

## Témy dizertačných prác na akademický rok 2020/2021

### Študijný odbor ekonómia a manažment študijný program **MARKETINGOVÝ A OBCHODNÝ MANAŽMENT**

**prof. Ing. Ferdinand DAŇO, PhD.**

**1. Postoj spotrebiteľov vo vzťahu k elektromobilite na trhu automobilov v SR –  
téma určená pre dennú formu štúdia**

Consumer Attitudes towards Electromobility in the Automobile Market in Slovakia

Cieľ práce:

Skúmať postoj slovenských spotrebiteľov k nákupu a používaniu elektrických vozidiel a identifikovať a vyhodnotiť mieru dopytu a požiadaviek slovenského spotrebiteľského trhu po elektromobilite.

Anotácia práce:

Elektromobilita je v súčasnosti sledovanou problematikou v oblasti automobilového prostredia. Na trhu absentujú informácie o postojoch spotrebiteľov k nákupu a využívaniu elektrických vozidiel. Práca sa preto bude zaoberať skúmaním spotrebiteľského správania vo vzťahu k elektromobilite, bude skúmať a analyzovať vhodné segmenty spotrebiteľského trhu na realizáciu prieskumu k danej problematike. Ďalej identifikuje, analyzuje a vyhodnotí mieru dopytu spotrebiteľského trhu po elektromobilite, bude skúmať objektívne aj subjektívne prekážky jej potenciálneho rozširovania u slovenských spotrebiteľov a navrhne odporúčania pre sféru automobilového priemyslu a obchodu.

**2. Marketing v rozvoji ľudských zdrojov a ich kvality v procese zvyšovania  
internacionalizácie univerzitného vzdelávania – téma určená pre externú  
formu štúdia**

Marketing in the Development of Human Resources and their Quality in the Process of Increasing the Internationalization of University Education

Cieľ práce:

Zmapovať stav v rozvoji ľudských zdrojov (učiteľov, študentov, zamestnancov) na univerzite vo vybranej krajine mimo EÚ, identifikovať možnosti uplatnenia marketingu v tomto rozvoji a navrhnúť opatrenia a odporúčania na jeho skvalitňovanie v záujme zvýšenia postavenia danej inštitúcie v medzinárodnom vzdelávacom priestore.

Anotácia práce:

Dizertačná práca sa bude zaoberať stavom a podmienkami rozvoja ľudských zdrojov pôsobiacich na univerzite vo vybranej krajine mimo EÚ. Identifikuje možnosti uplatnenia prvkov, nástrojov a procesov marketingu v tomto rozvoji. Bude skúmať vplyv rozvoja a kvality ľudských zdrojov tejto inštitúcie na zintenzívnenie internacionalizácie jej vzdelávania. Zhodnotí faktory vplyvajúce na rozvoj ľudských zdrojov tejto inštitúcie, aktivity zamerané na zvyšovanie ich kvality (napr. manažérskych, kompetenčných, komunikačných a jazykových zručností). V práci budú navrhnuté konkrétne opatrenia a odporúčania na neustále zvyšovanie kvality ľudských zdrojov danej inštitúcie s cieľom zvyšovania jej konkurencieschopnosti a postavenia v medzinárodnom vzdelávacom priestore.

**doc. Ing. Mária DZUROVÁ, PhD.**

**1. Zodpovedný spotrebiteľ ako cieľ spotrebiteľskej politiky SR – téma určená  
pre dennú formu štúdia**

Responsible consumer as a target of consumer policy of the SR

Cieľ práce:

Navrhnuť systém vzdelávania spotrebiteľov pre všeobecné zvýšenie spotrebiteľskej gramotnosti.

Anotácia práce:

Spotrebiteľská politika SR smeruje k tomu, aby bol spotrebiteľ zodpovedným a vzdelaným partnerom na trhu. Vedel sa brániť pri nečestných obchodných praktikách,

poznal svoje práva aj zákony, vedel zodpovedne konať. Dizertačná práca Identifikuje kritériá spotrebiteľskej gramotnosti na slovenskom trhu. Na základe prieskumu spotrebiteľskej gramotnosti v SR a posúdení s medzinárodnými výsledkami prieskumov v prostredí EÚ identifikuje problémové oblasti spotrebiteľskej gramotnosti. Na ich základe navrhne systém vzdelávania spotrebiteľov podľa vybranej vekovej kategórie spotrebiteľov (deti, študenti, seniori, celoživotné vzdelávanie, ...).

## **2. Využívanie inovatívnych technológií v sektore maloobchodu – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Application of Innovative Technologies in the Retail Sector

Cieľ práce:

Navrhnuť organizačný (ekonomický, technický) koncept riešenia využitia moderných technológií v prevádzke maloobchodu pre zlepšenie služieb spotrebiteľom.

Anotácia práce:

Dizertačná práca sa zameria na aktuálne výzvy nových moderných technológií mobilnej komunikácie v maloobchode. Využívaním IKT aktívnym marketingom umožní spotrebiteľovi objednávať tovar, získať informácie o zložení výrobku, mieste a spôsobe výroby. Téma je v súlade so smerovaním politiky EÚ a požiadavkou na zdravé a bezpečné výrobky na trhu.

## **3. Občianske združenie a jeho miesto v súčasnom konkurenčnom prostredí – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Civil Society Organizations and their Place in the Current Competitive Environment

Cieľ práce:

Navrhnuť nový marketingový prístup občianskych združení, aby sa dostali do povedomia verejnosti a dosiahli uznanie a podporu – finančnú, personálnu.

Anotácia práce:

V neziskovom sektore rastie konkurencia a konkurenčný boj. Analýzou postavenia občianskych združení zistiť aktuálny stav, zistiť slabé a silné stránky, analyzovať možnosti zlepšenia, využiť marketingové nástroje s cieľom zlepšiť svoje postavenie. Osloviť verejnosť s cieľom pomáhať vybranej komunite. Monitoring postavenia občianskych združení vedie k tomu, aby sa vytvoril priestor pre zviditeľnenie združení, našli sa prostriedky, určili možnosti dostať sa do povedomia verejnosti svojimi aktivitami (reklama v médiách, fundraising a iné).

## **prof. Ing. Eva HANULÁKOVÁ, PhD.**

### **1. Neuromarketing ako súčasť spotrebiteľskej neurovedy – téma určená pre dennú formu štúdia**

Neuromarketing as Part of Consumer Neuroscience

Cieľ práce:

Objasniť neuromarketing, jeho vznik, vývoj a postavenie v súčasnej spotrebiteľskej neurovede so zreteľom na možnosti, nástroje a perspektívy jeho využitia v marketingu a spotrebiteľskom správaní a navrhnuť optimálny model jeho aplikácie v podmienkach marketingovej vedy a praxe.

Anotácia práce:

Téma sa zameria na podstatu neuromarketingu a súčasnej spotrebiteľskej neurovedy vo vzťahu ku marketingovej vede. Poukáže na možnosti, oblasti a perspektívy využitia neuromarketingu a najnovších poznatkov spotrebiteľskej neurovedy v skúmaní spotrebiteľského správania a v marketingu. Na základe porovnania tradičných metód marketingového prieskumu a neuromarketingu definuje jeho efekty pre marketingovú vedu a prax z pohľadu súčasnosti aj z hľadiska trendov a budúceho vývoja v skúmanej oblasti.

## **prof. Ing. Pavol KITA, PhD.**

### **1. Supermarket ako faktor zmeny v súčasnom slovenskom maloobchode – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Supermarket as a Factor of Change in the Current Slovak Retail

#### Cieľ práce:

Skúmať a zhodnotiť špecifický formát predajne z hľadiska priestorovej koncentrácie v rámci intraurbánneho výskumu a navrhnúť model siete supermarketov prostredníctvom mapy vizualizujúcej možnosti rastu na novom trhu.

#### Anotácia práce:

Dizertačná práca bude venovať pozornosť úspechu supermarketov, ako formátu predajne, ktorý dominuje z hľadiska štruktúry predajní jednotlivých najvýznamnejších maloobchodných reťazcov a konkuruje novým alternatívnym distribučným kanálom. Následne predstaví analýzu koncentrácie supermarketov vo vybranom území v kontexte dostupnosti predajní a kritérií rozhodovania spotrebiteľov v procese nákupu, t. j. minimálnej časovej vzdialenosti a maximalizácie úžitku z nákupu.

### **2. Suburbanizácia a jej dôsledky pre vývoj maloobchodnej siete v zázemí Bratislavy – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Suburbanization and its Consequences on the Development of Retail Network in the Hinterland of Bratislava

#### Cieľ práce:

Skúmať vývoj maloobchodnej siete v kontexte formovania sídelných štruktúr v zázemí Bratislavy, ktorý prebieha pod vplyvom ich priestorovej expanzie a navrhnúť prediktívny mapový model zobrazujúci novú maloobchodnú sieť predajní.

#### Anotácia práce:

Dizertačná práca bude venovať pozornosť maloobchodu a jeho transformácií v súvislosti s príchodom nových rezidentov do zázemia Bratislavy, ktorí prinášajú nové vzorce nákupného správania a konzumného spôsobu života do tohto suburbánneho prostredia.

### **3. Využitie lokalizačných údajov mobilnej siete pre tvorbu stratégie pokrytia územia maloobchodníkom v zázemí Bratislavy – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Using of Mobile Network Location Data for the Creation of a Strategy of Coverage of the Territory by Retailers in the Background of Bratislava

#### Cieľ práce:

Skúmať a vypracovať stratégiu implantácie distributéra na základe skúmania veľkosti populácie a jej distribúcie v priestore využitím lokalizačnej siete mobilných telefónov v zázemí Bratislavy.

#### Anotácia práce:

Využitie informačných - komunikačných technológií – najmä mobilnej komunikácie jednak vytvára príležitosť nielen pre štúdium sociálno-priestorového správania spotrebiteľov, ale súčasne sa stáva faktorom stratégie implantácie distributérov v maloobchode. Dizertačná práca si okrem tradičných aspektov skúmanej problematiky všíma najmä moderné prístupy súvisiace s narastajúcou mobilitou obyvateľstva. Orientuje sa na overenie hypotéz týkajúcich sa implantácie distributérov a z tohto dôvodu vedie k novým poznatkom vyplývajúcim z kritického hodnotenia záujmovej oblasti.

## **doc. Ing. Viera KUBIČKOVÁ, PhD.**

### **1. Postoje k odpadu ako prejav spotrebiteľskej zodpovednosti a ich dôsledky pre cestovný ruch – téma určená pre dennú formu štúdia**

Attitudes Towards Waste as a Manifestation of Consumer Responsibility and their Consequences for Tourism

#### Cieľ práce:

Identifikovať postoje spotrebiteľov k odpadu a ich dôsledky pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v zmysle stanovenia relevantných nástrojov a postupov riadenia odpadov v rámci funkčného modelu waste manažmentu uplatniteľného v cestovnom ruchu.

#### Anotácia práce:

Cestovný ruch je subsektorom, ktorý je náročný na podmienky prostredia, v ktorom sa realizuje. Svetová spoločnosť vyvíja tlak na definovanie takých infraštruktúr, ktoré

zabezpečia spotrebiteľovi služieb cestovného ruchu environmentálne príťažlivé prostredie, a zároveň stimulujú environmentálne udržateľnú produkciu služieb cestovného ruchu. Spotrebiteľ je v zmysle otvorenej inovácie súčasťou tvorby podmienok pre environmentálne udržateľný rast. Zámerom záverečnej dizertačnej práce bude realizácia štúdie postojov spotrebiteľov k odpadu ako prejavu ich spoločenskej zodpovednosti. Na základe identifikácie uvedených postojov, práca predstaví model waste manažmentu, ktorý obsiahne nástroje a postupy sledujúce bezodpadové riešenia pre cestovný ruch.

## **2. Ekonomické aspekty inovačných aktivít v cestovnom ruchu – téma určená pre dennú formu štúdia**

Economic Aspects of Innovation Activities in Tourism

Cieľ práce:

Skúmať ekonomické dopady inovačných aktivít v cestovnom ruchu s akcentom na určenie vzťahu inovácií, ekonomického výkonu a konkurencieschopnosti cestovného ruchu.

Anotácia práce:

Účinky znalostnej ekonomiky sa prejavujú i v podmienkach produkcie služieb s nízkou poznatkovou intenzitou. Produkcia služieb cestovného ruchu vytvára zložitý mechanizmus podmienený heterogenitou vstupov lokalizačnou naviazanosťou. Jeho správne fungovanie je podmienené schopnosťou jednotlivých prvkov reagovať na zmeny a flexibilne zavádzať inovácie rôznych typov. Technologická náročnosť partnerov na trhu a dostupnosť technologicky vyspelých riešení môže podporiť prienik inovácií do cestovného ruchu a pozitívne ovplyvňovať jeho výkony. Práca sa bude zaoberať štúdiom vzťahov medzi inováciami, ekonomickým výkonom a konkurencieschopnosťou služieb cestovného ruchu. Základom je definovať relevantné metriky inovácií v cestovnom ruchu. Práca predstaví model merania ekonomických dopadov inovácií na cestovný ruch.

## **3. Inovačné systémy v cestovnom ruchu – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Tourism Innovation Systems

Cieľ práce:

Skúmať súčasné podmienky pre vznik, šírenie a zdieľanie poznatkov v prostredí pôsobnosti relevantných aktérov slovenského cestovného ruchu s dôrazom na stimuláciu inovácií a rozvoj inovačných systémov.

Anotácia práce:

Rozmer a technologická vyspelosť konkurencie v cestovnom ruchu vytvára tlak na zmeny v ponuke služieb cestovného ruchu. Zároveň sú evidentné nevyužitie kapacity pre rozvoj nových produktov i destinácií v rámci cestovného ruchu v SR. Existencia a funkčnosť inovačných systémov v zahraničí vytvára zázemie pre rastové aktivity podnikov i destinácií. Záverečná dizertačná práca sa bude zaoberať štúdiom podmienok pre vznik a funkčnosť inovačných systémov na národnej, regionálnej i podnikovej úrovni. Následne identifikuje opatrenia a relevantné nástroje v oblasti knowledge manažmentu v cestovnom ruchu sledujúce funkčnú implementáciu inovačných systémov do praxe.

## **doc. Ing. Monika MATUŠOVIČOVÁ, PhD.**

### **1. Vekový manažment ako súčasť personálnej politiky podniku – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Age Management as a Part of the Personnel Policy of the Company

Cieľ práce:

Skúmanie potenciálu možností uplatnenia personálneho riadenia s ohľadom na vek pri riešení demografických zmien na pracovisku a zhodnotenie významu a dôležitosti uplatňovania konceptu vekového manažmentu ako súčasť spoločensky zodpovedného podnikania.

Anotácia práce:

Dizertačná práca bude riešiť problematiku riadenia ľudských zdrojov s ohľadom na vek, schopnosti a potenciál zamestnancov. Práca sa zameria na sústredenie a zhodnotenie súčasnej poznatkovej bázy v tejto oblasti a na preskúmanie uplatňovania jednotlivých nástrojov vekového manažmentu a hodnotenie ich efektívnosti v súčasnej podnikovej praxi. Na základe výsledkov analýzy bude vytvorený modelový návrh na komplexný systémový prístup k vekovému manažmentu, ktorý bude zapracovaný do stratégie podniku a bude podporovaný jednotlivými personálnymi činnosťami.

## **doc. Ing. Anna MICHÁLKOVÁ, PhD.**

### **1. Využitie štrukturálnych fondov Európskej únie na rozvoj cestovného ruchu v regiónoch Slovenska – téma určená pre externú formu štúdia**

The Use of EU structural Funds for Tourism Development in the Regions of Slovakia

#### Cieľ práce:

Práca bude na základe zvolenej metodiky obsahujúcej komplex relevantných ukazovateľov hodnotiť využitie štrukturálnych fondov Európskej únie v predchádzajúcom rozpočtovom období a ich efektívnosť pre rozvoj cestovného ruchu v regiónoch Slovenska.

#### Anotácia práce:

Predmetná práca bude vychádzať z analýz existujúcich programových a hodnotiacich dokumentov na rôznych riadiacich úrovniach, opierať sa o dostupné sekundárne zdroje a vlastné primárne zisťovanie ako aj komparáciu s vybranými krajinami EÚ. V doktorandskej práci bude na základe štúdia sekundárnych zdrojov a na základe výsledkov zvolených kvantitatívnych a kvalitatívnych analytických metód navrhnutá a aplikovaná metodika hodnotenia využitia štrukturálnych fondov EÚ ako verejného zdroja na rozvoj cestovného ruchu v regióne a merania ich efektívnosti, vyvodené závery a navrhnuté odporúčania využiteľné pre zmysluplné vynakladanie verejných zdrojov na rozvoj cestovného ruchu.

## **doc. Ing. Milan ORESKÝ, PhD.**

### **1. Kvalita bývania, intenzívnejšie vnímanie jej hodnoty spotrebiteľmi a konzekvencie pre spotrebiteľský marketing – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Quality of Housing, intensified Perception of its Value by Consumers and Consequences for Consumer Marketing

#### Cieľ práce:

Vypracovanie odporúčaní pre aplikačné oblasti spotrebiteľského marketingu podľa súčasných spotrebiteľských trendov v oblasti kvality bývania.

#### Anotácia práce:

Dizertačná práca bude zameraná na spracovanie prehľadu o vývoji rozhodujúcich prvkov a charakteristík ovplyvňujúcich súčasné trendy vnímania kvality a hodnoty úrovne bývania spotrebiteľmi, resp. domácnosťami v SR. Podľa dostupnosti dát je vhodná komparácia s okolitými krajinami. Uskutočnený výskum v rámci doktorandskej práce vytvorí bázu, ktorá bude východiskom k formulácii socioekonomických očakávaní domácností, trendov v bývaní a odporúčaní pri tvorbe marketingových nástrojov a procesov v aplikačných oblastiach spotrebiteľského marketingu pre trh nehnuteľností, trh ponuky tovarov a služieb pre domácnosti.

## **doc. Ing. Štefan ŽÁK, PhD.**

### **1. Úloha influencerov v procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa – téma určená pre dennú formu štúdia**

The role of influencers in the consumer decision-making process

#### Cieľ práce:

Systematizovať poznatky o postavení a úlohách influencerov ako názorových vodcov v prostredí sociálnych médií s cieľom identifikovať ich typológiu a intenzitu vplyvu na

nákupné rozhodovanie spotrebiteľa a zdôrazniť možnosti ich využitia v marketingovom manažmente.

Anotácia práce:

V procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa zohrávajú významnú úlohu názoroví vodcovia, ktorí vďaka osobitným schopnostiam, znalostiam, svojej osobnosti alebo iným vlastnostiam, majú priamy alebo nepriamy vplyv na postoje a rozhodnutia spotrebiteľa. V súčasnom marketingu v prostredí sociálnych médií túto úlohu preberajú tzv. influenceri, ktorí svojimi myšlienkami, postojmi a názormi, dokážu pôsobiť na spotrebiteľov a tým zásadným spôsobom ovplyvňovať trendy dopytu po konkrétnych produktoch. Východiskom dizertačnej práce bude systemizácia poznatkov o influenceroch z pohľadu ich postavenia a úloh, ktoré zohrávajú v procese nákupného rozhodovania spotrebiteľa a zaujatia kritického postoja k zisteným poznatkom. Vyústením dizertačnej práce bude identifikácia typológie influencerov, stanovenie intenzity ich vplyvu na nákupné rozhodovanie spotrebiteľa a určenie úrovne ich využitia v marketingovom manažmente a vyvodenie záverov a odporúčaní pre potreby marketingovej praxe.

## **2. Marketingový výskum v prostredí sociálnych médií – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Marketing Research in the social Media Environment

Cieľ práce:

Identifikovať a analyzovať možnosti implementácie inovatívnych metód marketingového výskumu v prostredí sociálnych médií s cieľom určiť a zhodnotiť predpoklady a obmedzenia ich aplikovateľnosti pri realizácii výskumných štúdií v podmienkach Slovenskej republiky.

Anotácia práce:

Využívanie sociálnych médií a presun komunikácie do mobilných zariadení zmenili spôsob, akým ľudia komunikujú a nástroje, aké na komunikáciu používajú. Sociálne médiá ponúkajú široké možnosti ako sa bezprostrednejšie priblížiť k spotrebiteľovi, k jeho mysleniu a rozhodovaniu. To spôsobilo rýchle a výrazné zmeny aj v oblasti marketingového výskumu a umožnilo vznik viacerým inovatívnym metódam a technikám, ktoré sa využívajú na zber, spracovanie a analýzu údajov. Východiskom dizertačnej práce bude kvantitatívna analýza súčasného stavu na trhu marketingového výskumu v prostredí sociálnych médií a následná systemizácia poznatkov o využívaných inovatívnych metódach, ktorá vyústi do určenia ich reálnej aplikovateľnosti v praxi marketingového výskumu v podmienkach Slovenskej republiky. Dizertačná práca sa zároveň zameria na stanovenie potenciálu využitia konkrétnych metód zberu údajov v prostredí sociálnych médií na základe zrealizovaných výskumných štúdií.

## **Študijný odbor ekonómia a manažment**

### **študijný program MANAŽMENT MEDZINÁRODNÉHO PODNIKANIA**

**doc. Ing. Eduard BAUMÖHL, PhD.**

## **1. Medzinárodný obchod a prežívanie firiem v krajinách Európskej únie – téma určená pre dennú formu štúdia**

International Trade and Firm Survival in EU Countries

Cieľ práce:

Zistiť, či firmy v krajinách Európskej únie majú vyššiu pravdepodobnosť prežitia podľa ich miery zapojenia do medzinárodného obchodu.

Anotácia práce:

Práca by mala poskytnúť prehľad základných faktorov, ktoré ovplyvňujú prežívania Európskych firiem, a to s prihliadnutím na ich aktivity v medzinárodnom obchode. Kontrolované budú samozrejme aj iné faktory, ako napr. finančná výkonnosť, právna forma firmy, faktory corporate governance, príslušnosť k odvetviu, vek firmy, veľkosť firmy a pod. Spracovanie témy si vyžaduje základné znalosti ekonometrie a schopnosť pracovať s veľkými dátovými súbormi. Ideálne je ovládanie štatistické softvéru, napr. R alebo Stata. Z metodologického hľadiska budú využívané najmä Coxov model,

Accelerated Failure Time model a Competing Risk model. Výsledky riešenia práce by mali poskytnúť prehľad o základných determinantoch prežívania firiem v krajinách EÚ s dôrazom na zapojenie firiem do medzinárodného obchodu, a teda prepojiť tieto dve oblasti skúmania v rámci existujúcej literatúry.

## **doc. Ing. Zuzana KITTOVÁ, PhD., M.B.L.-HSG**

### **1. Nástroje na ochranu obchodu v hospodárskych vzťahoch Európskej únie s tretími krajinami – téma určená pre dennú formu štúdia**

Trade Defence Measures Applied in Economic Relations between the European Union and third Countries

#### Cieľ práce:

Na základe teoretických východísk a zahraničnoobchodnej praxe skúmať a zhodnotiť význam a uplatňovanie nástrojov na ochranu obchodu v hospodárskych vzťahoch Európskej únie s tretími krajinami a preskúmať možnosti zlepšenia doterajších postupov.

#### Anotácia práce:

Napriek hlavnému cieľu liberalizovať svetový obchod v rámci Svetovej obchodnej organizácie (WTO) sú prípustné a v praxi aplikované aj ochranné nástroje, ktoré sú namierené proti neférovým praktikám v obchode. Ide o opatrenia na ochranu pred dumpingovými dovozmi, subvencovanými dovozmi a nadmernými dovozmi. Tieto nástroje - najmä antidumpingové a antisubvenčné opatrenia - využíva v rámci spoločnej obchodnej politiky aj EÚ. Rovnako ich využívajú tretie krajiny na ochranu voči dovozu z EÚ. Dizertačná práca sa zameria na charakteristiku jednotlivých nástrojov na ochranu obchodu podľa pravidiel WTO i spoločných pravidiel ochrany vyplývajúcich z legislatívy EÚ, ktorá bola v oblasti antidumpingových a antisubvenčných opatrení revidovaná, pričom zmeny nadobudli účinnosť v polovici roka 2018. Ďalej bude práca pojednávať o dumpingovom konaní, dumpingovej metodike na posudzovanie deformácií trhu v tretích krajinách i správach o výrazných deformáciách na trhoch tretích krajín. Pozornosť sa upriami aj na analýzu doterajšieho využívania opatrení na ochranu obchodu zo strany EÚ alebo tretích krajín (podrobne aj na vybranom prípade), účinnosť opatrení na ochranu obchodu a ich dôsledky pre jednotlivé hospodárske subjekty, či možnosti zlepšenia doterajších postupov.

### **2. Perspektívy hospodárskej spolupráca Európskej únie s Kazachstanom v kontexte Novej hodvábnej cesty (s implikáciami pre slovenskú ekonomiku) – téma určená pre externú formu štúdia**

The Prospects for Economic Cooperation between the European Union and Kazakhstan in the Context of the New Silk Road (with Implications for the Slovak Economy)

#### Cieľ práce:

Preskúmať hospodársku spoluprácu medzi Európskou úniou a Kazachstanom v kontexte Novej hodvábnej cesty a na základe zhodnotenia skúmanej problematiky určiť možné perspektívy vývoja danej spolupráce s implikáciami pre slovenskú ekonomiku.

#### Anotácia práce:

V rozvojovej stratégii zahraničnoobchodných vzťahov Európskej únie (EÚ) má Kazachstan dôležitú pozíciu obchodného partnera z regiónu Strednej Ázie. Patrí k spoľahlivým partnerom EÚ v oblasti udržiavania mieru v danom regióne. Taktiež zohráva významnú pozíciu v geoeconomických vzťahoch susedských krajín – svetových mocností Ruska a Číny patriacich spolu s EÚ k najvýznamnejším obchodným partnerom Kazachstanu. Významnú rolu v ich vzájomných zahraničnoobchodných vzťahoch zohráva okrem energetického sektora aj zvyšovanie podielu tovarov s vysokou pridanou hodnotou vo vzájomnej obchodnej výmene v kontexte rozvoja Novej hodvábnej cesty. Dizertačná práca poukáže na súčasný stav a vývoj hospodárstva Kazachstanu, jeho pozície v projekte Novej hodvábnej cesty. Na základe ekonomických indikátorov preskúma zahraničnoobchodnú a investičnú spoluprácu EÚ s Kazachstanom. Prostredníctvom využitia ekonometrických analýz stanoví možné perspektívy ďalšieho vývoja ich vzájomnej hospodárskej spolupráce v kontexte Novej hodvábnej cesty s implikáciami pre slovenskú ekonomiku.

## **prof. JUDr. Ľudmila NOVACKÁ, PhD.**

### **1. Spolupráca krajín Vyšehradskej štvorky (V4) v marketingovej podpore cestovného ruchu pod značkou „Discover Central Europe“ – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Cooperation of Visegrad 4 Countries (V4) in the Marketing Support of Tourism under the Brand „Discover Central Europe“

#### Cieľ práce:

V súlade so základnými cieľmi marketingovej podpory krajín V4 navrhnuť efektívne riešenia pre rovnocennú participáciu Slovenskej republiky v týchto aktivitách.

#### Anotácia práce:

Cestovný ruch v krajinách V4 ako destinácii Strednej Európy na svetovom trhu CR. Medzinárodný cestovný ruch v agende spolupráce krajín V4. Manažment marketingovej podpory CR (tzv. štátnej propagácie) v krajinách V4. Aktéri štátnej správy a komerčného sektora ako nositelia marketingovej podpory. Analýza podmienok pre manažment a realizáciu marketingovej podpory v SR. Participácia SR v aplikácii vybraných nástrojov marketingového mixu a komunikačného mixu krajín V4 v intenciách perspektívy zvýšenej účinnosti.

### **2. Zelená ekonomika v destinácii cestovného ruchu vo vybranom slovenskom regióne – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Green Economy in Tourism Destination in selected Slovak Region

#### Cieľ práce:

Na základe medzinárodných skúseností vo vybraných destináciách v zahraničí a analýzy podmienok v konkrétnej destinácii v menej rozvinutom regióne v SR navrhnuť variantné riešenie rozvoja zelenej ekonomiky v prepojení na udržateľný cestovný ruch.

#### Anotácia práce:

Udržateľný cestovný ruch a jeho potenciál pre rozvoj zelenej ekonomiky menej rozvinutého regiónu. Vybrané destinácie v zahraničí. Konkrétne destinácie v menej rozvinutom regióne v SR. Komparatívna analýza skúmaných destinácií. Udržateľný cestovný ruch v prepojení na zamestnanosť, znižovanie chudoby a zvyšovanie životnej úrovne miestneho obyvateľstva. Podnikateľské prostredie malého a stredného podnikania (SME) a jeho možnosti pre rozvoj zelenej ekonomiky v prepojení na cestovný ruch. Spolupráca verejného a súkromného sektora. Zelený ekonomický scenár v konkrétnej destinácii menej rozvinutého regiónu v SR. Variantné modelovanie scenára rozvoja a predpokladané ekonomické impakty.

## **doc. Ing. Ľuboš PAVELKA, PhD.**

### **1. Alokácia bankových aktív a pasív v podmienkach postkrízového vývoja ekonomík Európskej únie – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Allocation of Bank's assets and Liabilities during the Period of Post-Crisis Development of Economies of the European Union

#### Cieľ práce:

Posúdenie podnikania bankových korporácií vo vybraných ekonomikách EÚ z pohľadu podstupovaných rizík, ziskovosti, dostupnosti poskytovaných úverových aktivít a iných aktívnych obchodov pre podnikateľský sektor v nadväznosti na implementáciu smerníc EÚ o platobných službách.

#### Anotácia práce:

Analýza príčin svetovej finančnej krízy a jej dosah na bonitu finančných spoločností v EÚ. Štruktúra bankových aktív a pasív v pred a postkrízovom období vrátane reštrukturalizácie a rekapitalizácie komerčných bánk v EÚ. Vplyv nákladov na záchranu systémovo relevantných bánk v Európe na verejné financie ekonomík a ich odraz v úrovni verejných dlhov krajín EÚ. Inštitucionálne opatrenia na elimináciu rizík vo finančnom sektore, zvyšovania požiadaviek na kolaterál úverových obchodov a vplyv monetárnej politiky Európskej centrálnej banky na podnikanie finančných korporácií v EÚ a ich ziskovosť. Vplyv kvantitatívneho uvoľňovania a implementácie



záporných úrokových sadziieb na podnikanie bánk a investičné aktivity medzinárodne pôsobiacich korporácií.

## **2. Postavenie finančných inštitúcií v boji proti praniu špinavých peňazí a legalizácii príjmov z trestnej činnosti v podmienkach legislatívy Európskej únie – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

The Status of Financial Institutions in Combating Money-Laundering and Legalization of Proceeds from Crime in the Conditions of the Legislation of the European Union

### Cieľ práce:

Zhodnotiť postavenie finančných inštitúcií z oblasti bankového a poisťného sektora v boji proti praniu špinavých peňazí a legalizácii príjmov z trestnej činnosti v kontexte legislatívy EÚ v nadväznosti na iniciatívu krajín konsolidovať verejné financie formou implementácie nástrojov na znižovanie negatívnych externalít vznikajúcich pri generovaní príjmov v rámci čiernej a sivej ekonomiky.

### Anotácia práce:

Liberalizácia pohybu kapitálu v globálnom prostredí umožňuje aktérom obchodov v rámci čiernej a sivej ekonomiky ochudobňovať verejné rozpočty ekonomík o prostriedky na strane príjmov. Zároveň dochádza k zhoršovaniu možností implementácie kontrolných mechanizmov na národnej a medzinárodnej úrovni. Harmonizácia legislatívy v rámci EÚ, ale aj OECD a iných krajín zameraná na boj proti kriminalite a legalizácii nelegálnych alebo nezdanených príjmov si vyžaduje etablovanie unifikovaných riešení odhaľujúcich skutočných vlastníkov kapitálu. K eliminácii negatívnych externalít v tejto oblasti je potrebné implementovať bezpečnostné opatrenia v rámci inštitucionálnej ochrany. V súčinnosti s tým je dôležitá aj kontrola bánk pri dodržiavaní predmetnej legislatívy, najmä pokiaľ ide o ohlasovacie povinnosti podozrivých bankových operácií s cieľom odhaliť páchatelov finančných deliktov v medzinárodnom prostredí a vytvoriť priestor pre generovanie dodatočných daňových príjmov v oblasti verejných financií.

## **doc. Ing. Viera RUŽEKOVÁ, PhD.**

### **1. Závislosť exportnej výkonnosti Slovenskej republiky na priamych zahraničných investíciách – téma určená pre externú formu štúdia**

Export Performance of the Slovak Republic and It's Dependence on Foreign Direct Investment

### Cieľ práce:

Preskúmať a posúdiť závislosť exportnej výkonnosti SR na priamych zahraničných investíciách, a to v rovine teoretickej, ako aj zahraničnoobchodnej a hospodárskej praxe.

### Anotácia práce:

S rastúcou internacionalizáciou ekonomických aktivít nastal prudký vzostup v rozširovaní produkčných kapacít a firemných sietí, ktoré strácajú pevnú väzbu na svoju pôvodnú krajinu. Priame zahraničné investície sa tak stali významným fenoménom globalizácie. Prílev PZI má na hostiteľskú krajinu mnoho pozitívnych, ale aj negatívnych dopadov. Pre slovenskú ekonomiku, charakterizovanú vysokým stupňom otvorenosti a exportnej výkonnosti, s komparatívnou výhodou členstva v EÚ, OECD, WTO a ďalších významných medzinárodných inštitúciách, má zapájanie sa do medzinárodných iniciatív a projektov mimoriadny význam. Umožňuje využiť jej potenciál pri zabezpečovaní trvalo udržateľného rastu hospodárstva a konkurenčnej schopnosti ekonomiky v globálnom prostredí. PZI sa stali hlavným zdrojom ekonomického rastu, ako aj inovačnej výkonnosti. Preto danú problematiku je potrebné skúmať z viacerých uhlov pohľadu a perspektív. Dizertačná práca bude zameraná predovšetkým na posúdenie závislosti medzi prílevom PZI a rastom HDP slovenskej ekonomiky, jej exportnej výkonnosti, a to pomocou vybraných vedecko-výskumných metód, ekonometrických nástrojov a modelov skúmania. Pozornosť bude upriamená aj na podporu vládnych opatrení zameraných na reguláciu a efektívnosť prílevu PZI ako elementu, ktorý zohráva dôležitú úlohu pri zvyšovaní technologickej úrovne ekonomiky a vytváraní nových pracovných miest (prostredníctvom

poskytovania investičných stimulov, ich efektívnosti a zároveň zhodnotenia úlohy ekonomickej diplomacie v tejto oblasti).

## **doc. Ing. Tomáš VÝROST, PhD.**

### **1. Medzinárodný obchod a hodnotenie efektívnosti firiem v krajinách Európskej únie – téma určená pre dennú formu štúdia**

International Trade and Corporate Efficiency in EU Countries

#### Cieľ práce:

Na základe kvantitatívnych prístupov k hodnoteniu efektívnosti posúdiť, či firmy aktívne v medzinárodnom obchode dosahujú vyššiu mieru technickej efektívnosti.

#### Anotácia práce:

Práca by mala zodpovedať jednoduchú otázku: "sú exportujúce firmy efektívnejšie ako firmy, ktoré neexportujú?" Na zodpovedanie výskumnej otázky bude využitá výskumná vzorka, pozostávajúca z európskych podnikov (rádovo desaťtisíce) evidovaná v databáze Orbis Europe, doplnená alternatívnymi zdrojmi (štatistické úrady, Eurostat). Na meranie technickej efektívnosti budú využité neparametrické metódy hodnotenia, ako napr. analýza obálky dát (angl. data envelopment analysis, DEA). Výsledky práce umožnia empiricky kvantifikovať dopad medzinárodných obchodných aktivít firiem.

## **doc. Ing. Otília ZORKÓCIOVÁ, PhD.**

### **1. Dosahy aktuálnej environmentálnej politiky EÚ na podnikateľské aktivity firiem (s akcentom na SR) – téma určená pre dennú formu štúdia**

Affects of the Current EU Environmental Policy on Business Activities of Companies (with an Emphasis on Slovakia)

#### Cieľ práce:

Identifikovať a vyhodnotiť najnovšie rozhodnutia EÚ prijímané v oblasti environmentálnej politiky v kontexte trvalo udržateľného rozvoja, s následnými konzekvenciami na podnikateľské aktivity firiem pôsobiacich na medzinárodných trhoch.

#### Anotácia práce:

Vychádzajúc zo zadania témy zmapovať a urobiť komparáciu teoretických názorových prúdov ako aj praktických východísk v oblasti uplatňovania marketingu trvalo udržateľného rozvoja zahŕňajúc jeho 3 základné aspekty: zodpovedný marketing, green marketing a spoločensko-sociálny marketing ako aj príčiny rastu jeho významu v medzinárodnom podnikateľskom prostredí v súčasnosti. Poukázať na úzku prepojenosť riešenej problematiky so spoločensky zodpovedným správaním sa podnikateľských subjektov a na jej etické dimenzie, dnes stále viac deklarovanú tzv. spoločenskú krízu - krízu hodnôt, kedy sa viac ako inokedy dostávajú do popredia otázky trvalo udržateľného rozvoja. Následne sa sústrediť na aktuálne rozhodnutia-opatrenia EÚ prijímané v tejto oblasti. Diagnostikovať podstatu, význam, príčiny, možnosti, problémy aj právnu reguláciu daných opatrení v rámci podnikateľských aktivít firiem pôsobiacich v rámci EÚ, s bližším zameraním na firmy podnikajúce na Slovensku, formulovaním konkrétnych návrhov riešení pre budúcnosť. Podporiť závery svojej práce výsledkami medzinárodných výskumov ako aj uskutočnením a vyhodnotením vlastného výskumu v predmetnej oblasti.

### **2. Startupy – podstata ich konkurenčných výhod na medzinárodných trhoch – téma určená pre dennú formu štúdia**

Start-ups- the Essence of their Competitive Advantages in the International Markets

#### Cieľ práce:

Identifikovať a vyhodnotiť najnovšie poznatky ekonomickej teórie a praxe vo sfére vývoja riešení problematiky vzniku, rozvoja a podpory startupov, ako v súčasnosti vysoko efektívnej štartovacej podnikateľskej stratégie, úspešnej pri presadzovaní sa firiem v tvrdom konkurenčnom prostredí medzinárodných trhov.

#### Anotácia práce:

Otázky úspešnosti firiem, vo vysoko konkurenčnom globálnom prostredí sa odvíjajú od aplikácie marketingových podnikateľských stratégií využívajúcich intelektuálne zdroje, ktoré predstavujú fundamentálny aspekt úspechu podniku. Pritom môžu nadobúdať rôznu podobu a zohrávať rozdielnu úlohu v závislosti od sféry hospodárskej praxe. Nevyhnutnosťou úspechu sa stáva existencia konkurenčných výhod, na základe ktorých získava firma špecifickú pridanú hodnotu oproti ostatným. Keďže súčasný spoločensko-ekonomický vývoj je podmienený veľmi rýchlo sa meniacou medzinárodnou podnikateľskou realitou, v prepojení s najnovšími tendenciami vývoja inovatívnej a interaktívnej ekonomiky a s hektickým technologickým rozvojom, komplexne vstupujúcim do všetkých fáz podnikateľských stratégií firiem, len tie z nich, ktoré vedia zachytiť a zúročiť uvedené skutočnosti môžu byť úspešné. V nadväznosti na uvedenú základnú východiskovú bázu by mala dizertačná práca zmapovať, preskúmať, komparovať a následne sofistikovane vyhodnotiť teoretické názorové prúdy ako aj praktické východiská najnovších trendov vzniku, rozvoja ako aj rôznych foriem podpôr startupov, s konkretizáciou uplatňovania ich podnikateľských stratégií v rôznych sférach hospodárskej praxe a na rôznych úrovniach medzinárodných trhov. Diagnostikovať priame a nepriame efekty ich podnikateľských aktivít v kontexte možných medzinárodných rizík a spôsobov ich eliminácií. Komparovať a konfrontovať získané poznatky zo zahraničnej teórie a praxe startupov s realitou na Slovensku. Predikovať smery možného vývoja predmetnej problematiky a formulovať jej riešenia pre budúcnosť. Dosiahnuté závery tiež podporiť príkladmi a výsledkami renomovaných medzinárodných výskumov aj uskutočnením a vyhodnotením vlastného originálneho výskumu.

### **3. Význam obchodnej spolupráce EÚ a krajín západného Balkánu z hľadiska možnosti expanzie podnikateľských subjektov – téma určená pre dennú formu štúdia**

The Significance of the EU and Western Balkans Trade Cooperation for Further Expansion of Business Entities

#### Cieľ práce:

Identifikovať a vyhodnotiť faktory ovplyvňujúce možnosti efektívnej expanzie podnikateľských subjektov na perspektívne trhy tretích krajín vo všeobecnej rovine, s akcentom na všetky fázy podnikateľskej stratégie a zameraním na vybrané trhy krajín západného Balkánu, v rámci narastajúceho významu obchodnej spolupráce EÚ s daným teritóriom.

#### Anotácia práce:

Príslušnými vedeckými metódami vyhodnotiť teoretické a praktické východiská internacionalizácie podnikateľskej činnosti firiem predikovať ich najefektívnejšie možnosti expanzie, identifikáciu faktorov modifikujúcich ich podnikateľské stratégie pri prieniku na trhy tretích krajín. Verifikáciu získaných poznatkov zhodnotiť možnosti expanzie firiem na vybrané trhy západného Balkánu (s dôrazom na slovenské firmy a trhy Srbskej republiky a Severného Macedónska - Severomacedónskej republiky). Vyselektovať pozitívne aj negatívne determinanty ovplyvňujúce atraktivitu týchto trhov v rámci narastajúcej spolupráce EÚ s daným teritóriom, najmä však možnosti získania konkurencieschopného postavenia slovenských firiem na ňom a posúdiť perspektívy ďalšieho rozvoja obchodnej a investičnej spolupráce Slovenskej republiky s danými krajinami. Výsledkami renomovaných výskumov ako aj uskutočnením vlastného originálneho výskumu podporiť závery práce.