

Posudok oponentky na habilitačnú prácu

Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD.

**„EVOLÚCIA NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA U SLOVENSKÝCH
SPOTREBITEĽOV: VPLYV ZNAČIEK NA SPOTREBITEĽSKÉ PREFERENCIE
A ICH ZMENY V PRIEBEHU ČASU“**

Oponentský posudok na habilitačnú prácu bol vypracovaný na základe menovacieho dekrétu dekana Fakulty managementu Univerzity Komenského v Bratislave, prof. Mgr. Petra Štarchoňa, PhD., v zmysle hlasovania Vedeckej rady FM UK zo dňa 26.2.2026.

Aktuálnosť zvolenej témy

Tému habilitačnej práce pokladám za veľmi aktuálnu a z hľadiska hospodárskej praxe zaujímavú a atraktívnu. Je otvorená pre nové riešenia a reflektuje aktuálne výzvy podnikateľského prostredia. Problematika analýzy nákupného správania, v kontexte vplyvu značiek na spotrebiteľské preferencie a ich zmeny, je významná a aktuálna predovšetkým v súčasnom období, keď dynamika správania sa spotrebiteľov výrazne ovplyvňuje výkonnosť a udržateľnosť podnikov. Získanie informácií o zmenách na trhu, správaní sa spotrebiteľov a samotného podnikateľského prostredia sa stávajú kľúčovými pre správne a kvalitné rozhodnutia manažmentu.

Habilitačná práca Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD. poskytuje pohľad na evolúciu spotrebiteľského správania slovenských spotrebiteľov od roku 2012 so zameraním na zmeny v hodnotových preferenciách, etnocentrických tendenciách a úlohe značiek v nákupnom rozhodovaní. Posúva výskum z oblasti tradičných zistení do modernej dimenzie, ktorá zachytáva aj ekologickú orientáciu, hodnotovú zodpovednosť a digitálne informačné správanie spotrebiteľov.

Vhodnosť zvolených metód

Habilitačná práca vychádza z relevantných teoretických poznatkov publikovaných mnohými autormi, domácimi, ale prevažne zahraničnými. Východiská sú vytvorené na základe vhodne zvolenej literárnej bázy (zoznam použitých zdrojov sa nachádza na s. 153-

166, vyzdvihujem nielen ich počet, ale predovšetkým ich kvalitu). Autorka prechádza od historického prehľadu a kontextu témy, cez definície a vysvetľovanie základných pojmov, cez popis využívaných vedeckých metód, ktoré sú aplikované v empirickej časti práce, predstavuje východiská, ciele, výskumný dizajn, výskumné otázky, interpretuje výsledky štatistických zistení. Snaží sa objektívne vyhodnocovať výsledky výskumu a prezentovať komplexný pohľad na skúmanú problematiku vychádzajúc z vlastných vedeckých výsledkov.

Autorkou využívané štandardné metódy vedeckého skúmania, ktoré sú podporené kvalitným využitím matematicko-štatistického aparátu, považujem za vhodné.

Ciele habilitačnej práce

Ako uvádza habilitantka na s. 81, „hlavným cieľom habilitačnej práce je analyzovať a zhodnotiť vývoj spotrebiteľského správania slovenských spotrebiteľov v kontexte značiek a etnocentrických tendencií, a poukázať na ich vplyv na marketingové stratégie a riadenie značiek“. V nadväznosti na hlavný cieľ habilitantka sformulovala 6 čiastkových cieľov. Všetky ciele sú formulované primerane, vhodne a jasne.

Na základe hlavného cieľa práce a čiastkových cieľov boli formulované výskumné otázky, ktoré rámcujú empirickú časť habilitačnej práce.

Po zhodnotení a preštudovaní posudzovanej práce môžem skonštatovať, že stanovené ciele habilitačnej práce možno považovať za naplnené.

Prínosy habilitačnej práce

Habilitačná práca „Evolúcia nákupného správania u slovenských spotrebiteľov: vplyv značiek na spotrebiteľské preferencie a ich zmeny v priebehu času“ sumarizuje teoretické poznatky a praktické skúsenosti z rámcovej oblasti analýzy nákupného správania spotrebiteľov, výskum je zameraný na zmeny spotrebiteľských preferencií v konkrétnom – autorkou vybranom intervale.

Jedným z teoretických prínosov je komplexný pohľad na vývoj spotrebiteľského správania v slovenskom prostredí so zreteľom na vplyv značiek na spotrebiteľské preferencie a ich zmeny. Následne by som ako prínos uviedla systematizáciu poznatkov z oblasti spotrebiteľského správania, spotrebiteľského etnocentrizmu a manažmentu značky, vytvorenie prehľadného sumáru definícií a hlavných konceptov nákupného správania a v neposlednom rade skúmanie spotrebiteľského etnocentrizmu (postavené na dielach autorov: Shimp, T. A. and S. Sharma, Wojciechowska-Solis, J., Cleveland, M., alebo

Šmaižienė, I. and R. Vaitkienė), reflektujú súčasné trendy digitalizácie a rastúci význam udržateľnosti.

Empirická časť práce využitím faktorovej analýzy a segmentácie respondentov porovnáva výsledky dvoch reprezentatívnych výskumov realizovaných v rokoch 2012 a 2022 a interpretuje ich v kontexte súčasného vedeckého diskurzu rokov 2022–2025. Výsledky potvrdili, že spotrebiteľské rozhodovanie prešlo významnou transformáciou od tradičných determinantov (značka, cena, krajina pôvodu) smerom k modernejším dimenziám, medzi ktoré patrí ekologická orientácia, hodnotová zodpovednosť a digitálne informačné správanie spotrebiteľov. Získané zistenia prinášajú relevantné odporúčania pre riadenie značiek, ktoré musia v súčasnosti kombinovať lokálnu identitu, udržateľnosť, autenticitu a efektívnu digitálnu komunikáciu. V prípade výskumnej časti by bolo vhodné načrtnúť aj možnosti internacionalizácie výskumu, keďže medzinárodný aspekt výskumu je často podmienkou diseminácie výsledkov v kvalitných časopisoch.

Oceňujem zaujímavú líniu spracovania empirickej časti, ako aj otvorenie problematiky v závere a diskusii a načrtnutie možných oblastí výskumov a smerovaní, kde sa téma môže uberať v budúcich výskumoch. Aj vzhľadom na jej využiteľnosť, nutnosť a potrebu riešenia je potenciál tejto témy stále nevyčerpaný.

Formálne aspekty habilitačnej práce

Práca má 166 strán a 2 prílohy. Je štruktúrovaná do štyroch kapitol mimo úvodu a záveru. Jednotlivé kapitoly na seba logicky nadväzujú a sú vytvorené v súlade so stanovenými cieľmi habilitačnej práce (kap. 2.1, s. 81-82). Habilitačná práca je spracovaná prehľadne, zodpovedne, na veľmi dobrej úrovni, bez zjavných štylistických a gramatických nedostatkov. Je vhodne doplnená 5 obrázkami, 4 tabuľkami a 8 grafmi.

Habilitantka celkom nevyužila možnosti vizualizácie, text mohol byť doplnený viacerými obrázkami a schémami, napr. stručne spracované ciele a metodika v jednej kapitole bolo možné lepšie prezentovať v podobe schémy schematicky dotvoriť a

Rovnako drobné gramatické chyby, tabuľky presahujúce „cez stranu“, nečitateľný obrázok 5 na s. 63, graf 1 na s. 94, graf 2 na s. 98 mimo okrajov textu, alebo označenie zdroja 277 v texte na s. 138 zbytočne rušia čitateľa.

Otázky do diskusie

1. V habilitačnej práci uvádzate, že s rastúcim dôrazom na udržateľnosť a lokálnu výrobu sa etnocentrizmus môže prelínať s environmentálnymi a etickými hodnotami (napr. menšia uhlíková stopa pri lokálnych produktoch). Ako vnímate environmentálne a etické hodnoty naprieč jednotlivými generáciami a ako sa menia ich spotrebiteľské preferencie (krátko ku generačným rozdielom píšete na s. 148)?
2. Nie je prekvapivé, že rastie význam digitalizácie, online recenzií a sociálnych médií, ktoré ovplyvňujú reputáciu značiek a formujú spotrebiteľské rozhodovanie. Značky majú reagovať segmentovo diferencovanými stratégiami a kombinovať tradičné prvky identity s modernými hodnotami a digitálnou komunikáciou. Môžete uviesť konkrétny príklad, ako by sa malo pracovať so zákazníkom ako s aktívnym partnerom a budovať dlhodobý vzťah založený na dôvere a skúsenosti?
3. Výskumné otázky sú lokalizované výlučne na slovenské podmienky. Čím sú získané výsledky špecifické? Bolo by možné ich v určitej miere generalizovať aj na iné oblasti, napr. strednú Európu, krajiny V4 alebo niektoré konkrétne krajiny?

Zhodnotenie publikačnej, vedeckovýskumnej a pedagogickej činnosti habilitantky

Publikačnú činnosť Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD. možno považovať za významnú, a to z hľadiska kvantitatívneho i kvalitatívneho. Habilitantka je autorkou a spoluautorkou 102 vedeckých výstupov, z ktorých za najvýznamnejšie pokladám: 4 vedecké monografie a 1 vysokoškolskú učebnicu, 32 vedeckých časopiseckých publikácií (indexovaných vo Web of Science alebo Scopus).

Kvalita publikácií Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD. bola deklarovaná spolu 237 citáciami. Z uvedeného počtu je 151 citácií registrovaných vo vedeckých databázach Web of Science alebo Scopus.

V zozname riešených projektov habilitantky (celkovo 8 projektov) sú uvedené vybrané riešené vedeckovýskumné úlohy, vedecko-technické a rozvojové projekty, ako aj medzinárodné aktivity, ktorými dokumentuje svoju vedeckú a odbornú výkonnosť. Zoznam zahŕňa projekty národného aj medzinárodného charakteru (VEGA - 3, KEGA - 2, Erasmus+ - 1, Rozvojový projekt MŠVVaŠ SR - 1, NextGenerationEU / Plán obnovy SR - 1).

Mgr. Lucia Vilčeková, PhD., vykonáva pedagogickú činnosť na Fakulte managementu Univerzity Komenského v Bratislave od roku 2009. Aktuálne v rámci pedagogickej činnosti

zabezpečuje výučbu predmetov: Marketing, Marketing Research, Praktikum marketingového výskumu, Marketingová analytika – vizualizácia dát a Online prieskumy dát a analýzy.

Pri posudzovaní vedenia záverečných prác možno skonštatovať, že uchádzačka viedla celkovo 370 záverečných prác, konkrétne 152 bakalárskych prác a 218 diplomových (magisterských) prác, pričom 41 z nich bolo vypracovaných v anglickom jazyku. Zároveň pôsobila ako oponentka pri 260 bakalárskych a diplomových prácach.

V rámci aktivít súvisiacich s príslušným študijným programom sa uchádzačka zúčastnila pätnástich Erasmus+ pobytov. Okrem toho sa aktívne zúčastňovala mnohých zahraničných a domácich vedeckých konferencií.

Záverečné odporúčanie k návrhu udelenia vedecko-pedagogického titulu

Na základe posúdenia publikačnej, vedecko-výskumnej a pedagogickej činnosti Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD. konštatujem, že habilitantka je skúsenou a erudovanou pedagogičkou a výskumníčkou. Splňa kritériá stanovené pre habilitačné konanie na Fakulte managementu Univerzity Komenského v Bratislave, v mnohých kategóriách ich niekoľkonásobne prekračuje.

Predloženú habilitačnú prácu pod názvom „Evolúcia nákupného správania u slovenských spotrebiteľov: vplyv značiek na spotrebiteľské preferencie a ich zmeny v priebehu času“ hodnotím pozitívne a odporúčam ju prijať ako súčasť habilitačného konania. Kontrola originality v CRZP preukázala 3,14%-nú zhodu, takže vzhľadom na uvedené môžeme považovať habilitačnú prácu za originálnu.

Po úspešnej obhajobe uchádzačky **odporúčam** udeliť Mgr. Lucie Vilčekovej, PhD. vedecko-pedagogický titul:

„d o c e n t“

v odbore manažment.

V Bratislave, 15. 4. 2026

prof. Ing. Jana Kajanová, PhD.