

OPONENTNÍ POSUDEK DISERTAČNÍ PRÁCE

Budování vztahů se zákazníky prostřednictvím sociálních sítí v oblasti e-commerce v ČR

Autor: Ing. Ottó Bartók

Aktuálnost tématu disertační práce

O aktuálnosti tématu nemusíme vést dlouhou polemiku. Téma práce zaměřené na budování vztahů se zákazníky prostřednictvím sociálních sítí v oblasti e-commerce v sobě kloubí minimálně tři zásadní trendy posledních let, kterými jsou vztahy se zákazníky, které se snaží všechny firmy posilovat a kladou na něj (někdy bohužel jen formální) důraz. Druhým zásadním trendem jsou sociální sítě, na kterých se v dnešní době odehrává značná část jak našich soukromých životů a vztahů, tak i vztahů obchodních a sociální sítě zažívají svůj business vrchol, kdy tyto už dávno nejsou pouze o sdílení informací a soukromých zážitků, ale především o obchodních vztazích a vydělávání peněz. Třetím trendem, který v dnešní době drtí podnikání v tradičním slova smyslu, je e-commerce. Jeho naprostý a nezastavitelný boom je zcela zřejmý a neoddiskutovatelný. Ať už v době před pandemií Covid-19, tak v jejím průběhu a můžeme s čistým svědomím říct, že i po ní přebírá otěže maloobchodního i velkoobchodního podnikání a začíná se značně podílet na HDP českého hospodářství. Právě ve skloubení těchto tří trendů spatřuji novost a originalitu prezentované disertační práce.

Teoretická část disertační práce

Stejně tak, jak jsem uvedl při hodnocení tezí ke státní doktorské zkoušce, musím i při hodnocení celkové disertační práce uvést, že teoretická část se mi jeví jako ne příliš provázaná. Každé kapitole je věnováno pouze několik odstavců, což považuji za ne příliš šťastné. Určitě by si každá část zasloužila hloubějšího rozpracování a kritické rešerše. Jako příklad uvádím kapitolu hned první zaměřenou na e-commerce, které jsou věnovány necelé tři strany textu. Stejně je to i u ostatních částí teoretického základu, který celý má pouhých cca 22 stran, což mi na disertační práci přijde poněkud málo. Jak jsem uvedl dříve, chybí pomyslná linka, která by svazovala tato tři klíčová témata v jeden kompaktní celek. Jinak autor pro zpracování jak teoretické literární rešerše, tak pro tvorbu základů pro konstrukty využil 216 zdrojů.

Postup řešení a výsledky disertační práce, konkrétní přínos studenta

Hlavním cílem disertační práce je identifikovat vliv faktorů ovlivňujících chování na sociálních sítích na spokojenost a loajalitu zákazníků v oblasti e-commerce v elektro segmentu v ČR. Bylo stanoveno pět výzkumných otázek a u každé výzkumné otázky byly stanoveny dílčí výzkumné cíle. V rámci dílčího výzkumného cíle 5a a 5b byly stanoveny hypotézy, které měly potvrdit nebo vyvrátit sílu vazeb mezi jednotlivými konstrukty viz obrázek 2.1 na straně 14 disertační práce. I přesto se domnívám, že některé hypotézy nemusejí být zkoumány, protože jejich výsledkem je předem znám, jako např. H1a: Vnímaná pozitivní image firmy má pozitivní vliv

na spokojenost zákazníka nebo H1h: Spokojenost zákazníka má pozitivní vliv na loajalitu zákazníka. Ale je to úhel pohledu a subjektivního hodnocení, což i potvrzují výsledky vyhodnocení hypotéz, kdy všechny byly přijaty.

Oceňuji využití kombinace jak kvalitativního, tak kvantitativního výzkumu. Úctyhodné je zpracování výsledků 786 vyplněných dotazníků, z nichž bylo využito po vyřazení chybně nebo neúplně vyplněných dotazníků 602 kompletních. Doktorand využil řadu statistických metod, jejichž výsledky jsou uvedeny v samotné práci. Jako drobnou výtku bych uvedl absenci hlubších komentářů k jednotlivým výsledkům, např. u výsledků korelační analýzy nebo konfirmační faktorové analýzy konstruktů.

Význam výsledků pro praxi a rozvoj vědního oboru

Přínos práce pro praxi je uveden spíše v obecné rovině pro firmy zabývající se prodejem elektro produktů. Je zcela logickým závěrem obecně platným, že firma musí mít v dnešní době profil na sociálních sítích a tyto profily musí být vhodně spravované a tím mohou budovat spokojené a loajální zákazníky. Samozřejmost důvěryhodných příspěvků je také zcela obecným doporučením, taktéž umístování reálných a realistických fotografií produktů a zvolení vhodných časových rozestupů při zveřejňování příspěvků na sociálních sítích. Disertační práce jako taková je a má být prací vědeckou, proto je velmi složité hodnotit přínos jejich výsledků pro praxi. Je nutno spíše hodnotit přínos pro vědu, kde u této disertační práci ho spatřuji právě ve zpracovaném přizpůsobeném SEM modelu a ve spojení již v první části posudku uvedených tří základních trendů.

Formální úprava disertační práce a její jazyková úroveň

Formální úroveň tezí disertační práce hodnotím jako standardní. Jazyková úroveň práce se jeví jako přijatelná. Nemá žádné zásadní připomínky k formální a jazykové úrovni disertační práce, které by měly vliv na celkové hodnocení práce.

Publikační činnost doktoranda

Publikační činnost studenta hodnotím jako standardní. Jedná se o publikace jak ve vědeckých časopisech, tak na konferencích ať už ve spoluautorství se školitelem či konzultantkou disertační práce, tak samostatných článků.

Otázky k obhajobě

1. Můžete prosím rozvinout výsledek H2a, že ženy jsou spokojenější s e-shopem více než muži? Jedná se o obecnou tezi nebo je vztažena na e-shopy s elektro zbožím?
2. Jaká metoda byla využita pro stanovení vzorku respondentů pro kvantitativní výzkum? Nejvíce respondentů je ve věkové kategorii 19 – 35 let. Nemohlo to mít vliv na výsledky výzkumu? Proč nebyly zohledněny i jiné demografické charakteristiky, jako např. vzdělání nebo velikost obce odkud respondenti pocházejí nebo jiné?

Závěrem doporučuji předloženou disertační práci Ing. Ottó Bartóka k obhajobě a po úspěšné obhajobě udělení vědecké hodnosti Ph.D.

Zlín 1. 12. 2021

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters that appear to be 'MP' or similar initials.

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.