

OPONENTNÍ POSUDEK HABILITAČNÍ PRÁCE

Téma habilitační práce:

PRODUKTY SIETÍ CESTOVNÉHO RUCHU AKO INOVATÍVNY NÁSTROJ MANAŽMENTU CIEĽOVÉHO MIESTA

Autor práce: Ing. Kristína Šambronská, PhD., Prešovská univerzita v Prešove

Oponent: doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, Praha

Hlavním cílem habilitační práce bylo sledovat a vyhodnotit názory návštěvníků na stávající produkty v cílovém místě a poukázat na význam inovování produktů prostřednictvím sítí objektů cestovního ruchu pro potřeby rozvoje cílového místa. Hlavní cíl v sobě obsahuje dvě oblasti a doplňkovou podoblast výzkumu dané problematiky. V rámci doplňkové podoblasti byla vyhodnocena atraktivnost cílového místa, která vyplývá z potenciálu (kvalita a bohatost) prostředí, ve kterém se cestovní ruch realizuje, což následně ovlivňuje tvorbu a nabídku produktů cestovního ruchu a návštěvnost cílového místa. Atraktivnost cílového místa Prešov, byla hodnocena vybranými přístupy ze strany poptávky a následně i vyhodnocením odpovědí v rámci druhé a třetí části dotazníku. Hlavní oblast výzkumu byla zaměřena v jedné složce na návštěvníky okresu Prešov, kde byly identifikovány vybrané segmenty, které zároveň představují zdrojové trhy okresu Prešov, jako cílového místa. Byly identifikovány a popsány jejich sociálně-demografické, psychosomatické a geografické charakteristiky. Byly zjištěny a popsány názory návštěvníků na nabídku stávajících produktů cestovního ruchu v okrese Prešov, a to z pohledu potenciálu cílového místa a segmentu. Druhá složka hlavního výzkumu byla zaměřena na zjištění názorů odborné veřejnosti na síťování objektů a následně vytváření produktů sítí cestovního ruchu (jak v cílovém místě okres Prešov, tak obecně). Autorka zvolila poněkud neobvyklou terminologii. Nevím, zda by nebylo lepší používat místo cílového místa pojem destinace a místo síťování objektů a následně vytváření produktů sítí cestovního ruchu používat partnerskou spolupráci veřejného, soukromého a neziskového sektoru a tvorbu produktu destinace. Osobně jsem se s takovou terminologií dosud nesetkal a při čtení této práce jsem s tím měl stále problémy. Podle mého názoru je cílové místo užší pojem než destinace na úrovni turistické oblasti nebo turistického regionu.

V úvodu práce je provedeno teoretickým zhodnocením oblastí zaměřených na produkt cestovního ruchu, inovace v cestovním ruchu, na základě hodnocení atraktivnosti turistické destinace s využitím sekundárních údajů a částečně i s využitím realizovaného výzkumu a hlavně vyhodnocením názorů návštěvníků na stávající produkty, jakož i na ochotu a pozitivní vnímání produktů destinace ze strany stakeholderů v cestovním ruchu. Podle názoru oponenta je vlastní úvod příliš dlouhý a je zaměřen jen na popis obsahu, při tom se popis obsahu jednotlivých kapitol uvádí znovu v úvodu jednotlivých kapitol.

Teoretická část práce je zpracována velmi podrobně a je logicky strukturovaná. V práci je použito více než 250 citací, což ukazuje na velmi podrobnou literární rešerši před vlastním zpracováním habilitační práce. Teoretická část popisuje význam cestovního ruchu pro region,

destinaci, jeho atraktivnost, poukazuje na tvorbu produktů cestovního ruchu, charakterizuje návštěvníka destinace jako spotřebitele produktů cestovního ruchu. Pozornost je věnována oblastním organizacím cestovního ruchu (DMO), které působí jako management destinace a má více úkolů v oblasti marketingu a managementu destinace. Je zdůrazněna jejich úloha při organizování spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru. V neposlední řadě je část práce věnována inovacím v cestovním ruchu, jelikož již v současnosti některé podniky cestovního ruchu, jakož i střediska, inovují svou nabídku produktů cestovního ruchu pro návštěvníky, s cílem získat jejich pozornost a motivovat je ke spotřebě nabízených produktů, a tedy k návštěvě destinace opakovaně. Práce se zabývá i problematikou inovace produktu a to jak z obecného hlediska, tak z pohledu inovace produktu destinace. Na mnoha místech se hovoří o nutnosti spolupráce objektů v cestovním ruchu. Chtěl byl zdůraznit, že pro úspěšný management destinace je důležitá i spolupráce s místním obyvatelstvem. Jedna technická připomínka k teoretické části práce. Stačilo členění maximálně X.Y.Z., ale bylo zbytečné další členění, jako například 1.4.3.1. atd. Text se pak stává méně přehledný. Navíc jde text v těchto podkapitolách až do příliš velkých podrobností. Autorka do textu teoretické části zařadila aktuálně i problematiku vlivu COVID-19 na cestovní ruch.

Hlavní cíl byl rozdělen na několik dílčích cílů:

1. Teoretické seznámení se s vytyčenou problematikou, která je aktuálně řešena v rámci domácího a zahraničního cestovního ruchu, prioritně se zaměřením na: atraktivnost cílového místa, management cílového místa, produkt cílového místa.
2. Stručně charakterizovat vybrané segmenty návštěvníků pro potřeby zpracování relevantních sekundárních údajů Statistického úřadu České republiky v části analýzy – Atraktivnost cílového místa a následně v rámci dotazníku „Návštěvník cílového místa“.
3. Popsat a vyhodnotit atraktivnost cílového místa (okres Prešov), prostřednictvím účasti vybraných segmentů návštěvníků, na základě sekundárních údajů pomocí vybraných metod (ekonomického principu, metoda GIT a Defertovy turistické funkce).
4. Sestavit dotazník pro návštěvníky cílového místa, okresu Prešov (slovenští, čeští, polští a maďarští návštěvníci), pro potřeby primárního výzkumu a vyhodnotit jej.
5. Sestavit dotazník pro odbornou veřejnost v cestovním ruchu a vyhodnotit jej.
6. Navrhnout příklady produktů sítě cestovního ruchu pro město Prešov a pro okres Prešov.

Dále bylo stanoveno 10 výzkumných otázek a 8 hypotéz a cíle bylo nalézt odpověď na tyto otázky a potvrdit, či vyvrátit stanovené hypotézy a to s využitím statistických metod. V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno 930 respondentů, z toho bylo 485 respondentů ze Slovenska, 178 z Čech, 146 z Polska a 121 z Maďarska. Dotazování probíhalo od dubna do srpna 2021.

V metodické části je popsáno několik metody měření atraktivity turistické destinace. S využitím sekundárních dat pak byla porovnávána atraktivity 6 slovenských destinací: Prešov, Bardějov, Levoča, Poprad, Snina a Stará Ľubovňa. Ukazuje se, že Prešov nepatří mezi vysoce atraktivní slovenské destinace.

Velmi rozsáhlou část habilitační práce tvoří vyhodnocení hlavního dotazníku „Návštěvník destinace Prešov“. Pro každou otázku je provedeno statistické zhodnocení odpovědí a porovnání odpovědí podle národnosti návštěvníka. Provádí se i porovnání odpovědí podle

jednotlivých věkových kategorií a někdy i rozdíly mezi muži a ženami. Chtěl bych uvést, že nerozumím grafu 1 na straně 126, kdy u polské skupiny respondentů je součet mužů a žen vyšší než 100 %.

Překvapuje mě, že se tazatelům podařilo dosáhnout toho, že 930 respondentů odpovědělo na všech 47 otázek a to řada otázek měla ještě několik podotázek a ještě je zde několik otevřených otázek! Takové množství otázek je v rozporu s praxí v oblasti marketingového a sociologického výzkumu. Z několika absolvovaných kurzů u marketingových agentur bylo doporučeno, aby počet otázek se pohyboval asi do 20. Další zásadou je, že otázky týkající se sociodemografických dat se dávají zásadně na konec dotazníku a nikoliv na začátek. Některé otázky jsou příliš obecně formulované. Příklad: Otázka 44: Informace o produktech cestovního ruchu v okrese Prešov jsou dostupné moderními komunikačními prostředky. Většina respondentů neví, co si má představit pod produktem cestovního ruchu a co je myšleno moderními komunikačními prostředky. Nebo Otázka 47: Byl Vám nabídnut a tedy víte o produktu síť cestovního ruchu. Problém je, že respondent nepřizná, že otázce neodpoví, ale zvolí náhodně jednu z odpovědí a jeho odpověď je nevěrohodná. Podobně jako otázka „Rozvoj cestovního ruchu v okrese Prešov vnímáte jako dynamický?“ S touto odpovědí bych měl i osobně problém. Nevím, co bych odpověděl.

K celému textu hodnocení výzkumu mám jednu obecnou připomínku. Nechápu, proč se všechny údaje uvádí na setiny procenta. Například 13,98 % nebo 75,16 % atd. Uvědomíme-li si, že při daných počtech respondentů je chyba takto zjištěných dat minimálně plus/minus 2 až 4 %, pak by stačilo uvádět jen data zaokrouhlená na celá procenta. Navíc je to velmi nepřehledné pro čtenáře.

Je sice chvályhodné, že autorka u všech dat provádí podrobný statistický průzkum, ale někdy méně znamená více. Navíc statistické veličiny nejsou předmětem žádné diskuse a hodnocení výsledků. Závěrem bych uvedl několik obecnějších charakteristik habilitační práce.

a) Aktuálnost habilitační práce.

Téma je velmi aktuální, neboť řízení cestovního ruchu na oblastní a regionální úrovni je současný trend ve všech vyspělých turistických zemích. Hlavním posláním DMO je tvorba produktu destinace. Bylo by však dobré zdůraznit, že produkt destinace je buď obecná nebo specifická nabídka pro návštěvníka nebo turistu.

b) Naplnění cíle habilitační práce a její vědecký přínos.

Cíle habilitační práce byly naplněny v souladu s původním záměrem autorky. Hlavním přínosem práce je metodika hodnocení atraktivity turistické destinace a možnosti segmentace trhu s pohledu současného turistu.

c) Použití vědeckých metod v habilitační práci

K realizaci výzkumu i vyhodnocení poznatků byly použity klasické vědecké metody, jako je statistické zhodnocení výsledků a potvrzení či vyvrácení předem vytvořených hypotéz. Očekával bych však větší zobecnění získaných poznatků než pouhé shrnutí získaných poznatků.

d) Jazyková a formální úprava habilitační práce

Jazykové a formální úpravy nelze nic zásadního vytknout. Pouze nevím, podle jakých kritérií byla některá data zařazena přímo do textu a jinde se autorka odkazuje na tabulky uvedené v příloze. Osobně dávám přednost uvádět většinu výsledků přímo do textu. Je to pro čtenáře přehlednější.

e) Výsledky habilitační práce

Je cenné, že autorka uvedla v závěru i některá doporučení pro pracovníky destinačního managementu.

Závěr posudku

Konstatuji, že **habilitační práce splňuje podmínky** Zákona o vysokých školách a dalších navazujících zákonů, a proto po úspěšné obhajobě habilitační práce a habilitační přednášce **doporučuji** komisi pro habilitační řízení udělit **Ing. Kristíně Šambronské, PhD.** vědecko-pedagogický **titul docent**.

Při obhajobě habilitační práce požadují zodpovězení následujících otázek:

1. Vysvětlíte rozdíl mezi pojmy atraktivita turistické destinace, genius loci, genius regionalis a mentální mapa.
2. Co víte o historickém vývoji destinačního managementu v Rakousku a Švýcarsku?
3. Co víte o Zákoně č. 91 z 3. marca 2010 o podpore cestovného ruchu?
4. Existuje obdobný zákon, nebo alespoň návrh obdobného zákona v České republice?
5. Co víte o certifikaci DMO v České republice? Existuje podobný proces pro DMO na Slovensku. Pokud ne, byla by certifikace užitečná i pro slovenské DMO.
6. Zcela jsem nepochopil, kdo to je digitální turista. Můžete to přesněji definovat?

V Praze dne 4. ledna 2022

Doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.