

# OPONENTNÍ POSUDEK DISERTAČNÍ PRÁCE

Název: **Model zavádění a šíření regionální značky**  
Autor: **Ing. Iveta Pavezová**  
Oponent: **Doc. Ing. Marie Příbová, CSc.**

## a) Formální aspekty disertační práce

Po formální stránce je disertace rozdělena na část, která se zabývá teoretickými koncepty značky a brand managementu a aplikační část. Výklad je systematický a srozumitelný.

Teoretická část má – ve vztahu k vymezenému cíli - přiměřený záběr. Autorka představila základní teoretické směry, které se v brand managementu prosadily.

V aplikační části práce je těžiště v analýze případových studií, které představují domácí i zahraniční regionální značky.

Jazyková stránka je v pořádku, i když několik překlepů v práci zůstalo. Např. na str. 107 je odkaz na obr. 23, ve skutečnosti jde o obrázek 21, na str. 115,7..ř. zdola - chybně „všechny“ místo všechna. Formální úprava práce odpovídá standardům.

Za pozitivní zmínku stojí i důsledné označování citací a snaha o grafická shrnutí dílčích výsledků.

## b) Obsah disertační práce

Práce je zaměřena na problematiku, která je v ČR na samém počátku pozornosti odborníků. Práce s regionální značkou má řadu odlišností od klasického brand management týkajícího se originálních značek výrobců. Nicméně, autorka musela vyjít ze základních konceptů značky a jejího řízení, protože návaznosti mezi originálními značkami (ať už národními, mezinárodními nebo globálními) a regionálními značkami jsou.

V teoretické části jsou stručně zpracovány všechny významné směry („školy“) teorie brand managementu. Autorka prokázala velmi dobrou orientaci v literatuře, která byla publikována knižně, v člancích i materiálech na internetu. Mezi teoretiky brand managementu je výrazně menší zájem o regionální značku.

Autorka se pokusila vyplnit toto bílé místo a podařilo se jí vytipovat hlavní zájmové skupiny, které na vzniku a rozvoji regionální značky mohou mít zájem. Správně také vyzdvihla „partnerství“ jako významný prvek regionální značky. V práci však chybí obdobná úvaha o zákazníkovi a spotřebiteli, jejíž absence vyústila v to, že kapitola 1.3. je nevyvážená.

Rovněž nebyla věnována žádná pozornost sponzorovi značky, který regionální značku definuje a uvádí do povědomí.

Obsahem aplikační části je analýza domácích i zahraničních případových studií na téma regionální značka. Autorka zvolila náročný postup jejich kvalitativní analýzy v rámci tzv.

zakotvené teorie. Z výstupů této analýzy pak vyplynula definice regionální značky a návrh modelu zavádění regionální značky. Vše je zpracováno z pohledu podnikatelů a organizací, pro které je využití regionální značky vhodné a výhodné. Opět - úplně chybí pohled zákazníka a sponzora regionální značky, čímž je představený proces představen neúplně a diskontinuálně.

V textu jsem marně hledala, podle jakého klíče autorka vybírala případové studie k analýze. Vzhledem k tomu, že jde o zásadní metodický krok, který ovlivňuje i kvalitu výsledku, žádám o vysvětlení v průběhu obhajoby.

V 5. kapitole autorka provedla velmi zdařilou aplikaci postupu zavedení regionální značky na Jihočeský kraj. Navržené kroky jsou logické, provázané a srozumitelné, takže jejich využitelnost v praxi je dobrá.

### **c) Cíl disertační práce**

Hlavním cílem disertační práce bylo ...„vytvoření modelu zavádění regionální značky z pohledu podnikatele a jejího dalšího šíření...“.

Základní cíl byl rozpracován do dílčích cílů:

- a) ...“Vytvoření teoretického zázemí k pojmu „regionální značka“,
- b) Vytvoření systému pro podporu rozhodování při výběru regionální značky podnikatelskými subjekty,
- c) Návrh dlouhodobého řešení neprůhlednosti identit jednotlivých regionálních značek....“

Stanovený cíl považuji za průměrně náročný pro disertační práci. Podle mého názoru byl naplněn, i když bod c) v dílčích cílech (Návrh dlouhodobého řešení neprůhlednosti identit jednotlivých regionálních značek) je zpracován jen okrajově.

### **d) Výsledky disertační práce**

Disertační práce představuje solidní pokus o zpracování modelu a zavádění regionální značky. Autorka definovala regionální značku, navrhla jednoduchý systém pro rozhodování podnikatelů (připojit se k regionální značce nebo ne a ke které) a popsala konkrétní kroky jak má malý regionální podnikatel postupovat. Za přínosné považuji dotažení teoretických konceptů do praktických kroků, které jsou jednoduché a srozumitelné

Za pozitivní rovněž považuji to, že autorka navrhla a ověřila implementaci svého přístupu. Tento krok bývá podceňován a pak nové postupy zůstávají tématem pro akademické diskuse, nestávají se součástí nové manažerské praxe.

Za další přínos považuji aplikaci kvalitativní analýzy případových studií, která autorce umožnila vyhodnotit nesourodý materiál.

Práce může být využita jak v teoretické, tak praktické rovině. V obou rovinách půjde z počátku spíše „o osvětu“, protože o výhodách regionální značky nejsou dosud všechny zúčastněné strany dostatečně přesvědčeny.

Teoretické využití vidím v zařazení získaných poznatků do výuky, např. formou případových studií. Na tuto práci mohou navazovat další, které rozpracují i práci se zákazníkem (v rámci brand buildingu regionální značky) a procesy brand managementu na straně sponzora.

#### e) Otázky do diskuse

1. Může autorka vysvětlit, jaký je přínos regionální značky pro zákazníka?
2. Jak je tomu s identitou regionální značky? Kdo ji definuje (měl by definovat) a jakou má strukturu (měla by mít strukturu)? Jaké to má důsledky, pokud není identita regionální značky definována?
3. Podle jakých kritérií byly vybírány případové studie, které vstupovaly do analýzy?

#### f) Jednoznačné vyjádření k disertační práci

Protože obsah práce splňuje požadavky kladené na doktorskou disertační práci, samotná práce má dobrou úroveň a autorka prokázala potřebné znalosti v daném oboru a schopnost vědecky pracovat, hodnotím tuto doktorskou práci kladně a doporučuji ji k obhajobě.

V případě úspěšné obhajoby navrhuji, aby byl Ing. Ivetě Pavezové udělen titul doktor (PhD.) v oboru Řízení a ekonomika podniku.



Doc. Ing. Marie Příbová, CSc.

Vysoká škola ekonomická v Praze, Katedra  
marketingu a Katedra mezinárodního obchodu  
(externí lektor)  
ILOL, Praha

V Praze 28.10.2013



Posudek na disertační práci „Model zavádění a šíření regionální značky“  
autorky Ing. Ivety Pavézové

Autorka si jako téma práce zvolila velmi aktuální problematiku, v současné době nabývající na významu.

Práce má dobře postavenou svoji strukturu, jednotlivé kapitoly na sebe logicky navazují, svým rozsahem jsou vyvážené.

Cíl práce je stanoven jednoznačně a velmi srozumitelně. Z cíle plyne pro koho je práce využitelná. K dosažení cíle je formulováno několik dílčích cílů, což představuje logický postup řešení problému.

První část práce je věnována literární rešerši pro řešenou problematiku. Z textu je patrné, že bylo čerpáno z aktuálních zdrojů včetně zahraničních a je třeba ocenit logickou strukturu této kapitoly mimo jiné vyjádřenou i řazením jednotlivých hledisek pro studium značky.

Vzhledem k tomu, že v názvu je obsažen také pojem „model“, zasloužilo by si podle mého názoru věnovat tomuto pojmu větší pozornost. Model není obsažen jen v názvu, je cílem práce, je předmětem vlastní práce jako procesu určité simulace. Proto by měla být pravidla modelování, kritéria, omezující podmínky aj. zmíněny.

V závěru této kapitoly je vyjádřena určitá nespokojenost s definicí regionální značky resp. absencí její obecné definice. Možná by bylo vhodné vést diskusi o potřebě této definice vzhledem k obsahu pojmu značka a spojení se slovem regionální značka. Zda není dostačující vymezení podle Asociace regionálních značek v České republice „regionální značka garantuje původ výrobku v daném regionu, kvalitu výrobku, šetrnost k životnímu prostředí a jedinečnost ve vztahu k regionu“.

Metodika práce je zpracovaná na dobré úrovni, postup je znázorněn v obr. 5. Při respektování významu pojmu metodologie, metodika a metoda se domnívám, že z definice metodiky předkládané práce, 1. krok není součástí metodiky, je to součást vědecké práce, samozřejmý předpoklad pro vědecký výzkum jakéhokoliv problému. Naopak velmi oceňuji použití metody zakotvené teorie a využití případových studií. Škoda, že v metodice není uvedena resp. zmíněna metaanalýza (metatabulka je použita) a určité zásady a postup při tvorbě modelu.

Těžiště práce je v kapitole 3, 4, 5, které představují hlavní přínos práce.

Analýza výsledků jednotlivých případových studií regionálních značek z ČR a vybraných zemí Evropy, provedená podle daných kritérií a hledisek, umožnila vznik metatabulky a současně velmi zpřehlednila získané výsledky. Z těchto vyplynulo, co je třeba zohlednit při zavádění a šíření regionální značky.

Myslím, že autorce se podařilo definovat nejdůležitější kritéria pro rozhodování podnikatele, zda o regionální značku se ucházet, jaké budou náklady s tím spojené, co může od toho očekávat. Tomuto předcházela velmi kvalitně zpracovaná analýza shodných a rozdílných znaků podle předem stanovených kritérií. Je třeba ocenit autorčin tvůrčí přístup k postupu jednotlivých analýz, vždy byl z těchto analýz jasný systém a cíl, pro který jsou vytvořeny.

Za velmi přínosné na práci považuji kategorizaci a identifikaci vlastností a cílů regionální značky a aplikaci získaných poznatků z analýz na podmínky Jihočeského kraje. Tímto je podtržen i praktický přínos práce. Tvůrčí přístup autorky k práci je patrný i z použití myšlenkových map.

K práci mám několik námětů do diskuse:

- Z analýzy případových studií je nějak opomenut význam kvality produktu. Není podle Vás kvalita natolik důležitá, že se často regionální značka využívá právě k jejímu odlišení resp. zdůraznění ?
- Myslíte si, že se dají pro tvorbu „návrhu postupu“ při rozhodování a projevení zájmu o regionální značku využít i zahraniční zkušenosti?
- Přispějí výsledky Vaší práce k tomu, aby se spotřebitel lépe orientoval v systému či „nesystému“ regionálního značení v ČR?
- Myslíte si, vzhledem k obsahu zpracování Vaší práce, že je vhodné použít slovo „model“ v názvu práce ?

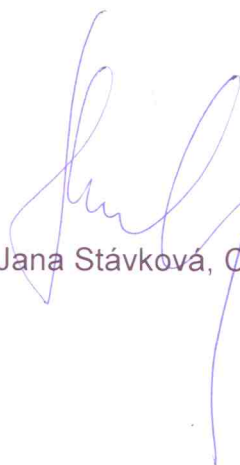
Závěrem chci konstatovat, že uvedené připomínky mají charakter námětů pro diskusi, vůbec nesnižují kvalitu práce.

Předložená práce je velmi kvalitně zpracována a splňuje všechny požadavky na disertační práci. Autorka prokázala velmi dobré teoretické znalosti dané problematiky, velmi dobře se v ní orientuje a tvůrčím způsobem problematiku zpracovala.

Práci d o p o r u č u j i k obhajobě a po jejím úspěšném průběhu doporučuji udělit titul Ph.D.

V Brně dne 25. října 2013

Prof. Ing. Jana Stávková, CSc.



## **Oponentský posudok na dizertačnú prácu Ivety Pavezovej na tému: Model zavádění a šíření regionální značky.**

**Školitel' : doc. Ing. Antónia Štensová, PhD.**

Oponentský posudok som vypracovala na základe poverenia dekana Ekonomickej fakulty Jihočeskej univerzity v Českých Budějovicích doc. Ing. Ladislava Rolínka, PhD. zo dňa 3.10.2013

### **Stanovenie a naplnenie cieľ'a dizertačnej práce.**

Doktorandka si za hlavný cieľ svojej DP stanovila vytvorenie modelu zavedenia regionálnej značky z pohľadu podnikateľa a jeho ďalšieho šírenia. Model je aplikovaný na územie Juhočeského kraja. Autorka definuje pojem zavedenie ako identifikáciu alternatív regionálneho označenia a identifikáciu podmienok implementácie zvoleného konceptu v danom podniku. Pod pojmom šírenie autorka vníma budovanie hodnoty značky jej užívateľom prostredníctvom prezentácie značky a to v spojení s vlastným produktom podnikateľa. Hlavný cieľ je doplnený parciálnymi cieľmi a to teoretickým vymedzením pojmu regionálna značka, vytvorením systému pre podporu rozhodovania pri výbere regionálnej značky a návrhom dlhodobého riešenia neprehľadnosti identít jednotlivých regionálnych značiek.

Takto identifikované ciele sú v podstate správne, otázkou však zostáva miera ich naplnenia. V tejto súvislosti mám nasledovné pripomienky:

- Aj keď doktorandka v kapitole 1.2.5 Legislatívne aspekty uvádza teoretické vymedzenie ochrany zemepisných označení a označení pôvodu, bližšie sa týmto problémom už vôbec nezaobera. Podľa môjho názoru tento moment predloženej práce veľmi chýba. Práci by prospelo, keby doktorandka aspoň porovnala výhody a nevýhody medzi využívaním regionálneho označenia a označenia pôvodu výrobkov, prípadného zemepisného označenia a to ako z pohľadu užívateľa tak vlastníka. Autorka sa veľmi sústredila na pojem značka. Tento pojem vysvetlila z rôznych pohľadov, pričom dôraz kládla predovšetkým na riadenie značky z marketingového pohľadu. Podľa môjho názoru však práve týmto teoretickým vymedzením si veľmi zúžila predmet svojho skúmania, pretože orientácia na značku pre taký typ analýzy aký zvolila v praktickej časti nebol tým najvhodnejším zameraním.
- Hlavným výstupom práce mal byť model zavedenia regionálnej značky. Autorka však tento cieľ naplnila len čiastočne. Vypracovanie formulára so zameraním na identifikáciu kritérií podľa značiek a miesta podnikania, sotva možno nazvať modelom.
- Autorka si za cieľ zvolila aj návrh dlhodobého riešenia neprehľadnosti identít jednotlivých regionálnych značiek. Podľa môjho názoru tento cieľ nenaplnila. V kapitole diskusia sa žiadne riešenia tohto problému nenachádzajú.
- Pomerne veľa priestoru autorka venovala popisu charakteristických znakov jednotlivých regionálnych značiek a to ako v európskom priestore, tak aj v priestore Juhočeského kraja. Tento popis sa opakuje aj v prílohách. Napriek skutočnosti, že sa autorka snažila o dodržanie jednotnej štruktúry popisu, ide o kapitolu, ktorá je zbytočne dlhá a závery z nej stačilo uviesť v metatabuľkách, ktoré autorka uvádza vždy v závere každej kapitoly a ktoré sú naopak pre čitateľa výbornou pomôckou pre sumarizáciu jednotlivých charakteristických znakov regionálnych označení.
- V práci absentuje to čo si autorka vytýčila v hlavnom ciele dizertačnej práce a to implementácia podmienok zavedenia zvoleného konceptu regionálneho značenia v danom podniku. Závery, ktoré doktorandka formulovala sú veľmi všeobecné a chýba presvedčivá

argumentácia o vplyve zavedenia a využívania regionálneho označenia na ekonomickú činnosť a výsledky podnikateľského subjektu. Záver dizertačnej práce vyznieva rozpačito.

Celkovo možno konštatovať, že aj keď ciele dizertačnej práce boli stanovené správne a dávali pomerne dobrý predpoklad pre formuláciu vedeckých prínosov, vznikol však určitý nesúlad medzi stanovenými cieľmi práce, jej obsahom a závermi.

### **Vhodnosť použitých metód, metodológia.**

Autorka na stranách 52-56 uvádza metodiku práce. Uvádza zoznam metód, ktoré bude využívať v svojej práci. Upozorňujem, že metóda analýzy prínosov a nákladov je využitá vo veľmi úzkom rozsahu, pričom malo ísť o rozhodujúcu metódu, ktorou si autorka mala vytvoriť argumentačnú bázu pre formuláciu svojich záverov. Autorka nenavrhuje ani jednu metódu, ktorá by jej umožnila vytvoriť objektívny model zavádzania regionálnej značky.

### **Zhodnotenie poznatkovej bázy.**

Autorka v svojej dizertačnej práci uvádza pomerne rozsiahly zoznam použitej literatúry a to ako z domácich, tak zahraničných zdrojov.

Napriek výhradám, ktoré som uviedla ku kapitole o charakteristike regionálnych označení, oceňujem analytickú prácu autorky, ktorá zmapovala používané regionálne označenia v európskom priestore a priestore Juhočeského kraja. Táto časť práce dokumentuje úsilie autorky o spracovanie uceleného systému poznatkov z tejto oblasti, ktorá v takejto podobe nebola ešte publikovaná.

Poznatkovú bázu považujem za dobre zvolenú a kvalitnú.

### **Vedecký prínos a originalita práce.**

Prínosy predloženej dizertačnej práce možno identifikovať v zostavení všeobecnej definície regionálnej značky, jej cieľov a záujmových skupín. Širší vedecký prínos práce sa formuluje pomerne ťažko a to predovšetkým z dôvodu, že samotná autorka výstupy teoretickej časti uviedla veľmi stručne.

### **Aplikačný prínos práce pre prax.**

Aplikačný prínos práce je možné identifikovať predovšetkým v spracovanom prehľade využívaných regionálnych značiek a to predovšetkým na území Juhočeského kraja a návrhom kritérií, ktoré umožnia podnikateľovi identifikovať vhodnú regionálnu značku. Je však na škodu celej práci, že doktorandka neaplikovala svoj návrh v podmienkach konkrétneho podnikateľského subjektu. V podstate tým neumožňuje ani hodnotiť úspešnosť alebo neúspešnosť ňou navrhnutého riešenia.

### **Otázky do diskusie:**

Do diskusie navrhujem, aby doktorandka zodpovedala nasledovné otázky:

1. Aké základné rozdiely v vplyve na ekonomickú činnosť a výsledky podniku vidí autorka vo využívaní regionálneho označenia a vo využívaní zemepisného označenia, prípadne označenia pôvodu.
2. Ako vysvetlí doktorandka vplyv užívateľa značky na budovanie jej hodnoty?

**Záverečné hodnotenie.**

Dizertačnú prácu Ing. Ivety Pavezovej odporúčam na obhajobu a udelenie akademického titulu "philosophie doktor", v skratke PhD. podmieňujem zodpovedaním položených otázok.

3.11.2013

prof. Ing. Helena Majdúchová, CSc.