

doc. Ing. Lenka Veselovská, PhD.
Inštitút manažérskych systémov
Ekonomická fakulta
Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici

OPONENTSKÝ POSUDOK HABILITAČNEJ PRÁCE

PhDr. Márie Oleárovej, PhD., MBA z Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove v odbore habilitačného konania manažment, ktorú vypracovala na tému:

Paradox personalizácie a súkromia v m-commerce: Výskum vplyvu na impulzívne nákupné správanie spotrebiteľov v medzinárodnom kontexte

Na základe listu prof. Ing. Róberta Štefka, Ph.D., v. r., dekana Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove, zo dňa 24.10.2024, predkladám nasledovný oponentský posudok na habilitačnú prácu PhDr. Márie Oleárovej, PhD., MBA.

Habilitačná práca je napísaná na 187 stranách textu. Je rozdelená do 5 kapitol, ktoré na seba logicky nadväzujú. Obsahuje tiež obsah, zoznam ilustrácií a tabuliek, úvod, zoznam bibliografických odkazov a prílohy.

a) Aktuálnosť zvolenej témy

Problematika personalizácie a súkromia v m-commerce je veľmi aktuálnou témou v súčasných post-pandemických podmienkach. So špecifikáciou témy na impulzívne nákupné správanie spotrebiteľov je významnejšia o fakt, že ide o použitie výskumného pohľadu na marketingovom inštrumentáriu, výsledkom čoho sú tak praktické, ako aj teoretické prínosy habilitačnej práce. Svedčí o tom aj šírka záberu autorkou uvedeného zoznamu použitej odbornej literatúry. Téma je svojim zameraním súčasťou odboru habilitačného konania manažment.

b) Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Súčasný stav autorka analyzovala rozsiahlo a dostatočne hlboko na 54 stranách. Spracovala veľké množstvo diel, vysoko dôveryhodných a aktuálnych. V habilitačnej práci sú využité zdroje vydané po roku 2010 s výnimkou malého počtu publikácií vydaných v skorších rokoch, ktoré však poskytujú základné poznatky z oblasti marketingu. Získané poznatky z literárneho prieskumu spracovala do prehľadného textu. Autorka sa správne zamerala na vybraných relevantných autorov, tvoriacich paradigmu v oblasti teórie i aplikácie problematiky impulzívneho správania a personalizácie do praxe marketingového inštrumentária organizácií. Autorka často pripája kritické zhodnotenie uvádzaných poznatkov, čo zvyšuje kvalitu spracovanej teoretickej časti práce.

c) Vedecký cieľ habilitačnej práce

Cieľom habilitačnej práci je vytvoriť a empiricky overiť model, ktorý vysvetlí, ako spotrebiteľia vnímajú personalizované ponuky z perspektívy elaborácie ochrany súkromia, a ako tieto personalizované ponuky následne ovplyvňujú ich impulzívne nákupné správanie v prostredí m-commerce.

Hlavný vedecký cieľ aj dekompozícia na parciálne ciele sú zvolené precízne s logickou nadväznosťou na tému habilitačnej práce. Pozitívne hodnotím, že ciele sú formulované s ohľadom na medzinárodný aspekt spracovania habilitačnej práce.

Na základe preštudovania práce môžem konštatovať, že hlavný cieľ, ako aj čiastkové ciele boli splnené a vyústili do návrhov a odporúčaní uvedených v závere práce.

d) Výskumné otázky a hypotézy vedeckého výskumu

V habilitačnej práci si autorka stanovila 12 hypotéz. Hypotézy sú formulované logicky v nadväznosti na ciele práce. Hypotézy navzájom súvisia a sú verifikovateľné. Overenie ich platnosti do značnej miery prispelo k objasneniu podstaty skúmaného problému.

e) Metodický postup riešenia problematiky a výber zvolených vedeckých metód výskumu

Postup spracovania práce a využité metódy autorka uvádza v kapitole 2.4 Metodológia výskumu. Autorka jasne, jednoducho a správne vymedzila metódy, ktoré využíva, pričom pri každej z nich zdôvodnila jej potrebu pre prácu. Výber zvolených vedeckých metód výskumu prispôbila autorka vedecky správne téme a hlavnému vedeckému cieľu.

f) Posúdenie prínosu záverečnej práce a jej použiteľnosť

Habilitačná práca svojimi výsledkami predstavuje významný prínos k rozvoju vedeckého poznania zo skúmanej problematiky. Habilitačná práca má viaceré teoretické i praktické prínosy. Za hlavný praktický prínos považujem informácie uvedené v kapitole 5.2 Praktické implikácie. Najdôležitejšie teoretické prínosy sú uvedené v kapitole 5.2 Teoretické implikácie, avšak ako prínosnú v tejto oblasti vnímam aj kapitolu 4.3 Diskusia k rozdielom medzi krajinami.

g) Formálne posúdenie habilitačnej práce

Habilitačná práca má logickú štruktúru, proporcionálne je vhodne členená. Práca je spracovaná v súlade s požiadavkami na úpravu tohto typu prác, len s malými nedostatkami.

h) Otázky pre autorku pri obhajobe habilitačnej práce

1. Na overenie výskumného modelu bol realizovaný zber kvantitatívnych dát prostredníctvom online dotazníka. Prosím vysvetliť, ako boli respondenti vybraní na oslovenie.
2. V práci sú uvedené najdôležitejšie zistenia aj v medzinárodnom kontexte. Prosím uviesť, ako by ich implikácie mohli byť transformované do konkrétnych odporúčaní na tvorbu marketingových stratégií podnikov.

i) Záver

Habilitačná práca PhDr. Márie Oleárovej, PhD., MBA: “ *Paradox personalizácie a súkromia v m-commerce: Výskum vplyvu na impulzívne nákupné správanie spotrebiteľov v medzinárodnom kontexte*“, je z pohľadu úrovne spracovania i obsahu po odbornej, formálnej, grafickej i jazykovej stránke na požadovanej úrovni a preto

odporúčam

prijat' ju na habilitačné konanie v odbore habilitačného konania **manažment**.



V Poprade, 18. decembra 2024

doc. Ing. Lenka Veselovská, PhD.