



Zverejnenie informácií o HABILITAČNOM konaní v zmysle §76 ods. 10 a 11 zákona 131/2002 Z. z.

Meno, priezvisko, rodné priezvisko:	Martin KUČHTA										
Akademické tituly, vedecko-pedagogické tituly, umelecko-pedagogické tituly, vedecké hodnosti:	Ing., PhD., MBA										
Dátum doručenia žiadosti o habilitačné konanie:	11. 9. 2023										
Dátum, od ktorého je habilitačné konanie prerušené, a lehota, v ktorej majú byť odstránené nedostatky žiadosti:	--										
1. Údaje z profesijného životopisu											
a) Rok narodenia:	1990										
b) Údaje o vysokoškolskom vzdelaní, ďalšom akademickom raste a absolvovanom ďalšom vzdelávaní:	<table><tr><td>2016 – 2019</td><td>vysokoškolské vzdelanie III. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchod a marketing</td></tr><tr><td>2011 – 2013</td><td>vysokoškolské vzdelanie II. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Medzinárodné podnikanie</td></tr><tr><td>2008 – 2011</td><td>vysokoškolské vzdelanie I. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchodné podnikanie</td></tr><tr><td colspan="2"><i>Ďalšie vzdelávanie</i></td></tr><tr><td>2019 – 2020</td><td>Celoživotné vzdelávanie / Akadémie krízového řízení a managementu / Master</td></tr></table>	2016 – 2019	vysokoškolské vzdelanie III. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchod a marketing	2011 – 2013	vysokoškolské vzdelanie II. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Medzinárodné podnikanie	2008 – 2011	vysokoškolské vzdelanie I. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchodné podnikanie	<i>Ďalšie vzdelávanie</i>		2019 – 2020	Celoživotné vzdelávanie / Akadémie krízového řízení a managementu / Master
2016 – 2019	vysokoškolské vzdelanie III. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchod a marketing										
2011 – 2013	vysokoškolské vzdelanie II. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Medzinárodné podnikanie										
2008 – 2011	vysokoškolské vzdelanie I. stupňa: Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, študijný odbor: Obchodné podnikanie										
<i>Ďalšie vzdelávanie</i>											
2019 – 2020	Celoživotné vzdelávanie / Akadémie krízového řízení a managementu / Master										
c) Údaje o priebehu zamestnaní:	<table><tr><td>2019 – trvá</td><td>odborný asistent Katedra marketingu, Obchodná fakulta EU v Bratislave</td></tr><tr><td>2017 – 2019</td><td>Digital project developer Ringier Axel Springer SK, a.s</td></tr><tr><td>2015 – 2017</td><td>Digital Media Specialist / PPC specialist STARMEDIA Co., s.r.o.</td></tr><tr><td>2013 – 2014</td><td>Digital Media Executive digita.sk, s. r. o.</td></tr><tr><td>2012 – 2012</td><td>Accountant HENKEL SLOVENSKO, spol. s r.o. Bratislava</td></tr></table>	2019 – trvá	odborný asistent Katedra marketingu, Obchodná fakulta EU v Bratislave	2017 – 2019	Digital project developer Ringier Axel Springer SK, a.s	2015 – 2017	Digital Media Specialist / PPC specialist STARMEDIA Co., s.r.o.	2013 – 2014	Digital Media Executive digita.sk, s. r. o.	2012 – 2012	Accountant HENKEL SLOVENSKO, spol. s r.o. Bratislava
2019 – trvá	odborný asistent Katedra marketingu, Obchodná fakulta EU v Bratislave										
2017 – 2019	Digital project developer Ringier Axel Springer SK, a.s										
2015 – 2017	Digital Media Specialist / PPC specialist STARMEDIA Co., s.r.o.										
2013 – 2014	Digital Media Executive digita.sk, s. r. o.										
2012 – 2012	Accountant HENKEL SLOVENSKO, spol. s r.o. Bratislava										
a priebehu pedagogickej činnosti:	<p>Katedra marketingu, Obchodná fakulta, EU v Bratislave:</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplikovaný zber dát na internete• Informatika• E-business a e-commerce• Multimédia v obchode I.• Odborná prax – DIGITAL CLUB										



	<ul style="list-style-type: none">• Informačné systémy marketingu• Multimédiá v obchode II.• Marketingová komunikácia a digitálne médiá• E-commerce• Aplikácia inteligentných systémov v podnikaní• Aplikovaná informatika• Digitálny marketing• Digitálne zručnosti pre cestovný ruch• Aplikovaný zber dát na internete• Multimédiá v obchode• Marketing na sociálnych sieťach• E-commerce (v anglickom jazyku)• Digital marketing (v anglickom jazyku) <p>Katedra informatiky a obchodných firiem, Obchodná fakulta, EU v Bratislave:</p> <ul style="list-style-type: none">• Informačné systémy marketingu• Marketing (v anglickom jazyku)• Marketing v sociálnych médiách• Online marketing II.• Multimédiá v obchode II• Informatika• Multimédiá v obchode I.
d) Údaje o odbornom alebo umeleckom zameraní (špecializácia):	Digitálny marketing a technológie
e) Údaje o publikačnej činnosti (sumár):	Príloha č. 1
f) Ohlasy na vedeckú alebo umeleckú prácu:	Príloha č. 2
g) Počet doktorandov, ktorým uchádzač je alebo bol školiteľom (ku dňu vyhotovenia životopisu): <ul style="list-style-type: none">▪ počet doktorandov školených:▪ počet riadne skončených doktorandov:	--
2. Názov odboru habilitačného konania a inauguračného konania, v ktorom sa habilitačné konanie uskutočňuje:	obchod a marketing (v odbore ekonómia a manažment)
3. Názov habilitačnej práce:	<i>Identifikácia a optimalizácia zdrojov návštevnosti webstránok</i>
4. Oponenti habilitačnej práce:	
a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Naqibullah DANESHJO Ing., PhD. prof. Obchodná fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave ÁNO <input checked="" type="checkbox"/> NIE <input type="checkbox"/>



a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Radek TAHAL Mgr., Ph.D. doc. Fakulta podnikohospodárska, Vysoká škola ekonomická v Prahe, ČR ÁNO <input type="checkbox"/> NIE <input checked="" type="checkbox"/>
a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Václav STRÍTESKÝ Ing., Ph.D. doc. Fakulta podnikohospodárska, Vysoká škola ekonomická v Prahe, ČR ÁNO <input type="checkbox"/> NIE <input checked="" type="checkbox"/>
5. Členovia habilitačnej komisie:	
<i>predseda:</i> a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Ferdinand DAŇO Ing., PhD. prof. Obchodná fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave ÁNO <input checked="" type="checkbox"/> NIE <input type="checkbox"/>
<i>členovia:</i> a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Andrzej CHOCHÓŁ dr. hab.inz Prof. UEK Instytut Nauk o Jakości i Zarządzania Produktem , Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie , Polsko ÁNO <input type="checkbox"/> NIE <input checked="" type="checkbox"/>
a) meno a priezvisko b) akademický titul c) vedecko-pedagogický titul d) umelecko-pedagogický titul e) pracovisko f) zamestnanec vysokej školy, na ktorej sa habilitácia uskutočňuje	Ivan NOVÝ Ing., CSc. prof. Fakulta podnikohospodárska, Vysoká škola ekonomická v Prahe, ČR ÁNO <input type="checkbox"/> NIE <input checked="" type="checkbox"/>
6. Oponentské posudky:	Príloha č. 3



7. Návrh habilitačnej komisie s odporúčaním udeliť alebo neudeliť uchádzačovi titul docent v odbore habilitačného konania a inauguračného konania:	NÁVRH UDELIŤ titul docent <input checked="" type="checkbox"/> Príloha č. 4 NÁVRH NEUDELIŤ titul docent <input type="checkbox"/>
8. Rozhodnutie vedeckej rady fakulty, vrátane jeho odôvodnenia, ak sa vypracúva, a lehota na prípadné opätovné predloženie žiadosti, ak uchádzač podľa rozhodnutia vedeckej rady podmienky nespĺňa:	<u>Uznesenie Vedeckej rady OF EU v Bratislave č. 2/14.12.2023:</u> Vedecká rada Obchodnej fakulty EU v Bratislave prerokovala návrh habilitačnej komisie a konštatuje, že Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA splnil všetky stanovené podmienky a kritériá na získanie titulu docent. Na základe výsledku tajného hlasovania vedecká rada fakulty rozhodla o udelení vedecko-pedagogického titulu docent Ing. Martinovi Kuchtovi, PhD., MBA v odbore habilitačného konania a inauguračného konania obchod a marketing v odbore ekonómia a manažment.
9. Zloženie vedeckej rady fakulty, ktorá prerokovala návrh na udelenie vedecko-pedagogického titulu „docent“:	https://of.euba.sk/fakulta/organy-fakulty/vedecka-rada
10. Prezenčná listina zo zasadnutia vedeckej rady fakulty, ktorá o žiadosti rozhodovala:	<u>Príloha č. 5</u> Originál prezenčnej listiny je uložený k nahliadnutiu na sekretariáte dekana. Podpisy sa anonymizujú z dôvodu ochrany osobnosti podľa § 11 a nasl. Občianskeho zákonníka.
11. Dátum a dôvod skončenia habilitačného konania:	
12. Ďalšie údaje o priebehu habilitačného konania:	Vedecká rada Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave dňa 21. 9. 2023 prerokovala a schválila väčšinou hlasov návrh na predsedu, členov habilitačnej komisie a oponentov habilitačnej práce Ing. Martina Kuchtu, PhD. MBA.

**Príloha č. 1****Údaje o publikačnej činnosti :**

Kategórie publikačnej činnosti	Počet
Vysokoškolské učebnice (počet/AH) ACA, ACB	ACB – 3/14,454
Skriptá a učebné texty (počet/AH) BCI	BCI – 1/4,332
Vedecké monografie (počet/AH) AAA, AAB	AAB – 1/6,89
Kapitoly vo vedeckých monografiách vydané v zahraničných vydavateľstvách ABC	
Štúdie v časopisoch a zborníkoch charakteru vedeckej monografie vydané v zahraničných vydavateľstvách ABA	
Vedecké práce v domácich a zahraničných karentovaných časopisoch ADC, ADD	ADC – 2
Vedecké práce v domácich a zahraničných časopisoch registrovaných v databázach Web of Science alebo SCOPUS ADM, ADN	ADM – 4; ADN – 2
Vedecké práce a iné knižné publikácie ABD, ABB, ACC, ACD, ADE, ADF, AEC, AED	ADE – 1; ADF – 3 AED – 6
Odborné práce a iné knižné publikácie BAA, BAB, BBA, BBB, BCB, BCK, BDA, BDB, BDC, BDD, BDE, BDF, BDM, BDN, BEE, BEF, EAI, EAJ, EDI, EDJ, GHG	BCB – 1; GHG – 1
Príspevky publikované v zborníkoch (spolu)	20
- zahraničné konferencie AFA, AFC	AFC – 7
- domáce konferencie AFB, AFD	AFD – 13

Príloha č. 2**Ohlasy na vedeckú alebo umeleckú prácu :**

Citácie a ohlasy (spolu)		31
Citácie v domácich a zahraničných publikáciách registrovaných v citačných indexoch Web of Science a v databáze SCOPUS	kódy: 1, 2	Kód 1 – 18 Kód 2 – 6
Citácie v domácich a zahraničných publikáciách neregistrovaných v citačných indexoch	kódy: 3, 4	Kód 3 – 7
Recenzie v domácich a zahraničných publikáciách	kódy: 5, 6	



Príloha č. 3

Oponentské posudky

Meno a priezvisko oponenta záverečnej práce: **prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD.**

Pracovná pozícia, adresa pracoviska oponenta habilitačnej práce: **profesor, Katedra marketingu, Obchodná fakulta, EU v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, Bratislava**

OPONENTSKÝ POSUDOK *habilitačnej práce*

Meno a priezvisko uchádzača: Ing. Martin Kuchta, PhD. MBA
Názov habilitačnej práce: Identifikácia a optimalizácia zdrojov návštevnosti webstránky

OBSAHOVÁ STRÁNKA PRÁCE

1. Cieľ práce a jeho naplnenie – aktuálnosť tematiky

Hlavným cieľom habilitačnej práce je identifikácia, kategorizácia a prioritizácia zdrojov návštevnosti webstránky a návrh funkčného modelu distribúcie obsahu s cieľom maximalizácie návštevnosti na webstránke a pozitívnej stimulácie vybraných ukazovateľov výkonnosti.

Pre naplnenie hlavného cieľa boli identifikované parciálne ciele, výskumné otázky a hypotézy.

Práca je spracovaná kvalitne, hĺbka spracovania spĺňa požiadavky na tento typ práce.

Predkladaná práca je aktuálna nie len s ohľadom na zvolené ciele, z hľadiska potreby rozvoja vedeckých základov ale aj prihliadnutím na potreby praxe.

Predložená habilitačná práca je v rozsahu 131 strán. Práca je rozčlenená do šiestich kapitol, ktoré sú ďalej členené do podkapitol. Obsah je výstižne a je bohato podporený kvalitnou grafickou dokumentáciou. Práca nôsobí vyvážené kapitoly na seba logicky nadväzujú.

2. Vhodnosť použitých metód, metodológia

Na identifikáciu hlavných a parciálnych cieľov, výskumných otázok a hypotéz je využitých niekoľkých výskumných metód ktoré, pomohli dosiahnuť komplexnosť spracovania témy, pričom dôraz bol kladený na zachovanie monotematickosti spracovávaných informácií, získavaných dát a ich spracovania.

Oceňujem, že autor práce vykonal vlastný výskum.

Zvolený postup bol využitý v snahe o tvorbu komplexného a systematického pohľadu na zdroje návštevnosti webstránok. Metódy spracovania a metodické postupy sú použité správne.

3. Zhodnotenie poznatkovej bázy

Autor na základe štúdia svetovej a domácej literatúry z hľadiska rôznych konceptov dospieva k poznaniu optimalizácie zdrojov návštevnosti webstránky.

Habilitant pri spracovaní témy spracoval veľké množstvo bibliografických zdrojov (str. 117 – 128).

Konštatujem že bohatá poznatková báza bola premietnutá do prehľadovej literatúry o skúmanej problematike, identifikácie a optimalizácie zdrojov návštevnosti webstránky.

4. Prínos habilitačnej práce – výsledky

V habilitačnej práci bolo realizovaných niekoľko na seba nadväzujúcich výskumov, ktorých výsledky postupne naplnili všetky identifikované parciálne ciele. Časť habilitačnej práce otvára diskusiu o zisteniach z realizovaných výskumov a na základe logických postupov navrhuje odporúčania v skúmanej oblasti pre hospodársku prax, pre ďalší výskum a pre pedagogickú činnosť.

Výskum k identifikovaným parciálnym cieľom je následne spracovaný v kapitolách (3, 4, 5 a 6 - Identifikácia zdrojov návštevnosti webstránok, Kategorizácia zdrojov návštevnosti webstránky, Vplyv zdrojov návštevnosti na vybrané výkonnostne ukazovatele webstránky a Skúmanie vzťahov medzi zdrojmi návštevnosti a vybranými výkonnostnými ukazovateľmi webstránky).



Diskusia a návrh odporúčaní, ktoré napĺňajú hlavný cieľ sú spracované v kapitole Diskusia a návrh odporúčaní str. 102- 113.

Vysoko oceňujem vlastný výskum autora

5. Aplikačné prínosy pre prax

Prítomnosť a komunikácia firmy na internete dokáže stimulovať návštevnosť obchodu, webstránky a budovať hodnotu značky. Firmy využívajú internet a webstránky na to, aby interagovali so súčasnými zákazníkmi, nachádzali nových a dosiahli nové trhy. Pomocou webstránky a internetovej komunikácie možno budovať s existujúcim alebo potenciálnym zákazníkom aj dlhodobý vzťah.

Môžem skonštatovať, že habilitačná práca má praktické využitie.

FORMÁLNA STRÁNKA PRÁCE

6. Formálne náležitosti práce a úprava

Habilitačná práca je z hľadiska štruktúry, štylistickej úrovne a formálnej úpravy je veľmi dobrá.

Formálnu úpravu, grafickú a estetiku úpravu, prehľadnosť, štýl a jazykovú úroveň autora (Ing. Martin Kuchta, PhD. MBA) hodnotím pozitívne, práca je spracovaná na vysokej úrovni

OTÁZKY K OBHAJOBE HABILITAČNEJ PRÁCE

7. Otázky a námety do rozpravy

V práci ste identifikovali a kategorizovali širokú škálu internetových distribučných kanálov obsahu, z ktorých niektoré slúžia aj ako platformy pre vytvorenie prezencie firmy na internete

1. Je podľa vás možné, aby firma v súčasnej dobe prosperovala na internete bez webstránky?
2. A naopak, bolo by možné aby firma prosperovala výhradne s webstránkou bez využitia ďalších komunikačných kanálov?
3. Ako by tieto situácie ovplyvnili Schému 3 „Návrh distribučného životného cyklu obsahu na internete“?

Zdroje návštevnosti webstránky, nad ktorými majú firmy nízku alebo limitovanú kontrolu tvoria spravidla najsilnejší alebo druhý najsilnejší zdroj návštev. V prípade zmeny algoritmov týchto platforiem môže prísť webstránka o významnú časť návštevnosti.

4. Nepovažujete závislosť na týchto zdrojoch návštevnosti za hazard?
5. Akým spôsobom je možné minimalizovať tieto riziká?

Realizovaný výskum odhalil, že medzi kategóriou webstránky a primárnym zdrojom návštev existuje silná závislosť. Na základe zistenia odporúčate firme cielene a strategicky identifikovať kategóriu vznikajúcej primárnej alebo doplnkovej webstránky.

6. Ako toto zistenie môže využiť existujúca firma s existujúcou webstránkou a so zabehnutými procesmi vo svoj prospech?

ZÁVER

8. Záverečné hodnotenie

Po dôsledkom preštudovania dokumentácie k inauguračnému konaniu Ing. Martin Kuchta, PhD. MBA a vychádzajúc z osobného poznania menovaného je možné konštatovať, že spĺňa všetky kritéria na menovanie za docenta aktuálne platné na OF EUBA.



Práca zodpovedá požiadavkám kladeným na habilitačné práce a preto **prácu odporúčam k obhajobe**. Po úspešnom obhájení habilitačnej práce navrhujem udeliť vedecko-pedagogický titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania obchod a marketing (v odbore ekonómia a manažment)

Dátum: 15. 11. 2023

podpis oponenta: prof. Ing. Naqibullah Daneshjo, PhD.



Meno a priezvisko oponenta záverečnej práce: **doc. Mgr. Radek Tahal, Ph.D.**

Pracovná pozícia, adresa pracoviska oponenta habilitačnej práce: **Katedra marketingu, Fakulta podnikohospodárska, Vysoká škola ekonomická v Praze, Nám. W. Churchilla 1938/4, Praha 3, Žižkov, ČR**

OPONENTSKÝ POSUDOK
habilitačnej práce

Meno a priezvisko uchádzača: Ing. Martin Kuchta, PhD. MBA

Názov habilitačnej práce: Identifikácia a optimalizácia zdrojov návštevnosti webstránky

OBSAHOVÁ STRÁNKA PRÁCE

1. Cíl práce a jeho naplnění – aktuálnost

Monografie přináší ucelený pohled na zdroje návštěvnosti webových stránek, přehledně je kategorizuje. Autor prezentuje jasné informace o vazbě mezi zdroji návštěvnosti a výkonovými ukazateli. Práce se zaměřuje na aktuální témata spojené s webovou problematikou a využití internetu převážně v komerci a online marketingu.

Autor stanovil hlavní cíl práce a přehledně jej rozdělil na čtyři dílčí podcíle. V závěru práce autor přináší odpovědi na stanovené výzkumné otázky, čímž naplňuje cíl práce a obohacuje jej o praktická produktová doporučení.

2. Vhodnost použitých metod

Použité metody výzkumu hodnotím jako adekvátní. Autor aplikuje nástroje deskriptivní statistiky a postupně přechází k využití pokročilejších statistických technik jako je chí kvadrát test, Cramerovo V či ANOVA test. Volbu této série na sebe navazujících výzkumných technik považuji za vhodně zvolenou. Pro kvantitativní výzkum autor použil výzkumný vzorek o velikosti $n=320$, velikost vzorku považuji za dostatečnou a diverzitu vzorku za relevantní.

3. Zhodnocení znalostní báze

V úvodních kapitolách autor prezentuje aktuální trendy v oblasti koncipování a využívání webového obsahu a seznamuje čtenáře s používanou terminologií. Na rešerši odborných zdrojů autor navazuje popisem významu obsahu webových stránek, jako důležitého momentu pro generování požadované návštěvnosti.

Autor prokazuje znalost zkoumané problematiky. Vhodně shrnuje a cituje dosavadní poznatky ve zkoumané oblasti. Kladně hodnotím, že citované prameny jsou jak staršího, tak i velmi aktuálního data vydání, čímž prokazuje i orientaci ve vývoji a aktuálních poznatcích v oboru.

4. Přínos habilitační práce – výsledky

Autor srozumitelně formuloval a prezentoval výsledky svého bádání. Tím jednak naplnil výzkumné cíle, předložil poznatky pro praktické i akademické využití, inspiroval k dalším navazujícím výzkumům.

5. Aplikační přínosy pro praxi

Využitím předložených poznatků autora mohou firmy snadněji zacílit obsah svých webových stránek a tím lépe vytěžit potenciál cílových segmentů. Neméně důležitý význam spatřuji ve využití předložených poznatků při budování hodnoty značky.



FORMÁLNÍ STRÁNKA PRÁCE

6. Formální náležitosti práce a úprav

Formální stránku práce hodnotím pozitivně. Má logickou strukturu, je psána čtivým a zároveň dostatečně odborným jazykem. Dle mého názoru obsahuje všechny náležitosti, které jsou u odborných monografií vyžadovány.

OTÁZKY K OBHAJOBĚ HABILITAČNÍ PRÁCE

7. Otázky a námety do rozpravy

1. Ve své práci doporučujete propojit obsah webových stránek se sociálními médii. Neustále vznikají nové sociální sítě. Jaký je Váš názor na tuto skutečnost v souvislosti s marketingem firem? Převažuje podle vás výhoda z možné diverzifikace firemního marketingu nebo jde spíše o rozmělnění v oblasti zacílení.
2. V nedávné době musely firmy zavést na svých stránkách souhlas uživatelů s využíváním souborů cookies. Jaký je podle Vás vliv tohoto nařízení na vyhodnocování efektivity online prodeje a marketingu?

ZÁVĚR

8. Závěrečné hodnocení

Práce zodpovídá požiadavkám kladeným na habilitačné práce a preto **prácu odporúčam k obhajobe**. Po úspešnom obhájení habilitačnej práce **navrhujem udeliť vedeckopedagogický titul „docent“** pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania obchod a marketing (v odbore ekonómia a manažment).

Dátum: 16. 11. 2023

podpis oponenta: doc. Mgr. Radek Tahal, Ph.D.



Meno a priezvisko oponenta záverečnej práce: **doc. Ing. Václav Stříteský, Ph.D.**

Pracovní pozícia, adresa pracoviska oponenta habilitačnej práce: **Katedra marketingu, Fakulta podnikohospodářská, Vysoká škola ekonomická v Praze, Nám. W. Churchilla 1938/4, Praha 3, Žižkov, ČR**

OPONENTSKÝ POSUDOK
habilitačnej práce

Meno a priezvisko uchádzača: Ing. Martin Kuchta, PhD. MBA

Názov habilitačnej práce: Identifikácia a optimalizácia zdrojov návštevnosti webstránky

OBSAHOVÁ STRÁNKA PRÁCE

1. Cieľ práce a jeho naplnenie – aktuálnosť tematiky

Se stále rostoucím významem internetového marketingu, který se zřetelně odráží mj. ve výdajích na on-line reklamu, jsou výzkumy v této oblasti velice relevantní a vítané jak pro marketingovou teorii, tak praxi. Autor aktuálnosť tématu veľmi dobre vysvetľuje a zdůvodňuje v samotném úvodu práce. Zdůrazňuje, že masivní expanze internetu a jeho začlenění do každodenního života vytvořily nový komunikační kanál pro firmy, které hledají možnosti jeho využití a správné implementace pro marketingové a obchodní účely. Úvod habilitační práce se pohybuje od historického pohledu na vývoj internetu k současnému významu přítomnosti firem na internetu a nutnosti využívání různých internetových nástrojů a platforem pro šíření obsahu k cílovým skupinám. Tato oblast představuje výzkumnou mezeru, což naznačuje hlavní cíl práce. Ten je srozumitelně a věcně stanoven v úvodním textu takto:

„Identifikace, kategorizace a prioritizace zdrojů návštěvnosti webové stránky a návrh funkčního modelu distribuce obsahu s cílem maximalizace návštěvnosti na webové stránce a pozitivní stimulace vybraných ukazatelů výkonnosti.“ Tento hlavní cíl byl dále v kapitole 2 rozveden do čtyř cílů dílčích:

1. Identifikace internetových platforem a jejich kanálů využívaných na distribuci obsahu.
2. Verifikace a kategorizace identifikovaných internetových platforem jejich kanálů s cílem nabídnout strategický pohled na internetové distribuční možnosti.
3. Zjistit vliv zdrojů návštěvnosti webové stránky na vybrané výkonnostní ukazatele.
4. Identifikace vztahů mezi vybranými zdroji návštěv a jejich vybranými parametry.

K jednotlivým cílům byly zvoleny a zdůvodněny adekvátní výzkumné metody. Habilitační práce je vyvážená, možná úvodní rešerše literatury k tématu významu a účinnosti zdrojů návštěvnosti mohla být podrobnější, jelikož současný výzkum nabízí nespočet studií zaměřených na vybrané zdroje návštěvnosti, jako jsou např. sociální sítě, avšak pro účely a zaměření této publikace je uchopení úvodní rešerše pochopitelné a její zaměření relevantní.

2. Vhodnosť použitých metod, metodológia

Autor kombinoval víceru metod sběru a analýzy dat, a to s návazností na dílčí cíle práce. První část výzkumu se opírá o sadu dotazníkových šetření, které autor sám označil za ankety. To samozřejmě snižuje váhu a zobecnitelnost takových zjištění. Respondenti byli vybráni dle profesního zaměření skrze cíleně zvolenou komunitu na Facebookové skupině. V rámci této skupiny se jednalo o samovýběr respondentů. První fáze výzkumu má spíše charakter explorace, což je rovněž pro dané téma užitečný výstup. Autor by měl jen opatrněji nakládat s jejími závěry, tedy nelze se plně spolehnout, že by výsledky spolehlivě reflektovaly skutečný význam a využití jednotlivých kanálů. Spíše průzkum ukazuje, které by to mohly být.

Kvalitativní výzkum pomohl kvalifikovaněji kategorizovat zdroje návštěvnosti a zvolit vhodná kritéria této kategorizace. Z hlediska metodiky je zde limit pouze 3 respondentů, navíc působících ve stejné společnosti. Z hlediska metodologie šlo o skupinovou diskusi, autor mohl v publikaci předložit scénář této diskuse. Tato část výzkumu mohla být zaměřena na širší související problematiku a otázky ve vztahu ke zdrojům návštěvnosti. Při zapojení víceru expertů by byl přínos této části jistě významnější. Pro účely a cíle stanovené autorem však přinesla potřebná zjištění, přestože možných pohledů na kategorizaci zdrojů návštěvnosti existuje jistě více. Např. hledisko flexibility, s jakou lze s daným zdrojem pro marketingové účely pracovat (příkladem organické vyhledávání -SEO vs. reklama ve vyhledávání - PPC).

Poslední část výzkumu je z hlediska volby metod a přístupu ke zpracování dat nejzdařilejší. Autor naprosto správně využil tvrdých dat z návštěvnosti webů, což je přístup, který se v online marketingu přirozeně nabízí, a vyvažuje nevýhody deklaráce respondentů v dotazníkovém šetření. Výzkum se opírá o poměrně robustní výběrový soubor čítající více než 300



měřených webů. Je přirozené, že autor by obtížně získával přístupy do webové analytiky zkoumaných firem, proto se opírá o zřejmě nejpoužívanější dostupný nástroj k odhadu návštěvnosti - SimilarWeb. Autor zde mohl jen lépe popsat způsob výběru zapojených webů do výzkumu. Uvádí, že se jedná o lokální i globální stránky, to zde mohlo ovlivnit výsledky. Autor vhodně zapojil několik kategorií dle zaměření webových stránek. Určitá nevyváženost z hlediska počtu zkoumaných webů v jednotlivých kategoriích by mohla být opět v práci zdůvodněna, v řadě případů však logicky vyplývá z nerovnoměrného zastoupení těchto kategorií na trhu (např. e-commerce vs. zpravodajství). Autor zvolil k testování stanovených hypotéz odpovídající statistický aparát. Tuto část lze považovat za velice přínosnou jak z pohledu metodiky, tak vyplývajících zjištění.

3. Zhodnotenie poznatkovej bázy

Autor prokázal, že se zkoumanou oblastí systematicky zabývá a rozumí jí. Teoretická východiska koncentroval do vybraných pohledů na význam webové stránky a zdrojů její návštěvnosti pro firmu. Zejména v oblasti významu zdrojů by potenciál rešerše literatury vydal na několik set stran, jelikož na dílčí zdroje návštěvnosti byla provedena celá řada studií. Jak bylo uvedeno výše, kapitola 1 přináší vyvážený pohled na poznatkovou bázi k tématu, je k rozsahu a zaměření výzkumu přiměřená.

4. Prínos habilitačnej práce – výsledky

Autor srozumitelně prezentoval dílčí výsledky všech částí výzkumu formou přehledných tabulek a grafů. V závěrečné části publikace shrnul a diskutoval zjištěné výsledky a formuloval řadu doporučení. Publikace přináší komplexní pohled na problematiku zdrojů návštěvnosti webových stránek a jejich optimalizaci. Publikace může být inspirací pro navazující výzkumy v této oblasti.

5. Aplikačné prínosy pre prax

Autor v závěru publikace navrhnul řadu konkrétních doporučení pro firemní praxi a vytvořil schéma distribučního životního cyklu obsahu na internetu. Publikované výsledky mohou pomoci firmám lépe prioritizovat zdroje návštěvnosti, popř. alespoň definovat reálná očekávání od jejich výkonu. Zhodnocení bylo provedeno optikou dostupných ukazatelů, zejména samotné návštěvnosti a její kvality z pohledu doby strávené na stránkách a počtu stránek za návštěvu. Pro firemní praxi by jistě byl užitečný pohled skrze obchodní výkonnost těchto nástrojů, tedy počet konverzí, konverzní poměr, cenu za konverzi nebo průměrnou hodnotu konverzí. Dostupná data tento pohled neumožňovala, nelze tedy považovat za nedostatek předložené publikace. Autor možná bude v budoucnu v podobném výzkumu pokračovat, nabízí se spolupráce s digitálními agenturami, které by mohly zprostředkovat anonymizovaná a agregovaná data z webové analytiky klientů včetně uvedených výkonnostních parametrů.

FORMÁLNA STRÁNKA PRÁCE

6. Formálne náležitosti práce a úprava

Formální stránka publikace je bez jakýchkoli výtěk, autor předložil přehledně a logicky strukturovaný text, doprovodné grafy a tabulky jsou čitelné a srozumitelné. Součástí příloh mohlo být znění využitých dotazníků v kvantitativním výzkumu. Po stylistické a jazykové stránce práce nevykazuje žádné závažnější chyby.

OTÁZKY K OBHAJOBE HABILITAČNEJ PRÁCE

7. Otázky a námety do rozpravy

V rámci rozpravy by se autor mohl vyjádřit k těmto otázkám a námětům:

1. Lze zobecnit hlediska výběru webových stránek pro analýzu návštěvnosti a jejich zdrojů v poslední části Vašeho výzkumu?
2. Nejvyšší průměrný strávený čas na sociálních sítích není jistě překvapením a potvrzuje očekávání. Ale jak si vysvětlit nejnižší hodnotu průměrného stráveného času v kategorii zpravodajství (magazínů), kam mají návštěvníci chodit za obsahem? Jaká byste dal doporučení těmto stránkám pro zvýšení hodnot stráveného času a také počtu navštívených podstránek, které vlastně generují výnosy skrze imprese reklamy?
3. Jak mohou do úvah o významu zdrojů návštěvnosti optikou této publikace vstupovat další faktory, jako jsou vzájemné interakce mezi zdroji návštěvnosti, atribuční modelování, cílení na různé fáze zákaznického trychtýře (viz model See Think Do Care) apod.? Diskutujte.



ZÁVER

8. Záverečné hodnotenie

Práca zodpovedá požiadavkám kladeným na habilitačné práce a preto **prácu odporúčam k obhajobe**. Po úspešnom obhájení habilitačnej práce navrhujem udeliť vedecko-pedagogický titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania obchod a marketing (v odbore ekonómia a manažment).

Dátum: 16. 11. 2023

podpis oponenta: doc. Ing. Václav Stříteský, Ph.D.



Príloha č. 4

Návrh habilitačnej komisie s odporúčaním

Po zhodnotení všetkých predložených podkladov, posúdení habilitačnej prednášky a obhajoby habilitačnej práce komisia pre habilitačné konanie Ing. Martina Kuchtu, PhD. MBA konštatuje nasledovné:

- všetky podklady predložené na habilitačné konanie boli spracované v súlade s vyhláškou MŠVVaŠ SR č. 246/2019 Z. z. o postupe získavania vedecko-pedagogických titulov alebo umelecko-pedagogických titulov docent a profesor, a v súlade so zákonom č. 131/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov;
- v priebehu konania boli dodržané všetky termíny stanovené vyhláškou MŠVVaŠ SR č. 246/2019 Z. z. o postupe získavania vedecko-pedagogických titulov alebo umelecko-pedagogických titulov docent a profesor;
- Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA plní všetky kritériá predpísané EU v Bratislave na získanie titulu „*docent*“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania *obchod a marketing*;
- možno potvrdiť, že habilitant počas svojho pôsobenia na EU v Bratislave preukázal odbornú pedagogickú erudovanosť, systematicky inovuje, rozvíja a obohacuje obsah zabezpečovaných predmetov a prispieva k rozširovaniu poznania v oblasti svojho pedagogického a vedecko-výskumného zamerania;
- svojou publikačnou činnosťou dokázal, že poznatky získané z praxe a na základe riešenia vedecko-výskumných projektov dokáže efektívne spracúvať a prezentovať,
- v rámci verejnej rozpravy uspokojivo zodpovedal otázky oponentov i ďalších účastníkov habilitačného konania. Preukázal v nich vysokú erudovanosť a komplexnosť vedomostí poznania širších ekonomických i spoločensko-politických súvislostí predmetnej problematiky,
- svojou pedagogickou prácou a výučbou prispieva ku skvalitneniu pedagogického procesu a k prehĺbovaniu vedeckých poznatkov v skúmanej problematike,
- obhajobou svojej habilitačnej práce a habilitačnou prednáškou dokázal, že je vyhranenou vedeckou osobnosťou s vlastným prínosom v oblasti výskumu, odborne erudovaný a pripravený výsledky svojej práce v tejto oblasti kvalifikovane prezentovať.

Na základe zhodnotenia vyššie uvedených skutočností a splnených kritérií habilitačná komisia dospela k záveru, že Ing. Martin Kuchta, PhD., MBA plní všetky požadované podmienky a kritériá na získanie vedecko-pedagogického titulu „*docent*“ a preto Vedeckej rade Obchodnej fakulty EU v Bratislave

odporúča

schváliť udelenie vedecko-pedagogického titulu docent v odbore habilitačného konania a inauguračného konania obchod a marketing Ing. Martinovi Kuchtovi, PhD., MBA

V Bratislave, 14. decembra 2023

podpisy predsedu, členov habilitačnej komisie a oponentov habilitačnej práce



Príloha č. 5

Prezenčná lista zo zasadnutia vedeckej rady, ktorá o žiadosti rozhodovala

Prezenčná listina zo zasadnutia Vedeckej rady Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave zo dňa 14. 12. 2023		
1.	DRÁBIK Peter, doc. Ing., PhD.- predseda	prítomný
2.	BUGÁR Štefan, PhD., PhD., MBA <i>riaditeľ, Hotel Kaštieľ Mojmírovce</i>	ospravedlnený
3.	DANESHJO Naqibullah, prof. Ing., PhD.	prítomný
4.	DAŇO Ferdinand, prof. Ing., PhD.	prítomný
5.	FERENČÍKOVÁ Soňa, prof. Ing., PhD.	prítomná
6.	FRANCOVÁ Zuzana, doc. Ing., PhD.	prítomná
7.	HANULÁKOVÁ Eva, prof. Ing., PhD.	prítomná
8.	HNILICA Jiří, prof. Ing., Ph.D. <i>Fakulta podnikohospodárska, VŠE v Praze, Česko</i>	ospravedlnený
9.	KARLÍČEK Miroslav, doc. Ing., Ph.D. <i>Fakulta podnikohospodárska, VŠE v Praze, Česko</i>	prítomný
10.	KAŠŤÁKOVÁ Elena, doc. Mgr., PhD.	prítomná online
11.	KITTOVÁ Zuzana, prof. Ing., PhD., M.B.L.- HSG	ospravedlnená
12.	KONŠŤIAK Pavol, doc. Ing., PhD. <i>viceprezident, Zväz obchodu SR</i>	ospravedlnený
13.	KRIŠTOFÍK Peter, prof. Ing., Ph.D. <i>Ekonomická fakulta, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici</i>	prítomný online
14.	KRNÁČOVÁ Paulína, doc. Ing., PhD.	prítomná
15.	KUBIČKOVÁ Viera, prof. Ing., PhD.	prítomná online
16.	NOVÝ Ivan, prof. Ing., CSc. <i>Fakulta podnikohospodárska, VŠE v Praze, Česko</i>	prítomný
17.	ORGONÁŠ Jozef, doc. Ing., PhD. MBA	prítomný
18.	PUŠKÁROVÁ Paula, doc. Ing., DiS. art., PhD.	prítomná
19.	REHÁK Róbert, doc. Ing., PhD.	prítomný
20.	ROZIN Alexander, Ing., PhD. <i>výkonný riaditeľ, INCHEBA, a. s.</i>	prítomný
21.	TAUŠER Josef, doc. Ing., Ph.D. <i>Fakulta mezinárodných vzťahů, VŠE v Praze, Česko</i>	ospravedlnený
22.	VÝROST Tomáš, doc. Ing., PhD.	prítomný
23.	ŽÁK ŠTEFAN, doc. Ing., PhD., MBA, LL.M.	prítomný