

# OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

Habilitant:	Ing. Ingrida Košičiarová, PhD.
Téma habilitačnej práce:	Privátne značky ako významný atribút budovania firemného imidžu potravinárskych obchodných reťazcov pôsobiacich na Slovensku.
Oponent:	Prof. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D., Vysoká škola podnikání a práva Praha

Zvolené téma habilitační práce je zajímavé, práce svým obsahem koresponduje se studijním oborem Manažment, práce má nadstandardní rozsah z pohledu požadavků kladených na tuto úroveň kvalifikačních prací v akademickém prostředí.

## Stanovisko k jednotlivým hodnoceným oblastem:

### *Aktuálnost a vhodnost tématu habilitační práce*

Habilitační práce je, jak již říká její název, zaměřena do oblasti vztahu privátních značek jako jednoho atributu budování image obchodních řetězců působících ve Slovenské republice. Na první pohled téma, které již bylo v minulosti, minimálně v zahraničí zpracováno a dokladováno. Není tomu zdaleka zcela. Společnost se mění. Jednak v důsledku technologických, jednak společenských a v poslední době i z důvodu vzniklé celosvětové pandemie koronaviru. Paradigmata, která platila před 10 a více lety přestávají platit a to včetně oblastí, kterými mimo jiné je spotřební chování, v návaznosti na to marketing a marketingové komunikace. „Staré“ nástroje jakoby pozbývaly svou sílu, tržní chování spotřebitelů a komunikace s nimi se mění dosti zásadně. I z tohoto pohledu je možné zvolené téma habilitační práce označit za aktuální. Habilitační práce představuje ucelenou studii na aktuální téma a zatím zdaleka ne tak zcela v této šíři popsané v podmínkách Slovenské republiky. Habilitační práce svým obsahem přesahuje téma dané jejím názvem, její rozsah je také nadstandardní. Kvalitních skutečně vědeckých výstupů v slovenském (ale samozřejmě i českém) měnicím se prostředí je na dané téma stále jako šafránu, což činí samotnou práci přínosnou z pohledu dalšího poznání dané problematiky. Z pohledu vědeckosti práce, tato je založena na objektivním, relevantním a statisticky ověřeném výzkumu autorky habilitační práce, na jehož základě také činila své závěry. Význam práce umocňují i zvyšující se nároky na kvalitní výzkumy v této oblasti v prostředí Slovenské republiky a hlavně kvalifikované využití výstupů v ekonomické praxi. Jedná se proto z pohledu oponenta habilitační práce o téma potřebné a aktuální. Současně považuji práci za relevantní ke studijnímu oboru Manažment. **Z výše uvedených důvodů považuji téma jednak za plně relevantní ke studijnímu oboru, jednak i za aktuální.** Propojení hluboce propracované teoretické základny se společenskou realitou je dle názoru oponenta vhodné a žádoucí.

## *Cíle práce a jejich naplnění*

Autorka habilitační práce v kapitole 2., na str. 80 explicitně stanovuje cíl své habilitační práce. V návaznosti na tento cíl hlavní definuje následně 9 cílů dílčích. Na základě stanovených cílů si autorka práce stanovuje v následující kapitole šest teoretických předpokladů, jejichž platnost na základě vlastního kvantitativního výzkumu potvrzuje či nepotvrzuje. Při prvním čtení habilitační práce a seznámením se s vytčenými výzkumnými cíli a stanovenými předpoklady, měl oponent určité pochybnosti o reálnosti naplnění cílů práce, hutný a rozsáhlý text při podrobnějším prostudování tyto pochybnosti víceméně vyvrátil. Po prostudování celé habilitační práce může oponent konstatovat, že hlavní cíl práce, jakož i cíle dílčí byly v práci naplněny a jejich naplnění je shrnuto v závěru práce. Závěry výzkumů jsou statisticky ověřeny a jsou relevantní k naplnění stanovených cílů. **Oponent může tedy konstatovat, že stanovený cíl práce, jakož i stanovené dílčí cíle, předložený text habilitační práce naplňuje.**

## *Dosažené výsledky, postup řešení problému*

Autorka habilitační práce přistupovala k jejímu zpracování koncepčně a metodický postup řešení práce je na dobré úrovni. Koncepce práce vychází z kvalitně zpracovaných teoretických východisek v kapitole první „Současný stav řešení dané problematiky“. V této části práce byly vytvořeny nezbytné teoretické základy pro vlastní výzkumy, zpracování jejich výsledků a závěry práce. Teoretická východiska vychází z dosavadního stavu řešení dané problematiky, habilitantka prokázala při zpracování systematický a odborný přístup. Oponent by přivítal v této části práce podrobnější rozpracování vlivu novějších forem komunikace a budování loajality zákazníků a současně i image příslušných obchodních subjektů, musí však přiznat, že tento požadavek by šel poněkud nad rámec rozsahu habilitační práce, která je i tak nadstandardní. Postup dalšího řešení práce je věnována ze strany autorky vysoká pozornost, stanovení předpokladů a jejich statistické ověřování nebývá standardním obsahem prací v takovém rozsahu. V této části je předložen podrobný popis kvantitativního výzkumu v podobě dvou rozsáhlých (hlavní 1.386 a doplňkové 439 respondentů) dotazníkových šetření (z toho doplňkové šetření je mezinárodního charakteru) včetně metodiky šetření a statistického vyhodnocení. Charakterizuje nejdříve metody deskriptivní statistiky a cestou od jednoduchého k složitějšímu přechází do dvojrozměrné statistiky s cílem nalezení souvislostí a statistické významnosti jednotlivých proměnných. Spektrum v habilitační práci využitých statistických metod (Pearson Chi-kvadrát, Cramerův kontingenční koeficient, Mantel-Haenzelův Chi-kvadrát a Personův korelační koeficient k měření lineární resp. síly závislosti, Friedmanův a Krustal-Wallisův test k zjištění rozdílů důvodů nákupu aj.) je relevantní pro verifikaci stanovených předpokladů (předpoklady 1, 2 a pět potvrzeny, předpoklad 3 potvrzen částečně a 4 a 6 nepotvrzeny). Jak kvalifikované využití statistických metod, tak i velikost vzorku dotazníkových šetření (1.386 resp. 439) dává výsledkům výzkumu patřičnou validitu. V kapitole čtvrté Výsledky práce a diskuze jsou podrobně prezentovány výsledky, jakož i jejich význam pro naplnění cílů výzkumu a celé práce. Tyto prezentované výsledky mají svou hodnotu nikoliv pouze z pohledu teoretického poznání, nabízí se zde ale i jejich využitelnost v ekonomické praxi. Výstupy jsou přesně formulovány a víceméně dokazují funkčnost celého výzkumu uskutečněného habilitantkou.

Postup řešení habilitační práce stejně jako její výsledky potvrzují teoretický přínos ve specifické oblasti ekonomické reality. **Oponent může konstatovat, že práce přináší nové vědecké poznatky, vypracovaná metodika a předložený postup jsou využitelné i v případě dalších výzkumů v této oblasti a to nejen na Slovensku.**

### ***Význam práce pro rozvoj vědního oboru a pro praxi***

Autorka habilitační práce se významem své práce pro vědu a praxi zabývá v závěrečné, páté kapitole na straně 205. Význam pro vědu lze spatřovat v metodické části výzkumu privátních značek a vztahu jejich vnímání a image příslušných řetězců obchodů. Definuje jeden z možných důležitých faktorů pro zvýšení image a potažmo prostřednictvím jejich využití a vyšší loajality zákazníků i zlepšení možných ekonomických výstupů. Navíc autorka v práci definuje dva paradoxy, jejichž plná verifikace v předmětu výzkumu si nepochybně zaslouží další navazující výzkumy v této oblasti. Význam pro pedagogickou praxi a to nejen v případě autorky habilitační práce se přímo nabízí, podobně jako využití jejich mezinárodních srovnání a analýzy i v samotné hospodářské praxi.

### ***Formální úprava habilitační práce a její jazyková úroveň***

Habilitační práce v celkovém rozsahu 245 stran (z toho více než 200 stran textové části) má logickou strukturu. Téma práce je členěno do pěti meritorních kapitol zahrnujících teoretická východiska, cíle a metodiku, výsledky výzkumu, diskuze, závěru a nezbytných bibliografických údajů a příloh. Bibliografické údaje prezentují vysoce nadstandardní počet zdrojů, ve velké míře i zahraničních zdrojů. Tuto skutečnost oponent kladně hodnotí. Autorka práce využila ve velké míře primárních i sekundárních údajů, všechna data jsou hojně a z pohledu citační normy správně uváděna. Habilitantka v práci využila spíše anglosaský odborný styl, práce je napsána jasně a srozumitelně. Logické uspořádání textu a jeho organizační strukturu naznačují meta-textové signály, důraz kladen na konkrétní poznatky. Použitý odborný jazyk je adekvátní potřebám textu. Silnou stránkou práce je řada velmi přehledných tabulek (48) a obrázků (58), jakož i relevantních příloh (54), které vhodným způsobem doplňují text a činí jej přehledným a srozumitelným.

### ***Otázky k obhajobě***

1. Při formulování tzv. „Paradoxu staré školy“ na str. 155 píšete, že zákazníci se přiklání k těm starým, tradičním, klasickým formám komunikace. Znají vůbec zákazníci ty nové formy? Nemohly být jejich odpovědi ovlivněny i touto skutečností, že nevěděli, co si konkrétně pod tím představit?
2. V teoretických východiscích by oponent přivítal alespoň zmínku o nových komunikačních strategiích firem pro zvýšení loajality zákazníků. Zejména ve smyslu budování advokátů šířících formou WOM příznivé informace o privátních značkách nebo příslušném obchodě, evangelistech či ambasadorech značky. Vidíte i zde nějaký potenciál pro obchodní řetězce?

## **Celkové hodnocení**

Autorka habilitační práce je se zpracovanou problematikou výborně seznámena, v habilitační práci, která přináší nové vědecké poznatky, prokázala hluboké teoretické i praktické znalosti. Metodický postup považuji za správný a výsledky odpovídající rozsahu výzkumů. Práce je přehledná, má dobrou formální úroveň a splňuje požadavky kladené na tento typ práce. Proto

### **doporučuji**

habilitační práci Ing. Ingrida Košičiarové, PhD. „Privátne značky ako významný atribút budovania firemného imidžu potravinárskych obchodných reťazcov pôsobiacich na Slovensku“ k obhajobě, a po jejím úspěšném průběhu

**udělit pedagogicko - vědecký titul**

**docent (doc).**

Zlín, 30. 9. 2020

Prof. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.