

**OPONENTSKÝ POSUDOK
DIZERTAČNEJ PRÁCE**

Doktorand : ING. Michal Pilík

**„NOVÝ MARKETING JAKO PŘÍLEŽITOST ZVÝŠENÍ VLIVU
MARKETINGU NA DOSAŽENÍ KONKURENČNÍCH VÝHOD“**

Voľba témy : téma dizertačnej práce je správne zvolená, nakoľko vývoj sa orientuje v podnikateľských operáciách na prioritu zákazníka, od čoho sa odvíjajú strategické rozhodnutia, ako aj operatívne manažérske úkony viažuce sa na prístupy a koncepcie riešenia procesu pôsobenia príslušnej firmy na trhu. Súčasne ide o uplatňovanie nových informačných a komunikačných technológií, ktoré napomáhajú účinnejšie využiť vlastnosti marketingových konaní. V takomto smere sa zatiaľ prezentovalo v ČR a SR málo prác z pozície zohľadňujúcej nové trendy v marketingu, často označované, ako nový marketing.

Štýl spracovania : je zrozumiteľný, s logickou argumentáciou a vedeckou dikciou. Grafické a schematické prezentácie sú zvolené veľmi dobre, majú vysokú úroveň. O náročnom spôsobe štýlu spracovania dizertačnej témy svedčia tieto údaje : počet strán 164; počet schém a grafov 62; tabuliek 13; odkazov na literatúru 50; formulovaných hypotéz 4 (str. 101); príloh 11 str.

Prínos riešenia : sa dotýka predovšetkým rozvedenia praktických dôsledkov pôsobenia nového marketingu na spokojnosť zákazníka a prosperitu podnikateľskej firmy so zvláštnym zreteľom na podmienky v ČR. Vypracovanie systematiky nového marketingu sa stotožňuje s cieľom vedeckých bádání autora. Nemalé očakávania prínosu riešenia sú oprávnené aj pre oblasť zdokonaľovania výučbového procesu a výskumu v rámci aktivít Fakulty managementu a ekonomiky UTB v Zlíne.

Štruktúrne usporiadanie : je vyhovujúce, zodpovedá nárokom súčasných vymedzení patričnými predpismi. V rámci štruktúry postrádam subkapitolu zameranú na stav, ktorý nastáva členstvom ČR v EU a nadväzne na stavy po splnení podmienok Schengenských pravidiel a zavedenia meny EURO.

Pripomienky a odporúčania :

- V rámci kapitoly 6 mohlo byť vhodné zmieniť sa aj o podmienkach aplikácie marketingového riadenia (event. vrátane nadväzností na nový marketing) v oblasti nehmotných produktov (informácie, vzdelávanie, poradenstvo, a pod.)
- Vysoko pozitívne oceňujem rozpracovanie „Case study“ str. 70-79, ako aj koncepčnú schému Obr.13 (str. 50) ako aj kvalitatívny prieskum vo vybraných firmách ČR (str.125-134).
- V rámci schémy Obr. 8 (str.33) by bolo vhodné zohľadniť situáciu prihliadajúcu na „Pražskú jar“ v roku 1968, kedy sa v Československu intenzívne rozvinuli aktivity marketingových aplikácií (vrátane vzniku Marketingovej spoločnosti v rámci ČSVTS), čo však bolo v ďalšom radikálne potlačené.
- Začleniť do študijného programu FaME UTB v Zlíne samostatný predmet zameraný na nový marketing sa mi zdá príliš nadsadené, skôr by som sa prihovárал za realizáciu modifikácií v smere aplikovania vlastností nového marketingu v predmetoch s marketingovým zameraním, ktoré sú už v súčasnom učebnom pláne.
- S odstupom času má bádateľ neustále hlbší pohľad na skúmanú problematiku. Zaujímalo by ma, ako by si doktorand predstavoval zameranie nadväzných výskumov v oblasti nových trendov v marketingu, ktorý sa často nazýva nový marketing.

Splnenie sledovaného cieľa : vytýčený cieľ dizertačnej práce sa podľa mojej mienky dosiahol v úplnom rozsahu.

Prínos teoretický a praktický : vypracovala sa vhodná systematika o novom marketingu a podmienok jej aplikácie s dôrazom na marketing s väzbou na súčasné vývojové trendy informačných a komunikačných technológií, čo môže byť významným pomocníkom pri zdokonaľovaní komerčných operácií firiem v ČR na trhu ČR a EU, najmä v oblasti spotrebných výrobkov.

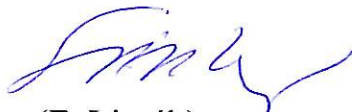
K publikačnej činnosti doktoranda : doktorand uvádza 38 príspevkov, ktoré realizoval ako autor, resp. spoluautor. Ich zameranie sa orientuje jednoznačne na tematickú oblasť s ktorou sa zaoberá vo svojej dizertačnej práci. Publikačnú činnosť doktoranda hodnotím veľmi pozitívne.

Doc. Ing. František Lipták, DrSc.

Závěrečné hodnotenie :

Posudzovanú dizertačnú prácu doktoranda Ing. Michala Pilíka odporúčam k ústnej obhajobe. Po úspešnej obhajobe navrhujem vedeckej rade Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati v Zlíne, priznať menovanému akademický titul PhD (Philosophiae doctor) vo vednom odbore 6208V38 Management a ekonomika. Po príslušných úpravách odporúčam dizertačnú prácu Ing. M. Pilíka publikovať.

Bratislava, 02. 06. 2007.



(F. Lipták)