

# Témy doktorandských dizertačných prác pre akad. rok 2020/2021

Študijný odbor: Ekológia a manažment

Študijný program: Agrárny obchod a marketing

---

## KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Školiteľka:

**Dr.h.c. prof. Dr. Ing. Elena Horská**

Téma dizertačnej práce:

### **Využitie inovatívnych výskumných riešení pri sledovaní vplyvu aróm na emócie spotrebiteľov**

Zapojenie viacerých ľudských zmyslov je už dnes nevyhnutnou súčasťou každého úspešného podnikania, ktoré sa snaží správne nasmerovať zákaznícke rozhodnutia, vytvoriť príjemné prostredie a dosahovať vyšší predaj. Jednu z možností pre vytvorenie príjemnej atmosféry v nákupnom prostredí predstavuje aromatizácia priestorov a s ňou súvisiace faktory. Práca pojednáva o využití spotrebiteľskej neurovedy a inovatívnych výskumných riešení pri hodnotení vplyvu aróm na emócie spotrebiteľov. Cieľom práce je analyzovať vplyv arómy na spotrebiteľské rozhodnutie v nákupnom procese pri zohľadnení emocionálnej zložky rozhodovania. Pri riešení práce budú použité najnovšie výskumné metódy v oblasti neurovizuálnych a biometrických metód. Pri skúmaní vplyvu aróm na emocionálnu odozvu človeka bude v laboratórnych podmienkach použitá elektroencefalografia (EEG) a v reálnych podmienkach tvárová biometria (FC). Využitie neurovedeckých prístupov v súčasnosti ponúka oveľa lepšie pochopenie toho, ako sa arómy spracúvajú v mozgu a ako s nimi pracovať pri efektívnom využívaní tohto nástroja. V oboch prípadoch bude zohľadňovaná aj kvalita vzduchu, ktorá má zásadný vplyv na vnímanie aróm. Primárne získané štruktúrované a neštruktúrované dáta budú spracované metódami deskriptívnej a induktívnej štatistiky, prípadne inými modernými metódami v závislosti od databázovej základne. Získané poznatky vyústia do definovania praktických a teoretických súvislostí zmeny faktorov prostredia na nákupné správanie a rozhodovanie.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.

Školiteľka:

**doc. Ing. Ľubica Kubicová, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

### **Faktory ovplyvňujúce trh pekárenských výrobkov**

Výrobky pekárenského priemyslu predstavujú pre väčšinu ľudí každodennú súčasť ich stravy. Význam pekárenských výrobkov vo výžive ľudí je výrazný, nakoľko dané produkty sú základom potravinovej pyramídy a majú vysokú nutričnú hodnotu. Preto je potrebné sa venovať faktorom, ovplyvňujúcim zmenu na trhu pekárenských výrobkov, ktoré ovplyvňujú ako výrobcov, tak aj spotrebiteľov. Doktorand by sa mal zamerať na zmeny na trhu vstupov, zmeny v technológiách výroby, na zmenu životného štýlu a zdravia na spotrebiteľskom trhu. Cieľom dizertačnej práce je zamerať sa na analýzu faktorov na trhu vstupov a výstupov pre výrobcov a skúmaním faktorov, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie spotrebiteľa na trhu pekárenských výrobkov. Uchádzač by mal vedieť získať údaje z domácich aj zahraničných zdrojov a spracovať podľa štatisticko-matematických metód. Získať údaje zo sekundárnych zdrojov na makro úrovni, na mikro úrovni a z primárnych zdrojov na mikro úrovni. Syntetizovať získané poznatky a navrhnúť konkrétne spôsoby riešenia danej problematiky.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.

Školiteľka:

**prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

## **Marketing 3.0: jeho vplyv na spotrebiteľské správanie na trhu výrobkov zdravej výživy**

Hlavným cieľom dizertačnej práce je poukázať na vplyv Marketingu 3.0 na súčasné a nové trendy vo výrobe a predaji potravín, ako i zmeny v spotrebiteľskom správaní na trhu výrobkov zdravej výživy. Rovnako ako sa vyvíja svet vo všetkých jeho oblastiach, tak sa vyvíja aj marketing. Pokiaľ marketing 1.0 bol zameraný na výrobu a užívateľskú hodnotu produktov, marketing 2.0 na spotrebiteľa a nové IT technológie, tak marketing 3.0 je zameraný na produkciu výrobkov, služieb a podnikových kultúr, ktoré inšpirujú, zahŕňajú a odrážajú hodnoty cieľových zákazníkov. Zákazníci, spotrebiteľia, ale i verejnosť vnímajú produkt nielen z hľadiska jeho úžitkových vlastností, ceny, obalu, značky, vo vzťahu k životnému prostrediu a pod., ale najmä z pohľadu čo sa spája s jeho výrobou a za akých podmienok vzniká. Vzhľadom na tému a zameranie dizertačnej práce, predmetom jej skúmania bude spotrebiteľské správanie na trhu potravín v súvislosti s čoraz viac rezonujúcimi témami ochrany zdravia ľudí a ochrany prírody. V dizertačnej práci bude pozornosť venovaná aj novým trendom vo výžive ľudí, ktoré majú vplyv na producentov – podniky poľnohospodárskej prvovýroby, potravinárske podniky a neposlednej rade aj samotný obchod. Sekundárne informácie budú získané zo zdrojov domácich a zahraničných autorov zaoberajúcich sa predmetnou problematikou a verejne dostupných dokumentov, údajov publikovaných ŠÚ SR a pod. Primárne údaje budú získané prostredníctvom metód marketingového výskumu. Získané primárne a sekundárne dáta budú spracované viacrozmernými štatistickými metódami, prípadne inými modernými metódami v závislosti od databázovej základne.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.

Školiteľka:

**prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

## **Vplyv osobnosti na emocionálne správanie a rozhodovanie spotrebiteľa na trhu potravín**

V súčasnom období sa téme vplyvu osobnosti na nákupné správanie ovplyvnenej kultúrnymi, sociálnymi, osobnými a psychologickými faktormi premietajúcimi sa do potrieb, želaní, postojov, názorov, hodnôt a motívov zákazníka venuje významná pozornosť nielen zo strany marketingu, ale aj obchodu. Výrobcovia prispôsobujú svoje produkty a služby potrebám spotrebiteľov. Správne pochopenie ich požiadaviek je však spojené so spoznaním ich spotrebiteľského správania. Nejde len o samotné výrobky a ich vlastnosti, ktoré podnikateľské subjekty ponúkajú a predávajú na trhu. Jedná sa pritom o celkové pôsobenie a vytvorenie emocionálnej väzby k danej značke, použitím vhodných marketingových nástrojov, cielených práve na určité osobnostné charakteristiky, ktoré zabezpečia dlhodobú lojalitu spotrebiteľa. Cieľom dizertačnej práce je determinovať vplyv jednotlivých typov osobnosti na základe extroverzie/introverzie, lability/stability, typu temperamentu a pohlavia na emocionálne správanie a rozhodovanie spotrebiteľa na trhu potravín. Splnenie hlavného cieľa dizertačnej práce je podmienené parciálnymi cieľmi, korešpondujúcimi s témou a zameraním práce. Teoretickú časť dizertačnej práce tvoria poznatky domácich a zahraničných autorov zaoberajúcich sa predmetnou problematikou z pohľadu osobnosti, teórií osobnosti, emócií a emocionálneho správania, spotrebiteľa a spotrebiteľského správania a pod. V praktickej časti budú prezentované výsledky vlastného marketingového výskumu, v ktorom zber primárnych informácií je zabezpečený prostredníctvom Eysenckovho osobnostného dotazníka, 5-faktorového modelu, v prípade potreby doplnený o ďalšie metódy zberu primárnych dát. Získané primárne a sekundárne dáta budú spracované viacrozmernými

štatistickými metódami, neuromarketingovými metódami, a v prípade potreby aj prostredníctvom iných moderných metód v závislosti od databázovej základne.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.

Školiteľka:

**prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

### **Využitie neuromarketingu pri zhodnotení vplyvu aróma marketingu na zmyslovú percepciu spotrebiteľa**

Poslaním vnemového marketingu je vyvolať záujem o konkrétny produkt, alebo návštevu konkrétnej obchodnej prevádzky prostredníctvom vytvorenia vhodnej nákupnej atmosféry v dôsledku pôsobenia farby, hudby, vône a osvetlenia na zmysly zákazníka. Podľa viacerých odborníkov zaoberajúcich sa aroma marketingom môže mať v určitých nákupných situáciách pôsobenie vhodne vytvorenej atmosféry v obchodnom prostredí väčší vplyv na pôvodné nákupné rozhodnutie zákazníka ako vlastnosti samotného produktu. Vnútorňá prezentácia prostredia spoločne s aktuálnym emocionálnym stavom zákazníka ovplyvňujú jeho rozhodnutie kúpiť alebo nekúpiť daný produkt. Dizertačná práca pojednáva o využití neuromarketingu pri hodnotení vplyvu aróm na emócie a zmyslovú percepciu spotrebiteľov. Teoretickú časť dizertačnej práce tvoria poznatky domácich a zahraničných autorov zaoberajúcich sa predmetnou problematikou z pohľadu aroma marketingu, osobnosti spotrebiteľa, emócií a emocionálneho správania spotrebiteľa, nákupného procesu, spotrebiteľského správania, a pod. V praktickej časti budú prezentované výsledky vlastného marketingového výskumu. Cieľom dizertačnej práce je analyzovať vplyv arómy na spotrebiteľské rozhodnutie v nákupnom procese pri zohľadnení racionálnej a emocionálnej zložky rozhodovania a pôsobenia rôznych zmyslov – sluch, zrak, chuť a čuch. Počas riešenia dizertačnej práce budú použité najnovšie výskumné metódy v oblasti neurovizualizácie a biometrických metód. Nadväzujúc na tieto poznatky práca popisuje jednotlivé problémy aromatizácie a podáva návrhy na ich zefektívnenie.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.

Školiteľ:

**doc. Ing. Patrik Rovný, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

### **Perspektíva produkcie a odbytu ovčích výrobkov v podmienkach Slovenskej republiky**

Chov oviec na Slovensku má svoje veľké opodstatnenie. V súčasnom období je najstabilnejším odvetvím v živočíšnej výrobe. Ovčie výrobky majú komparatívne výhody v rámci EÚ. Ovčie komodity môžu napomôcť k zníženiu záporného salda zahraničného obchodu. K rozhodujúcim faktorom ovplyvňujúcim ekonomiku chovu oviec patria početné stavy, reprodukčné parametre, mechanizácia, domáca spotreba a export. V podmienkach trhového mechanizmu, ak má byť chov oviec prosperujúci, musí produkovať také výrobky, ktoré majú uplatnenie nielen na domácich, ale hlavne na zahraničných trhoch. Hlavným cieľom dizertačnej práce bude simulácia a analýza alternatívnych scenárov produkcie farmy špecializovanej na ovčie produkty. V jednotlivých scenároch budú zakomponované všetky dotačné tituly a rovnako tak aj všetky nariadenia týkajúce sa chovu oviec a nariadenia týkajúce sa spracovania a odbytu základných komodít živočíšnej výroby.

Téma pre uchádzačov o dennú a externú formu štúdia.

---

## KATEDRA ÚČTOVNÍCTVA

Školiteľka:

**Doc. Ing. Anna Látečková, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

### **Signifikácia informačných systémov v marketingu**

Dôležitou súčasťou podnikateľskej činnosti je marketing. Jeho význam sa neustále zvyšuje. Mať správne nastavený systém riadenia marketingových činností je jedným zo základných predpokladov prosperujúceho podniku. Cieľom dizertačnej práce je zdokonaľovanie marketingových nástrojov. Riešenie uvedenej témy prinesie v teoretickej časti pohľad na vývoj, význam a možnosti uplatnenia marketingových nástrojov a ich informačnú podporu (informačné a komunikačné technológie). Praktická časť bude zameraná na konkrétne využívanie marketingu v podnikovej praxi, na identifikovanie problémov a ich riešenie. Výsledkom bude návrh na zdokonalenie marketingových nástrojov a ich efektívneho uplatnenie s podporou informačných systémov a technológií. Pri riešení budú využité základné vedecké metódy: analýza, syntéza, komparácia a vybrané matematicko-štatistické metódy (v súlade s charakterom riešenej problematiky).

Téma pre uchádzačov o dennú a externú formu štúdia.

---

## KATEDRA ŠTATISTIKY A OPERAČNÉHO VÝSKUMU

Školiteľka:

**doc. Ing. Zuzana Poláková, PhD.**

Téma dizertačnej práce:

### **Segmentácia spotrebiteľov pekárenských výrobkov**

Hlavným cieľom práce bude analyzovať správanie spotrebiteľov v SR v súvislosti s potravinami na priamu spotrebu, konkrétne obilninové a pekárenské výrobky a identifikovať segmenty spotrebiteľov s ohľadom na životný štýl. Za tým účelom bude realizovaný predvýskum a následne dotazníkový prieskum u spotrebiteľov v SR, ktorého súčasťou budú premenné týkajúce sa jednak socio-demografických charakteristík, ale aj premenné týkajúce sa životného štýlu a nákupného správania pri výbere potravín. Okrem deskriptívneho vyhodnotenia dotazníkového prieskumu a prípadných závislostí budú na identifikáciu spotrebiteľských segmentov použité viacrozmerné štatistické metódy. Štatistické analýzy budú uskutočňované prostredníctvom štatistického softvéru SAS. Identifikácia segmentov spotrebiteľov je dôležitá z dôvodu smerovania marketingového úsilia, resp. verejných kampaní na spotrebiteľov s odlišným životným štýlom z hľadiska preferencie spotreby aj vyššie uvedených potravín.

Téma pre uchádzačov o dennú formu štúdia.