

Posudek

na doktorskou disertační práci Ing. Daniely Frejkové, zpracovanou na téma „Tržní orientace a řízení vztahů k zákazníkům“.

Předložená disertační práce svým obsahem a strukturou splňuje požadavky kladené na tento typ práce.

Zvolené téma právě svým pojetím a přístupem ke dvěma možným strategiím firem - tržně orientovanou a řízení vztahů se zákazníky je inspirativní a je dokladem tvůrčího přístupu k řešení problematice.

Cíl práce je vymezen plně v souladu se zvoleným tématem, má dvě roviny, jak teoretickou – hledat shodné znaky obou pojetí koncepcí, tak praktickou pro ověření poznatků.

Díličí cíle považuji spíše za popis postupu práce. Velmi oceňuji vhodnost definovaných hypotéz.

Kapitola 4 „Metodika práce“ je zpracována velmi podrobně podle mého názoru až příliš podrobně, s výkladem řady pojmů, citovanosti pojmů, metod a šetření. Oceňuji použití statistických metod k ověření hypotéz. Popis primárního výzkumu bych doporučila provést konkrétněji.

Kapitola 5, věnovaná současnému stavu poznání je zpracována důsledně z pohledu řešené problematiky, vychází z dostatečného počtu literárních aktuálních pramenů, tuzemských i zahraničních. Autorka prokázala velmi dobrý teoretický základ pro řešenou problematiku, oceňuji autorčinu snahu zaujímat stanoviska k názorům uznávaných odborníků.

Kapitola 6 Výsledky disertační práce je značně rozsáhlá (cca 100 stran) se strukturou, která v sobě zahrnuje části, týkající se názorového shrnutí řady autorů na problematiku společných rysů a rozdílů MO a CRM a proto považuji za vhodnější zařazení bodu 6.1 do kapitoly předcházející, tj. do shrnutí současného stavu řešené problematiky. Tento problém zařazení části práce úzce souvisí podle mého názoru s nesprávně uvedenými dílčími cíli, protože pro naplnění cíle práce se teoretická znalost problematiky předpokládá.

Část práce od „Navržení metody měření“ považuji za těžiště práce. Navržená metoda měření, její verifikace je provedena velmi kvalifikovaně, s využitím exaktních metod. Výzkum provedený u high-tech firem odhalil propojení obou sledovaných koncepcí. Výzkum v oblasti letectví na tento výzkum logicky navázal a rozšířil předmět zkoumání o vliv předmětu podnikání, typu trhu, velikosti firem a počtu zákazníků na uplatňování koncepce MO a CRM. Autorka v této části prokázala velmi podrobnou znalost zkoumané problematiky, upozorňuje na řadu problémů, souvislostí, včetně identifikace bariér MO a CRM.

Výzkum provedený v odvětví letectví, vztahy mezi koncepcí MO a CRM, včetně ověřených hypotéz, považuji za hlavní přínos práce i prokázání naplnění cíle práce.

Připomínky:

- opodstatněnost zařazení kap. (subkapitoly „Vysvětlení základních pojmů“. Jedná se o vědeckou práci, nikoliv učebnici, snad opodstatnění by mělo vysvětlení zkratk, vysvětlení užití pojmu „míra“ (nikoliv úroveň) bylo možno použít i v jiné části práce.

- dotaz: při sledování propojení koncepce MO a CRM musely firmy odpovědět na kritéria (položky) a podle odpovědí pak byla určena příslušnost ke konkrétní koncepci. Jak jste tato kritéria stanovila?
- formální připomínky např. na str. 156 tab. 13, 14 chybí popis sloupců, resp. co údaje vyjadřují a na str. 150 formulace MO?
- na str. 183 nahoře k problematice marketingové orientace uvádíte potřebu identifikovat všechny existující subkultury. Můžete uvést některé další subkultury, kromě subkultury marketingové?

Uvedené připomínky v žádném případě nesnižují kvalitu práce.

Práci doporučuji k obhajobě a po jejím úspěšném průběhu doporučuji udělení Ing. Daniele Frejkové titulu „Ph.D.“

Brno 14. 10. 2014

Prof. Ing. Jana Stávková, CSc.
PEF, Mendelova univerzita v Brně