

OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE	
MENO HABILITANTA	Ing. Margaréta Nadányiová, PhD.
NÁZOV HABILITAČNEJ PRÁCE	Komunikovanie spoločenskej zodpovednosti podniku z aspektu generačnej stratifikácie spoločnosti
ODBOR	habilitačné konanie a inauguračné konanie ekonomika a manažment podniku
ROZSAH PRÁCE	134 s.
MENO Oponenta	prof. Ing. Alena Kusá, PhD.
PRACOVISKO Oponenta	FMK UCM v Trnave
HODNOTENIE	
<p>1. Zhodnotenie významu a originality riešenej problematiky</p> <p>Habilitačná práca (ďalej HP) Ing. Margaréty Nadányiovej, PhD. obsahuje 134 strán, vrátane preliminária a zoznamu použitej literatúry, je členená na 10 hlavných kapitol vrátane Úvodu a Záveru.</p> <p>Problematika spoločenskej zodpovednosti podniku v súčasnom období vo vzťahu ku komunikácii jej atribútov nadobúda čoraz väčší význam a pozornosť smerom k subjektom na trhu – zákazníkom a prispieva k zmenám nákupného správania naprieč generáciami. Je evidentné, že téma HP je vysoko aktuálna a zaslúži si hlbšie skúmanie z pohľadu rôznych aspektov. Originalita riešenia témy spočíva v skúmaní vývoja konceptu spoločenskej zodpovednosti podniku (ďalej SZP) v súvislosti s inštitucionalizáciou a štandardizáciou na medzinárodnej úrovni a habilitantka komparuje tento koncept v podmienkach uplatňovania v SR z pohľadov marketingu a komunikácie podnikov a generačnej stratifikácie spoločnosti. Tiež identifikuje špecifiká spoločensky zodpovednej marketingovej komunikácie pre generáciu Mileniálov a ich prístupu k naliehavým, najmä environmentálnym témam. V takomto súbore poznatkov je téma spracovaná v literatúre len ojedinele, prípadne čiastočne.</p>	
<p>2. Cieľ a metodika HP</p> <p>Cieľ HP je formulovaný jasne a poukazuje na postupné parciálne zámery riešenia problematiky vymedzenej v práci. V HP sú využité všeobecné vedecké metódy – excerpácia, analýza, syntéza, indukcia, dedukcia, ako aj komparatívna analýza riešenej problematiky s využitím početných zdrojov, najmä zahraničnej literatúry. Použité metódy sú adekvátne pre obsahovú úroveň spracovania práce.</p> <p>Pri kontrole originality dokumentu z CRZP bola vykázaná zhoda textu v práci s inými zdrojmi - 7,81 %. Tento stav je úplne akceptovateľný, pretože ide o súčet % prekrytia textov s inými textami, z ktorých žiaden nedosahuje ani 1 %.</p>	

3. Úroveň rozpracovania súčasného stavu riešenej problematiky

Habilitantka sa v kapitolách 2 až 7 zameriava na problematiku SZP z historického vývoja po súčasnosť, analyzuje jednotlivé prístupy k vymedzovaniu podstaty SZP, venuje sa pilierom SZP a teórii stakeholderov. Porovnáva jednotlivé názory autorov a dopĺňa ich vlastnými stanoviskami. Prezentuje informácie o implementovaní princípov SZP v podmienkach SR, poskytuje prehľad aktivít neziskových organizácií, ktoré podávajú obraz o spoločenskej zodpovednosti vo vzťahu k etike a právu v špecifikách trhu SR. Veľmi zaujímavými sú kapitoly 6 a 7, ktoré ponímajú o nástrojoch marketingového mixu v kontexte so spoločensky zodpovedným podnikaním. Habilitantka spracováva kompletnú obsahovú analýzu marketingových politík z aspektov nazerania rôznych autorov na túto oblasť. Táto problematika je prínosná pre tvorbu stratégií marketingového mixu s cieľom rešpektovania udržateľnosti, nielen v oblasti environmentu, ale aj sociálnych, či etických hodnôt. Konštatujem, že analyzované texty majú vysokú výpovednú hodnotu. Zvlášť oceňujem, že v práci bolo použitých až 286 zdrojov printovej a elektronickej literatúry, najmä zahraničnej, ktoré boli korektne citované v zmysle platnej normy.

Interpretačne zaujímavou bola kap.8, v ktorej habilitantka venuje pozornosť sekundárnym výskumom zameraných na generáciu Mileniálov. Predchádza jej analýza generačných kohort z pohľadu generačnej stratifikácie trhu a nejednotných prístupov autorov k vymedzovaniu tejto problematiky.

Významné a prínosné sú vizualizácie v HP – najmä vlastný pohľad na Carrollovu pyramídu hodnôt SZP z pohľadu generácie Y a Z, ako aj výsledky výskumov vnímania SZP a využívania nástrojov marketingovej komunikácie v spoločensky zodpovedných podnikoch.

Záverom konštatujem, že habilitantka sa dostatočne orientuje v problematike a v HP dokázala spracovať ucelený obraz o skúmanej problematike s vysokou pridanou hodnotou.

4. Celkové zhodnotenie

Tak ako už bolo uvedené v jednotlivých častiach oponentského posudku, HP dosahuje vysokú úroveň spracovania témy a jej riešenia po obsahovej stránke. Prínosy poskytnú základ pre pedagogickú činnosť, ale aj pre vedecko výskumnú oblasť. Po formálnej stránke k práci nemám žiadne pripomienky.

Predložená HP spĺňa požiadavky na uvedený typ kvalifikačných prác v plnom rozsahu.

5. Otázky pre habilitantku

1. Vyjadrite sa prosím k praktikám uplatňovania SZP v kontexte s holistickou marketingovou koncepciou na príkladoch spoločností zo Slovenska.
2. Ktorým smerom budete realizovať vaše budúce výskumy z problematiky

SZP ? Ako budete ďalej túto oblasť rozvíjať vo vašej vedecko- výskumnej alebo pedagogickej práci ?

- 3. V čom spočívajú pozitíva, resp. aj negatíva komunikovania SZP a zodpovedných marketingových aktivít v podmienkach spoločností na Slovensku ?**
- 4. Aký názor máte na trendy v spôsoboch marketingovej komunikácie firiem na cieľové skupiny mladých – najmä generácie Alpha ?**

Záver

Odporúčam, aby VR Fakulty PEDAS Žilinskej univerzity v Žiline po splnení všetkých ďalších náležitostí udelila Ing. Margaréte Nadányiovej, PhD. titul „docent“ v odbore habilitačné konanie a inauguračné konanie ekonomika a manažment podniku.

V Trnave 10.1.2020

prof. Ing. Alena Kusá, PhD.