

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav ekonomie

OPONENTSKÝ POSUDEK DISERTAČNÍ PRÁCE

Název: Etika a její role v řízení vztahu se zákazníkem

Autor: Ing. Milan Příbyl

Aktuálnost tématu

Disertační práce se zabývá problematikou uplatňování principů etiky v podnikání a odpovědného managementu v kontextu budování vztahů podniku se zákazníky. Záměr vědeckého zkoumání autora disertační práce považuji za **vysoce aktuální**. I když etika jako věda o morálce má své kořeny již ve starověké antice, její soudobé vnímání v různých sférách společenského života bývá často nejednoznačné, a to zejména z důvodu, že etika není matematika, neexistuje v ní jediný správný výklad a tak existují značné rozdíly v chápání toho, co je morální a co už ne. V souvislosti s podnikatelskou sférou lze etiku chápat jako dodržování zásad slušného jednání podniku s obchodními partnery, s konkurencí a také ve vztahu k zákazníkům. Dodržování etického chování by mělo utvářet pozitivní vztahy se všemi stakeholdery podniku, a ti by měli být vnímáni jako jeden ze zdrojů dlouhodobého udržení podniku na trhu.

Cíle a hypotézy disertační práce

Autor pro zpracování disertační práce formuluje hlavní cíl, a to **identifikovat klíčové principy etiky ovlivňující zásadním způsobem vztah firmy se zákazníkem a na jejich základě vytvořit návrh metodických doporučení, jejichž aplikace přispěje k prosazení etiky do managementu firem**. Takto formulovaný cíl lze považovat za srozumitelný. K hlavnímu cíli disertační práce byly stanoveny specifické cíle zaměřené na aktuální pojetí etiky v podnikání v prostředí české praxe ICT firem. K záměru disertační práce autor formuloval čtyři hypotézy.

Metody a postup zpracování disertační práce

Disertační práce je členěna do pěti kapitol. V první kapitole autor provedl literární rešerši domácích a zahraničních literárních zdrojů zabývajících se pojetím etiky v podnikání a odpovědným managementem. Dále popisuje budování dlouhodobého vztahu se zákazníkem, etiku a její roli v budování vztahu se zákazníkem a úlohu etiky při budování vztahu se zákazníkem v oblasti ICT. V závěru první části popisuje metody, nástroje a principy etického řízení a definuje teoretická východiska disertační práce. Vyústěním teoretického poznání

autora je zhodnocení aktuálnosti a významnosti sledovaného tématu pro současné podnikání. Na základě stavu poznání a v logické návaznosti autor ve druhé kapitole formuloval cíle a hypotézy disertační práce. Ve třetí kapitole jsou popsány metody a postupy zpracování disertační práce. V disertační práci byly využity primární a sekundární zdroje informací. Pro sběr primárních dat bylo využito dotazníkové šetření, jehož respondenty byly top managementy středních a velkých ICT firem, tj. firem nad 50 zaměstnanců. Zde se nabízí otázka, proč byly malé podniky z prováděného dotazníkového šetření eliminovány? Na str. 65 autor uvádí, že „malé firmy se otázkou etiky příliš nezabývají“. Znamená to, že výzkum mezi malými podniky již byl proveden v jiných souvislostech? Je etické chování v podnikání důležité pro všechny? Hlavní výsledky prováděného výzkumu jsou uvedeny ve čtvrté kapitole. Na základě získaných jak primárních tak sekundárních informací a verifikací hypotéz autor kategorizoval respondenty do pěti skupin, a to podle přístupu k uplatňování zásad etického chování v podnikání. Bylo by možné zhodnotit úspěšnost těchto skupin v podnikání? Dále byla vytvořena metodická doporučení pro podporu prosazení etiky v managementu firem obecně a také specificky orientované na vztahy se zákazníky. Závěrečná pátá část disertační práce shrnuje přínosy práce pro rozvoj vědeckého poznání a podnikovou praxi.

Přínos disertační práce pro vědu a praxi

Vědecký přínos disertační práce je zejména v komplexnosti přístupu k problematice etiky v podnikání a obohacení o aktuální poznatky z české podnikové praxe. Orientace na uplatňování etiky ve vztahu k zákazníkům otevírá vědecký prostor pro zkoumání specifik etických vztahů i s dalšími skupinami stakeholderů podniku. Pro praxi jsou cennými metodická doporučení pro implementaci etického chování do firemního prostředí obecně a rovněž specificky pro řízení vztahů se zákazníky.

Formální a jazyková úprava disertační práce

Po formální a jazykové úpravě odpovídá předložená disertační práce požadavkům na ni kladených. Autor použité literární zdroje řádně citoval.

Publikační aktivity autora

Zpracování disertační práce autor podpořil publikační aktivitou doma i v zahraničí, a to prostřednictvím deseti odborných statí zabývajících se problematikou etiky v podnikání. Publikační aktivitu autora disertační práce lze považovat za dostatečnou.

Otázky k obhajobě

Str. 103 – Zhodnoťte význam uplatňování etických principů chování firmy ve vztahu k zákazníkům v situaci, kdy nejde o oboustranně etický vztah?

Str. 104 – Jaký je podíl „etických diletantů“ v české podnikatelské praxi a jaká je jejich úspěšnost v podnikání?

Str. 114 – Jakou formou by měl být Etický kodex zakomponován do manažerských smluv?
Měl by být zakomponován pouze do manažerských smluv?

**Předloženou disertační práci DOPORUČUJI k obhajobě a po jejím úspěšném obhájení
DOPORUČUJI udělení titulu Ph.D.**

Ve Zlíně 21.1. 2014



doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D.