

prof. Ing. Jaroslav Kita, CSc.  
Katedra marketingu Obchodnej fakulty  
Ekonomickej univerzity v Bratislave

## OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

**Autor habilitačnej práce:** *Mgr. Richard Fedorko, PhD.*  
**Názov habilitačnej práce:** *Vybrané teoretické a praktické aspekty elektronického obchodu v segmente B2C*  
**Študijný odbor:** *3.3.15 Manažment*

Predložená habilitačná práca v podobe súboru publikovaných vedeckých prác skúma aktuálnu a vysoko relevantnú oblasť elektronického obchodu so zameraním na segment koncového spotrebiteľa. Elektronický obchod, ktorý na zabezpečenie obchodných aktivít podniku využíva spektrum informačných technológií, dominantne však internet, predstavuje významnú súčasť trhovej ekonomiky ako v tuzemskom, tak globálnom meradle. Medziročný rast tržieb podnikov pôsobiacich v rámci elektronického obchodu a rast počtu samotných podnikov súperiacich o koncového spotrebiteľa v online prostredí je odrazom zmien v nákupnom procese spotrebiteľov. Riešenu problematiku považujem s ohľadom na jej dynamický rozvoj za vysoko aktuálnu a výskumne mimoriadne zaujímavú.

Cieľom habilitačnej práce v podobe súboru publikovaných vedeckých prác bolo prierezovo ozrejmiť vybrané teoretické a praktické aspekty elektronického obchodu v segmente koncového spotrebiteľa (B2C - Business to Consumer). Vo vzťahu k predmetnému cieľu je práca členená do dvoch hlavných kapitol zameriavajúc sa na vybrané aspekty spotrebiteľských preferencií v podmienkach elektronického obchodu a na vybrané aspekty hodnotenia spokojnosti zákazníkov v podmienkach elektronického obchodu.

Zvolená problematika je dlhodobu aktuálna, tematické zameranie prezentovaných štúdií je v popredí pozornosti súčasnej teórie a hospodárskej praxe. Stanovený rámec habilitačnej práce obsahovo napĺňa definovaný cieľ. Autor publikovanými vedeckými prácami potvrdzuje fundovanosť v danej problematike.

Konštatujem, že cieľ vo vzťahu k typu habilitačnej práce v podobe súboru publikovaných vedeckých prác bol v plnom rozsahu splnený. Habilitant na základe širokej bázy dát a použitých metód skúmania ozrejmuje viaceré teoretické a praktické aspekty fungovania elektronického obchodu v segmente koncového spotrebiteľa dostatočne preukázal posun vedeckého poznania v skúmanej oblasti.

Zvolené metodologické postupy pri riešení vybraných problémov publikovaných vedeckých prác je možné považovať za adekvátne. Použité metódy pôsobia celistvo a zároveň kompaktno. Uvedené publikované vedecké práce sa venujú problematike elektronického obchodu ako na úrovni tuzemského trhu, tak aj trhom ostatných krajín Vyšehradskej skupiny.

Pojmový aparát v rámci publikovaných vedeckých prác považujem za seriózny, rovnako ako prehľad v domácej a zahraničnej literatúre. V tomto zmysle hodnotím autora ako fundovaného odborníka disponujúceho vhodným teoretickým aparátom.

Z pohľadu formálnych náležitostí a úpravy habilitačnej práce konštatujem, že predkladaná práca obsahuje 150 strán textu, ktorých úprava je na zodpovedajúcej úrovni. Vlastný text práce je rozčlenený do dvoch hlavných kapitol, každá z kapitol obsahuje šesť publikovaných vedeckých prác. Pozitívne vnímam celkovú koncepciu skladby publikovaných vedeckých prác.

Prvá kapitola práce sa zameriava na vybrané aspekty spotrebiteľských preferencií v podmienkach elektronického obchodu. Predmetná kapitola sa prierezovo venuje problematike elektronického obchodu v európskom kontexte, spotrebiteľským preferenciám vzťahujúcim sa k využívaniu digitálnych zariadení. Kapitola sa ďalej venuje identifikácii premenných reputačného manažmentu na úrovni e-shopu ovplyvňujúcich frekvenciu online nakupovania, analýze využívania blogu ako relevantného predajného kanála. V neposlednom rade sa kapitola venuje používateľským preferenciám v prostredí sociálnej siete Facebook.

Druhá kapitola práce sa zameriava na vybrané aspekty hodnotenia spokojnosti zákazníkov v podmienkach elektronického obchodu. Predmetná kapitola sa prierezovo venuje vplyvu vybraných kvalitatívnych premenných reprezentovaných skúsenosťou zákazníka so subjektmi elektronického obchodu v rámci online trhu Slovenskej a Českej republiky na ochotu odporučiť daný subjekt. Kapitola sa ďalej venuje zákazníkemu vnímaniu determinantov kvality subjektov elektronického obchodu modelu B2C v krajinách Vyšehradskej skupiny, determinantom ovplyvňujúcim spokojnosť zákazníkov a aspektom ovplyvňujúcim online reputáciu slovenských hotelov na základe online hodnotení zákazníkov. V neposlednom rade sa kapitola venuje analýze vplyvu spokojnosti zákazníkov s poskytovanými službami vyjadrenej v online hodnoteniach na výstupy rentability päť hviezdčkových hotelov v rámci krajín Vyšehradskej skupiny.

Za prínos práce považujem monotematické spracovanie riešenej problematiky s ohľadom na vybrané oblasti elektronického obchodu. Obzvlášť kladne hodnotím zistenia vyplývajúce z analýz na úrovni tuzemského trhu spoločne s ostatnými krajinami Vyšehradskej skupiny. Taktiež vyzdvihujem použité metódy práce, obzvlášť využitie automatizovaného zberu online dát pomocou vlastného skriptu v skriptovacom jazyku PHP.

Za hodnotné považujem praktické manažérske implikácie vyplývajúce zo zistení realizovaných analýz. Výskum a formulované závery v rámci publikovaných vedeckých prác podporených teoretickými východiskami disponujú ambíciou ich využitia v rámci zvyšovania výkonnosti podnikov so zameraním na koncového spotrebiteľa.

### **Otázky do diskusie:**

1. Ako sa podľa Vášho názoru zmenila úloha fyzických maloobchodných jednotiek v nákupnom procese spotrebiteľa s ohľadom na dynamický rozvoj elektronického obchodu a akú úlohu zohrávajú informácie o spotrebiteľskom správaní v tejto zmene?

2. Predložená habilitačná práca pojednáva o vybraných aspektoch spotrebiteľských preferencií a aspektoch hodnotenia spokojnosti zákazníkov v podmienkach elektronického obchodu. Vo vzťahu k predmetným oblastiam skúmania, kde identifikujete najvýznamnejší dopad na podnikové riadenie?
3. V práci uvádzate, že poznanie súvislostí, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie a správanie spotrebiteľov v ich nákupnom procese, predstavuje z pohľadu subjektov trhu jeden z hlavných predpokladov dosiahnutia úspechu v hyperkonkurenčnom trhovom prostredí. Vychádzajúc z uvedeného, kde identifikujete možné bariéry úspešnosti podnikov elektronického obchodu v segmente konečného spotrebiteľa?

### **Záverečné hodnotenie**

Konštatujem, že habilitačná práca Mgr. Richarda Fedorka, PhD. „Vybrané teoretické a praktické aspekty elektronického obchodu v segmente B2C“ spĺňa po obsahovej aj formálnej stránke kritériá kladené na habilitačné práce a prácu odporúčam k obhajobe. Po úspešnom obhájení habilitačnej práce navrhujem udeliť menovanému vedecko-pedagogický titul „docent“ pre študijný odbor 3.3.15 Manažment.

V Bratislave, dňa 18.11.2019

.....  
prof. Ing. Jaroslav Kita, CSc.  
oponent