

## Oponentní posudek na doktorskou disertační práci

---

Název práce: Strategie marketingové komunikace malých a středních podniků  
Pardubického kraje v oblasti cestovního ruchu

Doktorand: Ing. Vladislava Kerlesová

Oponent: doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Vypracována dne: 15. srpna 2012

Disertační práce je strukturovaná do 12 kapitol, čítá 140 stran textu a přílohou část v rozsahu 5 stran, jež doplňuje textovou část pouze o dva dotazníkové formuláře a vysvětlivky. Posuzovaná doktorandská práce má autorkou vytýčený základní cíl „Nalézt příčinné vztahy mezi chováním nabídky MSP a poptávky po službách v oblasti ČR, a to v závislosti na využití nástrojů marketingové komunikace ze strany nabídky, a navrhnout strategii marketingové komunikace vedoucí ke zlepšení současného stavu“. V práci pak následně řeší oblast Pardubického kraje.

Aktuálnost tématu a zdůvodnění stanovených cílů práce je vyjádřeno a zdůvodněno v kapitole 1., nazvané „Analýza současného stavu“ (15 stran), kde autorka podrobně analyzuje a srovnává podmínky Pardubického kraje s ostatními oblastmi v ČR. Téma a s ním související název disertační práce spíše poukazuje na aktuálnost z praktického hlediska, řešené příčinné vztahy, jež jsou uváděny, jako základ vědecké práce autorky nejsou z pohledu aktuálnosti patřičně zdůvodněny. Chybí zde relevantní kritická rešerše tuzemských i zahraničních zdrojů, kterou by autorka doložila aktuálnost a relevantnost vědecko - výzkumného problému.

Kapitola 2 (3 strany) řeší výzkumnou hypotézu a definici cílů vědecké práce. Výzkumná hypotéza je autorkou stanovena následovně: „Příčinou nízké spotřeby služeb cestovního ruchu v Pardubickém kraji je nedostatečná úroveň aplikace nástrojů marketingové komunikace na straně malých a středních podniků“.

Metodám, zdrojům, předmětu a objektu výzkumu je velice stručně věnována kapitola 3 (pouze 3 stránky). V tomto typu práce bych očekávala daleko preciznější popis nejenom metod, ale celé metodologie tvorby disertační práce. V některých částech se pak překvapivě objevují nové metody, které nikde předtím nebyly popsány, ani zmíněny autorkou (marketingový výzkum, brainstorming, SWOT analýza, Ishikawův diagram, interview a další)

Za slabou stránku práce lze považovat zpracování teoretických východisek, kde v kapitole 4 (6 stran) autorka řeší oblast „Cestovního ruchu“, dále kapitolu 6 „Aplikace marketingu v cestovním ruchu“ (7stran) a kapitolu 7 “Management cestovního ruchu“ (4stran). V kapitolách 5 (3 stran) a 8 (5 stran) pak rozebírá následně specifická Pardubického kraje vzhledem k předchozí teoretické kapitole. Jak již bylo zmíněno na začátku, pro tento typ práce bych očekávala důslednou kritickou rešerší zdrojů týkajících se řešené problematiky (stav výzkumu v této oblasti, publikované práce apod.), teoretická východiska by se dle mého mínění měla týkat zejména strategie, marketingové komunikace a cestovního ruchu, jak to odpovídá názvu a zaměření práce.

Za přínosnou část práce lze bezesporu považovat vlastní výzkum autorky, který zrealizovala ve dvou etapách. V práci je této části věnována kapitola 9, 10 a 11 (48 stran). Výběr vzorku pro obě etapy (900 respondentů) je velice ambiciózní, nabízí příslib zajímavých výsledků. Z pohledu výběru metody je osobní interview časově velice náročné. (dále viz dotazy). Co se týče použitých metod, tak mám určité výhrady, jež souvisí s metodologií tvorby celé dizertační práce. (dále viz dotazy). Kapitoly prezentace výsledků nejsou přehledné a dle mého mínění logicky uspořádané tak, aby vedl čitatele logikou práce, např. způsob odkazů na kapitoly, kde je to již autorkou řešené, je z pohledu čitatele velice nešťastné.

Formální zpracování práce splňuje požadavky na tento druh práce, včetně grafické stránky práce, odborné i gramatické úrovně. Drobné výtky se týkají poněkud neodborné formy vyjadřování v některých částech, kde autorka používá slova např. „ruka v ruce“, „běžné kategorie“ atd., jenž se nehodí pro tento typ prací.

Návrhová část je řešená netradičním způsobem, s využitím dalších analytických technik (dle mého mínění způsobem, jenž není zcela vhodný pro vědeckou práci). Tento způsob vybočuje z klasického chápání návrhu strategie, autorka zde nešťastně (str.123-127) řeší zcela běžné a známé věci, a navíc ve velmi obecné rovině. Přínosnou částí návrhu jsou snad strany 128-131, jenž nabízí praktický výčet konkrétních opatření. Návrh strategie komunikace je z mého pohledu spíše praktický problém, jenž je pro tento typ práce ne úplně vhodným výstupem. Očekávala bych zde zejména odpověď na hlavní cíl (řešení příčinných vazeb), vědecký přístup k ověřování hypotéz, vyvozování závěrů a návrh metodiky (postupu) řešení těchto vazeb vyplývajících z vyvozených závěrů.

Disertační práci lze svým zpracováním považovat za přínosnou pro praktickou i pedagogickou oblast. Z pohledu vědecko – výzkumného teoretického přínosu mám k práci bohužel určité výhrady, jenž souvisí s výše uvedenými postřehy a následně s níže položenými

dotazy. Z dodaných materiálů není jasné, kde a jakým způsobem autorka publikovala své výsledky, což by možná doplnilo celkový obraz o teoretických východiscích práce. Předpokládám, že po dodání dalších podkladů a vlastní obhajobě budou tyto dotazy do diskuse odpovězeny a oblast vědecko – výzkumného a teoretického přínosu vyjasněná.

Na základě posouzení všech aspektů zpracované disertační práce a výše uvedených názorů lze konstatovat, že posuzovaná disertační práce a zejména konkrétní přínos autorky je zde i přes jednotlivé připomínky znatelný a je snadno odlišený od přejatých informací v práci použitých.

Autorce oponované disertace bych ráda položila několik dotazů, jež budou podkladem do diskuse v průběhu obhajoby.

1. Vysvětlíte mi metodologii hledání příčinných vazeb, jež jsou mezi chováním nabídky MSP a poptávky po službách v oblasti ČR, a to v závislosti na využití nástrojů marketingové komunikace ze strany nabídky (což je váš hlavní cíl).
2. Myslíte, že dotazníky, jež jste použila jako hlavní metodu řešení a naplnění cíle vaší práce opravdu řeší oblast marketingové komunikace?
3. Můžete mi vysvětlit, jak jste postupovala při tvorbě dotazníků (jaká teoretická východiska byly podkladem pro jejich tvorbu). Jsou dotazníky postaveny tak, aby naplnily požadované cíle? Zdůvodněte zajištění validity a reliability vašeho výzkumu.
4. Jakým způsobem jste ověřovala vámi stanovenou hypotézu?
5. Jakým způsobem byl prováděn samotný výzkum? Nedovedu si představit, jak jste zvládla osobně vyzpovídat 900 respondentů. Z práce není jasné, jak jste výzkum provedla.
6. V čem vidíte největší přínos své práce, zejména s ohledem na teoretickou a vědeckou oblast?

**Závěrečná doporučení oponenta:**

Disertační práci i přes četné připomínky doporučuji k obhajobě.

  
doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Ústav managementu, Fakulta podnikatelská, Vysoké učení technické v Brně  
Kolejní 2906/4, 612 00 Brno, Česká republika