

prof. Ing. Štefan H i t t m á r , PhD.  
Fakulta riadenia a informatiky, Žilinská univerzita  
ul. Univerzitná 8215/1 010 26 Ž I L I N A  
tel.: ++ 421 41 513 4457, [stefan.hittmar@fri.uniza.sk](mailto:stefan.hittmar@fri.uniza.sk)

## **O p o n e n t s k ý   p o s u d o k** **dizertačnej práce**

**Autor práce:** Ing. Veronika Svatošová  
**Názov práce:** Marketingové řízení elektronického obchodování  
**Školiace pracovisko:** Fakulta ekonomicko-správní, Univerzita Pardubice

*Posudok je vypracovaný na základe listu p. dekanky Fakulty ekonomicko-správní Univerzity Pardubice zo dňa 29. 7. 2013 k menovaniu oponentom.*

Predmetná dizertačná práca v zmysle svojho názvu sa zaoberá vybranou problematikou riadenia podnikových procesov – marketingovým riadením procesov elektronického obchodovania. Takto formulovaná téma je zaujímavá a je vhodná na rozpracovávanie na teoretickej i praktickej úrovni. Predovšetkým jej konkretizácia do pokusu o identifikáciu hlavných nedostatkov marketingového riadenia podnikov a pomocou definovania vhodných nástrojov, opatrení a postupov v elektronickom obchodovaní navrhnuť súbor doporučení a metodiku pre následnú elimináciu zistených nedostatkov v reálnych podmienkach podnikového prostredia opodstatňuje jej riešenie. Ide o tému dobre zapadajúcu do rámca dôležitých problémov, súvisiacich s otázkami fungovania podnikov v súčasnom trhovom prostredí. Ako dokument však môže byť predmetom začatia organizovania a posudzovania pre uzavretie doktorandského štúdia v absolvovanom študijnom odbore.

*Pozn.: Názov študijného odboru/programu nie je vôbec v dokumente dizertačnej práce uvedený. Podľa dokumentácie dekanátu FES UP dizertačná práca je spracovaná a obhajovaná v študijnom programe: Ekonomika a management - v študijnom odbore: Management.*

Nasledovné posúdenie je vykonané zásadne ako podklad k obhajobe predmetnej dizertačnej práce pre ukončenie doktorandského štúdia.

### **1. Stručný popis dokumentu dizertačnej práce**

Z formálneho hľadiska dizertačná práca je spracovaná v zásade podľa odporúčanej osnovy pre takýto typ prác - obsahuje celkom sedem tradičných základných kapitol, ktoré sú zoradené v klasickej logike prístupu k riešeniu problému od teoreticko-analytických otázok, cez metodickú časť, štatisticko-výskumnú (?prieskumnú) i návrhovú a hodnotiacu časť.

*Rámcové hodnotenie kapitol je nasledovné:*

V nadväznosti na povinné titulné stránky dizertačnej práce a Úvod doktorandka v prvej kapitole sa pokúsila popísať súčasný domáci a zahraničný stav elektronického

obchodovania. Doktorandka sa na začiatku kapitoly venuje analyzovaniu súčasných teoretických podkladov. Analyzovala dostatočný súbor teoretických podkladov. Ovšem, zaradenie podkapitoly 1.4 sa odkláňa od poslania kapitoly. Významná je predovšetkým prezentovaná situačná analýza (podkapitola 1.5), spracovaná pomocou troch analytických metód (žiaľ, grafické spracovanie SWOT analýzy nekorešponduje s tabuľkovými hodnotami).

*Druhá kapitola* je zameraná na analýzu súčasného poznania v oblasti marketingového riadenia. Doktorandka tu popisuje niekoľko viac-menej súvisiacich tém, ktoré považuje za relevantné k téme svojej dizertačnej práce. Kapitola má charakter viac osvetovej publikácie (historické pohľady na marketing sú mimo témy práce) namiesto rozborového poslania.

Významné v tejto kapitole je však uvedenie podstatného záveru tejto vstupnej analytickej časti (podkapitola 2.5) v podobe akéhosi syntetického zhrnutia autorky: zhodnotenia posudzovaných riešení a zovšeobecnenia analyzovaných teoretických zistení, ktoré prezentuje nie len ako východiská riešenia, ale predovšetkým užšie definuje vecnú problematiku a ďalšie súvislosti. Formulácia hlavného problému pre riešenie v dizertačnej práci na str. 54 je nevhodná.

*Tretia kapitola* sa zaoberá určením cieľa, hypotéz a metód použitých pri spracovaní dizertačnej práce. Doktorandka na str. 55 uvádza ako cieľ: „...navrhnout model marketingového řízení, který umožní posílit konkurenční postavení firem obchodujících převážně elektronicky“. Takáto formulácia cieľa je nedostatočná. Prvá časť formulácie je veľmi všeobecná – nevyjadruje nič konkrétne ani špecifické pre spracovanie formou dizertačnej práce. Druhá časť formulácie je mimo dosahu riešenia z dizertačnej práce – vyjadruje určitý nehmatateľný aspekt (dopad) navrhovaného modelu, ktorý však nie je predmetom riešenia. Následná formulácia tzv. čiastkových úloh však už vedie čitateľa k správne pochopeniu cieľa dizertačnej práce.

Súčasťou tejto kapitoly je aj stanovenie hypotéz. Doktorandka si stanovila celkom štyri hypotézy, ktoré sú principiálne vhodne formulované. Práca s nimi je potom rozvádzaná (až) v 6. kapitole.

Následne doktorandka v tejto kapitole uvádza metodický a metodologický aparát svojej dizertačnej práce. Orientuje sa predovšetkým na aplikáciu bežne využívaných vedeckých metód a postupov pri spracovaní a interpretácii získaných informácií. Ako metódy a nástroje riešenia uvádza pomerne jednoduchšie, ale vhodné. Vzhľadom na jeho účel a možnosti (formulovaný cieľ i hypotézy) možno to považovať v zásade ako dostatočné.

Týmto doktorandka uzatvorila teoretickú (podkladovú) časť dizertačnej práce v podobe prehľadnej konceptuálnej schémy (obr. 5) a vytvorila tak podmienky pre ďalšie výskumné a návrhové časti riešenia.

*Štvrtá kapitola* podľa všeobecných zvyklostí a odporúčaní na osnovu (i obsah) dizertačných prác v ekonomicko-manažérskych odboroch by mala predkladať autorsky vlastné výsledky a 'návrh riešenia'. Charakter prvých šiestich podkapitol je však viac analytický a výkladový. Nie je tu jasný autorský pôvod, ani logika zaradenia ešte pred vykonaným výskumným šetrením. Podstatnou z tejto kapitoly je však podkapitola 4.7,

ktorá obsahuje vlastné riešenie problému v podobe návrhu procesného modelu marketingového riadenia v elektronickom obchodovaní. Teba pozitívne hodnotiť autorsky vypracované modely na str. 90, 96 a 103.

V *piatej kapitole* doktorandka prezentuje svoje osobné výskumné šetrenie, ktoré sa zameriava na skúmanú problematiku medzi vybranými českými firmami, obchodujúcimi prevážne elektronicky. Výskumné šetrenie dizertačnej práce probiehalo v dvoch etapách - v podobe kvalitatívneho a kvantitatívneho výskumu. Kvalitatívny výskum bol realizovaný formou osobného interview - jeho účelom bolo analyzovať súčasnú situáciu využívania marketingu a marketingového riadenia v praxi. Druhá etapa výskumu bola uskutočnená dotazníkovou technikou na zisťovanie využívania nástrojov e-marketing manažmentu v praxi.

Za významný prínos doktorandky možno považovať vypracovanú metodickú a metodologickú stránku výskumu. Predovšetkým treba pozitívne hodnotiť schému empirického výskumu dizertačnej práce (obr. 11) a originálnu schému výskumnej oblasti dizertačnej práce (obr. 12).

Diskutabilné je však uvedenie podkapitol 5.6.1 – 5.6.5. Vzhľadom na obsah výhodnejšie by bolo ich uviesť v prílohovej časti. Totiž, analytické popisy a zistenia nepatria do návrhovej časti dizertačnej práce. Podobne, prvotné informácie z výskumu by nemali byť obsahom hlavných kapitol.

*Šiesta kapitola* obsahuje konkrétne výsledky dizertačnej práce. Tu treba vyzdvihnúť predovšetkým zistené nedostatky, ktoré sa vyskytujú v procese marketingového riadenia v elektronickom obchodovaní (obr. 13). Súčasťou tejto kapitoly je aj časť o overovaní stanovených hypotéz. Postup, aparát a výsledky sú naprosto správne, avšak, zaradenie tejto problematiky až v tejto časti dizertačnej práce je nelogické.

V *siedmej kapitole* sú uvedené teoretické a praktické prínosy dizertačnej práce. Uvádzať niekoľko prínosov na takýto typ záverečnej práce je odvážne – vhodné je uviesť jeden podstatný prínos. Nie všetky vymenované aktivity prinášajú pridanú hodnotu pre rozvoj poznatkovej základne študovaného odboru. Taktiež niektoré aktivity majú konštatačný (proklamovaný) charakter.

Dizertačnú prácu uzatvára *Záver*. Ide o slovné zhrnutie celého dokumentu práce - rekapitulácia predchádzajúcich častí dizertačnej práce s určitým slovným doprovodom doktorandky.

Súčasťou dokumentu dizertačnej práce je aj prílohová časť. Obsahuje však viac alebo menej súvisiace problematiky s riešenou témou, napr. výklad pojmov charakteru prvého stupňa vysokoškolského štúdia.

## **2. Aktuálnosť témy dizertačnej práce**

Téma predmetnej dizertačnej práce je aktuálna. Táto téma dobre zapadá do rámca problémov, súvisiacich s otázkami pôsobenia podnikateľských subjektov v konkurenčnom prostredí. Konkretizácia témy do vybraných otázok marketingového riadenia procesov elektronického obchodovania v podnikoch bola dobrá a v podstate táto predstavuje podstatu obsahovej stránky riešenia problému.

### **3. Formulovanie a splnenie cieľov dizertačnej práce**

Cieľ dizertačnej práce na str. 55 je pomerne voľný a málo konkrétny. Navyiac, chýba mu požadovaný aspekt 'vedeckosti'. Ale vďaka ďalším vysvetleniam v kapitole 3 a na začiatku kapitoly 5 ho možno považovať za dizertabilný a dostatočný ako predpoklad pre určité 'vedecko-výskumné' riešenie a nejaký odborný prínos (tak, ako si to vyžaduje doktorandské štúdium). Na základe dokonalého preštudovania a posúdenia textu dizertačnej práce možno konštatovať, že vopred formulovaný cieľ bol splnený, a to predovšetkým v kapitole 4.7, 5. a 6.

### **4. Postup riešenia problému a dosiahnuté výsledky dizertačnej práce**

Doktorandka riešila stanovený problém na základe tradičného postupu pre takýto typ záverečnej práce – pravdepodobne v zmysle interných usmernení fakulty. Pri spracovaní dizertačnej práce postupovala nasledovne: analyzovala predovšetkým teoretické podklady (literárne zdroje), vykonala orientačný predvýskum, uviedla metodický aparát, vykonala kvalitatívny (interview) a kvantitatívny (dotazníkový) výskum/prieskum a vyhodnotila ho, verifikovala 'svoje' hypotézy a uviedla teoretické a praktické prínosy riešenia, vrátane doporučení pre ďalší výskum v téme dizertačnej práce

Z takéhoto postupu treba zvlášť zvýrazniť dve nosné autorsky pôvodné časti riešenia: (1) Doktorandka dotazníkovým prieskumom získala údaje a informácie, ktoré v dizertačnej práci graficky dost' podrobne a prepracovane prezentovala a následne zhodnotila. (2) Na základe výsledkov výskumu navrhla vlastné riešenie a jeho platnosť sa následne okúsila overiť v praxi.

Pri riešení dizertačnej práce doktorandka preukázala dostatočnú odbornú zdatnosť a erudovanú vyspelosť v problematike elektronického obchodovania a marketingového riadenia.

Výsledkom dizertačnej práce je analyticko-štatistický, návrhovo-modelový a hodnotiaci materiál, ktorý môže predstavovať nepatrný rozvoj poznania v téme dizertačnej práce.

### **5. Prínos dizertačnej práce**

Prínosom riešenia dizertačnej práce sú autorsky pôvodné zistené skutočnosti súčasného stavu marketingového riadenia a elektronického obchodovania v reprezentatívnej oblasti v ČR, a riadenia. Ide o zistenia, na ktorých doktorandka preukázala určité svoju analyticko-syntetické vedomosti a schopnosti.

Podstatný prínos riešenia dizertačnej práce treba vidieť v podkapitole 4.7 a kapitole 5. a 6. Tu doktorandka preukázala svoje tvorivé a návrhové schopnosti.

### **6. Význam dizertačnej práce pre prax a vedný odbor**

Doktorandka vo svojej dizertačnej práci prezentovala teoretické a praktické prínosy svojho riešenia. Význam dizertačnej práce je nesporný predovšetkým vo vypracovaní a využití autorsky pôvodného metodického a metodologického aparátu pre riešenie stanoveného problému a v modelových návrhoch pre elimináciu zistených nedostatkov – model marketingového riadenia pri elektronickom obchodovaní.

### **Formálna úprava dizertačnej práce a jej jazyková úroveň**

Z formálneho hľadiska kmeňová časť dizertačnej práce má celkom 193 strán (vrátane povinných zoznamov - chýba však povinná časť Predhovor). Súčasťou dokumentu je aj prílohová časť: celkom 7 príloh. Dizertačná práca je spracovaná vo vhodnej forme a v zásade prehľadne. Treba však poukázať na neúmerný rozsah práce, ktorý je spôsobený predovšetkým prehnanými teoretickými časťami, analytickými a konštatáciami popismi a prezentovaním prvotných výsledkov výskumu. Doktorandka dostatočne dodržiavala pravidlá pre písanie odborného textu DTP a interné odporúčania fakulty/školy - v práci využila grafické techniky zobrazovania schém, tabuliek a modelov. Práca obsahuje veľké množstvo správnych citácií a rozsiahly zoznam použitej literatúry.

### **Publikačná činnosť doktorandky**

V dizertačnej práci je uvedený aj prehľad publikácií autorky. V zozname použitej literatúry je prezentovaných celkom 16 publikácií autorsky pôvodných príspevkov. Túto publikačnú aktivitu možno (vzhľadom na zvyklosti v študijnom odbore v ČR i SR) považovať za dostatočnú. *Pozn.: Tento prehľad je uvedený ako samostatný ale neladí s celkovým zoznamom - položky 141-144.*

Pri obhajobe požadujem vysvetliť:

- prečo problematika elektronického obchodovania a marketingového riadenia bola analyzovaná a hodnotená v dvoch relatívne samostatných častiach (kapitola 2 a kapitola 3) ?
- ktoré 'vyššie' metódy a techniky by bolo možné použiť pri riešení zvolenej tematiky ?
- ako možno navrhované riešenie zakomponovať do procesov manažmentu podniku ?

### **Zhrnutie**

Na základe vyššie uvedeného posúdenia jednotlivých častí dizertačnej práce môžem konštatovať, že predmetná práca má požadované základné náležitosti na úspešné obhájenie a preto v zmysle podmienok stanovených príslušnými vyhláškami

#### **odporúčam**

dizertačnú prácu predložiť k obhajobe v študijnom programe Ekonomika a management na Fakulte ekonomicko-správni Univerzity Pardubice

a

po úspešnej obhajobe pred komisiou doktorandke udeliť akademický titul "philosophiae doctor", v skratke "Ph.D."

V Žiline, 2. augusta 2013

