zaměřena na MAS Rozkvět, nikoli Netolicko, které má být předmětem práce. K vlastní STEP analýze: chybí konkrétní vyhodnocení vlivu rozborovaných faktorů. Některé faktory nemají jasnou vazbu na cestovní ruch na venkově, problematiku destinačního managementu a propagace venkovských oblastí. Popis venkova je značně zkreslený a zúžený (cituji např. "bohatství venkova pochází ze zemědělství a lesnictví", "nové technologie jsou ...spojeny s užíváním umělých hnojiv.."; rozpočtové určení daní je zaměňováno za "státní příspěvky malým obcím", dotační politika pro "venkov" je popsána velmi vágně, obcím jsou připisovány nerelevantní úkoly (např. zajištění financování propagace místních výrobků).

Porterův model 5ti sil - zhodnocení síly dodavatelů, odběratelů, substitutů a nově vstupujících subjektů: identifikaci substitutů přeshraničně považuji za v místě nerelevantní, především vzhledem k přímé konkurenci v nejbližším okolí. Také identifikaci nových subjektů považuji za chybné, z hlediska předmětu bakalářské práce se jednoznačně jedná o nově vzniklou organizaci destinačního managementu.

SWOT analýza - diskutabilní výsledky ve všech částech. Z mého pohledu s ohledem na téma práce naprosto chybné výsledky (např. za nejméně významný faktor řešitel považuje zpoždování rozvoje DM a také omezení mezioblastní spolupráce v ČR).

Dotazníkové šetření - faktory ovlivňující návštěvu destinace: chybně se orientuje na MAS Rozkvět, nikoliv Netolicko. Chybně uveden termín provedení dotazníkového šetření. Deklarovaným cílem dotazníkového šetření bylo ověřit faktory ovlivňující návštěvnost destinace a identifikovat nejzajímavější aktivity destinace; šetření nezohlednilo predikované CS, ani výsledky nebyly interpretovány s ohledem na CS ani na dispozice destinace; výsledky identifikace atraktivit nezohlednily lokalitu, která měla být sledována.

Otázka č.6 - pokud byl dotazník veden osobním rozhovorem, pak je část nabídky zcela nerelevantní

(např. klášter Zlatá Koruna, Kletř a další).

Otázka č.8 - není mi jasné, jak průzkum probíhal, když zde je uvedena 1 firma 2x (producentem Lhenické ovocné šťávy je Karel Gregora-mošťárna a pálenice); kromě Peklíka opět nejde o produkty z Netolicka, ale regionu MAS Rozkvět; jako další uveden "Karamelový sen od Vaška", což je ve skutečnosti firma z Českého Krumlova, opět mimo lokalitu zájmu/destinaci.

Otázka č.9 - opět není jasné, zda byly odpovědi nabídnuty - je s podivem, že respondenti dotazníkového šetření formulovali shodně odpovědi tak, jak je vyhodnoceno v grafu. Není jasná spojitost některých otázek/odpovědí s tématem (např. podíl OZE).

Celkově není zřejmé, co z dotazníkového šetření vyplývá.

Otázky nejsou jasně orientovány na identifikované CS.

Není jasné, jak byly stanoveny cílové skupiny - např. zda jsou v regionu /destinaci vůbec podmínky pro skupinovou turistiku (ubytovací kapacity "bus") nebo atraktivity vhodné pro CS.

Způsob propagace - opět chybně orientována na MAS Rozkvět, ne Netolicko (zadání práce).

Propagační tiskoviny: uvedeny typy tiskovin bez vazby na CS, není doložen důvod velikosti nákladu, pouze jeden technický formát - A4 (navíc považují formát A4 jako dlouhodobě překonaný, nekreativní a turisty málo preferovaný), uvedena čínská jazyková mutace bez objasnění důvodu a analýzy destinace z hlediska připravenosti na tuto CS. Dto u spotu, zde navíc ruská jazyková mutace - bez objasnění poptávky a připravenosti destinace na tuto CS.

Uvedený rozpočet je značně poddimenzovaný (např. www s požadovaným redakčním systémem, pořízení loga/CI, videospot, a další), naopak neobjektivně vysoká cena domény. Zcela pomínuta je cena lidských zdrojů!!! reálně v řádech statisíců korun ročně.

Zdroje financování-navržený model není podložen žádnými fakty (např. rozbořem příjmů obcí z turistických poplatků, a další) ani podrobnějším zdůvodněním.

Kapitola Závěrečná doporučení: největší problém vidím ve faktu, že řešitel zcela opomněl ve své práci a návrzích destinační společnost, která se zabývá managementem Netolicka (jakož i území MAS Rozkvět); jde sice o novou společnost, která zahájila činnost v roce 2015, ale již je od ledna 2016 certifikována JCCR a veřejně deklarována jako organizace pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci - turistická oblast PodKletí, jde o DM Jihočeský venkov, z.s..

Doporučení pro starosty -naprosto nesmyslná úvaha o spojení akcí v regionu do 1 termínu, navíc velmi těžko logisticky řešitelné. V rozporu se zjištěním z dotazníkového šetření (akce jako důvod opakované návštěvy). Infoportál je úkol pro DM, nikoliv starosty. Chybí doporučení pro zastupitelstva obcí, aby se finančně podíleli na financování DM.

Doporučení pro podnikatele- chybí analytický podklad pro doporučení zaměřit se na zahraniční klientelu (Čína, Rusko, Francie ..., pozn.: dle znalosti hodnotitele se v lokalitě tato CS vůbec nevyskytuje). Uváděna je vysoká kvalita služeb, není podloženo daty. Chybí doporučení pro podnikatele, aby se finančně podíleli na financování DM.

Doporučení pro zaměstnance MAS Rozkvět - zcela nerelevantní pro Netolicko, má je jednat o organizaci DM. Zcela nerelevantní doporučení v oblasti přeshraniční spolupráce, vzhledem k tématu bakalářské práce.

Závěrem bakalářské práce jsou uváděny zcela zavádějící informace - že byla práce zaměřena na analýzu podmínek pro destinační management v oblasti Netolicka (nebyla provedena ani podrobnější analýza, ani se práce nezabývala oblastí Netolicko), že byla podstatnou součástí práce analýza aktuálního marketingu destinace (nebyla, řešitel ani nepostřehl, že v lokalitě působí organizace destinačního managementu...) a vytvoření doporučení na zvýšení návštěvnosti (chybí

analýza CS, nepodložené návrhy pro jazykové mutace tiskovin/spotu - čínská, ruská). Návrhy na zvýšení návštěvnosti (spojení kulturních akcí do 1 termínu) neodpovídají výsledkům dotazníkového šetření (vícečetné opakované návštěvy z důvodu účasti na akcích). Dotazníkové šetření nebylo zaměřeno na identifikované CS, ani nebyly CS identifikovány na základě šetření. Chybně identifikována hlavní překážka rozvoje destinace - absence jednotného propagačního nástroje (DM, jednotného webu). Neznalost platného systému financování turismu prostřednictvím JCCR.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

1) Upřesněte popis činnosti agentury CzT (pozn. hodnotitel: zmatečně uvedeno v kap. 3.6.) a koncepční poslání JCCR (pozn. hodnotitel: text překopírován z www.jccr.cz, chybí informace o koncepčním poslání JCCR a zohlednění stávajícího stavu zavádění destinačního managementu v regionu Jižní Čechy).

Datum: 25.04.2016

Podpis oponenta bakalářské práce