

## Posudek oponenta disertační práce

**Téma:** *Využití sociálních médií v podnikání s důrazem na marketing*

**Typ práce:** *Disertační práce*

**Autor:** *Ing. David Prantl*

**Oponent:** *doc. Ing. Václav Strítěský, Ph.D.*

### **Formální aspekty disertační práce, vyjádření k systematickosti, přehlednosti, formální úpravě a jazykové úrovni disertační práce**

Práce je přehledná, nemá žádné významnější formální nedostatky. Práce má logickou strukturu, stylistika textu odpovídá požadavkům na podobný typ prací. Místy se jen objevují např. nesprávné tvary číslovek, jako „12-ti letům“ na s. 34, avšak jedná se spíše o výjimky v jinak odpovídající jazykové úrovni práce. Práce obsahuje veškeré požadované náležitosti, vypovídá o důsledném přístupu doktoranda i školitele.

### **Obsah disertační práce, vyjádření se k volbě tématu, metodologickým postupům, kvalitě analýzy a zhodnocení světového poznatkového fondu v dané oblasti**

Téma disertační práce patří mezi velmi zkoumané oblasti, jak ostatně příznačně sám doktorand dokládá na Obrázku 9. Obrázkem 10 dále trefně poukazuje na stále rostoucí zájem vědecké komunity o téma sociálních médií. To zároveň klade nemalé požadavky na originalitu a skutečný přínos vlastního výzkumu, jelikož mnoho otázek skrze nesčetné množství publikací a odborných článků již bylo zodpovězeno. Ve prospěch nových výzkumů na toto téma hraje obrovská dynamika prostředí, zejména pak ve vztahu k digitálnímu světu, a rovněž řada specifik lokálního českého trhu. Ten je v mezinárodních výzkumech logicky poměrně opomíjen. Z uvedených důvodů lze volbu tématu hodnotit kladně.

Teoretickou část práce tvoří obsahově logický sled kapitol, ve kterém je odkazováno na velké množství relevantních odborných zdrojů. Doktorand tak prokázal schopnost systematické práce se zahraniční odbornou literaturou. Rešerši literatury lze označit za poctivou, autor srozumitelně vydefinoval související zkoumaná témata a popsal dosavadní stav poznání v jednotlivých oblastech. V některých částech práce mohla být prezentována aktuálnější data. To se týká např. počtu aktivních uživatelů vybraných sociálních médií v 2. kapitole apod.

Autor ve své práci vhodně zvolil smíšený výzkum, kombinoval výzkum kvalitativní i kvantitativní. Mezi konkrétní metody primárního výzkumu v rámci disertační práce patří verifikace analytických nástrojů k měření návštěvnosti. Analýza se týká webových stránek, nikoliv sociálních médií, avšak v práci je význam tohoto výzkumu vysvětlen. Autor rovněž správně poukazuje na rozdíly ve zjišťování dat z webových stránek a sociálních médií, kde nástroje pracují s přesnými daty. Na druhé straně je zde oblast např. měření sentimentu příspěvků, kde se setkáváme mnohdy se značnou nepřesností a jedná se o velmi zkoumané téma v oblasti sociálních médií. Verifikace vybraných nástrojů měření sentimentu v sociálních médiích by jistě byla rovněž velmi vítanou částí práce. Vybrané verifikované nástroje dále autor využil v druhém šetření. Zde dospěl k zajímavým výsledkům vztahu pozitivních příspěvků v sociálních médiích a vývoje hodnoty akcií, který potvrdil pouze na trhu B2C. Poslední část výzkumu založená na případové studii dokresluje způsob využití sociálních médií na českém

trhu, ale vzhledem ke zvolenému souboru firem i hloubce zpracování se jedná pouze o doplnění předchozích výzkumů. Výsledky této části nelze zobecňovat ani z pohledu převažujících přístupů na českém trhu, ani na faktory úspěšné komunikace v sociálních médiích. Z druhého pohledu se však některá zjištění autora v případových studiích ověřují.

### **Cíle disertační práce, vyjádření se k formulaci stanovených cílů a k jejich naplnění**

Hlavním cílem předložené práce je vytvořit přehled stěžejních oblastí, ve kterých podniky mohou efektivně využívat sociální média. Pro splnění hlavního cíle práce autor dále definoval dílčí cíle práce:

1. Na základě relevantních zdrojů vymezit současné znalosti v oblasti využívání sociálních médií se zaměřením na externí marketingovou komunikaci.
2. Popsat a zhodnotit možnosti získávání dat relevantních k sociálním médiím v prostředí internetu.
3. Popsat a zhodnotit využívání sociálních médií podniky.

Hlavní cíl i dílčí cíle tvoří logický celek, autor dále stanovené cíle zdůvodnil a upřesnil jejich způsob naplnění v definici dílčích úkolů s vazbou na jednotlivé dílčí cíle. Ze stanovených cílů se může jevit předpoklad autora, že deskripce stavu využívání sociálních médií podniky poskytne přehled o oblastech s možností efektivního využití sociálních médií. Samotná skutečnost, že podniky v dané oblasti sociální média využívají, však ještě nemusí znamenat, že je to způsob efektivní. Takové poznání mohou podložit buď tvrdá data z měření marketingových aktivit na sociálních médiích nebo deklarace dotazovaného výběru firem. Celkový postup práce s vazbou na vybrané metody výzkumu přehledně zobrazuje schéma na Obrázku 1 na s. 19.

### **Vyjádření se k relevantnosti přijatých hypotéz vzhledem k řešenému problému, posouzení kvality a náročnosti užitého metodického aparátu k jejich testování, zhodnocení kvality a rozsahu empirického materiálu**

Doktorand v dílčím výzkumu stanovil dvě hypotézy:

- Hypotéza 1: Společnosti B2C s vyšším podílem pozitivních příspěvků mají vyšší průměrný růst cen akcií než společnosti B2C s nižším podílem pozitivních příspěvků
- Hypotéza 2: Společnosti B2B s vyšším podílem pozitivních příspěvků mají vyšší průměrný růst cen akcií než společnosti B2B s nižším podílem pozitivních příspěvků

Testování proběhlo na několika desítkách firem, výběr firem byl vysvětlen a zdůvodněn. Limitem se může jevit doplnění výběru o lokální cestovní kanceláře, to autor zdůvodnil podloženou vysokou frekvencí využívání sociálních médií v tomto odvětví. Vzhledem k cíli výzkumu je takové zjednodušení opodstatněné.

K testování hypotéz byl využit správný statistický aparát.

### **Stanovisko k výsledkům disertační práce a původnímu konkrétnímu přínosu doktoranda, zhodnocení významu pro obor, posouzení možností dalšího rozpracování tématu**

Výsledky disertační práce obsahují výstupy vícero výzkumů, které doktorand realizoval. Zejména verifikace přesnosti analytických nástrojů v kap. 4 a analýza vztahu hodnoty akcií a sentimentu příspěvků v sociálních médiích poskytují přínosné výsledky pro obor. Případová

studie nabízí inspirující pohledy do možností využití sociálních médií ve firemní praxi. V závěru autor definuje a vysvětluje jednotlivé oblasti možného využití sociálních médií ve firemní sféře s důrazem na marketing, čímž naplňuje hlavní cíl disertační práce. Některé z definovaných oblastí nejsou významněji propojeny na obsah a výsledky výzkumu disertační práce, např. oblast personálního marketingu, která patří mezi rozšíření autora oproti výzkumu Alalwan a kol. (2017), není blíže v práci zkoumána. Tyto skutečnosti mohou místy navozovat dojem určitého odtržení hlavního výstupu práce od dílčích výzkumů. Oblasti efektivního využití sociálních médií ve firemní praxi by jistě pomohlo doložit např. dotazováním reprezentativního výběru firem, popř. expertním výzkumem. Autor mohl v závěru vymezit podrobněji další možná směřování navazujících výzkumů, která zde rozhodně potenciál mají. Celkově práce přináší hodnotné výsledky a stanovené cíle lze považovat za splněné.

### **Vyjádření se k publikačním aktivitám doktoranda v souvislosti s kvalitou díla**

Doktorand publikoval články a příspěvky v publikacích indexovaných ve WOS a Scopus. Jejich zaměření souvisí s tématem disertační práce. Publikační aktivity s přehledem odpovídají požadavkům na studenta doktorského studia.

### **Otázky k diskusi v rámci obhajoby:**

- 1) Provedený výzkum ukázal, že v segmentu B2B sentiment příspěvků na sociálních médiích nesouvisí s vývojem hodnoty podniků na akciových trzích. Na trzích B2C ano. Kde vidíte možná vysvětlení této odlišnosti ve vztahu zkoumaných proměnných?
- 2) Výsledky výzkumu nepotvrzují velký význam sociálních médií jako zdroje návštěvnosti firemních webů. Nakolik daný výzkum reflektuje placené (reklamní) příspěvky na sociálních sítích? Ty bývají oproti organickým příspěvkům s firemním webem / elektronickým obchodem zpravidla provázány.

### **Jednoznačné vyjádření oponenta, zda doporučuje či nedoporučuje disertační práci k obhajobě (dle zákona č. 111/1998 Sb. § 47):**

Protože, obsah práce splňuje požadavky kladené na doktorskou disertační práci, samotná práce je kvalitní a autor zde prokázal potřebné znalosti v daném oboru a schopnost vědecky pracovat, což dokazuje mj. i prezentovaná publikační činnost, hodnotím tuto doktorskou práci kladně a doporučuji tuto doktorskou práci k obhajobě.

V případě úspěšné obhajoby navrhuji, aby byl ing. Davidu Prantlovi udělen titul doktor (Ph.D.) v oboru Podniková ekonomika a management.

V Praze dne 28. 3. 2020

doc. Ing. Václav Stráteský, Ph.D.

