

Oponentní posudek disertační práce

Název práce: Vstup slovenských firem na ruský trh
Autor práce: Ing. Gabriela Voleníková
Oponent práce: doc. Ing. Ludmila Hromková, CSc.

Ing. Gabriela Voleníková zpracovala disertační práci na téma Vstup slovenských firem na ruský trh v rámci doktorského studijního programu Ekonomika a management, obor Management a ekonomika akreditovaného na Fakultě managementu a ekonomiky a managementu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, což je z pohledu znalostí slovenské republiky obtížné téma. Na druhé straně je to téma velmi aktuální, protože je zaměřeno na vstup slovenských firem na trh Ruské federace z pohledu mezinárodního obchodu. I česká republika se s touto problematikou intenzivně zabývá. Při květnové návštěvě Ruska označil český premiér Rusko za strategického obchodního partnera. Obchodní výměna České republiky dosáhla v roce 2012 14 miliard dolarů. České i Slovenské firmy se učí a to tom je i předložená disertační práce „peniknúť na ruský trh“. Proč? Vždyť to uměly!

Disertantka si jako cíle práce zvolila (kap. 2) teoreticko-poznávací cíl, který je zaměřen na:

- definování charakteristik a specifik ruského trhu,
- definování charakteristik mezinárodního marketingu a managementu,
- analyzování pramenů, které se zabývají problematikou proniknutí slovenských společností na ruský trh.

Domnívám se, že tyto teoretické cíle mohly být zúženy na první a poslední cíl, které také byly v práci splněny – definování charakteristik mezinárodního marketingu a managementu je dostatečně teoreticky zpracováno.

Vědecko-výzkumný cíl práce je rovněž rozčleněn do několika oblastí, které jsou z mého pohledu a zkušeností logicky zvolené, lze je však obtížně považovat za vědecko-výzkumné cíle, patří spíše do kategorie praktických cílů, které byly v disertační práci také splněny.

Postup řešení tématu disertační práce je založen na dotazníkovém průzkumu (kap. 3.5) a polostrukturovaných rozhovorech se zástupci vybraných společností (kap. 3.6). Společným kritériem pro výběr společností byla jejich aktivita na ruském trhu. Domnívám se, že toto kritérium mělo být doplněno o teritorium ruského trhu, na kterém firmy působí, je naprosto rozdílné a téměř nesrovnatelné podnikat v Moskvě, Petrohradě nebo na „ruském venkově“.

Výsledky disertační práce jsou obsaženy v kapitole 4. Podrobně jsou rozebírány oblasti podnikání na ruském trhu, opět však postrádám teritoriální hledisko. Dále se disertantka zabývá strukturou zaměstnanců v manažerském týmu, který bude působit na ruském trhu a atributy ovlivňující úspěšný vstup na ruský trh. Tato kapitola je velmi podrobná, řada jejích výstupů je však všeobecně známá. Výsledky kvalitativního výzkumu, uvedené v kapitole 4.1 jsou rovněž poněkud obecné a všeobecně známé, jakož i charakteristika nejčastějšího motivu vstupu slovenských firem na ruský trh, uvedená v závěru kapitoly 4.2. Zde by měla disertantka doplnit skutečná specifika a odlišnosti od jiných zahraničních trhů, např. zda daná firma na ruském trhu již podnikala, zda jsou výrobky ruským zákazníků známě a oblíbené. Příkladů by se jistě našla celá řada.

Zajímavá jsou kritéria tvorby struktury manažerského týmu působícího na ruském trhu. Nároky na manažerský tým jsou skutečně náročné, týmy musí znát a odolávat specifickým ruských obchodních a ekonomických mechanismů.

Kritéria výběru vstupu na ruský trh jsou rovněž inspirativní. Mezi uváděnými formami mi však schází forma společného podniku, samozřejmě s majoritním podílem slovenského podniku. Majetková zainteresovanost ruských podnikatelů na podnikání slovenské firmy je neocenitelná a žádným výzkumem neuchopitelná.

Výsledky výzkumu shrnuje disertantka v kapitole 5, která zodpovídá na položené výzkumné otázky. Otázka č. 3, jaký druh mezinárodního marketingu uplatňují slovenské společnosti při vstupu na ruský trh, je teoreticky správná, odpověď na ni má však, jak jsem již zmiňovala, úskalí v naprosto rozdílných jednotlivých oblastech Ruska.

Na závěr posudku je nutné vyjádřit se k přínosům disertační práce. Hlavním teoretickým přínosem, jak tvrdí autorka, je vytvořený koncept řešící problematiku vstupu na ruský trh. Nemohu souhlasit s tvrzením, že tento koncept je ucelený, je spíše jednou z mnohých variant proniknutí na ruský trh. Nechci zde rozebírat možné přístupy na hranici zákonů, ale i to je tvrdá realita jak na ruský trh proniknout a teoretická práce by se tomu neměla vyhýbat. Specifikám přístupu na ruský trh je v mezinárodním managementu a marketingu skutečně věnován, možná z důvodů výše jmenovaných, jen malý prostor. Proto doporučuji disertantce tuto problematiku dále nerozebírat a věnovat se reálným zkušenostem slovenských podniků.

Přínosy pro praxi jsou tím nesporné. Řada slovenských, ale i českých podniků musela z ruského trhu za posledních 20 let odejít a to právě z důvodů, které řeší disertantka ve své práci. Jedná se především o:

- kritéria tvorby struktury manažerského týmu působícího na ruském trhu,
- kritéria formy vstupu, bariéry a překážky při vstupu na ruský trh.

K jazykové úrovni disertační práce se nemohu kvalifikovaně vyjádřit a k formální úpravě nemám připomínek.

Seznam publikací autorky obsahuje pět titulů, všechny z mezinárodních konferencí, převážně pořádaných ve Zlíně. Je na posouzení komise pro obhajobu této disertační práce, zda tento rozsah odpovídá obecným kritériím fakulty pro obhajoby disertačních prací.

V předkládané disertační práci Ing. Gabriela Voleníková prokázala potřebné teoretické znalosti a schopnost jejich aplikace do složitých podmínek ruského trhu.

Na základě důkladného prostudování a zhodnocení úrovně disertační práce Ing. Gabriely Voleníkové doporučuji práci k obhajobě a po jejím úspěšném obhájení udělení titulu Ph.D.

V Brně dne 17. 6. 2013



doc. Ing. Ludmila Hromková, CSc.
Akademie STING, o.p.s.
soukromá vysoká škola v Brně