



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

**Stanovisko habilitační komise
k návrhu na jmenování Ing. Martina Klepka, Ph.D. docentem
pro obor Podniková ekonomika a management**

Ing. Martin Klepek, Ph.D. požádal o zahájení habilitačního řízení v oboru „Podniková ekonomika a management“ podle ustanovení § 72 zákona o vysokých školách dne 1. listopadu 2022. Obchodně podnikatelská fakulta SU má akreditován obor „Podniková ekonomika a management“ pro habilitační řízení na základě rozhodnutí MŠMT ze dne 14. října 2015, č.j. MSMT-35082/2015 do 1. listopadu 2023.

Děkan prof. Ing. Daniel Stavárek, Ph.D. dne 9. 11. 2022 navrhnul habilitační komisi ve složení:

Předseda: **prof. Ing. Richard Pospíšil, Ph.D.**, UP v Olomouci, FF

Členové: **doc. Ing. et Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.**, MENDELU v Brně, PEF

doc. JUDr. Ing. Jana Majerová, Ph.D., AMBIS vysoká škola, a.s.

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc., VŠB-TU Ostrava, EkF

doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D., SU v Opavě, OPF

Habilitační komise byla následně dne 24. 11. 2022 schválena Vědeckou radou SU OPF. Členové komise se seznámili s písemnou dokumentací předloženou uchazečem a konstatovali, že Ing. Martin Klepek, Ph.D. předložil všechny doklady, které jsou podle § 72 odst. 2 zákona o vysokých školách, pro zahájení habilitačního řízení nezbytné. Ve smyslu téhož ustanovení předložil habilitační práci na téma „*Modelování chování zákazníka v prostředí e-commerce*“. Všechny formální požadavky stanovené § 72, zákona o vysokých školách, pro zahájení habilitačního řízení uchazeč splnil.

Pro posouzení habilitační práce byli habilitační komisí dne 8. 12. 2022 jmenováni tito oponenti:

prof. Ing. Alena Kusá, Ph.D., UCM, FMK

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D., UTB ve Zlíně, FaME

doc. Ing. Radoslav Škapa, Ph.D., MUNI, ESF

Členové komise posoudili dosavadní vědeckou a pedagogickou kvalifikaci uchazeče pro daný obor a jeho předcházející pedagogickou praxi a na základě oponentských posudků zhodnotili úroveň habilitační práce.

Posouzení pedagogické a vědecké kvalifikace uchazeče

Ing. Martin Klepek, Ph.D. je absolventem Slezské univerzity v Opavě, Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné všech akreditovaných stupňů studia. V roce 2016 úspěšně dokončil doktorské studium v oboru Podniková ekonomika a management na SU OPF. Svou pedagogickou činnost zahájil v témže roce na Slezské univerzitě v Opavě, Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné, kde v současnosti působí jako odborný asistent Katedry podnikové ekonomiky a managementu.

Pedagogická činnost

Ve výuce se věnuje marketingovým předmětům. Na katedře vyučoval či vyučuje předměty Marketing, Marketingový výzkum, Základy vědeckého myšlení, E-marketing, Nákupní marketing, Marketingová simulační hra, Design a správa webové stránky, Kreativní myšlení, Master thesis seminar, Principles of marketing, Trade organizations, Services marketing. Vedl přes 70 diplomových a bakalářských prací včetně studentů v mezinárodním studijním programu Business Economics and Management. U jedné dokončené dizertační práce působil v roli konzultanta. Je členem komisí pro státní závěrečné zkoušky. Je autorem několika studijních textů. V roce 2021 se stal garantem studijního programu Digitální business a tím také součástí Rady garantů na SU OPF. V rámci mezinárodní pedagogické činnosti přednášel na univerzitách ve Finsku, Nizozemí a Maďarsku.

Vědecko-výzkumná činnost

Ve své vědecko-výzkumné činnosti se věnuje oblastem marketingu a podnikání. Bližší zaměření jsou moderní kanály komunikace a obchodu, tedy sociální média a elektronické obchodování. Aktivně se zapojuje do řešení vzdělávacích a rozvojových projektů. Je řešitelem nebo členem řešitelských týmů několika vědeckovýzkumných projektů. Ve své vědecko-výzkumné činnosti spolupracuje také se zahraničím. U mezinárodních projektů se zapojil do projektu Horizon 2020 a COST.

A. Výzkumné projekty financované z externích zdrojů

1. H2020-INNOSUP-2018-2019-05, EFFECT-SME Enhancing and Facilitating Funding Evaluation and data Collection Techniques focused on start-up/SME support programmes, Evropská unie Horizon 2020, duben 2021 – březen 2022, člen týmu
Výstup: SBARBATI, S., ROMERO, R. S., ZAJÍC, R., KLEPEK, M., ŠIMEK, D. a A. PÍCHOVÁ. Enhancing and Facilitating Funding Evaluation and data Collection Techniques focused on start-up/SME support programmes. Design Option Paper Dostupné z: <https://doi.org/10.3030/970893>
2. CA18115, Transnational Collaboration on Bullying, Migration and Integration at School Level, Evropská unie COST, duben 2019 - duben 2023, člen týmu
Výstup: DUHÁČEK ŠEBESTOVÁ, J., ŠPERKA, R. a M. KLEPEK, 2021. Migration and Integration at School Level: A Czech Preliminary Study Paper. In: *Proceedings of International Conference Economic and Societal Challenges of the European Economy (Covid and Post-Covid Period)*. Karviná: Silesian University, pp. 63-74. ISBN 978-80-7510-488-5. (in press)
3. RRC/07/2014, Udržitelné podnikání a jeho podpora v kontextu očekávaného socioekonomického vývoje Moravskoslezského (MS) kraje, MSK, 2014, člen týmu
Výstup: ŠEBESTOVÁ, J., M. KLEPEK, S. ČEMERKOVÁ a P. ADÁMEK, 2015. Regional entrepreneurship culture and the business lifecycle: Patterns from the moravian-silesian region. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. **63**(6), 2137–2144.

B. Výzkumné projekty financované z interních zdrojů

1. SGS/22/2022, Predikce celoživotní hodnoty zákazníků pro e-shopy, SU OPF, 2022-2023, řešitel
2. IGS/13/2022, Příprava k habilitačnímu řízení na Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné Slezské univerzitě v Opavě v roce 2022: "Modelování chování zákazníka v prostředí e-commerce.", SU OPF, 2022, řešitel
3. SGS/20/2022, Faktory ovlivňující konverze na podnikovém webu, SU OPF, 2022-2023, člen týmu
4. SGF/6/2020, Consumer decision making in the presence of the context effects and brands, SU OPF, 2020-2021, konzultant
5. SGS/15/2020, Paretovo pravidlo v marketingu v kontextu e-commerce, SU OPF, 2020-2021, řešitel
6. IGS/15/2019, Využití procesu tvorby zákaznické osoby při kreativní tvorbě obsahu v marketingové komunikaci, SU OPF, 2019, řešitel
7. IGS/11/2018, Typologie spotřebitele z pohledu motivace k interakci se značkami na sociálních sítích, SU OPF, 2018, řešitel
8. IGS/11/2017, Vymezení faktorů determinujících zákaznickou angažovanost ke značkám v prostředí sociálních sítí v ČR, SU OPF, 2017, řešitel
9. SGS/7/2017, Akceptace technologie z pohledu marketingových nástrojů, SU OPF, 2017 - 2019, člen týmu

C. Projekty realizované ve spolupráci s praxí

Projekty aplikovaného výzkumu:

1. Výzkum spokojenosti obyvatel města Karviná, Město Karviná, 2022, člen týmu
2. Studie pro pochopení klíčových parametrů rozhodování zákazníků, NetDirect s.r.o., 2022, řešitel
3. Výzkum v oblasti elektronického obchodování, NetDirect s.r.o. a Zásilkovna s.r.o., 2021, řešitel
4. Výzkum spokojenosti s poskytovanými službami TSK a zjištění zájmu o novou službu, Technické služby Karviná, a.s., 2021, člen týmu
5. Marketingový audit a příprava marketingové strategie firmy CZ Testing Institute, CZ testing institute s.r.o., 2018, řešitel
6. Výzkum potřeb obyvatel pro strategický plán obce: Petrovice, Velká polom, Vělopolí, Střítež, 2015, člen týmu

Publikační činnost

Je spoluautorem 2 kapitol v monografiích, 4 učebních testů a přes 35 odborných příspěvků publikovaných v domácích i zahraničních vědeckých časopisech (4 WOS, 9 SCOPUS) či sbornících prezentovaných na vědeckých konferencích u nás i v zahraničí. Je recenzentem v prestižních časopisech jako jsou European Journal of Marketing; Journal of Business Economics and Management; International Journal of Consumer Studies; E&M Economics and Management; International Journal of Market Research a Applied Artificial Intelligence.

Celkové hodnocení plnění minimálních požadavků v oblasti publikační a vědecké práce uchazeče

Na základě posouzení předložených publikačních a dalších podkladů habilitační komise konstatuje, že uchazeč splňuje minimální požadavky stanovené ve směrnici děkana č. 1/2021 pro habilitační řízení na Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné.

Komise diskutovala a online ověřila eventuelní tituly impaktovaných časopisů, že nejsou v nakladatelství MDPI. Komise kladně hodnotí, že je uchazeč 6x recenzentem ve vědeckých časopisech (5x WoS a 1x SCOPUS). Uchazeč vykazuje dostatečnou odbornou činnost – články Jsc překračuje (kritérium 3, skutečnost 7), avšak komise konstatuje, že články jsou vydávány časopisy na národní úrovni. Komise citace kontrolovala rovněž online - počet citací bez autocitací ve WoS je 50, H-Index = 4.

Publikační činnost

Závazné minimální požadavky na autorství/významné spoluautorství		Požadavek	Skutečnost
1	Odborná knižní publikace nebo článek ve světovém jazyce v časopise evidovaném v databázi Web of Science s nenulovým impakt faktorem (IF) vyšším než je medián IF oboru habilitace nebo příbuzného oboru v roce, kdy byl článek publikován (dle Journal Citation Reports).	1	1
2	Odborný článek v časopise evidovaném v databázi Web of Science s nenulovým IF v roce, kdy byl článek publikován (dle Journal Citation Reports).	1	2
3	Odborný článek v časopise, který je evidován v databázi SCOPUS s přiděleným indexem Scientific Journal Rankings (SJR) v roce, kdy byl článek publikován. Články v časopise s nenulovým IF mohou nahradit články SCOPUS.	3	7

Uznání vědecko-pedagogické práce uchazeče domácí a zahraniční odbornou veřejností

Závazné minimální požadavky		Požadavek	Skutečnost
1	Citace v publikacích jiných autorů evidované ve světově uznávaných databázích (Web of Science, SCOPUS) bez autocitací	5	59
2	Ostatní citace v publikacích jiných autorů bez autocitací	15	103

Habilitační práce s názvem „Modelování chování zákazníka v prostředí e-commerce“ je koncipována jako písemná práce, která přináší nové vědecké poznatky, a to v souladu se zněním § 72, odst. 3a zákona o vysokých školách. Práce se věnuje otázce frekvence nakupování a loajality zákazníka. Hlavním cílem práce je identifikovat empirické generalizace v nákupním chování zákazníka a specifikovat jejich dopady na růst e-shopů.

Všechny tři oponentské posudky jsou kladné s uvedením připomínek a otázek k obhajobě. Konstatují, že práce odpovídá požadavkům § 72 zákona o vysokých školách. Oponenti doporučují předloženou práci k obhajobě před vědeckou radou fakulty.

Z habilitantem navržených témat habilitační přednášky bylo k přednesení před Vědeckou radou SU OPF vybráno téma „Pomůže e-shopům k růstu akvizice nebo retence zákazníka?“.

Shrnutí vědeckých a praktických přínosů habilitační práce

doc. Ing. Radoslav Škapa, Ph.D.

Práce se věnuje tématu, které marketingová literatura zpracovává již po desetiletí, a sice otázce frekvence nakupování a loajality zákazníka. Nové je na této práci skutečnost, že autor používá model, který byl úspěšně využíván primárně v off-line prostředí. V habilitační práci zkoumá, zda tento model má své opodstatnění i v oblasti několika výrobních kategorií prodávaných na internetu. Vedle tohoto jádra práce text v první části obsahuje také kritické zhodnocení současného výzkumu v marketingu z pohledu metodického; respektive autor zde diskutuje problémy a rezervy výzkumu v některých marketingových tématech/problémových okruzích. Obě tyto části činí práci aktuální.

Autor cíl práce, který si stanovil, splnil. Konkrétně dává přesvědčivé odpovědi na své čtyři výzkumné otázky definované v kapitole.

Postup řešení i výsledky jsou v práci velmi dobře prezentovány a argumentačně podloženy. Přínosy ve všech třech definovaných oblastech považuje oponent za hodnotné a adekvátní tomu, co se očekává v habilitační práci.

Po formální stránce je práce velmi dobře zpracovaná. Oponent našel několik překlepů (typicky chybějící čárky v souvětích).

Z pohledu čtenáře by oponent uvítal, aby použitá terminologie byla čtenáři vysvětlená hned na začátku, případně aby čtenář byl upozorněn na specifické chápání některých pojmů. V úvodu je například zmíněn NBD Model frekvence nakupování bez toho, aby bylo vysvětleno, co písmena NBD znamenají. Jestliže okruh lidí rozpracovávající NBD model využívá specifickou terminologii, je dobré čtenáře hned v úvodu upozornit, o jaké pojmy jde a s čím je nemají čtenáři zaměňovat.

Dle oponenta by bylo lepší více oddělit výsledkovou část a diskusi: V části výsledky jsou obsaženy i konstatování patřící právě do diskuze. Autor v práci využívá část výsledku, který publikoval v časopiseckém článku, a jelikož na to čtenáře upozorňuje a současně jde dílčí část ve výsledcích integrovanou s dalšími zjištěními, oponent to považuje za legitimní řešení, jak se vypořádat s faktem, že autor navazuje na, respektive rozšiřuje, svoji dlouhodobější výzkumnou práci.

Kapitola s limitacemi výzkumu shrnuje velmi dobře slabá místa či rizikové stránky výzkumu a dokazuje tak autorovu odbornou erudici i schopnost reflexe jeho vlastní práce.

Předložený výzkum i celá habilitační práce obsahuje nové výzkumné/vědecké poznatky, které jsou aktuální a hodné akademické diskuse. Habilitační práci oponent považuje za velmi kvalitní a doporučuje ji k obhajobě.

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.

Oponent považuje téma práce za aktuální.

Práce je klasicky rozdělena na část teoretickou a část praktickou – empirickou. Z části teoretické se nejvíce věnuje autor NBD Dirichletovu modelu a samotnému popisu elektronického obchodování. Za obdivuhodné považuje oponent využití 339 zdrojů, které byly využity pro zpracování práce. Z pohledu teoretické části práce se ale oponent domnívá, že je příliš prostoru věnováno popisu marketingu, procesu směny a metodě empirické generalizace na úkor samotné podstaty tématu práce. V teoretickém přehledu chybí alespoň kapitola zaměřená na částečný psychologický popis nebo základní charakteristiky online zákazníků. Z hlediska výzkumného je práce založena na dvou základních kvantitativních výzkumech. Obecně je zřejmé, že získávání dat k výzkumům je velmi problematické a časově a finančně náročné, zvláště pro zjištění skutečností o e-commerce trhu, ale oponent se domnívá, že vlastní snaha autora v tomto směru by práci prospěla. Neupírá autorovi následné zpracování a analýzu

dat, ale neprijde mu vhodné, aby celá práce byla založena na datech sesbíraných komerčními firmami od konečných zákazníků. Sestavení metodiky výzkumu a následně jeho celá realizace je jednou z nejtěžších částí výzkumné práce, čímž došlo v tomto případě ze strany autora ke značnému zjednodušení celého procesu. I když existuje mnoho způsobů analýzy dat, jejich zpracování a interpretace, přesto v práci oponent postrádá tradiční způsob, který vnímá ve formě stanovení hypotéz a jejich statistického zpracování a ověření. Data, která autor svým výzkumem získal, jsou vyhodnocena převážně na základě popisné statistiky a ze statistických metod je využit pouze korelační koeficient.

Byl stanoven hlavní cíl práce, kterým bylo identifikovat empirické generalizace v nákupním chování zákazníka a specifikovat jejich dopady na růst e-shopů. Následně byly stanoveny také čtyři výzkumné otázky, které jsou diskutovány. Oponent se domnívá, že dílčí cíle nejsou dílčími cíli habilitační práce, ale spíše postupem řešení práce v jednotlivých krocích.

Z jazykového hlediska je habilitační práce napsána spíše populárním stylem, který sice umožňuje lepší a plynulejší čtivost textu, ale přece jen by se mělo jednat o vědeckou práci, ve které by měl převažovat strohý vědecký styl vyjadřování.

I přes některé výhrady, které byly uvedeny v posudku, oponent doporučuje po úspěšné obhajobě a po zodpovězení položených otázek udělit habilitantovi vědecko-pedagogický titul docent.

prof. Ing. Alena Kusá, PhD.

Oponentka konstatuje, že téma HP je nadčasová, vysoko aktuálna a hodná ďalšieho skúmania na akademickej pôde a vo vedecko- výskumnom prostredí. Rieši konkrétny problém.

Metodický postup HP je vhodne interpretovaný v tabuľke 1. Metodika práce a metódy skúmania sú adekvátne zvolené, zdroje údajov hodnoverné a účelne využité.

Cieľ HP – identifikovať empirickú generalizáciu v nákupnom správaní zákazníka a špecifikovať jej dopady na rast e-shopov je formulovaný jasne, logicky, presne. Jeho dekomponovanie na parciálne ciele vytvára rámec na jeho splnenie.

Oponentka oceňuje, že autor čerpal najnovšie poznatky z realizovaných výskumov a opieral sa o relevantné vedecké štúdie často nie staršie ako 5 rokov. Tým poukázal na aktuálny stav, že práve v covidovom a v post covidovom období, v ktorom rast e-shopov raketovo stúpal a zákazník sa rozhodoval najmä v internetovom prostredí, bol priestor na výskumy a generalizáciu dôkazov v čase.

Podľa názoru oponentky by bolo zaujímavé najmä v prostredí krajín V4 realizovať výskumy (časom aj opakovane) v prostredí e- shopov a ich výsledky komparovať s výskumami vybraných „tradičných, či vyspelejších“ trhových ekonomík Európy.

Výsledky vlastného výskumu autora sú veľmi podnetné a majú významnú výpovednú hodnotu pre vyvodenie záverov a ďalšie skúmanie. Taktiež prínosná je aj komparácia výsledkov vlastného výskumu a výskumov realizovaných v iných krajinách naprieč značkami, kategóriami a sledovanými premennými. Výskumy pokladá za validné a reliabilné.

Prínosy HP sú systematicky a exaktne vymedzené v oblastiach teórie, pedagogiky a v rovine vedecko-výskumnej. Habilitant poukazuje na možnosti ďalšieho rozširovania poznatkov a dáva námety na realizovanie výskumov tam, kde vidí absenciu problematiky na základe vlastnej empirie.

Oponentka oceňuje, že v HP je použitých 339 zdrojov knižnej, aj elektronickej literatúry, čo je skutočne nadpriemerný počet.

Celkove oponentka hodnotí HP Ing. Martina Klepka, Ph.D. po všetkých stránkach – obsahovej, formálnej a štruktúrovanej - výborne, s uznaním vysokej kvality. HP spĺňa kritériá na prácu tohto typu. Oponentka súhlasí, aby mohol pristúpiť k obhajobe HP a po úspešnom procese habilitačného konania odporúča udeliť Ing. Martinovi Klepkovi, Ph.D. pedagogický titul „docent“ v príslušnom odbore.

Závěrečné stanovisko habilitační komise

Na základě posouzení dosavadní vědecko-výzkumné a pedagogické práce uchazeče, s přihlédnutím k hodnocení habilitační práce jmenovanými oponenty, habilitační komise na základě výsledků tajného hlasování

navrhuje

Vědecké radě SU OPF, aby po přednesení habilitační přednášky a po úspěšném obhájení habilitační práce, byl Ing. Martin Klepek, Ph.D. jmenován

docentem pro obor Podniková ekonomika a management.

Výsledek tajného hlasování:

Počet členů komise přítomných hlasování: 4

Pro: 4

Proti: 0

Neplatných: 0

Výsledky tajného hlasování (hlasovací lístky) jsou uloženy na oddělení vědy a výzkumu SU OPF v Karviné.

Karviná, 23. 1. 2023

prof. Ing. Richard Pospíšil, Ph.D.

doc. Ing. et Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.

doc. JUDr. Ing. Jana Majerová, PhD.

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.

doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.

.....
.....
.....
.....
.....

