



OPONENTSKÝ POSUDEK DISERTANÍ PRÁCE

Jméno doktoranda: Ing. Jan Kopřiva

Název: Hodnocení formálních a obsahových aspektů CSR komunikování podniků s procesními výrobami

Školitelka: prof. Ing. Liběna Tetřevová, Ph.D.

Oponent: doc. Ing. Otakar Ungerman, Ph.D., Katedra marketingu a obchodu, Ekonomická fakulta, Technická univerzita v Liberci

Aktuálnost tématu

Práce se zabývá aktuální a společensky významnou problematikou CSR komunikování v kontextu kontroverzního odvětví, konkrétně produkce alkoholu. Autor si pro svůj výzkum zvolil toto odvětví z důvodu jeho specifické povahy a etických otázek, které s sebou nese. Produkce a konzumace alkoholu má nepochybně negativní dopady na zdraví a společnost, proto je pro firmy v tomto odvětví klíčové efektivně komunikovat své aktivity v oblasti společenské odpovědnosti.

Autor přistupuje k tématu komplexně a zkoumá jak obsahovou, tak i formální stránku CSR komunikace na webových stránkách firem. Využívá k tomu kombinaci metod, včetně analýzy obsahu webových stránek, výročních zpráv a CSR reportů, a také systematické literární rešerše. Oceňuji autorovu důslednost při výběru firem pro analýzu, zahrnul totiž přední světové producenty alkoholu, kteří reprezentují různé regiony a přístupy k CSR.

Hodnocení obsahu disertační práce

Teoretická část obsahuje rozsáhlou literární rešerši (téměř 300 zdrojů), která poskytuje ucelený přehled teoretických poznatků v oblasti společensky odpovědné komunikace se zaměřením na alkoholový průmysl. Práce rozšiřuje poznání v oblasti CSR komunikování, zejména v kontextu alkoholového průmyslu. Přináší nový pohled na formální a obsahové aspekty CSR web komunikování.



Výběr a úprava komplexního rámce CE3SPRACA, který respektuje specifika alkoholového průmyslu a přináší inovativní přístupy k hodnocení CSR web komunikování. Rámec je využitelný jako praktický nástroj pro zlepšení CSR komunikace firem. Upravený rámec mohou firmy v alkoholovém průmyslu využít jako návod pro zlepšení své CSR web komunikace. Metodická doporučení pro zlepšení CSR komunikování jsou využitelná pro široké spektrum firem v praxi.

V metodice bych vyzdvihl strukturu respondentů, kterých bylo 85 celosvětových producentů alkoholu. Struktura a metody byly použity správně. Hlavní cílem bylo navrhnout rámec hodnocení formálních a obsahových aspektů CSR web komunikování producentů alkoholu, který by respektoval specifika tohoto kontroverzního odvětví a současně byl využitelný jako metodický návod pro CSR web komunikování firem alkoholového průmyslu. Tento hlavní cíl byl determinován do čtyřech dílčích cílů, podle kterých se uskutečnil výzkum. Použití kvalitativní metody vyhodnocení pomocí obsahové analýzy je vhodně zvolené, stejně jako metody vyhodnocení kvantitativní části. Výsledky jsou přehledně uspořádány a doplněny o statistické testy (chí-kvadrát test), které ověřují významnost rozdílů mezi jednotlivými segmenty alkoholového průmyslu (pivo, tvrdý alkohol, víno).

Kapitola "Metodická doporučení" nabízí konkrétní a prakticky orientované rady pro firmy v alkoholovém průmyslu, jak zlepšit svou CSR komunikaci. Tato doporučení vycházejí z výsledků realizovaného výzkumu a jsou relevantní pro specifika tohoto kontroverzního odvětví. Doporučení se zaměřují na strategická opatření, která mohou firmám pomoci efektivněji řídit CSR komunikaci. Kapitola zdůrazňuje, že oblast odpovědné konzumace alkoholu by měla být pro producenty alkoholu jednou z hlavních priorit. Výsledky výzkumu ukázaly, že tato oblast je komunikována na podobné úrovni jako etická a filantropická odpovědnost, které patří k nejméně komunikovaným oblastem. Firmám je proto doporučeno zaměřit větší pozornost na tuto oblast a využít rámec CE3SPRACA jako zdroj inspirace.

Naopak lze v disertační práci identifikovat několik drobných nejasností, které mohou sloužit i jako doporučení pro další výzkum. Přípominčky by vyžadovaly výrazně rozsáhlejší typ práce. Získaná data o CSR aktivitách firem jsou založena na analýze webových stránek, což nemusí vždy odrážet skutečné aktivity firem. Pro budoucí výzkumy by bylo vhodné použít kombinaci metod, např. rozhovory s manažery firem, případové studie nebo analýzu interních dokumentů firem. Práce nezkoumá, jak cílové skupiny vnímají a hodnotí CSR komunikování producentů alkoholu. Pro další výzkum by bylo vhodné získat detailnější data o tom, které konkrétní CSR informace jsou pro různé typy zákazníků důležité a zvýšit efektivitu a cílenost CSR komunikování.



Zaměření pouze na globální lídry alkoholového průmyslu. Menší firmy by mohly přinést odlišné a potenciálně zajímavé perspektivy. Pro budoucí výzkum by proto bylo přínosné rozšířit vzorek o menší a středně velké hráče na trhu a porovnat přístupy k CSR komunikaci mezi velkými korporacemi a menšími subjekty. Ve vyhodnocení jsou identifikovány statisticky významné rozdíly mezi segmenty alkoholového průmyslu v komunikaci některých CSR aktivit. Nicméně, interpretace těchto rozdílů by mohla být hlubší. Stejně tak existují rozdíly v CSR komunikování firem na základě jejich vlastnictví, ale kapitola by mohla jít hlouběji do analýzy, proč tomu tak je. Některá doporučení jsou formulována spíše obecně a chybí jim konkrétnější návod, jak je implementovat v praxi. Například, doporučení "hledat nové a atraktivní způsoby, jak komunikovat své aktivity v oblasti společenské odpovědnosti" by mohlo být doplněno o konkrétní příklady a inspiraci.

Formální hledisko

Práce je napsána srozumitelným jazykem a je logicky strukturovaná. Oceňuji autorovu schopnost propojit teoretické poznatky s praktickými příklady a formulovat relevantní metodická doporučení pro firmy. Práce splňuje požadavky kladené na disertační práce a přináší originální poznatky, které mohou být využity v akademické i podnikatelské sféře. Kromě výše uvedeného bych rád zdůraznil i autorovu kritickou reflexi dostupných informací a jeho snahu o objektivní zhodnocení CSR aktivit firem.

Závěrečné zhodnocení

Na závěr lze konstatovat, že rozsah a kvalita použitých informačních zdrojů odpovídá požadavkům kladeným na tento typ práce a jsou v souladu s běžnou praxí. Předkládaná disertační práce představuje vědecký a odborný materiál, který až na několik drobných připomínek, odpovídá nárokům kladeným na tento typ prací. Předloženou disertační práci Ing. Jana Kopřivy doporučuji k obhajobě před zkušební komisí.

Otázky k diskusi v rámci obhajoby:

1. Vysvětlení rozdílů ve vyhodnocení. Jaké jsou konkrétní mechanismy, které ovlivňují CSR komunikaci v rodinných firmách a nadnárodních společnostech? Proč producenti tvrdého alkoholu komunikují o "Využití principů cirkulární ekonomiky" ve větším rozsahu než producenti vína?
2. Jakým způsobem by se dal rámec CE3SPRACA aplikovat na menší a střední podniky v alkoholovém průmyslu s ohledem na jejich omezené zdroje? Bylo by nutné rámec upravit? Stejně tak použití v jiných



kontroverzních odvětvích, které jste uvedl v teoretické části. Jaké specifické aspekty by bylo třeba zohlednit?

V Liberci dne 28. února 2025

Otakar Ungerman