

## Témy dizertačných prác na akademický rok 2017/2018

### Študijný odbor 3.3.10 Obchod a marketing študijný program Marketingový a obchodný manažment

prof. Ing. Viera ČIHOVSKÁ, PhD.

#### 1. Shopper marketing a jeho uplatnenie v podmienkach maloobchodu – téma určená pre dennú formu štúdia

Shopper marketing and its application in terms of retail

##### Cieľ práce:

Preskúmať, analyzovať a vyhodnotiť poznatkovú bázu novej marketingovej disciplíny „Shopper marketingu“ a overiť jeho uplatnenie v praxi vybraných obchodných spoločností.

##### Anotácia práce:

Shopper marketing sa pokladá dnes za najrýchlejšie rastúcu marketingovú disciplínu, ktorá vychádza z výsledkov početných medzinárodných štúdií analyzujúcich trendy nákupného správania spotrebiteľov. Podľa nich 70 % – 80 % rozhodnutí o výbere značky je uskutočnených na mieste predaja a 68 % nákupných rozhodnutí nie je plánovaných. Cieľom Shopper marketingu je preto vytvárať vyššiu pridanú hodnotu pre zákazníka v mieste predaja a zabezpečiť emočné väzby a lojalitu k značke. Dizertačná práca sa zameria na sústredenie a zhodnotenie súčasnej poznatkovej bázy v tejto oblasti a preskúmanie uplatňovania jednotlivých nástrojov shopper marketingu a hodnotenie ich efektívnosti vo vybraných obchodných spoločnostiach.

#### 2. Interkultúrny marketing – koncept pre efektívnu výmenu na európskom trhu – téma určená pre externú formu štúdia

The intercultural marketing – concept for efficient exchange of the european

##### Cieľ práce:

Skúmanie, analyzovanie a identifikácia kultúrneho prostredia vybraných krajín a regiónov EÚ a v nadväznosti na to formovanie interkultúrneho marketingu pre úspešný vstup podnikateľských subjektov na jednotný trh Európskej únie.

##### Anotácia práce:

Európska únia predstavuje jedinečné integračné zoskupenie 28 krajín Európy, ktoré sa dobrovoľne spojili na dosiahnutie spoločných cieľov a jednoty v Európe. Napriek snahe o zjednocovanie noriem a štandardov pretrvávajú medzi jednotlivými krajinami EÚ značné, hlavne kultúrne, rozdiely. Ich skúmanie a identifikovanie má dôležitý dopad na úspech podnikania a uplatňovanie interkultúrneho marketingového prístupu pri vstupe na jednotný európsky trh. Dizertačná práca sa zameria na analýzu a identifikáciu kultúrnych rozdielov a odlišností jednotlivých členských krajín EÚ na jednej strane a posúdenie globalizačných trendov na správanie európskych spotrebiteľov na strane druhej. Pochopenie a citlivý prístup ku kultúrnym špecifikám jednotlivých krajín európskeho spoločenstva sú východiskom pre voľbu stratégií štandardizácie alebo adaptácie marketingového programu firiem, ktoré sa chcú úspešne etablovať na jednotnom trhu EÚ.

doc. Ing. Pavol KITA, PhD.

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

Supermarket as a factor of change in the Slovak retail

##### Cieľ práce:

Skúmať a zhodnotiť špecifický formát predajne z hľadiska priestorovej koncentrácie v rámci intraurbánneho výskumu.

##### 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. Identifikácia životného štýlu slovenského spotrebiteľa na základe vybraných faktorov – téma určená pre externú formu štúdia**

Identification of Slovak consumers life style under the selected factors

### Cieľ práce:

Zdôrazniť zložitost' trhu s čerstvými potravinami so zameraním sa na ovocie a preskúmať faktory ovplyvňujúce nákupné správanie slovenských spotrebiteľov.

### Anotácia práce:

Rôzne celospoločenské kampane zamerané na aktívny život a zdravé stravovanie nútia maloobchodné reťazce prispôbiť svoju ponuku potravín tomuto novému trendu. Dizertačná práca sa zameria na ponuku čerstvých potravín. Bude porovnávať spotrebiteľské preferencie pri ich nákupe v spojení s rôznymi sociálno-ekonomickými skupinami obyvateľov v SR. Na základe výsledkov prieskumu bude možné identifikovať komunity spotrebiteľov a ich životný štýl. Navrhnuť stratégiu predaja vybraného reťazca zameranú na kategóriu čerstvých potravín.

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

## **1. Uplatnenie marketingového minimalizmu v manažmente služieb – téma určená pre dennú formu štúdia**

The application of marketing minimalism in service management

### Cieľ práce:

Na základe systematizácie poznatkov o uplatňovaní princípov racionálneho marketingu s akcentom na marketingový minimalizmus a jeho účinkoch na subjekty trhovej výmeny a obchodné transakcie, identifikovať model implementácie princípov marketingového minimalizmu v praxi podnikov služieb na Slovensku.

### Anotácia práce:

Marketingový minimalizmus, podporený teóriou racionálneho marketingu, sústreďuje pozornosť na postupy, ktoré umožňujú s minimom nákladov, investícií, energie, s vysokou emocionálnou kreativitou dosiahnuť maximalizáciu marketingových výstupov. Tieto snahy súvisia so spoločenskými zmenami, ktoré ovplyvňujú správanie človeka všeobecne ako aj v pozícii subjektu trhovej výmeny. Výsledkom dizertačnej práce bude návrh modelu implementácie princípov marketingového minimalizmu v praxi podnikov služieb na Slovensku.

## **2. Inovatívne riešenia v službách maloobchodu – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Innovative practices in retail services

### Cieľ práce:

Na základe analýzy súčasného stavu využitia nedigitálnych a digitálnych riešení v službách maloobchodu a komparácie ich účinkov na dopyt spotrebiteľov, identifikovať model služieb podporujúci personalizované nakupovanie.

### Anotácia práce:

Viaceré výskumy v oblasti retail manažmentu poukazujú na skutočnosť, že spotrebiteľia očakávajú nákupný proces podporený konceptom inovatívnych digitálnych služieb. Ide o implementáciu služieb informačných a komunikačných technológií do jednotlivých fáz nákupného procesu v prostredí maloobchodu. Ich prínos sa prejavuje tak na strane dopytu ako aj ponuky. Urýchľujú, zjednodušujú a zlacňujú obchodné transakcie. Východiskom práce bude analýza súčasného stavu využitia nedigitálnych a digitálnych riešení v maloobchode a komparácie ich účinkov na dopyt spotrebiteľov s akcentom na dôslednejšiu personalizáciu nákupného procesu. Výsledkom dizertačnej práce bude návrh modelu retailových služieb podporujúci personalizované nakupovanie v podmienkach slovenského maloobchodu.

## **prof. Ing. Dagmar LESÁKOVÁ, CSc.**

### **1. Etnocentrizmus a rola krajiny pôvodu v spotrebiteľskom správaní – téma určená pre dennú formu štúdia**

Ethnocentrism and the role of country-of-origin in consumer behaviour

#### Cieľ práce:

Objasniť význam krajiny pôvodu ako faktora, ktorý ovplyvňuje spotrebiteľov pri výbere produktov a identifikovať mieru etnocentrizmu spotrebiteľov v SR.

#### Anotácia práce:

Krajina pôvodu produktov predstavuje informačný zdroj, ktorý môže významne ovplyvniť spotrebiteľské rozhodovanie. Predmetom práce bude skúmanie významu krajiny pôvodu z rôznych aspektov týkajúcich sa možnosti využitia krajiny pôvodu v komunikačných stratégiách podnikov, ako aj významu krajiny pôvodu v nákupnom rozhodovaní spotrebiteľov. Hodnotený bude vplyv globalizácie na vnímanie krajiny pôvodu, prejavy pozitívneho a negatívneho pôsobenia informácie o krajine pôvodu na nákupné rozhodovanie, efekt konkurenčnej výhody / nevýhody krajiny pôvodu vo vybraných produktových kategóriách.

### **2. CSR (Corporate Social Responsibility) ako nástroj manažmentu značky – téma určená pre externú formu štúdia**

CSR as an instrument of brand management

#### Cieľ práce:

Identifikovať prínos nástrojov a opatrení CSR na budovanie konkurenčnej pozície značky a na ich báze vytvoriť model manažmentu značky integrujúceho aktivity CSR.

#### Anotácia práce:

S rastom angažovanosti podnikov v riešení sociálnych problémov a ochrane životného prostredia rastie aj záujem spotrebiteľov o podmienky, v ktorých sú produkty vyrábané. Predmetom práce bude skúmanie vplyvu nástrojov a aktivít CSR na postoje zákazníkov k značke, formy komunikácie CSR a vplyv CSR na nákupné rozhodovanie zákazníkov. Práca rozšíri poznatky v oblasti vplyvu CSR na konkurenčnú pozíciu značiek a formovanie nákupných preferencií. Výsledkom práce bude návrh modelu manažovania značky integrujúceho efekty CSR.

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

### **1. Hodnotenie ekonomického významu cestovného ruchu v regióne – téma určená pre dennú formu štúdia**

Economic importance of tourism in a region

#### Cieľ práce:

Práca na základe zvoleného súboru ekonomických ukazovateľov meria ekonomické prínosy cestovného ruchu vo zvolenom regióne, a to priame, nepriame a indukované prínosy.

#### Anotácie práce:

Práca vychádza z metodiky merania ekonomických efektov cestovného ruchu na národnej úrovni. Jej zámerom je aplikovať túto metodiku na regionálnu úroveň opierajúc sa o analýzu možnosti jej využitia na zvolený územný celok. Súčasťou práce je analýza rôznych metodických prístupov na meranie sekundárnych prínosov.

### **2. Štruktúra financovania rozvoja cestovného ruchu v destináciách – téma určená pre externú formu štúdia**

Financing structure of tourism development in destinations

#### Cieľ práce:

Práca na základe zvolenej metodiky obsahujúcej komplex relevantných ukazovateľov má analyzovať štruktúru financovania rozvojových aktivít cestovného ruchu v strediskách na Slovensku a identifikovať mieru ich odkázanosti na verejné zdroje.

#### Anotácia práce:

Predmetná práca bude vychádzať z výsledkov sekundárneho ako aj primárneho prieskumu zameraného na zvolené destinácie cestovného ruchu na Slovensku a vo vybraných krajinách v zahraničí, ktorého cieľom je analyzovať štruktúru financovania

infraštruktúrnych a neinfraštruktúrnych rozvojových aktivít cestovného ruchu. Výsledky budú slúžiť na zhodnotenie odkázanosti destinácií cestovného ruchu na jednotlivé druhy verejných zdrojov a postavenie súkromných zdrojov v cestovnom ruchu.

### **3. Mapovanie klastrov cestovného ruchu – téma určená pre externú formu štúdia**

Mapping of tourism clusters

#### Cieľ práce:

Na základe zhodnotenia možnosti aplikácie metód mapovania klastrov identifikovať klastre cestovného ruchu vo vybratých regiónoch Slovenska použitím zvolených metód opierajúcich sa o dostupnú údajovú základňu.

#### Anotácia práce:

Práca bude vychádzať z analýzy metód mapovania klastrov využívaných na Slovensku a vo vybratých krajinách, na základe ktorej budú zvolené metódy aplikovateľné na oblasť cestovného ruchu predovšetkým vzhľadom na špecifiká získavania relevantných podkladov pre identifikáciu klastrov cestovného ruchu. Práca má skúmať postavenie cestovného ruchu v rámci odvetvovej štruktúry regiónov a ich súčasnú špecializáciu na cestovný ruch. Súčasťou práce je aj analýza politiky podpory klastrov a osobitne klastrov cestovného ruchu vo vybratých krajinách opierajúca sa o výsledky primárneho a sekundárneho prieskumu.

## **doc. Ing. Andrej MIKLOŠÍK, PhD.**

### **1. Prínos optimalizácie webových stránok pre vyhľadávacie nástroje k zvýšeniu efektívnosti integrovaného marketingu – téma určená pre dennú formu štúdia**

Contribution of search engine optimization to increasing the efficiency of integrated marketing

#### Cieľ práce:

Identifikácia pozície optimalizácie webových stránok pre vyhľadávacie nástroje v rámci digitálneho marketingu a celkovo v marketingovom mixe a skúmanie jej vplyvu na efektívnosť marketingových komunikačných programov.

#### Anotácia práce:

Práca sa zameria na argumentáciu dôležitosti inkorporácie optimalizácie webových stránok pre vyhľadávacie nástroje ako nástroja digitálneho marketingu do marketingového mixu podniku. V práci budú analyzované prístupy k integrácii, prínosy integrácie a efekty z pohľadu dosahovania stanovených komunikačných a marketingových cieľov. Predpokladá sa skúmanie výsledkov integrovanej marketingovej komunikácie z pohľadu oslovenia cieľového publika ako aj efektov z hľadiska budovania známosti značky, lojality a výsledkov predaja.

### **2. Manažment znalostí ako predpoklad zvyšovania efektivity obchodných a marketingových procesov – téma určená pre externú formu štúdia**

Knowledge management as the determinant of increasing the efficiency of sales and marketing processes

#### Cieľ práce:

Argumentácia dôležitosti implementácie manažmentu znalostí v riadiacich procesoch podniku so zameraním na riadenie obchodných a marketingových procesov. Preukázanie súvislosti medzi vznikom a udržateľnosťou konkurenčnej výhody a systematickým prístupom k manažmentu znalostí.

#### Anotácia práce:

Manažment znalostí ako integrovaný prístup k tvorbe, uchovávaniu, konverzii, odovzdávaniu a použitiu znalostí vytvára predpoklady na efektívnejšie rozhodovanie a realizáciu činností na všetkých úrovniach riadenia. Práca sa bude orientovať na potvrdenie významu tohto fenoménu v podniku z pohľadu prínosu k zvyšovaniu efektivity obchodných a marketingových činností, vzniku inovácií a budovania konkurenčnej výhody. Zároveň bude konkrétnymi výsledkami preukazovať priamy vplyv manažmentu znalostí na udržateľnosť konkurenčnej výhody, ktorá sa prejavuje

ako efekt generovania nových nápadov, optimálneho prístupu zamestnancov k najnovším informáciám a poznatkom a systematickej procesnej podpory aktívneho využívania tacitných a explicitných znalostí v podniku.

### **3. Interaktívny marketing ako moderný prístup trhu a zákazníkovi – téma určená pre externú formu štúdia**

Interactive marketing as a modern approach towards market and customers

Cieľ práce:

Rozpracovanie aktuálnych východísk interaktívneho marketingu, jeho vzťahu k iným marketingovým prístupom vrátane holistického a integrovaného marketingu, detekcia a rozpracovanie možností firiem na využitie nástrojov a príležitostí, ktoré interaktívny marketing ponúka.

Anotácia práce:

Moderný marketing kladie dôraz na zapojenie zákazníka do procesu plánovania, realizácie a kontroly marketingových aktivít. S rozvojom moderných informačno-komunikačných technológií sa zákazník dostáva bližšie k firme a stúpa význam jeho názoru, preferencií a spätnej väzby. Interakcia sa stáva čoraz jednoduchšou a prirodzenejšou. Práca sa bude zaoberať stratégiami v rámci interaktívneho marketingu, plánovaním, realizáciou, manažmentom a monitoringom interaktívnych komunikačných kanálov. Súčasťou je rozpracovanie využitia a efektov fenoménu obsahu generovaného používateľmi (User Generated Content – UGC).

## **doc. Ing. Štefan Žák, PhD.**

### **1. Vplyv disruptívnych technológií a inovácií na zmeny vo využívaní marketingových nástrojov vo finančnom sektore – téma určená pre externú formu štúdia**

The impact of disruptive technologies and innovations on changes in the use of marketing tools in the financial sector

Cieľ práce:

Systematizovať poznatky o pôsobení disruptívnych technológií a inovácií na zmeny vo využívaní marketingových nástrojov vo finančnom sektore s cieľom identifikovať ich efektívne využitie pri ovplyvnení procesu rozhodovania spotrebiteľa.

Anotácia práce:

Disruptívnymi technológiami sa označujú prevratné technológie, ktoré zásadným spôsobom prekonávajú a nahrádzajú existujúce technológie, pričom nedochádza k pozvoľnej ale k radikálnej zmene technológií. Následne sa prevratný spôsob implementácie týchto technológií v organizácii označuje ako disruptívna inovácia. Východiskom dizertačnej práce bude analýza súčasného pôsobenia disruptívnych inovácií vo finančnom sektore a následná systemizácia poznatkov o ich vplyve na zmeny vo využívaní marketingových nástrojov. Vyústením dizertačnej práce bude na základe výsledkov vlastnej výskumnej štúdie vytvorenie modelu efektívneho ovplyvnenia procesu rozhodovania spotrebiteľa vo finančnom sektore prostredníctvom marketingových nástrojov využívajúcich disruptívne technológie.

## **Študijný odbor 3.3.18 Medzinárodné podnikanie** **študijný program Manažment medzinárodného podnikania**

## **prof. Ing. Peter BALÁŽ, PhD.**

### **1. Vývoj zahraničnoobchodných vzťahov ČĽR – SR a možnosti uplatnenia sa slovenských firiem na ázijských trhoch – téma určená pre externú formu štúdia**

Development of trade relations of China – SR and business opportunities for Slovak companies on Asian markets

Cieľ práce:

Preskúmať dlhodobý vývoj zahraničnoobchodných vzťahov ČĽR - SR a identifikovať ich hlavné tovarové toky, ich vnútornú štruktúru, bilanciu bežného účtu a rastové trendy a na tomto základe:

- vyhodnotiť doterajšie plnenie zahraničnoobchodnej stratégie SR v oblasti ekonomických vzťahov s Áziou (ČĽR) na roky 2017-2020 a preskúmať komparatívne výhody SR (SWOT), príp. exportný potenciál vybraných odvetví jeho ekonomiky. Identifikovať možnosti rastu slovenského exportu do ČĽR (prípadne potenciál SR pre umiestnenie čínskych PZI),
- vyhodnotiť rámcovú účinnosť spoločne prijatých unitárnych opatrení, hlavne liberalizácie obchodných vzťahov, prípadne ochranárskych nástrojov na úspešné presadzovanie tejto stratégie,
- na báze analýzy vybraných ekonomických ukazovateľov preskúmať vývoj vzájomných ekonomických vzťahov (testovaním vybraných ukazovateľov matematickými alebo ekonometrickými metódami),
- naštudovať existujúce ustanovenia pre činnosť zahraničných firiem v Číne (hlavne malých a stredných podnikov - MSP) a (v spolupráci so SARIO alebo Eximbankou SR) koncipovať ucelený manuál poskytujúci kvalifikované informácie pre slovenské firmy majúce záujem expandovať do Číny,
- na báze identifikácie právnych dokumentov a príslušných ekonomických ustanovení preskúmať podmienky pre možné pôsobenie slovenskej firmy v konkrétnom produkčnom odbore (odvetví) v ČĽR,
- formulovať konkrétne závery a poskytnúť kvalifikované podklady pre rozhodovacie procesy a systémové odporúčania pre decíziu sféru (MZVaEZ SR a MH SR, Eximbanka SR, SARIO).

#### Anotácia práce:

Skúmanie dlhodobého vývoja zahraničnoobchodných vzťahov ČĽR, v kontexte globálnych zmien v celom svetovom hospodárstve, potvrdzuje neustále rastúce obchodné prebytky tejto ázijskej ekonomiky voči všetkým ostatným teritóriám, vrátane EÚ. Sú prejavom nielen celkových zmien v jej ekonomických vzťahoch, na ktorých širokospektrálnu expanziu týkajúcu sa nielen vývozu, ale aj rastúceho prieniku čínskych PZI, unitárne krajiny už nie sú schopné sa efektívne adaptovať. Pokiaľ ide o ekonomiku SR, nie je tento vývoj zatiaľ markantný, ale možno ho očakávať a preto je nutné sa naň systematicky a dlhodobo pripravovať. Už teraz to vyvoláva potrebu zásadných zmien v rozvojovej stratégii a rozsiahle hospodárske reformy v rámci EÚ (SR). Dôležitým nástrojom vyrovnania bilaterálnej obchodnej bilancie môže byť prienik slovenských firiem a rast exportu na čínsky trh. Takýto trend si však vyžaduje lepšie znalosti o možnostiach podnikania v tejto krajine a o štruktúre potenciálneho dopytu. ČĽR totiž systémovo podporuje vlastné rozvojové zámery a odvetvovú fragmentáciu nielen k tomu, aby pokrývala domáci dopyt vlastnou produkciou, ale aby jej investície v zahraničí boli „zasadené“ komplexným spôsobom do jej celkových geostrategických rastových koncepcií. Preto je pre slovenské firmy dôležité čo najdetailnejšie identifikovať podmienky podnikania v tejto krajine a vyhľadávať trhové medzery pre svoje vlastné uplatnenie sa. Práca by sa mala koncentrovať hlavne na skúmanie možností na prienik slovenských MSP do tohto ekonomického teritória a rozpoznávanie relatívne voľných trhových oblastí, ktoré tu vznikajú. V konečnom dôsledku, z takýchto aktivít plynúce efekty, môžu mať pozitívny vplyv aj na vyrovnávanie dlhodobých diskrepancií, ktoré v obchode s ČĽR zaznamenáva nielen SR, ale aj EÚ a môžu pomôcť aktivizovať pozitívne zmeny i v bilaterálnych obchodných vzťahoch. Z hľadiska potenciálu vzájomných ekonomických vzťahov je dôležitá i schopnosť SR prilákať čínske PZI, pričom na pozitívne ekonomické efekty, okrem ich objemu, má dôležitý vplyv najmä ich štruktúra a technologická úroveň. Preto sa aj tejto problematike bude práce venovať.

## **2. Vplyv zahraničných investícií ČĽR v Afrike na ekonomické záujmy EÚ (na príklade subsaharského regiónu) – téma určená pre externú formu štúdia**

Influence of China's FDI in Africa on economic interests of the EU (on an example of su-saharian region)

#### Cieľ práce:

Preskúmať prílev čínskych zahraničných investícií do Afriky a tomto základe precíznejšie formulovať možnosti na presadenie zahraničnoobchodných vzťahov EÚ. Analyzovať aktuálne i perspektívne vývojové trendov v tomto regióne a na tomto základe:

- vyhodnotiť teritoriálne smerovanie PZI na tento kontinent z hľadiska ich objemu a analyzovať z toho plynúce ekonomické a politické konzekvencie na jednotlivé národné ekonomiky,
- preskúmať celkové spoločensko-politické pomery v subsaharskom regióne pod uhľom pohľadu rozšírenia spolupráce s Čínou,
- analyzovať vplyv rozhodujúcich ekonomických ukazovateľov na aktivizáciu celkového ekonomického potenciálu Afriky a jej industrializáciu (prostredníctvom testovania vybraných ukazovateľov matematickými alebo ekonometrickými metódami),
- preskúmať možnosti, ktoré výsledky týchto investícií prinášajú pre ekonomické záujmy týchto partnerov a rast intenzity obchodných vzťahov Afriky s EÚ,
- vyhodnotiť účinnosť dlhodobej stratégie EÚ v oblasti vonkajších ekonomických vzťahov s Afrikou na roky 2020-2030,
- vyhodnotiť získané poznatky a formulovať konkrétne závery i odporúčania pre potreby decíznej sféry (MZVaEZ SR a MH SR, Eximbanka SR).

#### Anotácia práce:

Vo svetovom hospodárstve prichádza pod tlakom globalizácie k zásadným zmenám. Značná časť z nich súvisí s medzinárodnou expanziou čínskej ekonomiky, ktorá postupne vytláča zo zahraničných trhov aj krajiny EÚ. Na rozdiel od iných štátov a ich zoskupení ČĽR využíva svoje rozvojové stratégie a odvetvovú fragmentáciu k tomu, aby jej nové pozície v zahraničí boli nielen dlhodobo efektívne, ale aby boli „zasadené“ komplexným spôsobom do jej geostrategických rozvojových plánov. Typickým príkladom je Afrika, v ktorej prostredníctvom svojich zahraničných investícií intenzívne operujú čínske firmy už dve dekády a kde získavajú významné celoplošné pozície nielen v jej ekonomike a infraštruktúre, v ťažbe surovín a materiálov, ale ich prostredníctvom získavajú stále väčší vplyv na koncipovanie celkových spoločensko-politických postojov afrických krajín. Nakoľko dynamika rastu tohto kontinentu, napriek mnohým problémom, je vysoká, využívajú čínske firmy fakt, že aktívne pôsobia v „centre diania“ a vytvárajú následne širší priestor pre zvýšený dovoz a uplatnenie sa ďalších čínskych firiem. Je prirodzené, že celý tento vývoj je na úkor ekonomických a zahraničnoobchodných pozícií členských krajín EÚ, ktoré strácajú významného dodávateľa surovín a súbežne aj dlhodobý odbytový priestor a miesto na tomto trhu vôbec. Analýza reálneho vývoja v tejto oblasti by mala byť zvýraznená hĺbkovou sub-saharského regiónu, kde je sústredená prevažná časť surovinového bohatstva, najväčší rozvojový potenciál Afriky a tým aj najperspektívnejšej možnosti intenzifikácie ekonomických vzťahov s EÚ. V tejto oblasti pravdepodobne príde v relatívne krátkom období aj ku „stretu“ ekonomických záujmov ČĽR a EÚ.

## **doc. Mgr. Elena KAŠŤÁKOVÁ, PhD.**

### **1. Význam Eurázijskej hospodárskej únie pre strategické rozvojové zámery obchodných vzťahov EÚ (so zameraním na SR) – téma určená pre dennú alebo externú formu štúdia**

Significance of the Eurasian Economic Union for strategic development plans of the EU trade relations (focusing on Slovakia)

#### Cieľ práce:

Preskúmať zahraničnoobchodné vzťahy krajín Eurázijskej hospodárskej únie s EÚ a stanoviť význam danej hospodárskej únie pre strategické rozvojové zámery obchodných vzťahov EÚ (so zameraním na Slovensko). Na základe stanovených hypotéz zhodnotiť rozvojové zámery zahraničnoobchodných vzťahov EÚ so skúmanými krajinami a poukázať na možné oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce.

#### Anotácia práce:

Vznik Eurázijskej hospodárskej únie, okrem už fungujúcej colnej únie, predpokladá voľný pohyb tovaru, služieb, kapitálu a pracovných síl. Daný jednotný trh zohráva významnú pozíciu v oblasti zahraničnoobchodných vzťahov a medzinárodného podnikania po EÚ, USA a Číne. Kľúčovú úlohu v novom integračnom zoskupení predstavuje Rusko a nie je vylúčené rozširovanie integrácie vo forme zóny voľného obchodu smerom do strednej a juhovýchodnej Ázie. Daná dizertačná práca poukáže

na súčasný stav krajín Eurázijskej hospodárskej únie a ekonomické pozadie vzniku daného zoskupenia. Prostredníctvom všeobecných a špecifických teoretických vedeckých metód preskúma zahraničnoobchodné vzťahy krajín Eurázijskej hospodárskej únie voči EÚ so zameraním na Slovensko. Vo výsledkoch práce zhodnotí vzájomnú zahraničnoobchodnú činnosť a stanoví význam Eurázijskej hospodárskej únie v oblasti strategických rozvojových zámerov EÚ v období globálnych geopolitických zmien a možné perspektívne oblasti vzájomnej hospodárskej spolupráce so zameraním na Slovensko.

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

### **1. Ochrana duševného vlastníctva a zahraničný obchod – perspektíva Slovenska – téma určená pre dennú formu štúdia**

Protection of intellectual property and foreign trade – Slovak perspective

#### Cieľ práce:

Hodnotenie významu odvetví náročných na duševné vlastníctvo pre zahraničný obchod a hospodárstvo Slovenska a následne formulácia odporúčaní pre opatrenia na podporu vytvárania ako aj samotnú realizáciu duševného vlastníctva, ktoré by prispeli k zlepšovaniu konkurencieschopnosti slovenských podnikateľských subjektov na zahraničných trhoch.

#### Anotácia práce:

Globalizácia trhov a rozvoj znalostnej ekonomiky zvyšujú význam inovácií, konkurenčných výhod a hospodárskeho rastu. Inovácie zároveň predstavujú jeden z kľúčových cieľov stratégie Európa 2020, ktorá má podporiť konkurencieschopnosť a zamestnanosť v EÚ. Uvedené procesy sú ovplyvňované rôznymi faktormi, pričom jedným z nich je efektívny systém práv zabezpečujúcich ochranu duševného vlastníctva vzhľadom na jeho schopnosť podporiť inovácie. EÚ má v tejto oblasti dlhodobú tradíciu. Štáty EÚ zohrali významnú úlohu pri tvorbe systému práv duševného vlastníctva, ktoré nie len zabezpečujú odmenu tvorcom inovácií, ale aj stimulujú hospodársku súťaž na trhu. Celosvetovo prudký nárast počtu práv duševného vlastníctva v posledných dvoch dekádach vedie k ich využívaniu ako indikátora pre sledovanie ekonomických javov. Vzhľadom na to, že práva duševného vlastníctva umožňujú rozvoj odvetví náročných na inovácie a kreativnosť, má význam skúmať ich vplyv a význam pre hospodárstvo a zahraničný obchod z pohľadu Slovenska, a na tomto základe navrhnuť odporúčania pre opatrenia na podporu vytvárania ako aj samotnú realizáciu duševného vlastníctva.

### **2. Európska únia po referende o členstve Spojeného kráľovstva v Európskej únii – téma určená pre dennú formu štúdia**

European Union after the United Kingdom European Union membership referendum

#### Cieľ práce:

Skúmanie integrácie Európskej únie po referende o členstve Spojeného kráľovstva v Európskej únii z hľadiska hospodárskych – najmä obchodných a investičných – vzťahov celkovo, ako aj so zameraním na Slovenskú republiku.

#### Anotácia práce:

Európska únia ako unikátne integračné zoskupenie vo svetovom hospodárstve prechádza v prvých dekádach 21. storočia turbulentným vývojom. Globálna hospodárska a finančná kríza, dlhová kríza v eurozóne, migračná kríza či perspektíva vystúpenia Spojeného kráľovstva preverujú existujúci integračný model a možnosti jeho ďalšieho fungovania. Dizertačná práca sa bude sústreďovať na vývoj po referende o členstve Spojeného kráľovstva v Európskej únii konanom v júni 2016, v ktorom voliči hlasovali za vystúpenie Spojeného kráľovstva z Európskej únie. Následne vláda Spojeného kráľovstva ohlásila zámer začať formálny proces vystúpenia z EÚ do marca 2017, ktorý by následne mal byť ukončený do dvoch rokov. Z pohľadu histórie európskej integrácie ide o bezprecedentnú skutočnosť, ktorá nastoľuje mnohé otázky a vyžaduje nové politické, hospodárske či právne riešenia. Dizertačná práca sa v tomto kontexte bude venovať hospodárskym – najmä obchodným a investičným – vzťahom, pričom dôležitá bude aj perspektíva Slovenskej republiky ako členského štátu EÚ.



### **3. Stratégia ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní na zahraničné trhy – téma určená pre externú formu štúdia**

Strategy of intellectual property protection at foreign markets penetration

#### Cieľ práce:

Skúmať proces tvorby stratégie ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní podnikateľských subjektov na zahraničné trhy, identifikovať kľúčové faktory ovplyvňujúce voľbu stratégie ochrany duševného vlastníctva, posúdiť výhody a nevýhody spojené s využívaním jednotlivých spôsobov ochrany duševného vlastníctva ako predpoklad pre návrh stratégie ochrany duševného vlastníctva.

#### Anotácia práce:

Ochrana duševného vlastníctva zohráva v moderných ekonomikách stále dôležitejšiu úlohu. Znalostná ekonomika, globalizácia trhov, ako aj rastúca komplexnosť tovarov a služieb, posilňujú význam práv duševného vlastníctva. Právna ochrana duševného vlastníctva totiž poskytuje podnikateľským subjektom stimuly na realizáciu inovatívnych a kreatívnych činností tým, že im priznáva výlučné práva k výsledkom vynálezcovskej a kreatívnej činnosti. Hodnota nehmotných aktív mnohých firiem v rozvinutých ekonomikách výrazne prevyšuje hodnotu ich hmotných aktív. V snahe vyťažiť pridanú hodnotu z inovácií podniky využívajú jednotlivé spôsoby ochrany duševného vlastníctva často komplementárnym spôsobom a realizujú rozličné stratégie ochrany duševného vlastníctva. Ochranu duševného vlastníctva pritom možno realizovať na národnej, regionálnej alebo medzinárodnej úrovni. Jadrom skúmania tejto práce je stratégia ochrany duševného vlastníctva pri prenikaní podnikateľských subjektov na zahraničné trhy.

### **4. Podnikanie v Európskej únii v medziach judikatúry Súdneho dvora Európskej únie – téma určená pre externú formu štúdia**

Doing business in the European Union in the framework of the Court of Justice of the European Union jurisprudence

#### Cieľ práce:

Na základe kritickej analýzy, prioritne novodobej judikatúry Súdneho dvora vo veciach základných slobôd vnútorného trhu EÚ a skúmania úlohy Súdneho dvora EÚ pri ich presadzovaní, posúdiť vývoj v predmetnej oblasti a dopady na prax cezhraničných podnikateľských aktivít v EÚ.

#### Anotácia práce:

Európska únia prešla od svojich počiatkov až po súčasnosť vývojom posilňujúcim hospodársku integráciu medzi členskými štátmi, čo prispieva k uľahčovaniu realizácie cezhraničných podnikateľských aktivít na vnútornom trhu EÚ. Konkrétne podmienky, v rámci ktorých sa táto činnosť uskutočňuje, sú dané systémom práva EÚ. Dôležitú úlohu tu zohráva judikatúra Súdneho dvora EÚ, pomocou ktorej dochádza k vypĺňaniu medzier v práve EÚ bez potreby jeho formálneho doplnenia. Súdny dvor tak v istom zmysle nahrádza zákonodarné orgány EÚ a prispieva k vývoju práva EÚ. Dizertačná práca sa zameriava na skúmanie najmä novodobej judikatúry Súdneho dvora EÚ týkajúcej sa prioritne presadzovania základných slobôd vnútorného trhu v podnikateľskej praxi s cieľom uľahčiť vykonávanie cezhraničných aktivít.

## **doc. Ing. Ľuboš PAVELKA, PhD.**

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

Allocation of bank's assets and liabilities during the period of post-crisis development of economies of the EU

#### Cieľ práce:

Posúdenie podnikania bankových korporácií vo vybraných ekonomikách EÚ z pohľadu podstupovaných rizík, ziskovosti a dostupnosti poskytovaných úverových aktivít a iných aktívnych obchodov pre podnikateľský sektor.

#### 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 ECB na podnikanie finančných korporácií v EÚ a ich ziskovosť.

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

Position of financial institutions in combating money laundering in EU legislation

### 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 sťaženými možnosťami implementácie kontrolných mechanizmov na národnej a medzinárodnej úrovni. Harmonizácia legislatívy v rámci EÚ, ale aj OECD zameraná na boj proti kriminalite a legalizácii nelegálnych alebo nezdanených príjmov vyžadujúca etablovanie unifikovaných riešení odhaľujúcich skutočných vlastníkov kapitálu. Analýza a algoritmy riešení na potieranie nelegálnych príjmov a inštitucionálna ochrana a kontrola bánk pri dodržiavaní legislatívy v tejto oblasti, najmä pokiaľ ide o ohlasovacie povinnosti podozrivých bankových operácií s cieľom odhaliť páchatelov finančných deliktov s medzinárodným prostredím.

## **3. Podnikateľská etika, spoločenská zodpovednosť finančných korporácií z pohľadu ochrany spotrebiteľa a riadenia vzťahov so zákazníkmi (CRM) v oblasti finančných služieb v podmienkach krajín Európskeho hospodárskeho priestoru – téma určená pre externú formu štúdia**

Business ethics, social responsibility of financial corporations from the viewpoint of consumer protection and customer relationship management (CRM) in financial services within countries of the European Economic Area

### Cieľ práce:

Zhodnotenie úrovne ochrany spotrebiteľov vo finančných službách a riadenia vzťahov so zákazníkmi vo finančných spoločnostiach vybraných v oblasti retailového a firemného bankovníctva v podmienkach liberalizácie pohybu kapitálu, zvyšovania konkurencieschopnosti a informatizácie firiem.

### Anotácia práce:

Analýza úrovne podnikateľskej etiky a spoločenskej zodpovednosti firiem vo finančnom sektore vybraných ekonomík, vrátane SR v podmienkach EHP v podmienkach postkrízového vývoja ekonomík, expanzívnej monetárnej politiky centrálnych bánk a implementácie nových legislatívnych opatrení.

## **4. Právno-ekonomické a daňové aspekty uplatňovania a vymáhania pohľadávok zo zmienek vystavených podľa Ženevskej konvencie – téma určená pre externú formu štúdia**

The legal – economic and tax aspects of implementation and recovery of notes issued under the Geneva convention

### Cieľ práce:

Vyhodnotiť súčasný stav v používaní zmienek v tuzemskom aj zahraničnom obchode a analyzovať postavenie účastníkov zmenkových obchodov, vrátane finančných inštitúcií, ktoré sa obchodovaním so zmenkami zaoberajú. Okrem toho práca bude obsahovať zovšeobecnenie problémových oblastí (najmä možného okruhu kauzálnych námietok) vznikajúcich pri uplatňovaní nárokov z týchto cenných papierov a návrh unifikovaných riešení na elimináciu používania týchto platobných a zabezpečovacích nástrojov vo firemnej a bankovej praxi.

#### Anotácia práce:

Pohľadávky zo zmeniek sú neoddeliteľnou súčasťou medzinárodného obchodu, zväčša ako súčasť dokumentárneho platobného styku. Zároveň sú zmenky ako cenné papiere používané na zabezpečenie a financovanie tuzemských aj zahranično-obchodných pohľadávok. Legislatívne úpravy zmenkového práva v tuzemsku a v zahraničí so zreteľom na oblasť Ženevskej konvencie. Súčasný stav pri uplatňovaní nárokov zo zmeniek v tuzemsku a v krajinách s jurisdikciou Ženevskej právnej oblasti (formálno-právne predpoklady, postupy a procesy). Využívanie zmeniek ako zabezpečovacieho prostriedku (kolaterálu) úverových obchodov. Návrh unifikovaných riešení na elimináciu rizík pri používaní zmeniek v tuzemskom a zahraničnom obchode ako aj v bankovej praxi. Využitie skúseností z judikátov týkajúcich sa zmenkových sporov v rámci vybraných krajín EÚ.

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

#### **1. Perspektívy dodávok zemného plynu pre trh SR vo svetle prebiehajúcich procesov na energetickom trhu EÚ – téma určená pre dennú formu štúdia**

Prospects of natural gas supplies for the Slovak market in current European Energy market challenges

#### Cieľ práce:

Pomocou vedeckých metód preskúmať perspektívy dodávok zemného plynu pre trh SR vo svetle prebiehajúcich zmien a nových výziev na európskom energetickom trhu.

#### Anotácia práce:

Prehľbujúca sa závislosť medzi energetickou bezpečnosťou a medzinárodnou konkurencieschopnosťou, rovnako na úrovni SR ako aj EÚ, kladú čoraz väčší dôraz na zabezpečenie plynulých dodávok strategických energetických surovín na trh EÚ, samozrejme pri zachovaní rozumnej cenovej hladiny. Globalizačné procesy vo svetovom hospodárstve vedú k rastu produkcie, obchodu, životnej úrovne a vyvíjajú tlak na zvyšovanie energetickej bezpečnosti jednotlivých ekonomík. Tú, v prípade krajín s vysokou mierou importnej závislosti je to možné dosiahnuť vhodnou diverzifikáciou energetických zdrojov a prepravných ciest a ich efektívnym využívaním. Pre zemný plyn, ako dominantnej strategickú surovinu, to platí o to naliehavejšie. Preto danej problematike je venovaná veľká pozornosť ako na úrovni Európskej únie, tak aj na úrovni jednotlivých členských štátov, jej ústredných orgánov a strategických podnikateľských subjektov v danej oblasti.

#### **2. Skúmanie možných vplyvov dohody o voľnom obchode CETA (EÚ a Kanada) na energetickú bezpečnosť EÚ a SR – téma určená pre dennú formu štúdia**

The Comprehensive Economic and Trade Agreement (European Union - Canada) – possible impact of the agreement on energy security of the European Union and the Slovak Republic

#### Cieľ práce:

Pomocou vedeckých metód preskúmať a zhodnotiť vplyv globálnych energetických výziev na liberalizačné procesy v zmysle dohody o voľnom obchode medzi EÚ a Kanadou (CETA) a na možnosti zvýšenia energetickej bezpečnosti EÚ s ohľadom na strategické záujmy SR.

#### Anotácia práce:

Hrozba, že energie a ich dostupnosť sa vo svetovom hospodárstve stanú faktorom, ktorý bude rozhodovať o budúcom postavení a prosperite jednotlivých štátov, či ekonomických zoskupení, je mimoriadne aktuálna. A to najmä preto, že komplementárny efekt surovinových zdrojov má výrazný a priamy dopad na udržateľnosť a rast konkurencieschopnosti ekonomík. V prípade EÚ je táto problematika z dôvodu obmedzených zásob energetických surovín z vlastných zdrojov mimoriadne aktuálna. Súčasný výzvy v oblasti energetiky sú dynamické, vzájomne previazané a podliehajú zmenám v závislosti od vnútorných, regionálnych a globálnych podmienok. Preto jednotlivé ekonomiky sa snažia zabezpečiť energetické zdroje nielen v dostatočnom množstve, ale aj za akceptovateľné ceny a v dostatočnej diverzifikácii, nezabúdajúc pritom na ich efektívne využívanie. Aj SR, z dôvodu obmedzených energetických zdrojov, hľadá z vlastných zdrojov nové alternatívy

dodávok. Jednu z takýchto alternatív predstavuje Kanada, ktorá vplyvom liberalizácie tovarových tokov v rámci dohody CETA uvoľňuje kapacity vybraných energonosičov aj pre trh EÚ, vrátane SR. V rámci dizertačnej práce bude potrebné prísť k analýze možných dodávok a ich vplyvov na makroúrovni tak, aby bolo možné vyhodnotiť ich efektívnosť z pohľadu zvýšenia energetickej bezpečnosti a sledovania strategických záujmov SR v tejto problematike.

### **3. Strategické efekty pripravovanej dohody TTIP medzi EÚ a USA na konkurencieschopnosť a exportnú výkonnosť slovenskej ekonomiky – téma určená pre externú formu štúdia**

Transatlantic Trade and Investment Partnership (European Union – USA) – strategic effects on competitiveness and export performance of the Slovak economy

#### Cieľ práce:

Pomocou vedeckých metód preskúmať a porovnať vplyv liberalizačných dopadov plynúcich z pripravovanej dohody TTIP na konkurencieschopnosť ekonomiky SR z pohľadu vybraných multikriteriálnych a jednofaktorových kritérií konkurencieschopnosti.

#### Anotácia práce:

Globalizačné procesy vo svetovom hospodárstve prispievajú k rastu produkcie, obchodu, životnej úrovne. V snahe uspieť na medzinárodných trhoch sú jednotlivé štáty nútené prijímať opatrenia na zvyšovanie efektívnosti, flexibility a konkurencieschopnosti. Dochádza k liberalizácii tarifných a netarifných prekážok obchodu na báze regionálnej integrácie a k uzatváraniu dohôd o voľnom obchode. K takýmto dohodám patrí aj Dohoda o Transatlantickom obchodnom a investičnom partnerstve medzi EÚ a USA (TTIP). Účinky dohôd o voľnom obchode na jednotlivé ekonomiky sú však rôzne a závisia od viacerých premenných. Najväčší efekt majú tzv. komplexné dohody o voľnom obchode, ktoré okrem liberalizácie tarifných prekážok liberalizujú aj duševné vlastníctvo, obchod so službami, investície, vládne obstarávanie, ako aj základné environmentálne a pracovné štandardy. Sú determinantom rastu HDP, exportnej výkonnosti, rastu blahobytu obyvateľstva, tvorby nových pracovných príležitostí. Preto sú vládami dotknutých krajín podporované, a to aj napriek množstvu prekážok, ktoré v procese ich príprav treba riešiť. V tomto rámci je potrebné analyzovať účinky dohody TTIP na konkurencieschopnosť a exportnú výkonnosť ekonomiky SR.

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

### **1. Najnovšie tendencie budovania firemných značiek v kontexte zvyšovania konkurencieschopnosti firiem na medzinárodných trhoch – téma určená pre dennú formu štúdia**

The latest trends in corporate brands building in the context of increasing the competitiveness of companies in international markets

#### Cieľ práce:

Preskúmať, diagnostikovať a komparovať najnovšie tendencie budovania firemných značiek a možnosti vyhodnocovania ich priamych a nepriamych efektov v kontexte zvyšovania optimálneho pôsobenia firiem na medzinárodných trhoch. Identifikovať význam ich dôležitosti pre konkurencieschopnosť podnikateľských subjektov pôsobiacich v rôznych sférach hospodárskej praxe. Poukázať na podstatu, význam, príčiny a možnosti aplikácií inovatívnych metód budovania firemných značiek s vyselektovaním ich možných trendov do budúcnosti.

#### Anotácia práce:

Dizertačná práca by mala vychádzať z reality súčasného, vysoko konkurenčného prostredia, kedy efektívny positioning firiem na medzinárodných trhoch sa stáva jedným zo základných predpokladov dosahovania a udržania si dlhodobej konkurenčnej výhody, jeho neoddeliteľnou súčasťou je optimalizácia riadenia a budovania hodnoty značky. K aktuálnym odborným náhľadom na budovanie značky patrí maximálne prepojenie positioningu firmy s hodnotou značky v nadväznosti na veľmi rýchlo sa meniacu situáciu na medzinárodných trhoch (vonkajších aj vnútorných podmienok pre podnikateľské subjekty) v prepojení s najnovšími

tendenciami vývoja inovatívnej a interaktívnej ekonomiky a s hektickým technologickým rozvojom, komplexne zasahujúcimi všetky fázy medzinárodnej marketingovej stratégie firiem (prvky medzinárodného marketingového mixu). V prepojení na základnú východiskovú bázu by mala dizertačná práca zmapovať, analyzovať a vyhodnotiť teoretické názorové prúdy ako aj praktické východiská formovania najnovších trendov budovania medzinárodne silných firemných značiek, diagnostikovať ich priame a nepriame efekty v kontexte zvyšovania optimálneho pôsobenia firiem na medzinárodných trhoch. Komparovať a konfrontovať získané poznatky zahraničnej teórie a rôznych sfér hospodárskej praxe s realitou na Slovensku, s predikovaním možného vývoja v danej oblasti a formulovaním riešení pre budúcnosť. Dosiahnuté závery tiež podporiť príkladmi a výsledkami renomovaných medzinárodných výskumov ako aj uskutočnením a vyhodnotením vlastného originálneho výskumu.