

**Oponentní posudek doktorské dizertační práce zpracované Ing. Ottó Bartókem na téma:
„Budování vztahů se zákazníky prostřednictvím sociálních sítí v oblasti e-commerce v ČR“**

Téma předložené doktorské dizertační práce zaměřené na oblast e-commerce v ČR je tématem aktuálním s ohledem na světově rostoucí rozsah průniku a aplikace elektronických forem (digitalizace, on-line systémy, robotizace atd.) do různých oblastí lidmi realizovaných procesů a činností včetně procesů obchodního charakteru. S těmito inovačními procesy je systémově spojena také otázka zajištění požadované úrovně efektivnosti jejich realizace s cílem růstu této efektivnosti.

Proto výzkumné práce, které mají výzkumné zaměření do této oblasti, jsou významné. Je nutné vyhledávat, iniciovat a realizovat přínosově cílově zaměřenou výzkumnou činnost, která povede k nalézání způsobů, postupů, opatření, která povedou k růstu efektivnosti aplikace prvků elektronizace také v obchodních činnostech. Práce tohoto výzkumného charakteru směřující výstupově ke stanovení opatření, procesů, jejichž aplikace provede k růstu výše zmíněné efektivnosti, však musí být účelově (cílově) systémově jasně analyticky vymezené.

Předložená doktorská dizertační práce (DDP) obsahuje strukturálně dílčí části, které mají být zpracovány při řešení výzkumné problematiky v rámci této práce. To znamená vymezenou část teoretickou, metodologickou, vlastní výzkumné řešení a závěrečné (výstupní) hodnocení řešení problematiky z hlediska jejího přínosu.

V oponentním posudku jsou následně v širším rozsahu uvedeny i připomínky a možná doplnění pro následná řešení předmětné problematiky ze strany doktoranda, který zpracoval tuto dizertační práci.

V předložené DDP mohlo dojít v rámci výše uvedeného výzkumného cílového požadavku na počátku řešení ze strany doktoranda k jasnému informačnímu účelovému cílovému vymezení řešení předmětné problematiky spolu se systémovým přístupem k jejímu řešení. To znamená k prvkové konkretizaci objektu výzkumné činnosti, tj. e-commerce v oblasti elektroprodeje až po možnou kvantifikaci, například v zajištění růstu výše obratu v této prodejní oblasti. Současně mělo dojít na objektu zkoumání k analytickému vymezení systému a subsystémů pro prvkovou a faktorovou analýzu jednotlivých subsystémů a celého systému cílově svým chováním spojeného s e-comerčí v oblasti obchodu s elektrickými spotřebiči. To značí od producenta produktu v oblasti uvažovaných elektroproduktů až po zákazníka a spotřebitele těchto produktů. Jedná se tedy o strukturální prvky těchto subsystémů (pokud možno i s ukazatelovým hodnocením jejich úrovně apod.), jejich prvkové (faktorové) vazby a cílové chování těchto subsystémů. Rovněž tak strukturální vazby a cílové chování celého systému na bázi analytiky uvažovaného systému e-commerce v oblasti elektrických spotřebičů.

Minimálně by se jednalo z hlediska analytické orientace o subsystém produkčních firem, přenosových informačních kanálů (se zaměřením na sociální sítě), e-shopu a zákazníků a spotřebitelů v případě, že spotřebitel není účelově analyticky totožný se zákazníkem (každý se může z hlediska svých cílů chovat jinak). Na základě těchto systémových analytických přístupů ke zkoumání předmětné problematiky by bylo možné i odvozovat opatření (cesty, způsoby apod.), které by vedly k růstu již zmíněné efektivnosti realizace e-commerce ve výzkumně systémově analyticky vymezené oblasti.

Např. na straně 14 předložené práce je prezentováno, že hlavním cílem práce je identifikovat vliv faktorů ovlivňujících chování na sociálních sítích na spokojenost a loajalitu zákazníků v oblasti e-commerce v elektro segmentu v ČR. V prezentaci tohoto cíle v předložené práci například není systémově zřejmé, o chování koho nám půjde a o jaké systémové vazby v rámci pojmu chování jde. Dále je např. autorem práce v této uvedeno, že cílem je identifikovat vliv využití sociálních sítí na spokojenost a loajalitu zákazníků v oblasti e-commerce v segmentu elektro v ČR. V tomto případě uvedeného cíle je již dílčí specifikace v systémovém pojetí, tj. zákaznická spokojenost a loajalita a subsystém sociálních sítí, jako informačního subjektu. Aplikace systémového a subsystémového přístupu by umožnila vyšší úroveň jednoznačnosti v rámci cíleného výzkumu včetně možnosti návrhů opatření směřujících ke zvyšování úrovně e-commerce v segmentu elektrospotřebičů v ČR i s využitím sociálních sítí. Je si nutné dle mého soudu uvědomit, že prezentované prvky (bloky) v rámci koncepčního rámce výzkumu – viz Obr. 1.1 (strana 35 práce) a ve stejném obrázku označeném jako Obr. 2.1 na straně 44 předložené práce s názvem: „Navržený model s hypotézami“ je možné akceptovat obecně pro jakýkoliv systém spojený s motivacemi lidí. Například v oblasti pracovních motivací. Motivace lidí jsou spojeny s informačními procesy a vyúsťují do spokojenosti a loajality lidí (např. v rámci spokojenosti a loajality zaměstnanců k výkonu své pracovní činnosti pro daného zaměstnavatele i s ohledem na rozhodnutí osoby o vstupu do zaměstnání a setrvání jako zaměstnanec v něm). V tomto případě se jedná však o zcela jinou vnitřní faktorovou specifikaci uvažovaných systémových bloků.

Navíc již v této fázi oponentního posudku prezentuji, že pojem množství informací, který je užít v bloku v navrženém modelu s hypotézami i v Obr. 1.1, není obsahově adekvátní. V případě množství informace z hlediska teorie informace nejde o počet informací, ale o rozdíl entropie před a po přijetí dané informace v zájmu řešení určitého problému, tj. např. dosažení požadovaného chování analyzovaného subjektu (např. chování zákazníka dle struktury a obsahu informace v rámci jeho rozhodování o nákupu v rámci systému e-commerce). V práci není tudíž jasně akceptována systémová faktorová specifikace na bázi již vstupové problémové analýzy. Proto mohlo být účelné z hlediska systémové konkretizace cílů, postupu, řešení, vymezení systémových prvků apod. toto systémově příkladově analyticky prezentováno v rámci daného obchodního procesového řetězce. To značí s konkretizací realizace e-commerce (prodeje, informačního kanálu, zákazníků) včetně hodnocení efektu realizace systému e-commerce. To znamená jak pro zákazníka, tak pro realizátory tohoto prodeje s vymezením faktorů ovlivňujících chování jednotlivých subsystémů v systémovém procesovém řetězci e-commerce.

Co se týče aplikace prezentované literatury jako informačního zdroje pro sestavení koncepčního rámce výzkumu i samotného modelu (totožnost blokového prvkového zobrazení viz Obr.1.1 a Obr. 2.1) není v DDP ani v základní analytické formě ze strany doktoranda uvedeno jeho diskuzní hodnocení literárních informací, které jsou údajně využívány pro výzkumnou práci. Také např. informace ze studií prezentované v TAB.1.4 nejsou doktorandem analyticky hodnoceny ve vazbě na řešenou problematiku. Minimálně to znamená, proč prezentovaná vazba existuje a jak bude prezentovaných publikačních informací využito pro řešení problematiky DDP. Z práce není také zřejmé, jak byla ze strany doktoranda realizována informačně obsahová analýza prezentovaných studií pro řešení problematiky včetně prezentovaných faktorů a možných cest dosažení jejich požadované úrovně, případně jejich kvantifikace tak, aby bylo možno dosáhnout požadovaného efektu realizace e-commerce v oblasti prodeje elektrických produktů v ČR.

Co se týče subkapitoly 2.1 (Přehled výzkumných a dílčích cílů s hypotézami), mělo toto být obsahově zpracováno na základě aplikace problémové analýzy v rámci analytické specifikace systémového charakteru, tak jak jsem to již zmínil na počátku tohoto posudku.

Co se týče definovaných hypotéz, již dopředu je obsahově informačně zřejmé, že budou splněny. Pokud by sociální sítě neumožňovaly, případně nezajišťovaly adekvátní informace v oblasti zákaznické motivace (spolehlivost, obsahová náplň, množství informace – snížení neurčitosti v rozhodování apod.), nemělo by smysl o využití těchto sítí pro e-comerci uvažovat. O platnosti vazeb blokově modelově zobrazených v modelu SEM jsem se již informačně zmiňoval na počátku posudku.

Co se týče průzkumové informační báze uvedené v DDP, např. pro řešení problematiky na bázi dotazníků, je v práci prezentováno, že tato byla z jedné části realizována na bázi informací z publikací. Ze strany doktoranda není uveden jeho vlastní analytický informační přístup k řešení problematiky v systémovém pojetí. Mohlo dojít např. k analytickému informačnímu hodnocení ze strany doktoranda, zda otázky jsou obsahově věcné a poskytují odpověď (sníží analytickou neurčitost) v rámci analýzy zkoumané problematiky.

Kladem práce je skutečnost, že doktorand aplikoval statistické metody a kritéria pro hodnocení prezentovaných prvkových vazeb v rámci SEM modelu. Nedochozí však k významnějšímu analytickému zhodnocení informací plynoucích z kvantifikace v rámci aplikace těchto kritérií a statistických metod pro řešení předmětné problematiky práce s cílem zajištění růstu efektu e-commerce spojenou také s aplikacemi sociálních sítí. I přes tuto skutečnost je doktorandem uvedena úprava původně prezentovaného SEM modelu do jeho modifikované formy s označením jako modifikovaný SEM model s regresními vazbami. Na základě regresních a korelačních zjištění byly formulovány poruchy (chyby) v rámci exogenních proměnných SEM modelu označených e1 až e6 a jejich aplikací dochází k úpravě původního analyzovaného modelu. Úprava byla provedena na základě tzv. modifikačních indicií označených "M.I.". V podstatě se jedná o zjišťování závislosti mezi faktory (proměnnými, prvky) nepřímo v modelu SEM provázanými např. modelově označeným IMG s vazbou na UZ apod. V podstatě se jedná o statisticky zjištěnou nejednoznačnost v rámci regrese a korelace mezi přímo vázanými proměnnými původního modelu. Je však otázkou, zda zjištěné nepřesnosti v rámci např. kovariací byly způsobeny v rámci systému „M.I.“ anebo jejich příčinou je působnost zcela jiných nauvažovaných faktorů (proměnných). Z hlediska této možné diskuze by měl být diskutován např. celý obsah str. 78 DDP a analyticky informačně rozveden, a to jak a co nám z hlediska informační validity modelu prezentovaný statistický postup měl umožnit a umožnil.

Co se týče hodnocení závěrečných částí DDP ve formě:

- a) vyhodnocení hypotéz
- b) vyhodnocení charakteristik respondentů
- c) hodnocení Individuálních rozhovorů s odborníky zaměřené na implementace výsledků z prezentované výzkumné problematiky DDP
- d) shrnutí hypotéz uvedených a testovaných v DDP
- e) plnění výzkumných cílů

je možné uvést následující:

ad a) S ohledem na konstatování co se týče hypotéz výzkumu předmětné problematiky, je toto již formulováno na počátku tohoto oponentního posudku – všechny hypotézy splněny. Problém ale může být v průřezu času realizace celého obchodního řetězce, viz např. kritická situace v případě fy „Bohemia Energy“.

ad b) Není informačně analyticky zřejmé, o jaké konkrétní charakteristiky se jedná a kde jsou v práci prezentovány. Např. s ohledem na kompetentnost práce respondenta s informačními sítěmi pro jejich využití pro efektivní realizace e-commerce. Mohlo dojít k systémovému analytickému vymezení faktorů, které umožní účelné statistické hodnocení respondentů ve vazbě na zkoumanou problematiku DDP.

ad c) V práci mělo dojít k upřesnění, jak byli posuzováni odborníci z hlediska analytické informační významnosti pro řešení předmětné problematiky DDP v roztřídění A₁ atd., B atd. Jsou zde také nejasnosti v blíže nespecifikovaných pojmech, jako je pojem příliš velká četnost, jak je možné kvantitativně vyjádřit míry informací apod. Závěry rozhovorů pro řešení výzkumné problematiky neposkytují významnější konkrétní opatření pro zajištění efektivnosti v užití sociálních sítí pro zvyšování efektivnosti e-commerce.

ad d) - Shrnutí hypotéz bylo již v oponentním posudku komentováno s vazbou na jejich platnost .

- V části DDP týkající se shrnutí výzkumných cílů by mělo dojít v závěrečné části práce k pojednání o naplnění výzkumných cílů v souvislosti s řešením předmětné problematiky. Výzkumné cíle však v práci nejsou z výzkumného hlediska detailněji vymezeny, a proto i prezentace jejich naplnění je realizována v kusé informační obsahové formě. Informace nejsou poznatkově významněji orientovány do návrhů řešení opatření směřujících k efektivnosti e-commerce v oblasti obchodních vazeb spojených s prodejem a nákupem zboží v uvedené obchodní sféře.

V rámci obhajoby DDP je možné diskutovat vedle informací k dílčím prezentovaným problémům v rámci hodnocení DDP v oponentním posudku také následně uvedené otázky:

- Jak je možné použít poznatky z předložené DDP k analýze a řešení problémové obchodní situace ve spojitosti s firmou Bohemia Energy?
- Jak by systémově aplikačně měly být využívány poznatky z DDP (zejména ve vazbě na sociální sítě) pro zvýšení e-commerce?
- Jak byly analyticky stanoveny modifikační indície označené „M.I.“ s využitím kovariací? Co je to možnost „volně“ odhadovat parametry?

Z hlediska hodnocení přínosů práce pro teorii a praxi, které je uvedeno v 6. kapitole práce, je možné konstatovat, že prezentované výzkumné informace jsou akceptovatelné pro další řešení předmětné problematiky i samotnou realizační obchodní práci v praxi, a to obzvláště s návrhem konkrétních opatření pro růst efektivnosti e-commerce s využitím sociálních sítí. Rovněž je možné využít informace také i ve výuce posluchačů v předmětech zaměřených na marketing a obchodní činnost. Pro další řešení předmětné problematiky by však bylo účelné do výzkumné

činnosti i konkrétních závěrů z ní aplikovat poznatky (připomínky) prezentované v oponentním posudku.

Publikační činnost doktoranda s vazbou na doktorské studium je v souladu s požadavky kladenými na její strukturu a je obsahově vázána na problematiku řešenou v rámci předložené DDP.

Závěr oponentního posudku

Předložená doktorská dizertační práce svým obsahem zpracování v základě naplňuje požadavky kladené na zpracování tohoto typu prací. Připomínky a doplňky prezentované v oponentním posudku ke zpracovanému řešení problematiky mají umožnit dále zefektivnit výzkumnou činnost doktoranda v předmětné oblasti výzkumu s uvedením získaných poznatků do praxe a pedagogické činnosti. V posudku prezentované zásadní připomínky a otázky by měly být doktorandem zodpovězeny během obhajoby.

Předloženou doktorskou dizertační práci doporučuji k obhajobě a v případě úspěšné její obhajoby doporučuji jmenovanému doktorandovi udělit titul Ph.D. ve studijním oboru:

Management a ekonomika.

V Ostravě dne 2.12.2021


Prof. Ing. Petr Šnapka, DrSc.

EkF VŠB-TUO

Katedra managementu