



## Posudok oponenta na habilitačnú prácu

Názov práce: **Výskum determinantov spotrebiteľského správania v kontexte materializmu, kompulzívneho nakupovania a udržateľnej spotreby**

Autor práce: Ing. Ivana Ondrijová, PhD.

Odbor habilitačného konania a inauguračného konania: Manažment

Oponent: doc. Ing. Jakub Berčík, PhD., ÚMOSS FEM SPU v Nitre

Habilitačná práca bola vypracovaná na Prešovskej univerzite v Prešove, na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu.

Predložená habilitačná práca s názvom „Výskum determinantov spotrebiteľského správania v kontexte materializmu, kompulzívneho nakupovania a udržateľnej spotreby“ sa zaoberá aktuálnou a spoločensky významnou problematikou spotrebiteľského správania v podmienkach súčasnej spotrebiteľskej spoločnosti. Autorka sústreďuje svoju pozornosť na analýzu psychologických a socio-ekonomických determinantov, ktoré ovplyvňujú materialistické hodnoty spotrebiteľov, kompulzívne nakupovanie a udržateľnú spotrebu v slovenskej populácii.

Habilitačná práca má rozsah 207 strán a je členená do viacerých tematicky logicky nadväzujúcich kapitol. Autorka pracuje s rozsiahlym súborom 331 domácich a zahraničných bibliografických zdrojov, čím dokumentuje dobrý prehľad o riešenej problematike a schopnosť systematicky pracovať s odbornou literatúrou. Pozitívne hodnotím najmä zastúpenie zahraničných vedeckých publikácií z oblasti spotrebiteľského správania, psychológie spotrebiteľa a marketingového výskumu, ktoré vytvárajú teoretické východiská pre následnú empirickú časť práce.

Teoretická časť práce syntetizuje vývinové a hodnotové prístupy k materializmu, kompulzívnemu nakupovaniu a udržateľnému spotrebiteľskému správaniu. Autorka analyzuje ich konceptualizácie v rámci psychologických a marketingových prístupov a poukazuje na ich význam pri skúmaní súčasného spotrebiteľského správania.

Cieľ habilitačnej práce je zameraný na skúmanie vzťahov medzi socio-demografickými a socio-ekonomickými charakteristikami spotrebiteľov, materialistickými hodnotami, kompulzívnym nakupovaním a úrovňou udržateľnej spotreby v slovenskej populácii, ako aj na identifikáciu ich vzájomných štrukturálnych vzťahov.



V metodologickej časti autorka využíva kombináciu kvantitatívnych analytických prístupov, vrátane deskriptívnej štatistiky, korelačných a regresných modelov, kvantilovej analýzy a modelovania štrukturálnych rovníc. Empirická časť je založená na primárnom výskume realizovanom na vzorke slovenských spotrebiteľov v online prostredí. Súčasťou výskumu bola aj pilotná neuromarketingová štúdia využívajúca eye-tracking a analýzu mimiky tváre, ktorá umožnila sledovať emocionálnu a pozornosťnú reaktivitu spotrebiteľov na nákupné podnety.

Najrozsiahlejšou časťou práce je kapitola venovaná výsledkom výskumu, v ktorej autorka prezentuje výsledky realizovaných analýz a interpretuje ich v kontexte existujúcich teoretických poznatkov. Výsledky výskumu potvrdili, že materializmus predstavuje významný prediktor kompulzívneho nakupovania. Zároveň sa preukázala výrazná postojovo-behaviorálna medzera v oblasti udržateľnej spotreby, ktorá sa najvýraznejšie prejavuje v ekonomickej a sociálnej dimenzii udržateľnosti.

Pozitívne hodnotím snahu autorky o využitie multimodálneho výskumného prístupu, ktorý kombinuje tradičné dotazníkové metódy s biometrickými nástrojmi spotrebiteľskej neurovedy. Takýto prístup umožňuje skúmať spotrebiteľské správanie nielen na úrovni deklarovaných postojov, ale aj na úrovni implicitných reakcií spotrebiteľov.

Za silnú stránku práce považujem najmä interdisciplinárne prepojenie poznatkov z oblasti marketingu, psychológie a spotrebiteľského správania, ako aj využitie pokročilých štatistických metód pri analýze empirických dát. Oceňujem tiež snahu autorky rozšíriť tradičné prístupy spotrebiteľského výskumu o prvky neuromarketingového merania.

Na druhej strane je potrebné poukázať aj na niektoré aspekty, ktoré by bolo možné v ďalšom výskume rozpracovať podrobnejšie. Neuromarketingová časť výskumu má skôr pilotný charakter a jej interpretácia je limitovaná menším rozsahom výskumnej vzorky. Z tohto dôvodu je potrebné výsledky biometrických meraní interpretovať skôr ako indikáciu možných trendov než ako plne generalizovateľné zistenia.

Ďalším aspektom je skutočnosť, že identifikovaná postojovo-behaviorálna medzera v oblasti udržateľnej spotreby predstavuje fenomén, ktorý je v literatúre dlhodobo známy a empiricky potvrdený v mnohých krajinách. Prínos práce preto spočíva skôr v jeho empirickom overení na slovenskej populácii než v konceptuálnej novosti samotného zistenia.

Istým metodologickým obmedzením je aj prierezový charakter výskumu, ktorý umožňuje identifikovať štatistické vzťahy medzi skúmanými premennými, avšak neumožňuje jednoznačne inferovať kauzálne vzťahy medzi materializmom, kompulzívnym nakupovaním a udržateľnou spotrebou.

Uvedené pripomienky však neznižujú celkovú vedeckú hodnotu práce. Habilitačná práca predstavuje systematicky spracovaný výskum založený na relevantných teoretických východiskách a empirickej analýze dát. Výsledky práce prispievajú k

lepšiemu pochopeniu psychologických determinantov spotrebiteľského správania a vytvárajú priestor pre ďalší výskum v oblasti udržateľnej spotreby a prevencie kompulzívneho nakupovania.

**K práci mám nasledujúce otázky:**

1. Vo svojej práci v rámci budúcich výskumných smerov naznačujete potenciál využitia implicitných neurobehaviorálnych indikátorov nákupnej zraniteľnosti. Aké konkrétne výskumné metódy a metriky by bolo podľa Vás vhodné v tomto kontexte aplikovať (napr. behaviorálne, biometrické a neurozobrazovacie indikátory) a aké metodologické alebo etické limity môže mať ich využitie pri skúmaní spotrebiteľského správania?
2. Výsledky práce poukazujú na existenciu postojovo-behaviorálnej medzery v oblasti udržateľnej spotreby. Aké nástroje marketingovej komunikácie, dizajnu nákupného prostredia alebo verejných politík by podľa Vášho názoru mohli prispieť k znižovaniu bariér a zvyšovaniu psychologickkej dostupnosti udržateľného správania, najmä v podmienkach krajín strednej a východnej Európy, kde je tento akčno-hodnotový rozpor pomerne výrazný?
3. V kontexte súčasného marketingu a digitálneho prostredia sa často zdôrazňuje potreba znižovania kognitívnej záťaže spotrebiteľov pri rozhodovaní (napr. prostredníctvom heuristik, odporúčacích systémov alebo zjednodušeného výberu). Do akej miery je podľa Vás žiaduce takéto zjednodušovanie rozhodovacích procesov, a kde vidíte hranicu medzi podporou efektívneho rozhodovania spotrebiteľa a potenciálnym rizikom posilňovania materialistických orientácií alebo kompulzívneho nakupovania?

**Záver:**

Na základe dôkladného preštudovania habilitačnej práce môžem konštatovať, že práca v predloženej podobe spĺňa požadované kritériá, a preto ju odporúčam k obhajobe.

Habilitačnú prácu odporúčam k obhajobe a po jej úspešnom obhájení navrhujem udeliť Ing. Ivane Ondrijovej, PhD. vedecko-pedagogický titul docent v odbore habilitačného konania Manažment.

V Nitre, 09.03. 2026

doc. Ing. Jakub Berčík, PhD.