

# OPONENTNÍ POSUDEK DISERTAČNÍ PRÁCE

**Téma:** CSR komunikovanie kontroverzných firiem so zákazníkmi z pohľadu producentov kozmetiky

**Autor:** Ing. Alexandra Kocúriková

**Oponent:** doc. Ing. Michaela Kotková Strážesková, Ph.D.

Fakulta ekonomicko-správná, Univerzita Pardubice

## 1. Aktuálnosť zvoleného tématu

Predložená disertačná práca je zaměřena na problematiku CSR komunikování firem se zákazníky v kosmetickém průmyslu. Vzhledem k platnosti nové Směrnice Evropského parlamentu a Rady Evropské unie č. 2022/2464, která se zabývá podáváním zpráv o udržitelnosti podniků, a změně očekávání zákazníků ohledně společensky odpovědného chování firem, lze zvolené téma považovat za aktuální a přínosné. Za vhodný považuji i výběr kosmetického průmyslu jako představitele společensky kontroverzního (citlivého) odvětví.

## 2. Cíle stanovené v disertační práci

Hlavním cílem disertační práce je **navrhnout metodiku komunikování vykonávaných společensky odpovědných aktivit firem kontroverzních odvětví ve vztahu ke konečným zákazníkům**. K dosažení hlavního cíle bylo stanoveno šest dílčích cílů, které s ním úzce souvisí. Bylo by však vhodné zvážit pořadí, ve kterém jsou tyto cíle v práci uvedeny, protože výsledný návrh metodiky by měl být prezentován až po diskusi získaných výsledků v kontextu dosavadního poznání.

## 3. Struktura práce a metody použité při zpracování tématu disertační práce

Postup zpracování disertační práce je v souladu s vytyčenými cíli. Práce je rozdělena do sedmi kapitol, úvodu a závěru, a celkový rozsah činí 193 stran včetně příloh. Jednotlivé kapitoly jsou logicky uspořádány a struktura splňuje požadavky kladené na tento typ vědeckých prací.

První a druhá kapitola vymezují teoretická východiska zvolené problematiky společensky odpovědné komunikace a přístupu zákazníků k ní. V první kapitole jsou definovány základní pojmy, analyzován vztah mezi CSR reportováním a CSR komunikací a představeny teorie, které tvoří základy CSR komunikace. Zvláštní ocenění si zaslouží tabulka 1 na straně 31, která poskytuje přehled vědeckých studií zabývajících se problematikou CSR komunikace v kontextu zvolených teorií. Ve druhé kapitole je provedena literární rešerše témat týkajících se očekávání zákazníků ohledně CSR komunikace, vlivu demografických faktorů na přístup zákazníků, kanálů, oblastí, aktivit a rámců CSR komunikace. Na závěr kapitoly je opět vypracován přehled odborných studií, které se zabývají relevantními výzkumnými oblastmi CSR komunikace. Obě kapitoly jsou zpracovány na základě velkého množství aktuálních výzkumných studií publikovaných zejména v prestižních zahraničních časopisech. Celkově bylo pro vypracování práce využito 369 domácích i zahraničních zdrojů, což lze považovat za více než dostatečné množství. Obě kapitoly zahrnující literární rešerši zkoumané problematiky jsou vypracovány na vysoké úrovni a poskytují dostatečný teoretický základ pro následný výzkum.

V kapitole třetí je uveden cíl práce, dílčí cíle práce a vědecké hypotézy. Hypotézy vycházejí z literární rešerše provedené v kapitolách 2.2 až 2.6 a jsou vhodně naformulovány. Ačkoli předcházející kapitoly vymezují výzkumný problém, uvítala bych, kdyby tato kapitola před uvedením cíle a hypotéz jasně definovala tzv. research gaps. V následující kapitole je zobrazena metodika zpracování disertační práce (schéma na obrázku 7) a charakterizovány vědecké metody využité pro naplnění hlavního i dílčích cílů práce. Pro naplnění cílů disertační práce byl zvolen jak kvantitativní, tak i kvalitativní výzkum. Kvantitativní výzkum byl proveden pomocí online dotazníkového šetření mezi zákazníky kosmetických firem a slouží k ověření stanovených hypotéz. Velikost a reprezentativnost vzorku významně přispívají k přesnější interpretaci a generalizaci výsledků. Kvalitativní výzkum, provedený prostřednictvím individuálních hloubkových rozhovorů s manažery vybraných kosmetických firem, slouží k pochopení praktických zkušeností respondentů. Bohužel tato skutečnost není dostatečně zohledněna ve výše uvedeném schématu, kde je naznačeno, že tento typ výzkumu souvisí se stanovenými hypotézami. Bylo by tedy vhodné zvážit formulaci samostatných výzkumných otázek pro část kvalitativního výzkumu. Rozhovory byly navíc provedeny pouze se třemi manažery, což značně omezuje závěry provedené analýzy.

Pátá kapitola obsahuje výsledky disertační práce a vyhodnocení obou provedených výzkumných šetření. Pozitivně hodnotím analýzu dat získaných z dotazníkového šetření, která se zaměřuje na vliv pohlaví, věku a úrovně vzdělání zákazníků na vnímání důležitosti informací o CSR aktivitách firem, a to pomocí vhodných statistických metod. Zajímavým poznatkem je, že se nepodařilo prokázat platnost hypotézy H1c, protože bylo zjištěno, že informace o CSR aktivitách firem jsou důležitější pro zákazníky s nižším stupněm vzdělání. Následně je analyzován vliv CSR komunikačních kanálů, CSR komunikovaných oblastí a CSR aktivit na přístup zákazníků k CSR komunikování firem. Na závěr kvantitativní analýzy byl také zkoumán vztah mezi zájmem zákazníků o informace o společensky odpovědném chování výrobců kosmetiky a nákupním chováním zákazníků v případech, kdy cena výrobků je stejná a vyšší. Tato konkrétní oblast zkoumání je dnes velmi aktuální a získané výsledky korespondují s obdobně provedenými zahraničními výzkumnými studii. Poté jsou v práci ještě uvedeny výsledky získané z rozhovorů s manažery, které doplňují pohled zákazníků. Šestá kapitola obsahuje diskusi výsledků. Velmi pozitivně hodnotím srovnání výsledků s aktuálními výzkumnými studii a snahu autorky o vysvětlení rozporuplných zjištění.

Významnou částí disertační práce je kapitola sedm, ve které je formulována metodika komunikování vykonávaných společensky odpovědných aktivit firem kontroverzních odvětví ve vztahu ke konečným zákazníkům. Tato metodika by dle autorky měla firmám zajistit účinné a smysluplné CSR komunikování a odrážet výsledky provedených analýz. S tímto tvrzením lze souhlasit, co se týká informací strukturovaných podle jednotlivých oblastí (ekonomické, environmentální, etická, sociální a filantropická), které by měly firmy kosmetického průmyslu komunikovat. Co se týče jednotlivých metodických doporučení, očekávala bych jejich detailnější rozpracování. Bylo by vhodné doplnit konkrétní kroky a nástroje, které by firmám skutečně pomohly k efektivní CSR komunikaci. V tomto kontextu však provedený kvalitativní výzkum neposkytl autorce disertační práce dostatek informací. Nicméně i přes tuto připomínku lze konstatovat, že tato kapitola dokládá splnění vytyčeného hlavního cíle.

V závěru disertační práce je shrnut průběh zpracování práce a nejvýznamnější výsledky. Bohužel některá tvrzení autorky jsou pro čtenáře matoucí jako např. „*Kvantitativní výzkum byl uskutečněný ve formě online výběrového dotazníkového šetření, za účelem ověření stanovených hypotéz a poznatků získaných z kvalitativní fáze výzkumu*“. Přitom kvalitativní výzkum následoval až po provedení dotazníkového šetření. Následně jsou formulovány přínosy disertační práce pro teorii, praxi a pedagogickou činnost a zároveň i její limity.

Domnívám se, že právě schopnost kritického zhodnocení vlastní práce odhaluje (mimo jiné) vědecký potenciál doktoranda.

#### **4. Přínosy disertační práce a význam pro vědní obor a praxi**

Disertační práce přináší užitečné poznatky z oblasti teorie i praxe. Za teoretický přínos považuji snahu autorky o komplexní posouzení zkoumané problematiky a zpracování současného stavu vědeckého poznání, které poskytuje přehled o existujících přístupech k CSR komunikování. Dalším významným přínosem je identifikování klíčových faktorů, které ovlivňují přístup zákazníků k CSR komunikování konverzních firem.

Z hlediska praxe je významné, že se autorka disertační práce pokusila syntetizovat všechny výsledky z provedených šetření a formulovat praktické náměty a doporučení týkající se různých aspektů CSR komunikování.

#### **5. Formální úprava disertační práce**

Velmi oceňuji, že disertační práce ve všech svých částech splňuje veškeré formální i obsahové požadavky kladené na tento typ prací. Přestože je psaná ve slovenštině, text je pro čtenáře srozumitelný a poutavý. Grafické zpracování je na vysoké úrovni, tabulky, grafy a obrázky jsou přehledné a dobře korespondují s textem. Přílohy jsou relevantní a vše působí velmi uceleným dojmem.

#### **6. Otázky do diskuze v rámci obhajoby habilitační práce**

1. Kterou z teorií uvedených v kapitole 1.3 vaše disertační práce zejména rozšířila? Uveďte prosím konkrétní příklady, jak vaše poznatky přispěly k rozvoji této teorie a jaké nové perspektivy nebo aplikace přinesly.

2. Která doporučení z vaší navržené metodiky považujete za klíčová? Uveďte prosím konkrétní příklad, jak tato doporučení přispívají k zefektivnění CSR komunikace v praxi a jak mohou firmě ušetřit náklady či další zdroje (viz přínosy disertační práce pro praxi, str. 137).

#### **Závěr**

Hodnocená disertační práce je zpracována na velmi dobré odborné úrovni a přináší užitečné teoretické i praktické přínosy v oblasti společensky odpovědné komunikace firem v kontroverzních odvětvích. Autorka prokázala odborné znalosti v této problematice a schopnost samostatné vědecké práce.

Disertační práce paní Ing. Alexandry Kocúrikové na téma **CSR komunikovanie kontroverzných firiem so zákazníkmi z pohľadu producentov kozmetiky** splňuje po odborné i formální stránce všechna normativně daná kritéria. Proto doporučuji, aby jí byl, v závislosti na úspěšném průběhu obhajoby před zkušební komisí, přiznán titul Ph.D. – Philosophiæ Doctor

V Pardubicích 27. 9. 2024

doc. Ing. Michaela Kotková Strítěská, Ph.D.