

OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

HABILITANT	Ing. Andrej Trnka, PhD.
PRACOVISKO	Fakulta masmediálnej komunikácie, UCM TRNAVA
ODBOR	3.2.3. masmediálne štúdiá
TÉMA	INOVATÍVNE MARKETINGOVÉ METÓDY ANALÝZY ONLINOVÉHO NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA
ROZSAH PRÁCE	208 strán odborného textu, 7 strán zoznamu literatúry
OPONENT	prof. UE dr hab. Zbigniew Widera WYDZIAŁ INFORMATYKI I KOMUNIKACJI UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KATOWICACH

HODNOTENIE

AKTUÁLNOŠŤ TÉMY HABILITAČNEJ PRÁCE

Opis evolúcie trhu, na ktorom sa nie len objavujú nové produkty, ktoré odpovedajú na nové potreby konzumentov, ale aj nové formy ich distribúcie, je dôležitým a žiadaným elementom, ktorý by mal sprevádzať vývoj vedy. Aktuálne podmienky trhu, determinanty realizovaných transakcií, motivácie spotrebiteľských rozhodnutí alebo správanie sa tých čo tvoria ponuku sú širokým priestorom pre vedecké skúmanie. Sú obzvlášť zaujímavé, ak ich sprevádza opis negatívnych aspektov, ktoré prinášajú so sebou agresívne správanie tých, ktorí ho ponúkajú. Málo kedy je opisované v literatúre. Správanie, ktoré je často neetické, determinované snahou získať najväčší vplyv na trhu a z toho vyplývajúci zisk. Za zmienku stoja práce, v ktorých autori akcentujú ako je možné a potrebné sa pred negatívnymi hrami trhu brániť. Tieto práce sú cennejšie, keď navrhujú bádateľský proces, verifikujúci trhové správanie. Predložená habilitačná práca sa integruje s týmto dôležitým prúdom, a predstavuje hodnotné vedecké spracovanie. Je príkladom zaujímavého využitia unikátnej, inovatívnej bádateľskej znalosti prijatej autorom.

CIELE PRÁCE A ICH NAPLNENIE

Cieľ práce habilitant formuluje na s. 74: „Cieľom habilitačnej práce je na základe využitia inovatívnych marketingových metód analýzy a vyhodnotenia onlinového nákupného správania spotrebiteľov, stanovenie záveru o nezávislosti skúmaných premenných rozdelených podľa demografických ukazovateľov a analýza onlinového nákupného správania spotrebiteľov použitím metód dolovania dát“.

Dr. Andrej Trnka s plnou konzekventnosťou realizuje cieľ, ktorý prezentuje. Aktivita autora v bádateľskej sfére má za následok logicky naplánovaný bádateľský proces, vyplýva z toho zaujímavá analýza výsledkov, ktorú je potrebné s radosťou prijať. Uspokojujúca je schopnosť logického, zrozumiteľného popisu zhodujúceho sa s adekvátnou úrovňou vedeckého diskurzu v opisovanej sfére. Svedčí to o vysokej meritórnej úrovni autora, ktorý podrobne dokazuje hypotézy, ktoré si stanovil. Táto práca spĺňa požiadavky na kvalitu marketingových výskumov, výnimočná je ich inovačnosťou a touto formou manifestuje profesionálny prístup voči nutnosti riešenia problému, ktorý bol obsiahnutý v cieľoch.

DOSIAHNUTÉ VÝSLEDKY, POSTUP RIEŠENIA PROBLÉMU

Habilitačná práca sa skladá z 11 kapitol. Časť z nich je teoretickým opisom pertraktovanej problematiky: o.i. potrieb spotrebiteľa, charakteristiky e-obchodov, segmentácie a ich klientov. Ďalšie sú venované prezentácii metód výskumu uplatnených v čase realizácie bádateľského procesu. Následne, podrobnej analýze bádateľského procesu a vyvodu z toho vyplývajúcich záverov. Podstatnou časťou práce je analýza právnych podmienok aktivít prezentovanej formy predaja. Podčiarknutia rizík spojených s nákupom a ich následkov, čo je veľmi podstatné pre klientov využívajúcich túto formu výmeny s aktívnymi, ktorí prezentujú svoju ponuku na trhu. Vzácnou kapitolou je kapitola, ktorá je úvodná a je pod názvom: Možnosti voľby bezpečného e-shopu. Zaujímavé by bolo jej rozvinutie, nakoľko pertraktuje problematiku vnímania v tomto kontexte na trhu veľmi populárnych foriem predaja e-obchodov. Znalosti tohto typu sú nutné pre klientov a ich opis, najmä v jednoduchšej forme je problematické dohľadať v mediálnych komunikátoch. V poslednej časti autor práce realizuje zaujímavý opis implementácie vybraných metód dolovania dát použiteľných pri analýze online nákupného správania spotrebiteľa. Podľa pocitu recenzenta, autor mohol viac ilustrovať správanie spotrebiteľa v širšom kontexte voči bibliografickým odkazom. Príkladom je na 17. strane opis bodu 1.1.1 Interné vyhľadávanie. Recenzent rozumie intenciam autora otvorenia širokého spektra predkladaných informácií a čo je toho dôsledkom, ťažkosť výberu. V tomto kontexte, recenzent pozitívne hodnotí autorom ponúknutý tematický výber a logickú, spojitú formu toho výberu. Najmä, ak hlavným, hodnotným akcentom práce je nie len sám opis problematiky, ale i inovačné metódy jej skúmania.

VÝZNAM PRÁCE PRE ROZVOJ VEDNÉHO ODBORU A PRE PRAX

Doktor Andrej Trnka rieši problematiku, ktorá sa málo objavuje vo vedeckých spracovaniach. Bohaté ilustrovanie bádateľského procesu predstavuje zaujímavý prínos, nie len v teoretickom kontexte príslušnom pre vedu, ale zároveň umožňuje prijatie realizovaného procesu analýzy javu v praxi. Autor sa zároveň umiestňuje v očakávanom transfere medzi vedou a praxou. Rozložením častí v svojej bádateľskej práci, koncipuje procedúru postupovania pre bádateľov problému, ale aj ľudí z marketingovej praxe. Práca sa vyníma adekvátnou úrovňou, jednoznačne ukazujúc praktické skúsenosti autora v oblasti marketingových aktivít a moderných foriem ich realizácií. Je potrebné podčiarknuť, že analýza potrieb konzumentov všeobecne je jedine predmetom teoretických vedeckých úvah, bez dokumentovania ich adekvátnym bádateľským procesom. Habilitácia je výsledkom vedeckého, originálneho prístupu autora k analýze socialno-ekonomickej a komunikačnej skutočnosti na trhu produktov. Môže byť inšpiráciou pre ďalšie bádateľské aktivity voči zaujímavému, keďže modernému fragmentu trhu, bohato využívajúc internet a jeho nástroje.

FORMÁLNA ÚPRAVA HABILITAČNEJ PRÁCE A JEJ JAZYKOVÁ KULTÚRA

Habilitačná práca Dr. Andreja Trnku sa charakterizujú odborným technickým jazykom, ktorá plne naplňuje požiadavky na adekvátnu precíznosť pre vedecké práce v súlade s očakávaniami kladenými na úroveň akú mal by reprezentovať docent univerzity. Autor potvrdzuje znalosť predloženej témy opísanej v súlade s prijatou štruktúrou práce. Diskutabilná je, podľa názoru recenzenta, je štruktúra práce, ktorá je bohatá na množstvo kapitol a veľmi rozbudovaná ich konštrukcia. V dôsledku niektoré pod body majú nie viac ako pol strany textu. Prijatie tejto formuly sa javí ako viac komplikujúce čítanie spracovaného textu ako ho uľahčujúce. Vykonanie koncentrácie označenia obsahu sa na tomto mieste javí ako viac zmyslupľnejšie. Pričom rozbudovaná štruktúra neznižuje meritórnú hodnotu habilitačnej práce. Pre jasnosť textu výrazne prispievajú grafy a iné formy grafického prezentovania obsahu. Práca je napísaná jasne a zrozumiteľne. Reasumujúc – autorom ponúknutá forma práce je adekvátna pre očakávanú úroveň vedeckej práce. Jazykové schopnosti autora prislúchajú akademickej kultúre.

OTÁZKY K DISKUSII V PRIEBEHU OBHAJOBY

1. Je možné uviesť príklady cestného konania predajcov, ktorí ponúkajú tovar v systéme predaja e-obchodov, najmä predstaviteľov uznávaných svetových značiek?
2. Sú súčasné právne regulácie postačujúce na to aby garantovali klientom e-obchodov adekvátne práva spotrebiteľa? Aké iné zápisy (formulácie), okrem tých uvedených v práci, mali by sa objaviť v právnych reguláciách, tak aby eliminovali nekalú prax predajcov?

SÚHRNNÉ STANOVISKO OPONENTA

Navrhujem prijať habilitačnú prácu Ing. Andreja Trnku, PhD. INOVATÍVNE MARKETINGOVÉ METÓDY ANALÝZY ONLINOVÉHO NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA pre obhajobu a na základe úspešnej obhajoby udeliť vedecko – pedagogický titul docent pre obor 3. 2. 3. – masmediálne štúdiá.

Katowice 2016 -11-15

prof. UE dr hab. Zbigniew Widera