

Meno a priezvisko oponenta habilitačnej práce : **prof. Ing. Štefan Žák, PhD., MBA, LL.M.**

Pracovná pozícia, adresa pracoviska, kontakt oponenta habilitačnej práce :

Profesor, Katedra marketingu, Obchodná fakulta EU v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, stefan.zak@euba.sk

OPONENTSKÝ POSUDOK

habilitačnej práce

Autor habilitačnej práce: Ing. Ivana Ondrijová, PhD.

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

Obsahová stránka práce

1. Cieľ práce a jeho naplnenie – aktuálnosť tematiky (*aktuálnosť témy, dostatočné definovanie riešeného problému – stanovenie cieľa práce, rozsah a vyváženosť, vnútorná nadväznosť jednotlivých častí práce*)

Predložená habilitačná práca tematizuje spotrebiteľské správanie v priesečníku materialistických hodnôt, kompulzívneho (najmä online) nakupovania a udržateľnej spotreby, teda oblastí, ktoré majú v súčasnom kontexte vysokú spoločenskú aj odbornú relevanciu. Autorka presvedčivo ukotvuje aktuálnosť problematiky najmä cez dôraz na digitalizované nákupné prostredie a pretrvávajúcu „postojovo-behaviorálnu medzeru“ pri udržateľnom nakupovaní, čím zároveň naznačuje potrebu identifikovať bariéry, ktoré bránia transformácii deklarovaných postojov do reálneho správania.

Hlavný cieľ je formulovaný jasne, vecne a vnútorne konzistentne: skúmať vzťahy medzi socio-demografickými a socio-ekonomickými charakteristikami, materialistickými hodnotami, kompulzívnym nakupovaním a úrovňou udržateľnej spotreby v slovenskej populácii, vrátane ich štrukturálnych väzieb, s ambíciou prehĺbiť poznanie o psychologických determinantoch adaptívnych a maladaptívnych foriem spotrebiteľského správania. Silnou stránkou formulácie je, že cieľ explicitne zahŕňa (a) viacúrovňový determinantový rámec (identifikačné charakteristiky + hodnotové premenné + behaviorálne výstupy), aj (b) ambíciu testovať štruktúru vzťahov, nie iba bivariantné asociácie.

Za dôležitý považujem aj stupeň definovania a operacionalizácie skúmaného problému. Autorka nielen pomenúva tri jadrové konštrukty (materializmus, kompulzívne nakupovanie, udržateľná spotreba), ale v metodologickej časti ich zároveň významovo „ukotvuje“ tak, aby boli empiricky uchopiteľné (napr. udržateľnosť je chápaná cez znalosti – postoje - správanie, kompulzívne nakupovanie ako ťažko kontrolovateľná tendencia s regulačnou funkciou). Následne hlavný cieľ rozkladá do explicitných čiastkových cieľov VC1–VC6 (od mapovania úrovni a vnútornej štruktúry konštruktov až po testovanie mediačných/štrukturálnych väzieb), ktoré tvoria prehľadnú „cestu“ od deskripcie k vysvetľovaniu a modelovaniu.

Operacionalizačná disciplína sa ďalej prejavuje v tom, že z cieľov sú priamo odvodené výskumné otázky a hypotézy (napr. VO1/H1 s dôrazom na heterogenitu efektov naprieč kvantilmi), čo zvyšuje presnosť a kontrolovateľnosť napĺňania cieľa.

Z hľadiska primeranosti rozsahu, logickej štruktúry a nadväznosti častí je kompozícia práce klasická, funkčná a účelová: teoretické kapitoly (1–5) vytvárajú postupne tri obsahové piliere (materializmus, kompulzívne nakupovanie, environmentálne postoje/udržateľné správanie) a následne pridávajú metodologicky relevantný most v podobe neuromarketingu; metodika (6) a výsledky (7) plynulo nadväzujú, pričom diskusia (8) je členená podľa rovnakých tematických osí, čo podporuje čitateľnosť aj argumentačnú koherenciu.

Za konkrétny dôkaz naplnenia cieľov možno považovať nielen explicitné prepojenie overenia hypotéz na čiastkové ciele (tabuľkovo vyznačená „väzba na cieľ práce“), ale aj syntetizujúce tvrdenia v diskusii, že zistenia naplnili VC1–VC6 a premostili na hlavný cieľ porozumenia determinantom adaptívnej a maladaptívnej spotreby.

***Zhrnutie:** Práca rieši vysoko aktuálnu a spoločensky relevantnú tému na priesečníku materializmu, kompulzívneho online nakupovania a udržateľnej spotreby, pričom jasne ukazuje jej význam v súčasnom digitálnom kontexte. Hlavný cieľ je formulovaný presne a je dôsledne rozpracovaný do logicky nadväzujúcich čiastkových cieľov, ktoré umožňujú systematické napĺňanie zámeru práce. Štruktúra textu je prehľadná, jednotlivé časti majú primeraný rozsah a vytvárajú koherentnú argumentačnú líniu od teórie cez metodiku až po interpretáciu zistení.*

2. Vhodnosť použitých metód, metodológia (metodologická a metodická stránka práce identifikácia pojmov, úloh, výber metód, vhodnosť metodických postupov)

Metodologická koncepcia práce je vystavaná koherentne a zodpovedá deklarovanému cieľu skúmať determinanty spotrebiteľského správania v populácii dospelých spotrebiteľov na Slovensku. Autorka volí primárne kvantitatívny, prierezový dotazníkový dizajn doplnený o pilotnú neuromarketingovú (laboratórnu) fázu, čím kombinuje štandardný prístup s exploratívnou trianguláciou objektívnejších indikátorov reaktivity.

Za metodicky presvedčivé považujem najmä riešenie zberu dát a výberu vzorky. Dotazníkový zber prebehol v marci 2025 na N = 1 000 respondentoch, pričom reprezentatívnosť vo vzťahu k populácii SR (18+) bola deklarovaná cez kvótny výber realizovaný prostredníctvom profesionálneho online panelu agentúry FOCUS. Tento postup je primeraný pre cieľ práce orientovaný na populačné porovnania (rod, vek, vzdelanie, rodinný stav, ekonomický status) a zároveň poskytuje dostatočnú štatistickú silu pre robustnejšie modelovanie.

V oblasti operacionalizácie kľúčových konštruktov autorka postupuje štandardne a transparentne:

- materializmus meria etablovanou Material Values Scale (MVS) v 15-položkovej verzii so 7-bodovým formátom odpovedí a jasným spôsobom výpočtu subškál a celkového skóre,
- kompulzívne nakupovanie operacionalizuje prostredníctvom Compulsive Buying Scale (CBB) (16 položiek) s vysokou vnútornou konzistenciou ($\alpha = 0,90$) a zároveň korektne upozorňuje, že ide o kvantitatívny indikátor tendencií, nie klinickú diagnózu,
- udržateľné kompetencie/vedomie a správanie zachytáva komplexne cez Sustainability Consciousness Questionnaire (SCQ) v dlhej (49-položkovej) verzii, vrátane reverzného kódovania a konštrukcie deviatich subškál (3 komponenty \times 3 piliere udržateľnosti).

Silnou stránkou metodologickej časti je aj to, že výskumné otázky a hypotézy sú formulované tak, aby sa dali priamo preložiť do analytických postupov (napr. H1–H3 pre demograficko-socioekonomické rozdiely, H4 pre štrukturálne väzby medzi MVS–CBB–SCQ). V následnej štatistickej časti autorka zároveň vhodne argumentuje voľbu metód povahou dát (Likertove škály) a očakávanou heterogenitou rozdelení.

Osobitne oceňujem použitie kvantilovej regresie pri overovaní hypotéz H1–H3. Autorka metodicky správne zdôvodňuje, že kvantilová regresia umožňuje zachytiť nerovnomerné efekty naprieč rozdelením závislej premennej (napr. odlišnosti u „rizikovejších“ segmentov), a že je vhodná pri šikmosti, heteroskedasticite či prítomnosti extrémnych hodnôt, ktoré by mohli skresľovať klasickú OLS regresiu. Tento výber je vecne v súlade s cieľom identifikovať determinanty aj mimo „priemerného spotrebiteľa“.

Ďalším metodologickým pozitívom je, že pred štrukturálnym modelovaním autorka realizuje CFA a vyhodnocuje reliabilitu/validitu latentných konštruktov (CR, AVE, MSV/ASV), čím posilňuje

psychometrickú oporu pre následné SEM závery. Následne testuje SEM a porovnáva dva estimátory (MLR a WLSMV) s využitím viacerých fit indexov (CFI, TLI, RMSEA, SRMR), pričom voľbu WLSMV explicitne viaže na ordinálnu povahu položiek. To je metodicky korektné a zvyšuje robustnosť interpretácie.

Doplňková pilotná neuromarketingová štúdia je koncipovaná realisticky ako exploratívna fáza: autorka otvorene pracuje s účelovým, homogénnym výberom N = 14 študentiek (riziková skupina pre kompulzívne online nakupovanie), s kontrolovanou procedúrou a so synchronizovaným zberom eye-trackingových a facereadingových indikátorov. Metodická adekvátnosť tejto fázy spočíva najmä v jej funkcii „proof-of-concept“ (identifikácia vzorcov reaktivity), nie v ambícii populačnej generalizácie.

***Zhrnutie:** Metodologická koncepcia je primeraná cieľu práce a kombinuje robustný reprezentatívny dotazníkový výskum s pilotným neuromarketingovým overením, čím zvyšuje šírku aj hĺbku poznania. Výber meracích nástrojov je odborne zdôvodnený a opiera sa o etablované škály s jasným spôsobom operacionalizácie kľúčových konštruktov. Analytické postupy (kvantilová regresia, CFA/SEM) sú aplikované vecne a transparentne, pričom podporujú interpretáciu aj z hľadiska heterogenity populácie.*

3. Zhodnotenie poznatkovej bázy (preukázanie teoretických vedomostí k danej téme, spracovanie informačných zdrojov)

Poznatková báza práce je vybudovaná na pevnom teoretickom základe a preukazuje, že autorka sa v riešenej problematike orientuje v šírke aj v hĺbke. Teoretická časť systematicky pokrýva tri kľúčové oblasti (materializmus, kompulzívne nakupovanie, environmentálne postoje/udržateľné správanie) a dopĺňa ich o prieniky k „consumer neuroscience“ a neuromarketingu, čo je vzhľadom na cieľ práce obsahovo funkčné.

V práci je zreteľná kvalitná práca s klasickou aj súčasnou literatúrou, pričom autorka primerane kombinuje fundamentálne východiská s novšími prehľadmi a empirickými štúdiami (vrátane citácií z rokov 2023–2025). Pri materializme korektné rozlišuje prístup „materializmus ako rys“ (Belk) a „materializmus ako hodnotová orientácia“ (Richins & Dawson), pričom uvádza ich štruktúrne dimenzie a následne ich prepája s dopadmi na životnú spokojnosť a environmentálne správanie. Konkrétnym príkladom dobrej konceptualizácie je pasáž, kde sú vedľa seba predstavené Belkove komponenty (possessiveness, nongenerosity, envy) a Richins & Dawsonove dimenzie (centrality, happiness, success), doplnené o hodnotové rámce Kasserovej línie výskumu.

V oblasti kompulzívneho nakupovania autorka preukazuje teoretickú zrelosť tým, že fenomén neredukuje na impulzivnosť, ale interpretuje ho ako multifaktoriálny, dysregulovaný vzorec správania so zreteľnými emocionálnymi a sociokultúrnymi mechanizmami. Zároveň korektné reflektuje aj „klinickejšie“ ukotvenia (napr. definície Blacka, McElroya) a napätie medzi chápaním kompulzívneho nakupovania ako poruchy z okruhu OCD vs. behaviorálnych závislostí, čo posilňuje interpretačnú presnosť. Za konkrétne silné miesto považujem spracovanie merania (CBB) v kontexte odlišných teoretických východísk škál a dôraz na to, že ide o indikátor tendencií v populácii.

Pri environmentálnych postojoch a udržateľnom správaní je poznatková báza postavená na viacrámcovom prístupe: autorka uvádza racionálno-intenčné modely (TPB), normatívno-morálne prístupy (NAM) aj hodnotovo-normatívne reťazce (VBN), pričom ich používa na vysvetlenie „attitude–behavior gap“ a kontextových bariér. Toto je odborne korektné a zároveň aktuálne, keďže explicitne zdôrazňuje potrebu kombinovať kognitívne, normatívne a situačné determinanty. Nadštandardné je aj to, že v časti merania udržateľnosti pracuje s komplexným konceptom udržateľného vedomia (SCQ) a súčasne reflektuje typické metodologické úskalía (sociálna žiaduce odpovedanie, limity sebahodnotenia, alternatívy behaviorálnych úloh), čo svedčí o kritickom čítaní zdrojov, nielen o ich kompilácii.

Pozitívne hodnotím aj to, že autorka teoretické koncepcie prepája s empirickým zámerom: teoretické zdôvodnenia priamo podporujú formuláciu hypotéz o prepojenom systéme vzťahov materializmus - kompulzívne nakupovanie - udržateľnosť (H4), čím poznatková báza nadobúda funkciu vysvetľujúceho rámca, nie iba prehľad literatúry.

Zhrnutie: Práca preukazuje veľmi dobrú orientáciu autorky v relevantných teoretických prístupoch a ich kritickú interpretáciu naprieč viacerými disciplínami. Literárna báza je primerane široká, zahŕňa klasické aj súčasné zdroje a je využívaná funkčne – ako rámec pre formuláciu výskumných otázok a hypotéz. Kľúčové koncepty sú vymedzené vecne a s jasnou väzbou na empirickú časť, čo posilňuje teoretickú konzistenciu celého rukopisu.

4. Prínos habilitačnej práce – výsledky (analýza získaných výsledkov, ich interpretácia, formulovanie záverov a odporúčania)

Výsledková časť práce predstavuje z hľadiska prínosu jednoznačne nadštandardný segment, a to najmä vďaka tomu, že autorka neostáva pri deskriptívnom opise alebo pri „priemerových“ efektoch, ale cielene volí analytické postupy, ktoré dokážu zachytiť heterogenitu spotrebiteľov a rozdielne mechanizmy fungovania skúmaných konštruktov v populácii. Už samotné zhrnutie výsledkov explicitne formuluje, že materializmus aj kompulzívne nakupovanie sú v slovenskej populácii výrazne diferencované socio-demografickými a socio-ekonomickými faktormi a že zároveň vstupujú do napätia s deklarovanou i reálnou udržateľnou spotrebou.

Kvalitu a hĺbku analýzy posilňuje najmä dôsledná väzba medzi hypotézami a postupmi ich overenia. Autorka pri H1-H3 pracuje s kvantilovou logikou interpretácie (t. j. sleduje, ako sa efekty správajú v rôznych častiach distribúcie), čím sa vyhne zjednodušujúcim záverom o „typickom spotrebiteľovi“ a lepšie identifikuje rizikové segmenty. Výsledky sú následne vecne interpretované v diskusii tak, aby bolo jasné premostenie od popisu rozdielov („kto je zraniteľný“) k mechanizmom („prečo“) a k nástrojom zachytenia zraniteľnosti („ako to vieme merať“).

Za osobitne výpovedné považujem jadro prínosu v oblasti štrukturálnych vzťahov. Autorka neprezentuje vzťahy materializmus – udržateľnosť ako intuitívne priame, ale empiricky ukazuje, že dôležitý je sprostredkujúci mechanizmus maladaptívnej spotreby, teda kompulzívne nakupovanie. Takto formulované závery majú jasnú interpretačnú hodnotu: presúvajú pozornosť od „hodnôt“ ako deklaratívnej roviny k procesom sebaregulácie, návykov a digitálne posilňovaných odmeňovacích stimulov, ktoré reálne blokujú udržateľné správanie.

Argumentácia je vo výsledkoch a diskusii presvedčivá a koherentná: autorka konzistentne odvodzuje implikácie zo zistení o postojovo-behaviorálnej medzere a o sprostredkujúcej úlohe kompulzívnej spotreby, pričom odporúčania smeruje k úpravám rozhodovacieho prostredia (najmä v digitálnom retaile) a k intervenciám, ktoré znižujú bariéry udržateľnej voľby a podporujú sebareguláciu, nie iba k informačným kampaniam.

V testovaní H4 autorka preukazuje robustné jadro systému vzťahov medzi MVS–CBB–SCQ: materializmus je silným prediktorom kompulzívneho nakupovania (napr. pri WLSMV std. B = 0.886; $p < 0.001$), kompulzívne nakupovanie má negatívny vplyv na udržateľné kompetencie (std. B = -0.18; $p < 0.001$), zatiaľ čo priama väzba materializmus → udržateľnosť sa nepotvrdila; zároveň model vysvetľuje približne 43 - 44 % variability v CBB, čo dáva zisteniu aj praktickú výpovednú silu.

Zhrnutie: Výsledky prinášajú originálny a interpretačne hodnotný pohľad na prepojenie hodnôt, maladaptívneho nákupného správania a udržateľných kompetencií v slovenskom prostredí. Autorka poskytuje analyticky presvedčivé závery, ktoré idú nad rámec deskripcie a opierajú sa o štrukturálne testovanie vzťahov medzi konštruktmi. Argumentácia je vo výsledkovej a diskusnej časti koherentná a vedie k zmysluplným implikáciám pre pochopenie mechanizmov spotrebiteľského správania.

5. Aplikáčné prínosy pre prax (možnosti praktického využitia výsledkov riešenia)

Aplikačný potenciál práce je zreteľne artikulovaný a opiera sa o logiku, že podpora udržateľnej spotreby a prevencia kompulzívneho online nakupovania nie sú oddelené agendy, ale prepojené ciele v tom istom digitálnom rozhodovacom prostredí. Autorka presvedčivo ukazuje, že „postojovo-behaviorálna medzera“ sa prakticky najviac otvára v situáciách, keď je udržateľná voľba spojená s vyššími transakčnými nákladmi, vyšším kognitívnym úsilím a slabšou okamžitou subjektívnou odmenou; preto odporúča presun ťažiska intervencií od samotného presvedčania k znižovaniu bariér a k úprave rozhodovacej architektúry digitálneho retailu (v duchu rámca SHIFT).

Za prakticky cenné považujem, že návrhy nie sú redukované na edukáciu, ale smerujú k dizajnovým a systémovým zásahom, ktoré zohľadňujú návyky a automatizmy v online nákupe. V tejto línii autorka ponúka aj konkrétnu diagnostiku „prečo“ udržateľné signály v e-commerce často zlyhávajú: e-shopy používajú množstvo „udržateľných“ označení, avšak problémom býva ich nejednotnosť, prebytok a rozdielna dôveryhodnosť, čo zvyšuje kognitívnu záťaž a oslabuje použiteľnosť informácií pri rozhodovaní. Z aplikačného hľadiska z toho priamo vyplýva, že účinné riešenia majú mať podobu jednoduchých rozhodovacích vodičiek a dôveryhodných, zrozumiteľných označení, ktoré reálne znižujú transakčné náklady udržateľného nákupu (t. j. „prekladové mechanizmy“ medzi postojom a správaním).

Druhou výraznou aplikačnou líniou je prevencia a včasná identifikácia rizika kompulzívneho nakupovania v digitálnom marketingu. Autorka tu využíva pilotné neuromarketingové zistenia (emočno-pozornostná reaktivita na odmeňovacie stimuly) ako argument pre koncept „zodpovedného predaja“: dizajn marketingovej komunikácie má znižovať impulzívne spúšťače, obmedzovať nadmerné odmeňovacie stimuly a súčasne posilňovať sebaregulačné mechanizmy spotrebiteľov. Dôležitý je aj presah mimo komerčnej praxe – práca explicitne pomenúva využiteľnosť poznatkov pre spotrebiteľskú ochranu, finančné vzdelávanie a tvorbu verejných politík a etických rámcov pre digitálny marketing (napr. štandardizácia skríningu rizikových vzorcov správania). Súčasne autorka korektne reflektuje etické riziká biometrických prístupov (zraniteľnosti, transparentnosť, informovaný súhlas, obmedzenie sekundárneho použitia dát), čo zvyšuje dôveryhodnosť aplikačných odporúčaní.

Konkrétny príklad praktickej uplatniteľnosti: Práca priamo spája zistený vzorec „viem a súhlasím, ale nekonám“ s problémom preťaženia a nedôveryhodnosti udržateľných označení v e-shopoch a vyvodzuje potrebu implementovať rozhodovacie vodičky, ktoré znižujú kognitívnu záťaž a transakčné náklady udržateľnej voľby. Tento príklad je aplikačne „uchopiteľný“ (dá sa preložiť do úpravy rozhraní, označovania a informačnej architektúry).

Zhrnutie: Práca má výrazný aplikačný potenciál, keďže prepojuje podporu udržateľnej spotreby s prevenciou rizikových foriem online nakupovania a ukazuje, že ide o spoločný problém rozhodovacieho prostredia. Návrhy smerujú k znižovaniu bariér udržateľnej voľby a k úpravám rozhodovacej architektúry v e-commerce, čo je prakticky uchopiteľné pre podniky aj tvorcov politík. Aplikáčné odporúčania sú zároveň formulované so zreteľom na etické aspekty digitálneho marketingu a ochranu zraniteľných spotrebiteľov.

Formálna stránka práce

6. Formálne náležitosti práce a úprava (grafická a estetická úprava- prehľadnosť, štýl, grafika, jazyková stránka práce : štylistika, gramatika, interpunkcia)

Po formálnej stránke je práca spracovaná prehľadne a v zásadných náležitostiach spĺňa očakávania kladené na habilitačný rukopis. Už úvodný aparát (titulné listy, abstrakt, obsah a zoznamy) zvyšuje orientáciu v texte: osobitne pozitívne hodnotím systematicky vypracovaný zoznam tabuliek a jeho konzistentnú väzbu na analytickú časť práce, keďže tabuľky tvoria jadro empirickej argumentácie a sú čitateľovi dostupné v logickej následnosti. Z hľadiska typografickej a grafickej úpravy je zjavná snaha

o konzistentnosť: tabuľky sú štandardne označované, majú vecné názvy a pri vlastných výpočtoch je uvádzaný zdroj, čo podporuje transparentnosť. Jazyková a štylistická úroveň je profesionálna: autorka používa odbornú terminológiu presne a stabilne a text je písaný v akademickej slovenčine s dobrou zrozumiteľnosťou aj pri vysvetľovaní komplexnejších konceptov. Zároveň je vhodne využívané členenie do podkapitol a odrážok pri definíciách, čo zvyšuje didaktickú čitateľnosť (napr. pri vymedzení dimenzií materializmu).

***Zhrnutie:** Možno konštatovať, že habilitačná práca spĺňa všetky formálne a jazykové náležitosti, pričom jej grafická a estetická úprava, vedecký štýl písania a jazyková korektnosť dosahujú veľmi dobrý akademický štandard. Práca je vizuálne atraktívna, prehľadná a odborne kvalitne spracovaná, čím spĺňa požiadavky kladené na vedecké publikácie na habilitačnej úrovni. Autorka preukázala nielen odborné znalosti v skúmanej problematike, ale aj schopnosť systematického a precízneho písomného prejavu, ktorý je nevyhnutným predpokladom kvalitnej vedeckej práce.*

7. Vyjadrenie ku kontrole originality dizertačnej práce

Na základe výsledkov protokolu originality je možné konštatovať, že habilitačná práca „*Výskum determinantov spotrebiteľského správania v kontexte materializmu, kompulzívneho nakupovania a udržateľnej spotreby*“ vykazuje vyhovujúcu úroveň originality v súlade s etickými a akademickými štandardmi. Percentuálna miera zhody (5.09%) je na akceptovateľnej úrovni a zistené zhody sú identifikovateľné najmä v podobe správne citovaných odborných zdrojov, definícií a terminológie, ktoré sú bežne zaužívané v danom odbore. Autorka dôsledne pracovala so zdrojmi, používala vedecky akceptované citačné normy a textové podobnosti, ktoré systém detegoval, nepredstavujú príznaky plagiátorstva, ale ide o nevyhnutné odborné formulácie, ktoré sa v akademickej literatúre prirodzene opakujú.

***Zhrnutie:** Z uvedeného dôvodu možno uzavrieť, že práca prešla kontrolou originality bez závažných výhrad a spĺňa požiadavky na pôvodnosť, vedeckú integritu a akademickú etiku.*

Otázky k obhajobe habilitačnej práce

8. Otázky a námety do rozpravy

Na základe preštudovanej habilitačnej práce a jej kľúčových zistení v oblasti materializmu, kompulzívneho nakupovania a udržateľnej spotreby, tu sú 3 otázky, ktoré by mohli zaznieť na obhajobe habilitačnej práce:

1. Vo Vašej práci navrhujete úpravu rozhodovacej architektúry tak, aby neeskalovala kompulzívne správanie zraniteľných segmentov. Súčasný e-commerce je však plný manipulatívnych dizajnových vzorcov (tzv. „dark patterns“) a algoritmov, ktoré sú cielene trénované na zneužívanie presne tých biometrických a emočných zraniteľností, ktoré ste namerali. Aký je Váš osobný a expertný postoj k regulácii tohto prostredia? Mali by byť na základe neuromarketingových dát niektoré dizajnové prvky (napr. časomiery zliav, gamifikácia nákupu) pre vybrané e-shopy legislatívne zakázané, alebo je ochrana spotrebiteľa výlučne v rovine jeho osobnej digitálnej gramotnosti?
2. Vaše zistenia naznačujú, že lepšie vzdelaní jedinci pripisujú majetku menšiu dôležitosť a majú silnejšie zelené postoje, kým ekonomicky ohrozenejšie skupiny častejšie využívajú nákup na reguláciu emócií a stresu. Vzhľadom na súčasný vývoj (inflácia, pokles kúpnej sily na Slovensku) – nehrozí podľa Vás, že sa udržateľná spotreba stane čisto „statusovým symbolom“ a výsadou elit? Aké systémové (nielen dizajnové) kroky by podľa Vás mal trh či štát urobiť,

aby udržateľnosť nebola luxusom, ktorý si zraniteľné a kompulzívnejšie skupiny jednoducho nemôžu dovoliť?

3. Z Vášho štruktúrného modelu jasne vyplýva, že najväčšou bariérou prechodu k udržateľnosti nie je nedostatok environmentálnych vedomostí, ale strata emočnej a nákupnej kontroly (kompulzivita). Znamená to z Vášho pohľadu, že súčasné „zelené“ informačné kampane a environmentálna výchova v školách míňajú cieľ? Mali by sme podľa Vás radikálne zmeniť paradigmu a namiesto výučby „o uhlíkovej stope“ učiť mladú generáciu primárne psychologickým technikám zvládania stresu (copingu) a praktickej odolnosti voči digitálnemu marketingu?

Záverečné hodnotenie

Habilitačná práca Ing. Ivany Ondrijovej, PhD. s názvom „*Výskum determinantov spotrebiteľského správania v kontexte materializmu, kompulzívneho nakupovania a udržateľnej spotreby*“ **zodpovedá** požiadavkám kladeným na habilitačné práce a preto prácu **odporúčam** k obhajobe. Po úspešnom obhájení habilitačnej práce **navrhujem udeliť** vedecko-pedagogický titul „docent“ pre odbor habilitačného konania a inauguračného konania Manažment.

Dátum: 8.3.2026

Podpis oponenta:
prof. Ing. Štefan Žák, PhD., MBA, LL.M.