



Oponentský posudok habilitačnej práce

Spracovaný na základe žiadosti dekana Fakulty prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov Žilinskej univerzity v Žiline zo dňa 7. 4. 2025 a so súhlasom Vedeckej rady FPEDAS Žilinskej univerzity v Žiline zo dňa 3. 4. 2025.

Identifikačné údaje

Názov habilitačnej práce:	Paradigma globálneho spotrebiteľa: kultúrne dimenzie a marketingové implikácie v kontexte dynamiky globalizačných procesov
Habilitant:	Ing. Ľubica GAJANOVÁ, PhD.
Pôsobisko habilitanta:	Katedry ekonomiky, Fakulta PEDAS, Žilinská univerzita v Žiline
Odbor HKaK:	Ekonomika a manažment podniku
Oponent:	prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.
Pracovisko oponenta:	Katedra marketingovej komunikácie, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Hodnotenie jednotlivých kritérií

Aktuálnosť riešenej témy

Téma predloženej habilitačnej práce je vysoko aktuálna, keďže reflektuje súčasné intenzívne diskusie v oblasti globalizácie a medzinárodného marketingu. V dnešnej dobe, kedy je globalizácia na križovatke medzi procesmi intenzívnej internacionalizácie a protikladnými trendmi označovanými ako slowbalizácia či dokonca deglobalizácia, sa problematika globálneho spotrebiteľa stáva kľúčovou témou akademického i podnikateľského záujmu. Autorka veľmi vhodne reaguje na tieto trendy, čím jej práca získava aktuálnosť nielen v kontexte teoretického bádania, ale aj praktického využitia.

Aktuálnosť je podporená aj narastajúcim počtom publikácií v renomovaných vedeckých databázach ako Web of Science, kde možno identifikovať nárast záujmu o problematiku globálneho spotrebiteľa v posledných rokoch. Autorka správne zdôrazňuje potrebu komplexného pochopenia tohto fenoménu a analyzuje ho cez prizmu viacerých etablovaných modelov kultúrnych dimenzií. Reaguje na najnovšie vedecké poznatky, pričom integruje súčasné trendy medzinárodného podnikateľského prostredia, čím jednoznačne dokazuje aktuálnosť a relevanciu riešenej témy.

Štruktúra a obsahové zameranie práce

Štruktúra habilitačnej práce je jasne vymedzená a logicky usporiadaná, pričom jednotlivé kapitoly na seba nadväzujú a postupne prehľbujú poznanie o skúmanej problematike. Práca je rozdelená do kapitol, ktoré pokrývajú teoretické východiská, jasne formulované ciele, vhodne zvolenú metodológiu, prezentáciu výsledkov a diskusiu s formulovanými závermi.

Teoretická časť poskytuje veľmi rozsiahly a komplexný pohľad na globálne spotrebiteľské správanie, globálnu spotrebiteľskú kultúru a akulturáciu, pričom využíva aktuálne zahraničné literárne zdroje, ktoré reflektujú najnovšie vedecké poznatky. Autorka správne definuje výskumný problém dekomponuje a stanovuje jasné ciele, ktoré sú precízne a detailne spracované.

Metodologická časť predstavuje hierarchickú zhlukovú analýzu ako hlavný analytický nástroj, ktorý je vynikajúco vybraný vzhľadom na komplexnosť a rozsah skúmanej problematiky. Táto metóda umožňuje identifikovať homogénne skupiny spotrebiteľov na základe kultúrnych dimenzií, pričom autorka detailne a transparentne dokumentuje postupy spracovania dát.

Empirická časť patrí k ťažiskovým častiam práce a je detailne spracovaná. Výsledky analýz sú prehľadne prezentované prostredníctvom tabuliek, grafov a dendrogramov, čo zvyšuje zrozumiteľnosť výstupov a ich aplikovateľnosť v praxi. Oceňujem podrobnú prezentáciu výsledkov analýzy štyroch významných kultúrnych modelov (Hofstede, Schwartz, Trompenaars, projekt GLOBE).

Zrozumiteľnosť stanovených cieľov a miera ich splnenia

Stanovené ciele habilitačnej práce sú jasne, presne a zrozumiteľne definované. Autorka si za hlavný cieľ určila identifikovať relevanciu konceptu globálneho spotrebiteľa v súčasnom dynamicky sa meniacom prostredí globalizačných procesov. Tento cieľ bol vhodne dekomponovaný do viacerých parciálnych cieľov, ktoré reflektujú dôkladnú analýzu najvýznamnejších teoretických konceptov a modelov kultúrnych dimenzií, aplikovaných následne v empirickej časti výskumu.

Parciálne ciele boli zamerané na teoretické vymedzenie základných pojmov, kvantitatívnu analýzu prostredníctvom pokročilých štatistických metód (hierarchická zhluková analýza) a následne na interpretáciu a diskusiu získaných výsledkov vo vzťahu k súčasným poznatkom v oblasti globálneho spotrebiteľského správania. Autorka dôsledne a systematicky zdôvodnila každý z týchto cieľov, pričom v empirickej časti práce preukázala ich detailné naplnenie. Každý krok bol transparentne dokumentovaný a interpretácia výsledkov bola logická a vecná, čím autorka jednoznačne preukázala schopnosť komplexne riešiť vytýčené ciele.

Zvolená metodológia a následné výsledky potvrdzujú, že všetky ciele boli dosiahnuté s vysokou mierou presnosti a vedeckej rigoróznosti. Splnenie cieľov je podložené presnými výpočtami, dôkladnou interpretáciou údajov, a porovnaním výsledkov s relevantnými vedeckými štúdiami z oblasti medzinárodného marketingu a kultúrnej psychológie.

Metódy spracovania a postupy riešenia

Metodologická stránka habilitačnej práce je mimoriadne precízne spracovaná a vhodne zvolená vzhľadom na charakter a ciele výskumu. Autorka využila hierarchickú zhlukovú analýzu, ktorá je ideálnym nástrojom na identifikáciu homogénnych skupín spotrebiteľov na základe komplexných kultúrnych dimenzií. Proces zhlukovej analýzy bol detailne opísaný a transparentne realizovaný od prípravy údajov, cez stanovenie miery podobnosti jednotlivých prípadov, až po interpretáciu získaných zhlukov.

Jednotlivé kroky analýzy boli dôkladne zdokumentované a odôvodnené, pričom autorka použila špičkové analytické nástroje a technológie (IBM SPSS Statistics). Výsledky analýzy boli

prezentované pomocou dendrogramov a tabuliek rozdelenia početností, čím práca získala na prehľadnosti a interpretabilite.

Metodologické postupy boli jasne vysvetlené a umožňujú reprodukovateľnosť výskumu, čo zvyšuje vedeckú hodnotu predloženej práce. Navyše, výber štatistických metód bol dôkladne zdôvodnený vzhľadom na povahu a rozsah skúmanej problematiky, čím autorka preukázala svoju odbornosť a schopnosť aplikovať pokročilé analytické techniky v riešení komplexných vedeckých otázok.

Výsledky práce

Výsledky práce boli systematicky získané, podrobne analyzované a zrozumiteľne interpretované. Autorka preukázala, že globálne spotrebiteľské správanie je významne ovplyvnené kultúrnymi dimenziami, pričom výsledky hierarchickej zhlukovej analýzy jasne ukázali existenciu kultúrne homogénnych skupín spotrebiteľov.

Získané dáta boli podrobne rozobraté v rámci samostatnej kapitoly venovanej interpretácii výsledkov, kde autorka kriticky hodnotila a porovnávala získané údaje s existujúcimi teoretickými modelmi a predchádzajúcimi výskumami. Výsledky boli prezentované s vysokou mierou prehľadnosti a akademickej presnosti prostredníctvom tabuliek, grafov a dendrogramov, ktoré umožňujú čitateľom jasnú orientáciu v údajoch a výstupoch práce.

Vedecký a pedagogický prínos

Habilitačná práca má vysoký vedecký prínos, keďže rozširuje existujúce poznatky v oblasti medzinárodného marketingu a kultúrnych štúdií. Autorka priniesla do diskurzu nové empirické poznatky, ktoré umožňujú lepšie pochopenie vplyvu kultúrnych faktorov na globálne spotrebiteľské správanie. Zároveň dôsledne prepojila výsledky empirického výskumu s relevantnými teoretickými konceptmi, čím prispela k ďalšiemu rozvoju teoretickej bázy v danej oblasti.

Pedagogický prínos je rovnako významný. Práca poskytuje ucelený, podrobne dokumentovaný a pedagogicky prístupný zdroj poznatkov, ktorý môže byť priamo integrovaný do výučby predmetov zameraných na medzinárodný marketing, spotrebiteľské správanie či kultúrnu psychológiu. Autorka svojou prácou výrazne prispieva k pedagogickým materiálom, ktoré sú schopné obohatiť učebné osnovy relevantných študijných programov.

Aplikačný prínos pre prax

Z aplikačného hľadiska poskytuje práca veľmi cenné poznatky, ktoré môžu byť bezprostredne využité v praxi medzinárodného marketingu. Podniky získavajú jasný návod, ako efektívne adaptovať svoje marketingové stratégie na rôzne kultúrne kontexty, čím môžu zvýšiť svoju konkurencieschopnosť na medzinárodných trhoch. Výsledky habilitačnej práce predstavujú užitočný nástroj pre manažérov a marketérov v ich snahe optimalizovať globálne marketingové aktivity a lepšie pochopiť kultúrne podmienené správanie spotrebiteľov.

Formálna úprava

Habilitačná práca je po formálnej stránke spracovaná na vysokej úrovni. Autorka dodržiava všetky akademické štandardy, citácie sú správne a konzistentne použité, grafická úprava je prehľadná, čím podporuje celkovú čitateľnosť a kvalitu práce.

Hodnotenie plnenia požiadaviek stanovených pre získanie titulu „docent“

Hodnotenie pedagogickej, vedecko-výskumnej a publikačnej činnosti

Uchádzačka o habilitačné konanie Ing. Ľubica Gajanová, PhD., vykazuje rozsiahlu pedagogickú činnosť, ktorú vykonáva nepretržite od roku 2011, najskôr ako interná doktorandka a od roku 2014 ako odborná asistentka. Aktívne sa zapája do výučby širokého spektra predmetov na bakalárskom a inžinierskom stupni štúdia v rôznych študijných programoch v dennej aj externej forme štúdia. Predmety ako Účtovníctvo, Finančné účtovníctvo, Marketingová komunikácia či Odborná prax zabezpečuje samostatne, pričom niektoré aj garantuje. Značný dôraz kladie na internacionalizáciu vzdelávania prostredníctvom výučby v rámci programu Erasmus+ a prednáškových pobytov na viacerých zahraničných univerzitách. Je aktívnou školiteľkou bakalárskych a diplomových prác a členkou viacerých komisií v rámci štátnych skúšok i prijímacieho konania. Taktiež participuje na tvorbe pedagogických materiálov.

Habilitantka vo svojej vedecko-výskumnej i pedagogickej činnosti sa zameriava na moderné výzvy marketingu, najmä v oblasti budovania značky, spoločensky zodpovedného podnikania a marketingovej komunikácie. Je autorkou a spoluautorkou 46 vedeckých článkov, z toho 28 v časopisoch indexovaných vo WoS a Scopus. Prezentovala 72 príspevkov na zahraničných a 20 na domácich konferenciách. Jej tvorbu dokumentuje viac než 350 citácií v Scopus (H-index 9) a 321 v WoS (H-index 11). Zodpovedne pristupuje k riešeniu výskumných projektov (VEGA, APVV, ERASMUS+), pričom je aj riešiteľkou vlastného projektu VEGA. Okrem toho je členkou viacerých redakčných rád a pôsobí ako recenzentka v zborníkoch z medzinárodných vedeckých konferencií a vo významných indexovaných časopisoch.

Zhodnotenie plnenia požiadaviek pre získanie titulu „docent“

Autorka preukázala schopnosť vedecky pracovať, potvrdila predpoklady pre systematickú a tvorivú prácu. Disponuje bohatými teoretickými aj praktickými poznatkami, ktoré dlhodobo vhodne využíva vo svojej publikačnej, vedecko-výskumnej a pedagogickej činnosti čím bezpochyby prispieva k rozvoju poznania v príslušnom študijnom odbore. V súčinnosti s vyššie uvedeným konštatujem, že habilitantka plní požiadavky pre získanie titulu docent.

Záverečné hodnotenie

Záverečné hodnotenie habilitačnej práce a námety do diskusie

Habilitačná práca Ing. Ľubice Gajanovej, PhD., sa zaoberá aktuálnou a spoločensky významnou problematikou vplyvu globalizačných trendov a kultúrnych dimenzií na správanie spotrebiteľa a ich implikáciami pre marketingové riadenie. Práca vykazuje vysokú mieru odbornosti, analytickú hĺbku a vedeckú hodnotu. Výsledky práce sú podložené aplikáciou relevantných metód a empirických dát, čo dokumentuje schopnosť autorky pracovať s vedeckou metodikou a formulovať závery s praktickým dosahom.

Práca je po obsahovej, logickej aj formálnej stránke spracovaná na vysokej úrovni. Prekryvnosť textu v systéme kontroly originality vo výške 7,83 % je v súlade s očakávanými štandardmi a neprekračuje prípustnú mieru, pričom identifikované zhodné časti nepredstavujú porušenie autorskej etiky.

Habilitačnú prácu možno považovať za kvalitné vedecké dielo, ktoré svojím obsahom i formou spĺňa požiadavky kladené na habilitačné práce v odbore Ekonomika a manažment podniku.

Námety do diskusie:

- Akým spôsobom by sa mohli výsledky práce uplatniť pri rozvoji konkrétnych marketingových stratégií slovenských firiem pôsobiacich v zahraničí?

- Ako vníma habilitantka budúcnosť konceptu globálneho spotrebiteľa v kontexte súčasného vývoja globalizačných procesov?
- Aké ďalšie metodologické prístupy by autorka odporučila využiť pre ďalší výskum v tejto oblasti, a prečo?

Na základe uvedeného odporúčam prijať prácu k obhajobe pred habilitačnou komisiou a po jej úspešnom vykonaní udelenie titulu docent v odbore habilitačného konania a inauguračného konania ekonomika a manažment podniku.

V Trnave, dňa 30. 4. 2025

.....
podpis oponenta