

Posudok oponenta habilitačnej práce

Téma: **Komunikovanie spoločenskej zodpovednosti podniku z aspektu generačnej stratifikácie spoločnosti**
Autor: Ing. Margaréta Nadányiová, PhD.
Oponent: prof. Ing. Josef Vodák, PhD.
Odbor: 3.3.16 Ekonomika a manažment podniku

Posudok je vypracovaný na základe môjho menovania za oponenta prof. Ing. Milošom Poliakom, PhD., predsedom VR FPEDAS Žilinskej univerzity v Žiline. Podkladom bola predložená habilitačná práca a informácie o vedeckom a pedagogickom pôsobení Ing. Margaréty Nadányiovej, PhD.

Aktuálnosť zvolenej témy

Predložená habilitačná práca sa zaoberá aktuálnou problematikou spoločenskej zodpovednosti, ktorá rezonuje v akademickej, podnikateľskej a spoločenskej sfére. Je to dané predovšetkým zmenami v našom prostredí, ktoré významne ovplyvňujú každodenný život tak podnikov ako aj jednotlivcov. Habilitantka problematiku spoločenskej zodpovednosti podnikov prepája s dôležitými aspektmi, ktorým sú spôsoby, ako podniky dovnútra a navonok komunikujú svoj prístup k spoločenskej zodpovednosti. Túto komunikáciu z pohľadu generačnej stratifikácie zameriava na generáciu mileniálov.

Dosiahnuté výsledky prezentované v habilitačnej práci

Cieľom práce, je poskytnúť konštruktívny exkurz do problematiky spoločenskej zodpovednosti podniku s akcentom na jej komunikovanie z aspektu generačnej stratifikácie spoločnosti (*str. 10*).

Habilitačná práca poskytuje prierez historickým vývojom koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov a prístupmi k problematike. Opisuje základné štandardné piliere spoločenskej zodpovednosti, charakterizuje ich a následne sa stručne zaoberá aj teóriou stakeholderov. Habilitantka porovnáva pohľady svetových aj domácich autorov a charakterizuje vývoj spoločenskej zodpovednosti v podmienkach Slovenskej republiky. Pri charakterizovaní prístupu jednotlivých autorov k problematike spoločenskej zodpovednosti by som očakával jasnejšie prezentovanie svojich názorov a viac polemiky s myšlienkami iných autorov.

Ďalej autorka analyzuje jednotlivé politiky marketingového mixu v spoločensky zodpovednom podniku. Rozoberá ich, venuje sa problematike komunikácie so stakeholdermi, internej a externej marketingovej komunikácii.

V ďalšej časti práce sa autorka zaoberá generačnou stratifikáciou trhu, jej podstatou, postojmi k tomuto prístupu, charakterizuje jednotlivé štandardné rozdelenia generácií a opisuje ich prístupy a správanie smerom k spoločnosti a podnikom. Vychádza z uvedených myšlienok a realizovaných analýz identifikuje špecifické črty marketingovej komunikácie spoločensky zodpovedného podniku, so zameraním na generáciu mileniálov. Stojí za úvahu, či by nestálo za to predložiť viac argumentov za a proti tejto voľbe (uviesť kritickú polemiku k tomuto návrhu).

Na základe predloženej habilitačnej práce je možné konštatovať, že cieľ práce ktorý bol definovaný ako konštruktívny exkurz do problematiky spoločenskej zodpovednosti podniku s akcentom na jej komunikovanie z aspektu generačnej stratifikácie spoločnosti bol dosiahnutý. Vychádzajúc z predloženej habilitačnej práce a informácií o je vedeckom a pedagogickom pôsobení habilitantka má aktivity v predmetnej oblasti v oblasti vedecko-výskumnej aj publikačnej.

Prínos pre rozvoj teórie a praxe

Ako výstupnú časť práce je možné označiť kapitolu č.8, kde autorka sumarizuje kľúčové poznatky a navrhuje ako postupovať a aké nástroje využiť pri internej a externej komunikácii spoločensky zodpovedného podniku so zameraním na generáciu mileniálov. Preukázaný vedecký ani aplikačný prínos predloženej práce by nebolo možné dosiahnuť bez širokej poznatkovej základne habilitantky. Oceňujem jej vhlad do problematiky

a poznatky z domáceho a zahraničného prostredia, kde sa aj pohybovala. Z posudzovanej habilitačnej práce vyplýva, že autorka má jasnú predstavu o súčasnom stave manažmentu v predmetnej oblasti u nás aj v zahraničí.

Možno by autorka mohla viac poukázať na prepojenie habilitačnej práce a jej doterajšej vedeckej činnosti vrátane naznačenia jej ďalšieho smerovania, pokiaľ sa ide venovať tejto oblasti v budúcnosti.

Práca je spracovaná na dobrej úrovni a prináša rad podnetov pre rozvoj teórie manažmentu ako aj pre možnú aplikáciu poznatkov v praxi. Napriek tomu si myslím, že by bolo užitočné, keby autorka do práce zaradila aj kapitolu Diskusia. V tejto kapitole by kriticky rozdiskutovala možné úskalia predložených návrhov v kontraste s myšlienkami iných autorít. Konštruktívna polemika či už sa by sa týkala otázok marketingovej komunikácie alebo výberu generačnej skupiny by bola obohatením práce.

Formálna stránka habilitačnej práce

Cieľom habilitačnej práce je preukázať kompetentnosť uchádzača a jeho aktívne pôsobenie v oblasti ktorou sa zaoberá v práci a to s dôrazom na prínosy jeho doterajšej práce pre rozvoj študijného odboru tak v oblasti vedeckej ako aj pedagogickej. Okrem poznania dôvodov prečo sa habilitant zaoberá danou problematikou zaoberá je vhodné sa zmieniť viac aj o tom, ako bude jeho ďalšia profesionálna dráha s touto témou previazaná. Predložená habilitačná práca má dobrú štruktúru, jednotlivé kapitoly na seba logicky nadväzujú, je písaná zrozumiteľným jazykom a zodpovedá požiadavkám na tento typ prác na Fakulte prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov Žilinskej univerzity v Žiline.

Otázky:

1. Z akých dôvodov bola vybraná generácia mileniálov (1981-1996) ako cieľová skupina marketingovej komunikácie, keď napríklad na str.94 autorka píše, že sa preukázal formálny záujem mileniálov o ekologické formy dopravy a ich motivácia nebola vnútorná, ale predstavovala skôr túžbu začleniť sa do vybranej sociálnej skupiny?
2. Čo by sa zmenilo v návrhoch marketingovej komunikácie, ak by sa autorka zamerala napríklad na generáciu post-mileniálov (1995-2009)? Ako by sa asi zmenili dopady uvažovanej komunikácie na ľudí, spoločnosť a podniky?
3. Uveďte tie vaše vedecké projekty, ktoré najviac prispeli k rozvoji poznatkovej základne v oblasti spoločenskej zodpovednosti a marketingovej komunikácie.

Záver

Predložená habilitačná práca dokumentuje znalosti autorky, a spolu s jej publikačnou činnosťou prezentuje vedecký a pedagogický záujem o problematiku spoločenskej zodpovednosti a marketingu.

Na základe preštudovania habilitačnej práce, oboznámenia sa s publikačnou, vedecko-výskumnou a pedagogickou činnosťou môžem konštatovať, že Ing. Margaréta Nadányiová, PhD. je osobnosťou, ktorá spĺňa kritériá stanovené pre habilitačné konanie na Fakulte prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov Žilinskej univerzity v Žiline.

Habilitačná práca „Komunikovanie spoločenskej zodpovednosti podniku z aspektu generačnej stratifikácie spoločnosti“ spĺňa všetky požadované kritériá na takýto typ prác na pôde Fakulte prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov a preto ju *odporúčam k obhajobe* a po jej úspešnom obhájení navrhujem udeliť *Ing. Margaréte Nadányiovej, PhD. titul*

docent

v študijnom odbore 3.3.16 Ekonomika a manažment podniku

V Žiline: 31.12.2019

prof. Ing. Josef Vodák, PhD.