

OPONENTNÍ POSUDEK NA DISERTAČNÍ PRÁCI

Téma práce: Customer relationship jako nástroj zvyšování konkurenceschopnosti podniků

Autor práce: Ing. Jana Marková

Oponent: doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

Rozsah práce: 144 stran, 2 přílohy

Posouzení disertační práce je orientováno zejména na zhodnocení významu disertační práce pro obor, dále vyjádření k postupu řešení daného problému, použitým metodám a splnění vytčeného cíle. Dále bude hodnocena formální a jazyková úroveň práce a také logický rámec, v němž je zpracována daná problematika.

Aktuálnost tématu disertační práce

Problematika Customer relationship (CRM, řízení vztahu se zákazníkem) je v současné době často diskutovaným tématem, vždyť získání, resp. udržení zákazníka je pro úspěšné fungování podniků nezbytné. Právě identifikace, získání a udržení zákazníka je jedním z hlavních úkolů CRM, dovoluje podnikům sladit interakce se zákazníkem a tím dosahovat lepších ekonomických výsledků. Moderní organizace zajišťují komunikaci se zákazníky různými způsoby; kromě tradičních médií jsou stále častěji využívány nové formy, jako např. call centra, webové stránky, sociální sítě, apod., jejichž cílem je udržet v zákazníkovi pocit, že je partnerem jedné unifikované organizace, která jej v každém okamžiku rozpozná. Přínosem je zefektivnění procesů a poskytnutí obchodníkům, marketingu a vedení společnosti lepší, podrobnější informace o zákaznících, což pomáhá firmám vytvořit pevnější vztah se zákazníkem a snížit zároveň operativní náklady.

Cíl práce a použité metody

Jako hlavní cíl své disertační práce si autorka stanovila „Zhodnotit současný stav vztahů společnosti a zákazníka ve vybraných firmách a ověřit, že firma, vlastníci CRM systém při správném využití potenciálu spokojeného zákazníka, dosáhne konkurenční výhody“. Konkrétně by autorka měla vytvořit model, který by se zaměřil na proces

konkurenceschopnosti firem pomocí plnohodnotného CRM systému. Tento hlavní cíl byl dekomponován na následující cíle dílčí (postupové kroky disertační práce):

- zjištění stávající situace využití CRM systému v podmínkách průmyslového trhu,
- zjištění struktury a charakteru informací v CRM systému a jejich využití v řízení podniku,
- identifikování prvků CRM, které ovlivňují hodnotu pro zákazníka, hodnotu zákazníka pro společnost a spokojenost zákazníka.

Autorka navrhla postupné kroky disertační práce, od rešerše literatury a studia literárních pramenů s využitím sekundárního výzkumu, přes realizaci dílčích cílů s využitím primárního výzkumu (popisná statistická a bivariační analýza, multivariační analýza). Pro realizaci hlavního cíle bylo využito dvou výzkumů, které na sebe časově navazují. Výzkum 1, jenž disertantka, označila jako předběžný výzkum, má charakter spíše řízeného interview s odborníky na CRM. Na tyto osobní rozhovory navázalo poté dotazníkové šetření, které je stěžejní pro dosažení dílčího cíle 2 a 3.

V části práce, zaměřené na zjišťování stávající situace na průmyslovém trhu v Libereckém kraji, autorka konstatuje, že středně velké firmy (50 až 249 zaměstnanců) většinou shledávají systém CRM jako přínosný (pokud ho mají zaveden), velké firmy (nad 250 zaměstnanců) mají obvykle vlastní platformu CRM nebo využívají koupenou licenci na tento systém.

Co se týče struktury a charakteru informací v CRM systému výzkum prokázal, že firmy využívají systém CRM zejména v těchto oblastech: segmentace zákazníků, zjišťování spokojenosti u zákazníků, hodnota pro zákazníka, možné konkurenční výhody (např. flexibilita, pružná reakce na požadavky zákazníka, apod.).

V této části se Ing. Marková spokojila pouze s tímto konstatováním, podrobnější analýza vlivu na konkurenceschopnost podniků nebyla bohužel zpracována. Naopak na str. 128 autorka uvádí, že zavedení systému CRM neovlivnilo zvýšení tržního podílu a snížení nákladů (významné atributy konkurenceschopnosti firem). Navržený model, jehož implementace má zvyšovat konkurenceschopnost podniků, je poněkud zjednodušující, autorka zde plně nevyužila všech informací, které zjistila kvalitním dotazníkovým šetřením.

Postup zpracování tématiky

Autorka sestavila tzv. koncepční rámec práce (s. 23), který dokumentuje celkový logický rámec disertace a také ozřejmuje návaznost jednotlivých kapitol. V konceptu stanovení a poté ověření hypotéz, které by vycházely z hlavního cíle práce.

V kapitole 2, nazvané Historický vývoj konceptu Customer relationship, kde úvodní strana kapitoly chybí (str. 34), se disertantka zaměřila na rešerši literatury ke zvolenému tématu práce. Rozsahem a zejména obsahem je spíše na průměrné úrovni, postrádám vyšší míru citací zahraničních publikací a také celkový počet literárních zdrojů je poměrně nízký (19).

Kapitola 3, s názvem Analýza současného stavu v podnicích, informuje o výzkumech CRM systému v ČR (údaje ČSÚ) a ve světě. Její výsledky byly podkladem pro kapitolu 4, která mapuje zavedení aplikace CRM v Libereckém kraji. Tuto kapitolu považuji v celé práci za nejzdařilejší, obsahuje vlastní výzkumná šetření autorky, která jsou vhodně statisticky vyhodnocena.

V poslední kapitole Ing. Marková interpretuje výsledky šetření a představuje Model zaměřený na zvyšování konkurenceschopnosti (zřejmě s využitím systému CRM), který poněkud zjednodušeně vyjadřuje vztah mezi konkurenceschopností a systémem CRM.

Práce je zpracována vcelku přehledně, je doplněna množstvím tabulek, obrázků a grafů. Obsahuje ovšem také některé formální nedostatky, např. úplně chybí strana 34, obsahuje překlepy (např. str. 50), příloha č. 1 je označena ručním písmem.

Výsledné posouzení disertační práce

- ✓ obsahové zaměření se jeví jako velmi aktuální,
- ✓ svým rozsahem je práce dostačující, chybí podrobnější rešerše zejména zahraniční literatury ke zvolenému tématu, vlastní šetření autorky jsou přínosná,
- ✓ vymezený globální cíl i dílčí cíle lze považovat za splněné,
- ✓ práce prohlubuje poznatky o zkoumané problematice, zejména v rovině aplikační a didaktické,
- ✓ zvolené metodologické postupy se jeví jako přiměřené k dosažení vymezených cílů,
- ✓ připomínky k práci jsou formulovány jako dotazy, resp. otázky do diskuze.

1. Ve své práci uvádíte pozitivní přínosy implementace systému CRM pro firmy. Má tento systém také pouze pozitivní přínosy pro zákazníky?
2. Můžete jmenovat a krátce objasnit některé metody pro měření výkonnosti CRM ve firmách?
3. Uvažujete o ověření vámi navrženého modelu v praxi?

Předloženou disertační práci i přes některé uvedené připomínky doporučuji k obhajobě a po jejím úspěšném vykonání doporučuji udělit Ing. Janě Markové titul Ph.D.

V Pardubicích, dne 18. října 2013


doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

Oponentní posudek na doktorskou disertační práci

Název práce: Customer relationship management jako nástroj zvyšování konkurenceschopnosti podniků

Doktorand: Ing. Jana Marková

Oponent: doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Vypracována dne: 31. října 2013

Předložená disertační práce má 7 kapitol, celkem 144 stran a 2 přílohy. Řešené téma CRM je stále aktuální, zejména v souvislosti s narůstající potřebou diferencované péče o zákazníka, a tak i zvyšováním konkurenceschopnosti podniků. Stanovené cíle jsou stanoveny v kapitole číslo jedna, kde autorka cíle jednak definuje a následně vysvětluje i způsob jejich dosažení.

Hlavním cílem je dle autorky zhodnotit současný stav vztahů společnosti a zákazníka ve vybraných firmách a ověřit, že firma vlastníci CRM systém při správném využití potenciálu spokojeného zákazníka, dosáhne konkurenční výhody. A dále uvádí, že jejím záměrem je na základě zjištění navrhnout model zaměřený na proces zvyšování konkurenceschopnosti podniků pomocí plnohodnotného využívání CRM systému v podmínkách českých podniků. Metodicky správně rozkládá tento cíl na cíle dílčí, které mají přispět ke splnění ambiciózně stanoveného záměru práce. V navržené metodologii využívá zejména deskriptivní a explorační výzkum, kombinuje kvalitativní a kvantitativní metody, a za výzkumný vzorek si zvolila Liberecké výrobní podniky s více, jak 50 zaměstnanci.

V teoretickém vymezení dané problematiky nicméně práce zůstává v rovině, kde se autorka úzce, bez nějakého hlubšího rozboru široké tuzemské a zahraniční literatury, zabývá historickým vývojem konceptu CRM, jeho vymezením, aplikační architekturou, zaváděním (včetně výhod a nevýhod), přínosem a hodnocením jeho užitečnosti. Oblasti konkurenceschopnosti se věnuje pouze okrajově, bez hlubší návaznosti na současné poznání a zejména bez zhodnocení a vyjádření vlastního názoru na stav dané problematiky ve vztahu k stanoveným cílům práce. Seznam použité literatury, je velice strohý (pouze 19 zdrojů, a to

většinou tuzemských), i když problematice CRM je dle mého názoru, věnována spousta článků a dalších odborných publikací. V použité literatuře jsou jenom 4 novější zahraniční zdroje (2009-2012), které autorka velice stručně komentuje jako hlavní výzkumy v oblasti CRM v zahraničí. Vzhledem k stanoveným cílům práce bych zde očekávala jasné teoretické vymezení, jež vyústí k stanovení minimálně výzkumných otázek, popřípadě hypotéz.

Výzkumná část práce je obsažená v kapitole 4 a 5, kde autorka řeší nejdříve využití zavedené aplikace CRM na průmyslových trzích v Libereckém kraji, použila metodu hloubkových rozhovorů na základě předem sestavených scénářů, a následně, jak uvádí z těchto výsledků a výsledků situační analýzy pak metodu dotazníku (viz příloha 1) v části nazvané „Zhodnocení výsledků dotazníkového šetření“ (54 stran). Pro zpracování výsledků dotazníkového šetření autorka využila sice četné statistické metody, nicméně mi není úplně jasná validita a reliabilita provedeného výzkumu, a uvádím, že zejména z důsledku kontextu chybějící návaznosti na teoretická východiska. V oblasti metodiky a metod zpracování práce bych také očekávala podrobnější vysvětlení použitých metod. Nicméně z praktického hlediska je zde odveden kus práce, po obhájení teoretických východisek a dovysvětlení návaznosti v oblasti výzkumných metod považují tuto část za velice přínosnou.

Formální zpracování práce splňuje požadavky na tento druh práce, nicméně některé části postrádají větší preciznost, např. u grafické stránky v části obrázků (některé obrázky jsou hůře čitelnější vzhledem ke zvoleným barvám, velikosti písma apod.), také úprava práce je v některých částech nepřehledná (různé velikosti písma, zbytečně volné části mezi obrázky, tabulkami, textem apod.). Drobné výtky se týkají také drobných překlepů, a preciznosti v odborném vyjadřování, např. při vymezení některých pojmů (např. konkurenceschopnost, hodnota zákazníka apod.) a preciznosti citací.

Na základě posouzení všech aspektů zpracované disertační práce a výše uvedených názorů lze konstatovat, že posuzovaná disertační práce má určité nevyjasnění otázky, zejména zde postrádám jasné vyjádřené přínosy autorky pro vědu, pedagogiku a praxi. Navržený model, který by měl být jedním z hlavních výsledků (jak autorka v úvodní části) postrádá jasné čitelnou vědeckou podloženost, popřípadě ověření). Použité zdroje a jejich aktuálnost jsou velice minimalistické vzhledem k současnému poznání, a požadavkům tohoto typu vědecké práce.

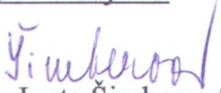
Publikační činnost autorky obsahuje pouze 4 publikace z předložené tematiky, další se věnují oblasti společenské odpovědnosti firem a dalším tématům, a není možné zcela objektivně posoudit, jak velký je její přínos v publikační oblasti, a jestli jsou některé z předložených publikací v recenzovaných bodovaných časopisech.

Autorce oponované disertace pokládám dotazy, jež budou podkladem do diskuse v průběhu obhajoby.

1. Shrňte teoretická východiska, jež byla podkladem pro výzkumnou část.
2. Pracovala jste s výzkumnými otázkami, popřípadě hypotézami, které jste v průběhu výzkumu následně ověřovala?
3. Vysvětlete, jakým způsobem jste postupovala při tvorbě dotazníku.
4. Jak jste postupovala při tvorbě a ověření navrženého modelu?
5. Vysvětlete, v čem vidíte vědecký přínos práce.

Závěrečná doporučení oponenta:

I přes výše uvedené poznámky, přínos autorky je v práci znatelný a disertační práci doporučuji k obhajobě.


doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Ústav managementu, Fakulta podnikatelská, Vysoké učení technické v Brně
Kolejní 2906/4, 612 00 Brno, Česká republika