

Oponentní posudek doktorské disertační práce Ing. Petra Matulíka na téma Mass Customization

Cíl práce její aktuálnost

Hlavním cílem DDP je (str.32) je prokázat, že neexistují technologické bariéry pro masovou kustomizaci, a že strategie zavádění masové kustomizace je podobná u výrobních podniků daného odvětví a že tato strategie se liší podle odvětví. Jako podpůrné cíle si disertant zvolil úkol definovat systém masové kustomizace, zejména systém hodnocení masové kustomizace dle dodavatelského řetězce a použít takto definovaný systém pro hodnocení firem z různých odvětví za účelem nalezení společných charakteristik implementace.

Takto definované cíle DDP jsou vysoce aktuální, protože si globální ekonomika a hyperkonkurence neúprosně vyžaduje rychlé a cenově přijatelné uspokojování neustále rostoucích požadavků zákazníků. A právě masová kustomizace je způsob, jak toho dosáhnout.

Zvolené metody zpracování

Disertant si pro splnění cílů své disertace definoval potřebné hypotézy a jejich potvrzení provedl jednak rozsáhlou literární rešerší a na základě výsledků této rešerže dedukcí odvodil požadavky na rozsáhlý internetový průzkum, aby následně indukcí uzavřel Kolbův poznávací cyklus a definované hypotézy potvrdil. Použité vědecké metody považuji za správné.

Výsledky disertační práce.

Disertant především definuje klíčové prvky masové komunikace (zákazníka, produkt, organizaci a zaměstnance) a, a klasifikaci systému masové kustomizace dle bodu intervence zákazníka (kustomizaci po dodání výrobku, kustomizaci distribučních kanálů, kustomizaci dodatečné výroby, kustomizaci výroby a kustomizaci dle dodavatelského řetězce). Na základě takto navržené klasifikace pak analyzuje 366 společností z celkem 11 různých odvětví.

Pro svůj výzkum vyšel disertant ze správného předpokladu, že firmy implementující masovou kustomizaci musí tuto svojí strategii realizovat prostřednictvím Internetu a proto svůj výzkum realizoval právě prostřednictvím Internetu.

Zajímavé je disertantovo zjištění, že u společnosti uváděných v přehledech TOP 100 a TOP500 neidentifikoval významné využití strategie masové kustomizace. Zajímalo by mi, jaké má pro to disertant vysvětlení.

Pro vlastní hodnocení si disertant definoval třístupňovou kvalitativní stupnici, což považuji za postačující.

Výsledky svého výzkumu zpracoval disertant v podobě grafů a to vždy podle úrovně a intenzity masové kustomizace v daném odvětví. **Osobně považuji zvolenou formu presentace plošným typem grafů za trochu nešťastnou a málo instruktivní.** Asi by bylo vhodné doplnit disertaci příslušným tabulkovým přehledem hodnot ke každému grafu. Nebyl by vhodnější sloupcový graf? (viz příloha posudku). Mnohem instruktivnější jsou v závěru uváděné pavučinové grafy

S tím také souvisí moje pochybnosti o jednoznačném a průkazném potvrzení H2. **Disertant by měl při své obhajobě zřetelně a jednoznačně presentovat z čeho vyplývá jeho**

přesvědčení o platnosti H2, zejména v čem si jsou strategie implementace v jednotlivých odvětvích podobné a v čem rozdílné.

Závěry.

Disertant ve své disertaci jednoznačně prokázal schopnost samostatné vědecké práce a jeho disertace přináší řadu nových a vysoce užitečných poznatků jak pro další rozvoj vědeckého bádání, tak i pro podnikatelskou praxi. Vlastní publikační činnost disertanta je dostatečná, bohužel je zaměřena jen na příspěvky ve sbornících na konferencích. Proto doporučuji, aby výsledky své disertace publikoval disertant v některém odborném časopise v tuzemsku či v zahraničí.

V doktorské disertační práci jsem neshledal žádné závažné nedostatky formálního či obsahového charakteru a proto

doporučuji jeho disertaci Ing. Petra Matulíka k obhajobě a po jejím úspěšném obhájení udělit Ing. Petru Matulíkovi titul PhD pro obor Ekonomika a Management.


Prof. Ing. Zdeněk Molnár, CSc

Otázka k obhajobě:

Jaký bude podle názoru disertanta další vývoj v oblasti masové kustomizace resp. reakce výrobců či poskytovatelů služeb na stále rostoucí požadavky zákazníků?

Příloha posudku DDP Ing. Matulík

Construction industry

level	S	M	H
Cd	4	0	3
MC1	14	2	0
MC2	6	12	7
MC3	7	5	2

