



ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA
Specifický vysokoškolský výzkum

Název projektu:	Implementace nástrojů e-marketingové komunikace do komunikačního mixu obchodních společností
Hlavní řešitel:	doc. PhDr. František Pollák, PhD.
Další řešitelé (studenti)	Bc. Kristína Korená, Bc. David Vyšín
Další řešitelé (AP):	Mgr. Michal Konečný

Krátký popis projektu:

První dvě desetiletí 21. století byla charakterizována kontinuálním přechodem z offline do online prostředí. Nabídková i poptávková strana trhu se snažila optimalizovat svá úsilí s cílem maximalizovat výhody. Z pohledu organizací šlo zejména o maximalizaci benefitů vyplývajících ze zkrácení komunikačních a distribučních kanálů. Z pohledu spotřebitele šlo především o benefit maximalizace spotřeby nebo možnost nákupu komplexnějších produktů. Vypuknutí pandemie COVID-19 výrazně urychlilo tempo digitalizace. Zatímco v době vypuknutí pandemie byl digitální prostor vhodnou alternativou k diverzifikaci komunikačního portfolia, v éře sociálního distancování se digitální prostor stal determinantou přežití na trhu, neboť značná míra interakce se přesunula do virtuálního prostředí internetu. Zmapování změn, které nastaly v procesu tvorby komunikačního mixu pod tlakem zrychleného přechodu z offline do online prostředí bylo klíčové pro udržení konkurenceschopnosti obchodních společností bez ohledu na jejich velikost a tržní zaměření. S přihlédnutím ke komplexnosti problematiky patřili mezi klíčové oblasti výzkumu i problematika řízení a rozvoje podnikové reputace, udržitelná marketingová komunikace a v neposlední řadě tvorba hodnot a management inovací obecně. Projekt byl zaměřen na analýzu využívání nástrojů e-marketingu v rámci komunikačního mixu obchodních společností působících na českém trhu. Výzkumný vzorek byl v specifikován na MSP. Analýzou vzorku a jeho následnou komparací s vybranými lídry odvětví na národní úrovni byla vytvořena poznatková báze pro formulování příkladů dobré praxe. Tyto příklady definují základní rámec inovačního know-how pro aplikaci poznatků do podnikové praxe. Projekt byl realizován s cílem zvýšení inovačního potenciálu a tvorby přidané hodnoty obchodních společností v souladu s cíli spadajícími do klasifikace RIS3. Primárním cílem projektu bylo vytvoření specifické poznatkové základny pro efektivní aplikaci inovativních nástrojů e-marketingu do podnikové praxe. Sekundárním cílem projektu bylo přispět posunu poznání v problematice prostřednictvím publikování dílčích výsledků projektu.

Popis dosažených výsledků (popis dosažených cílů, změny oproti původnímu plánu apod.):

Počet zapojených studentů do VaV – 2

- Bc. Kristína Korená
- Bc. David Vyšín

Publikační výsledky v Q4 a Q1 (AIS, SJR) – 2 a 1

- POLLÁK, František, Peter MARKOVIČ, Roman VAVREK a Yaroslava KOSTIUK. Impact of Coronavirus Pandemic on Changes in e-Consumer Behaviour: Empirical Analysis of Slovak e-Commerce Market. *EKONOMICKÝ ČASOPIS/JOURNAL OF ECONOMICS*. Bratislava, Slovakia: Ekonomický ústav SAV, v.v.i. a Prognostický ústav CSPV SAV, v.v.i, 2022, roč. 70/2022, č. 4, s. 368-389. ISSN 0013-3035.
- Příspěvek s názvem „Digital vs. Traditional: Selected Views on Creating Optimal Marketing Communication Mix“ autorů Františka Polláka, Petra Markoviče a Kristiána Kalamene byl akceptován pro publikování v časopise Market-Trziste (ISSN 0353-4790).
- Příspěvek s názvem „Impacts of economic crises on e-commerce in Czech Republic“ autorů Kristíny Korené, Petry Pártlové a David Vyšina byl odeslán do časopisu International Journal of Electronic Commerce (ISSN 1086-4415).

Studie publikovaná ve sborníku z konference IDIMT 2022 (Scopus, WOS) – 1

- KONEČNÝ, Michal, Yaroslava KOSTIUK a Michal RUSCHAK. ONLINE REPUTATION OF BUSINESS ENTITIES FROM THE FIELD OF SUPPLY CHAIN: AN EMPIRICAL STUDY ON THE CZECH MARKET. In Gerhard Chroust, Petr Doucek, Václav Oškrdal. *IDIMT 2022 - Digitalization of Society, Business and Management in a Pandemic: 30th Interdisciplinary Information Management Talks, 2022; Praha, 07. 09. - 09.09. 2022*. 51. vyd. Linz, Austria: TRAUNER Verlag + Buchservice GmbH, 2022. s. 251-256. ISBN 978-3-99113-758-0.

Kapitola v monografii Open Access (ISBN: 978-1-80356-000-7) s názvem „Manažment značky“ editované hlavním řešitelem. – 1

- POLLÁK, František a Peter MARKOVIČ. Internet Marketing. In František Pollák, Peter Markovič. *Brand Management*. London, United Kingdom: IntechOpen, 2022. s. 11-33. ISBN 978-1-80356-000-7.

Účast na konferenci IDIMT 2022. – 1

- Mgr. Michal Konečný



Způsob zapojení studentů:

Participování na tvorbě literárních rešerší a asistence v procesu statistického zpracování dat. Vytvoření vlastního publikačního výstupu v spoluautorství s doc. Petrou Pártlovou.

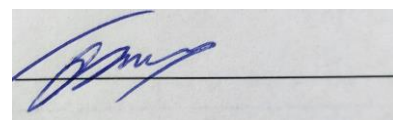
Popis nákladových položek:

POPIS POLOŽKY		Plán	Skutečnost	Rozdíl
A	Mzdy zaměstnanců	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 A	<i>jméno</i>	25 000	25 000	0
2 A	doc. PhDr. František Pollák, PhD.; Mgr. Michal Konečný		25 000	
B	Ostatní osobní náklady	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 B	<i>jméno</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>
C	Stipendia	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 C	<i>jméno</i>	75 000	75 240	-240
2 C	Bc. Kristína Korená; Bc. David Vyšín		75 240	
D	Provozní náklady (cestovné, materiál, kancelářské potřeby)	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 D	<i>název</i>	1 464	1 464	0
2 D	Cestovné na konferenci IDIMT 2022		1 464 Kč	
E	Investiční náklady	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 E	<i>název</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>
F	Služby	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 F	<i>název</i>	23 536	23 500	36
2 F	Vložné na konferenci IDIMT 2022		8 500 Kč	
3 F	Faktura za překlady odborných textů		15 000 Kč	
G	Další náklady projektu	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>	<i>Částka celkem</i>
1 G	<i>název</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>	<i>Částka v Kč</i>
CELKEM		125 000	125 204	-204

Komentář k rozpočtu: Částka 204 Kč, která byla přečerpaná nad rámec rozpočtu, byla uhrazena z rozpočtu Katedry cestovního ruchu a marketingu.

Rozpočet:

1. **Mzdy:** Nákladová položka byla vyčerpána.
2. **Stipendia:** Celkem tedy bylo na stipendia vyplaceno 75 240 Kč. Tím byla splněna podmínka, že odměny studentům musí být víc než 75 % z celkových mzdových nákladů.
3. **Cestovné:** Bylo zaúčtováno cestovné na konferenci IDIMT 2022 ve výši 1 464 Kč, čím byla položka vyčerpána. Zbylé prostředky byly převedeny do kategorie Služby.
4. **Služby a náklady nevýrobní:** Vložené za konferenci ve výši 8 500 Kč a také faktura za překlady odborných textů 15 000 Kč. Celkem tedy bylo čerpáno ve výši 23 500 Kč. Po provedení změny rozpočtu nám zůstalo v položce Služby ještě 36 Kč nevyčerpaných.



V Českých Budějovicích 17. 3. 2023