



## Posudek oponenta diplomové práce

**Katedra:** KATEDRA: OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

**Student:** Bc. Tereza Kubásková

**Studijní obor:** STUDIJNÍ OBOR: OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ

**Název diplomové práce:** Inovace v retailingu

**Oponent diplomové práce:** Ing. Miroslav Pivoda, CSc.

**Povolání oponenta:** vysokoškolský učitel a konzultant

### Hodnocení práce:

**Volba tématu práce a její význam:** (1) vysoce aktuální a významné téma

**Formulace cílů práce:** (1) cíle byly velmi vhodně formulovány

**Metodika zpracování:** (1) velmi vhodně zvolena a formulována

**Práce s daty a informacemi:** (2) použitá data aktuální, práce s informacemi dostatečná vzhledem k tématu

Komentář: Výhrady mám pouze ke kapitole 2.1 týkající se rešerše literatury ohledně inovací.

**Celkový postup řešení:** (1) postup řešení naprosto správný

**Teoretické zázemí autora:** (2) autor některé významné autory opomněl a zná teorii dané problematiky

**Práce s odbornou literaturou (citace, norma):** (1) autor dodržel naprosto správně citační normu

**Úroveň jazykového zpracování:** (1) práce je jazykově naprosto správně zpracovaná

**Přesnost formulací a práce s odborným jazykem:** (2) autor má dostatečný pojmový aparát

Komentář: Výhrady mám pouze ke kapitole 2.1 týkající se rešerše literatury ohledně inovací.

**Formální zpracování - celkový dojem:** (1) práce je formálně naprosto v pořádku, celkový dojem je výborný

**Splnění cílů práce:** (2) cíle práce včetně dílčích byly splněny

**Formulace závěrů práce:** (2) závěry jsou správně formulovány a jsou významné pro další využití

**Odborný přínos práce a její praktické využití:** (2) práce je po odborné a praktické stránce dobře využitelná

### Celkové hodnocení práce:

**Návrh hodnocení práce známkou:** výborně

**Doporučuji práci k obhajobě:** ANO

## **Otázky k obhajobě:**

Otázka 1: Co je to inovace business modelu?

Otázka 2: Aktuální diskusní téma: Zvítězí na trhu nakonec Kindle nebo iPad? A proč? iPad je na internetu již nabízen i v České republice (iPad za USD 500 je nabízen za 19 000 Kč).

## **Další připomínky, vyjádření a náměty k obhajobě práce resp. k jejímu dalšímu využití:**

Kubásková - Komentáře ke kapitole 2.1 (Literární rešerše - Inovace) - Pivoda Toto téma je složité i pro české vysokoškolské učitele, takže zde nemůžeme být příliš přísní na studentku magisterského studia. Nicméně zde jsou některé komentáře a dotazy. 1. Co je to inovace business modelu? Tuto užitečnou a velmi praktickou informaci postrádám v úvodním obecném vymezení inovací. Pro život ve 21. století je tento pojem mnohem užitečnější informace než často citovat například někdejšího placeného funkcionáře Svazu československo-sovětského přátelství Pavla Švejdy. Vyhledejte si prosím specifikaci business modelu například ve Wikipedii ([http://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Business_model)) nebo přes Google. 2. Ke straně 5 a 6 dle číslování diplomové práce (tj. ke str. 10 a 11 dle číslování stran v digitálním formátu pdf). Užitečnější informace než statistická četnost výskytu inovací výrobních a inovací výrobního procesu v ekonomice celkem je znalost ve specifickém odvětví pro určitou technologii. Jinak se míchají hrušky a jablka dohromady. Ve specifickém odvětví v daném čase nelze řídit podnik dle průměrných hodnot. A pro dobré řízení je třeba znát kauzalitu při výskytu jevů, nikoliv jen korelaci výskytu jevů. U nového paradigmatu výrobku nejdříve kulminuje četnost inovací výrobních, pak kulminuje četnost inovací výrobního procesu, pak ustávají oba druhy inovací. Viz (Utterback, J. M. – Mastering the Dynamics of Innovation, Harvard Business School 1994). Něco je o tom zmíněno na straně 12 (str. 17 v pdf) jako tzv. etapy inovace. Doporučuji najít si přes Google původní zdroj, tj. publikaci J. M. Utterbacka. 3. Ke straně 7 (tj. straně 12 v pdf) B) Klasifikace dle Valenty Profesor (Valenta, 1969) definuje, že různé řády inovací označují rozdíly mezi kvalitativními a jinými změnami ve vnitřní struktuře výrobního organismu a též rozdíly mezi ZÁSADNIMI a ZÁSADNĚJŠÍMI kvalitativními změnami. ... Hm. O mrtvých jen dobře, ale to od Valenty zní podobně jako když řeknete, že „před zákonem jsme si všichni rovni, ale někteří z nás jsou přece jen rovnější“. 4. Doplnění ke straně 10 a 11 (tj. 15 a 16 v pdf): ... Existují 2 typy rozvratných inovací: 1. Konkurojící neexistující spotřebě - rozvratná inovace vytváří zcela nový trh 2. Konkurojící stávajícím hráčem - rozvratná inovace je již existujícím trhu. Ad. 2) V tomto případě rozvratná výrobní inovace začíná na spodním trhu (u nejméně náročných zákazníků). Pak se inovovaný výrobek zdokonalí (pomocí „sustaining innovations“) a pronikne i na horní trh a tam zaskočí stávající silné hráče. Ti z důvodu setrvačnosti nemohou dost rychle reagovat na konkurenta útočícího zespodu a často pak vyklidí tuto část trhu (někdy zcela zbankrotují). V konečném důsledku se tak rozvrátí stávající struktura odvětví. Odsud plyne název „rozvratná inovace“. s. 17 (s. 22 v pdf): Nekonzistentní informace „„Hodnotový management (value management) je nově vznikající druh speciálního managementu ...“ Na stejné straně ve stejné citaci ale najdeme tento text: „Lawrence D. Miles v roce 1947 položil základy „organizovanému přístupu k lokalizaci, zjištění a odstranění neúčinných nákladů“ a nazval ho hodnotová analýza (value analysis).“ Pivoda: Není trochu pozdě psát, že jde o „nově vznikající management“, když byl formulován již v roce 1947? Pro dokreslení: Pod sochou Mistra Jana Husa v Praze seděl muž a usedavě plakal. Proč pláčete?, ptali se kolemjdoucí? Muž odpověděl: Vždyť oni toho chudáka upálili na hranici! Lidé na to reagovali: Ano, ale to se stalo již před téměř šestistý lety. Muž na to dodal: No ano, ale já jsem se to dozvěděl až dnes! s. 19 (tj. 24 v pdf) k tématu Finanční a technická podpora inovací ze strany státu. Je to sice dobře zpracovaný přehled možných podpor, ale

všimněte si prosím také, co o efektivnosti státní podpory inovací aktuálně píše v prestižním Harvard Business Review (červen 2010): ... For years incubators or entrepreneurship centers that provide financial help, mentoring, and often space to start-ups have been popular with governments. But I have seen scant rigorous evidence that these expensive programs contribute commensurately to entrepreneurship. One municipality in Latin America established 30 small incubators, but after several years only one venture out of more than 500 assisted by them had reached annual sales of \$1 million. Though Israel's renowned incubator program has helped launch more than 1,300 new ventures, relatively few of them have been big entrepreneurial successes. On the basis of my discussions with Israeli officials, I estimate that, among the hundreds of Israeli ventures that have been acquired at hefty valuations or taken public, at best 5% were hatched in incubators. And incubators definitely are not a quick fix. When well conceived and well managed, they can take 20 years or longer to generate a measurable impact on entrepreneurship. Poorly conceived and managed, they can be white elephants. The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution. by Daniel J. Isenberg, HBR, June 2010  
<http://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution/ar/1> -----  
Strana 50 (tj. 55 v pdf) Jakou cenu, by jste byli ochotni zaplatit, za 1 skripta? Komentář recenzenta: Postoj vysokoškolských studentů se v dlouhodobém sledování v Česku mnoho nemění: většina studentů není ochotna dát za skripta větší cenu než je aktuální cena dvou (plzeňských) piv.

**Datum:** 24. 05. 2010

**Podpis oponenta diplomové práce:**