

Gamifikácia ako nástroj na zlepšenie užívateľskej skúsenosti webových stránok: Psychológia, dizajn a konverzie

PhDr. Igor Fedorko, PhD.

Prešovská univerzita v Prešove,

Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu

Katedra marketingu a medzinárodného obchodu

Konštantínova 16, 080 01 Prešov

igor.fedorko@unipo.sk

PhDr. Jakub Horváth, PhD., MBA., MSc.

Prešovská univerzita v Prešove,

Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu

Katedra marketingu a medzinárodného obchodu

Konštantínova 16, 080 01 Prešov

jakub.horvath@unipo.sk

Abstrakt

Gamifikácia ako dizajnová stratégia v prostredí webových stránok nadobúda čoraz väčší význam pri zvyšovaní používateľskej angažovanosti. Tento článok skúma prepojenie medzi hernými prvkami – ako sú odznaky, úrovne, progress bary či personalizovaná spätná väzba – a kľúčovými psychologickými mechanizmami motivácie. S využitím rámcov seba-determinačnej teórie a konceptu flow analyzujeme, ako tieto prvky ovplyvňujú UX, motiváciu a správanie používateľov. Článok zároveň upozorňuje na možné riziká nesprávnej implementácie gamifikácie a ponúka odporúčania pre jej efektívne a etické využitie v digitálnom dizajne.

Kľúčové slová

gamifikácia, používateľská skúsenosť, UX dizajn

Informácia

Táto práca je jedným z čiastkových výstupov aktuálne riešeného vedeckovýskumného grantu VEGA 1/0506/24 *Výskum aspektov procesu elektronického obchodu v dimenzií nákupného správania a preferencií spotrebiteľa s akcentom na princípy cirkulárnej ekonomiky*.

1. Úvod

V digitálnom veku sa používateľská skúsenosť (UX) stala kľúčovým faktorom úspechu webových platform, pričom sa dizajnéri čoraz častejšie obracajú k inovatívnym metódam na zvýšenie angažovanosti. Jednou z najvýraznejších stratégii posledného desaťročia je gamifikácia – využitie herných prvkov v neherných prostrediach. Gamifikácia nie je len nástrojom na zábavu, ale silným psychologickým stimulom, ktorý dokáže ovplyvniť správanie používateľov, zvýšiť ich motiváciu, podporiť zotrvanie a zlepšiť mieru konverzie. Tento článok skúma prepojenie medzi gamifikačnými technikami a UX dizajnom webových stránok, pričom vychádza z teoretických základov, ako je seba-determinačná teória, koncept flow, a behaviorálna psychológia. Zároveň prináša pohľad na konkrétnu dizajnérske prvky – odznaky, levels, spätnú väzbu či mikrointerakcie – ktoré spoločne formujú celkový zážitok používateľa.

2. Teoretický rámec

Definícia gamifikácie a význam UX vo webdizajne

Gamifikácia predstavuje použitie herných prvkov v neherných kontextoch, aby sa zvýšila motivácia a angažovanosť používateľov. V prostredí webových stránok sa využíva na optimalizáciu používateľskej skúsenosti (UX), čím sa dosahuje hlbšie zapojenie návštěvníkov a zvýšenie konverzií (Zaheer, 2025). UX vo webdizajne je kľúčový faktor, ktorý ovplyvňuje spokojnosť používateľov, ich zotrvanie na stránke a návratnosť. Ako uvádzajú Oliveira a Hamari (2025), kvalitná UX v spojení s gamifikačnými stratégiami vedie k pocitu uspokojenia a zmysluplnosti, čím sa podporuje dlhodobé zapojenie.

Seba-determinačná teória (Ryan & Deci)

Seba-determinačná teória (SDT) od Ryana a Deciho vysvetluje ľudskú motiváciu prostredníctvom troch základných psychologických potrieb: autonómie, kompetencie a vzťahovosti. V gamifikovaných systémoch tieto potreby nachádzajú prirodzené naplnenie – používateľ si volí svoje ciele (autonómia), sleduje pokrok a dosahuje úspechy (kompetencia) a interaguje v komunitách (vzťahovosť) (Hamari et al., 2025). Pri návrhu UX vo webovom prostredí gamifikácia priamo podporuje vnútornú motiváciu, čo výrazne zvyšuje pravdepodobnosť, že sa používateľ bude k obsahu opakovane vracať.

Flow (Csikszentmihalyi) a jeho význam pri interakcii

Koncept "flow", zavedený Mihályom Csikszentmihalyim, označuje stav hlbokej koncentrácie a pohľtenia činnosťou, ktorá je náročná, ale zvládnuteľná. Gamifikované weby môžu tento stav vyvolať vtedy, keď sú správne vyvážené výzvy a schopnosti používateľa. Ako ukazuje Oliveira & Hamari (2025), používatelia v stave flow sú plne zapojení, čo zvyšuje ich spokojnosť a produktivitu. Výzvou dizajnéra UX je preto vytvoriť prostredie, ktoré udrží používateľa v stave „optimizovanej výzvy“, napríklad prostredníctvom úrovní, progres barov a odmien.

Behaviorálna psychológia v digitálnom prostredí

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.

Behaviorálna psychológia skúma, ako vonkajšie stimuly ovplyvňujú správanie človeka. V kontexte digitálnych technológií sa jej princípy často využívajú pri návrhu webových rozhraní a gamifikovaných systémov. Zaheer (2025) vo svojej štúdii o behaviorálnom dizajne potvrdzuje, že pozitívna spätná väzba, progresívne ciele a mikroodmeny podnecujú opakované správanie. Ide o formu operantného podmienkovania, ktorá v digitálnom UX podporuje zmenu správania – napríklad častejšie prihlásenia, dokončenie úloh alebo zdieľanie obsahu.

3. Gamifikačné prvky a ich funkcia v UX

Odznaky, leveley, progress bary a leaderboards

Odznaky (badges), leveley, progress bary a leaderboards patria medzi najčastejšie používané gamifikačné mechanizmy v digitálnych UX systémoch. Tieto prvky poskytujú používateľom jasné spätné väzby o pokroku, čím zvyšujú ich motiváciu pokračovať v aktivite. Podľa Fredrikssona (2024) progress bary posilňujú dojem z postupného dosahovania cieľov, čo vedie k vyššiemu sústredeniu a nižšej mieri odchodu používateľov. Rebríčky využívajú sociálne porovnávanie a podporujú súťaživosť, no ako upozorňuje Platt-Young (2018), ich nesprávna implementácia môže viesť k frustrácii alebo demotivácii menej úspešných používateľov.

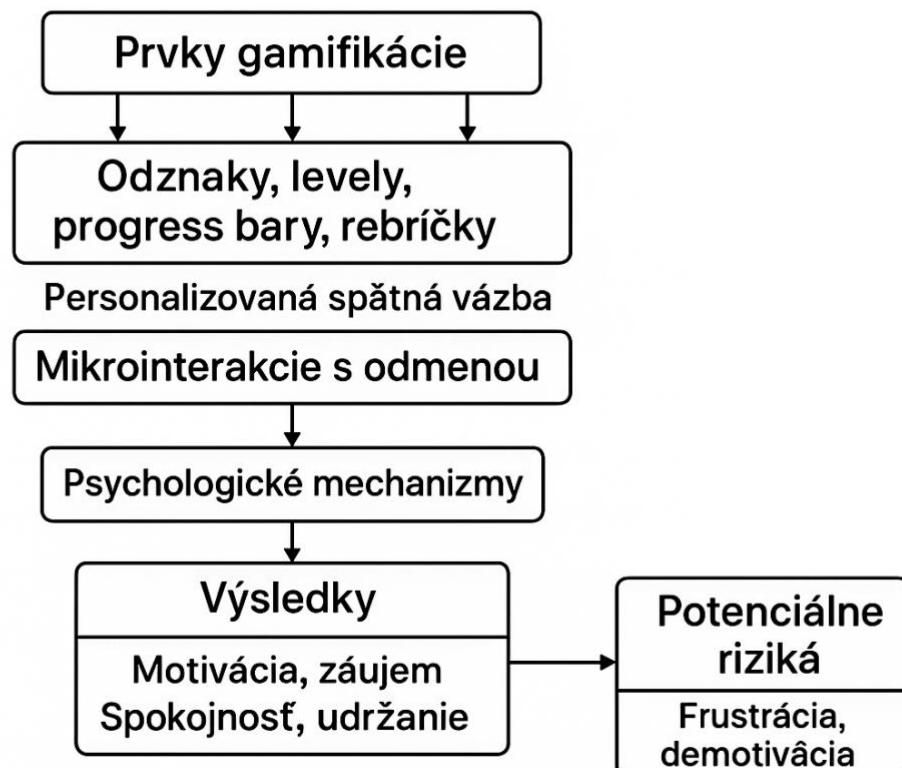
Personalizovaná spätná väzba

Personalizovaná spätná väzba hrá kľúčovú úlohu v UX gamifikovaných systémoch. Nahmias et al. (2020) zdôrazňujú, že prispôsobenie spätných väzieb podľa individuálnych preferencií používateľa zvyšuje dôveru, pocit autonómie a motiváciu. Tieto spätné väzby môžu mať rôzne formy – od notifikácií až po personalizované správy typu „Už si splnil 80 % dnešného cieľa!“. Ioannou et al. (2021) navyše dokazujú, že personalizované odmeny a spätné väzby posilňujú vnútornú motiváciu viac ako univerzálné generické oznámenia.

Mikrointerakcie s odmenou

Mikrointerakcie sú drobné momenty interakcie medzi používateľom a systémom, ktoré majú často veľký psychologický dopad. V gamifikácii sa mikrointerakcie spájajú s okamžitými vizuálnymi alebo zvukovými odmenami. Ako uvádza Sonney et al. (2022), tieto interakcie môžu byť rozhodujúcim faktorom pri budovaní pozitívnej emocionálnej spätej väzby, najmä v mobilných aplikáciách. Helttunen (2022) ďalej upozorňuje, že kombinácia mikrointerakcií s odznakmi alebo pokrovkovými animáciami významne zvyšuje angažovanosť používateľa.

Model gamifikácie



Zdroj: vlastné spracovanie

Záver

Gamifikácia predstavuje komplexný nástroj, ktorý môže dramaticky zlepšiť používateľskú skúsenosť, ak je implementovaný premyslene a v súlade s psychologickými princípmi. Kľúčové je pochopiť, že efektívna gamifikácia nie je len o bodovaní a odznakoch, ale o vytváraní zmysluplných interakcií, ktoré podporujú autonómiu, kompetenciu a prepojenie používateľov. Ako ukázali výskumy, prvky ako personalizovaná spätná väzba, vizualizácia pokroku či mikroodmeny môžu pozitívne ovplyvniť motiváciu a mieru návratu používateľov. Na druhej strane je nevyhnutné reflektovať aj možné riziká, ako sú frustrácia alebo nadmerná záťaž z kompetitívneho prostredia. Zodpovedný dizajn, založený na dôkazoch a testovaní, ostáva základom úspešnej gamifikácie v UX. Tento článok zároveň poukazuje na potrebu ďalšieho výskumu v tejto oblasti, najmä v kontexte rôznych typov používateľov a kultúrnych odlišností.

Zoznam bibliografických odkazov

1. Fredriksson, J. (2024). Leveling up Learning: Examining the Influence of Gamification on Micro-Learning.
2. Helttunen, S. (2022). Gamification's Impact on Intrinsic Motivation for Physical Activity.
3. Ioannou, A., Kitsi, A., & Maxim, R. (2021). Shifting to Digital: Gamification in Course Design.
4. Nahmias, Y., Feldman, D. K. D., Richter, G., & Raban, D. R. (2020). Games of Terms.
5. Oliveira, W., & Hamari, J. (2025). Flow Experience in Gameful Approaches: A Systematic Literature Review. *International Journal of Human–Computer Interaction*.
6. Platt-Young, Z. (2018). Design Recommendations for a Digital Social Skills Game.
7. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
8. Sonney, J., Cho, E. E., & Zheng, Q. (2022). Refinement of a Parent–Child Shared Asthma Management App.
9. Zaheer, S. (2025). Gamification in Event Tech: Enhancing Engagement through Behavioral Design. ResearchGate.

© Published by Journal of Global Science.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The moral rights of the named author(s) have been asserted.