

## Posudek oponenta diplomové práce

Název práce: Problémy rozvoje vnějších periférií Česka: modelový příklad  
Jáchymovska  
Autor práce: Petra MARKOVÁ  
Počet stran (příp. příloh) (*nepovinné*): 100 + přílohy  
Počet zdrojů (*nepovinné*): 72+25  
Jméno vedoucího: RNDr. Vít Jančák, Ph.D.  
Jméno oponenta: Doc. RNDr. Milan Jeřábek, Ph.D.

### Aktuálnost zvoleného tématu:

Problematika periférií se již plně etablovala jako součást albertovské školy. Vedle celostátního přístupu považuji za cenné věnovat pozornost jednotlivým regionům jako případovým studiím. Jedná-li se o periférii vnější resp. oblast příhraniční, o to větší pozornost – s ohledem na rámcové (politické, ekonomické atd.) podmínky – si zaslouží. Konečně ke zvolenému regionu mě váže i osobní vztah.

### Členění práce s ohledem na její logickou strukturu a optimální obsah a rozsah jednotlivých kapitol:

Práce je logicky členěna, v zásadě se skládá ze dvou částí: teoretické resp. obecné (kapitoly 2. a 3.) a praktické resp. konkrétní (4. až 6.). Nejsem přesvědčen o tom, že ve všech aspektech dochází k propojení obou částí. Za příklad nechť slouží pasáž věnovaná euroregionům a přeshraniční spolupráci: příslušné aktivity z modelového území v práci postrádám, a to přestože např. Boží Dar je velice úspěšným subjektem. Také pochybuji o opodstatněnosti zařazení podkapitoly věnované financování místní správy. Poněkud překvapivá je absence fyzicko-geografické problematiky, jež nepochybně přispívá k perifernosti řešeného území.

### Využití teoretických a metodologických východisek, vhodnost použitých metod:

Autorka vychází z dostupné literatury (přístupů) české i zahraniční provenience. Uplatnění teritoriálního marketingu je v našich (českých, geografických, regionálně politických?) podmínkách poměrně nové, zasluhuje si tedy pozornost. Jeho detailní popis mi připadá poněkud nadbytečný. Již klasická je SWOT analýza, předpokládám, že je z vlastní dílny. U kvantitativního výzkumu nejsem přesvědčen o reprezentativnosti šetření (83 nerezidentů), třídění 2. stupně pak nepřipadá v úvahu vůbec.

### Vlastní přínos práce (kritická analýza, diskuse a závěr, návrhy a doporučení):

Autorce se podařilo zpracovat slušnou charakteristiku zvoleného regionu; v řadě případů ovšem celkový pohled (údaj, hodnota) je nahrazen parciálním (za jednotlivé obce, tyto pak srovnávány s nadřazenými celky?). Výslednou marketingovou strategii posuzuji velmi pozitivně, otázkou je, zda je kauzálně propojena s předchozím textem. Nicméně její realizace by byla žádoucí, těžko říci, zda, kdy a za jakých podmínek uskutečnitelná.

### Samostatnost při vypracování práce (*hodnotí pouze vedoucí práce*):

### Grafická úprava práce (zpracování tabulek, grafů, atd.):

Práce obsahuje (vyjma příloh) 10 tabulek a 1 obrázek resp. nepříliš zdařilý graf. Pouze jedna převzatá mapa(?), navíc širšího rozsahu než modelové území, upomíná zřejmě na nedostatečné kartografické/GIS dovednosti autorky.

### Jazyková úroveň práce (gramatické a stylistické chyby, překlepy atd.):

Diplomantka přesvědčila o svých stylistických schopnostech, bohužel nevyhnula se občasným prohrškům (namátkou uvádím: Sudetští Němci, Boží dar, Bílá Hora, NSR, Romská menšina). Problémy mám rovněž

s více jak 100 % či nadprůměrným procentem. Sem zařadím i poznámku o nejasnosti / nesprávnosti / odlišnosti používání termínů ORP a SO ORP.

Práce s informačními zdroji (aktuálnost, odkazy, citace, vhodný výběr titulů atd.):

Autorka využila dostupné literatury, někteří autoři (Houžvička, Rumpel) mají ovšem i zásadnější publikace. Uvítal bych nějakou regionální resp. lokální literaturu.

Splnění zadání a cíle práce:

Autorka se vyrovnala s daným tématem poměrně solidně. Domnívám se však, že v předložené práci na jedné straně nevyužila všech možností, na druhé straně interpretace ne ve všech případech byla zcela přesvědčivá.

Otázky (okruhy otázek) k obhajobě:

1. Vliv (působení) sousedního (saského) území na rozvoj modelové oblasti Jáchymovsko
2. Příklady uplatnění teritoriálního marketingu v Česku

Klasifikace: velmi dobře

Datum a podpis: .....16. 9. 2010.....

