



Filozofická fakulta Univerzity Palackého Olomouc

Katedra aplikované ekonomie

POSUDEK ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Typ práce: **Bakalářská –Diplomová**

Jméno a příjmení studenta: **Kristina Štěpánová**

Oponent: **Mgr. et Mgr. Jan Stoklasa, D.Sc. (Tech.)**

Téma závěrečné práce: *Spotřebitelské chování náctiletých fanynek*

1. Náročnost práce na:

Teoretické znalosti	standardní	vysoká
Vstupní údaje a jejich zpracování	standardní	vysoká
Použité metody	standardní	vysoká

2. Hodnocení práce:

Kritérium	Stupeň hodnocení (dle SZŘ UP)					
	A	B	C	D	E	F
Stupeň naplnění cíle/cílů práce					x	
Logická stavba práce		x				
Podíl samostatné práce studenta ve vztahu k převzatým částem práce		x				
Vhodnost použitých metod						x
Práce se zdroji včetně citací			x			
Úprava práce (text, grafy, tabulky)						x
Stylistická úroveň, pravopis	x					
Využitelnost výsledků práce v praxi						x

Dovolím si na úvod jednu krátkou poznámku – jak název práce, tak i první věty úvodu jsou trochu vágní, protože autorka nespecifikuje, o fanynky čeho vlastně půjde? Budou platit její závěry pro fanynky sportovního klubu stejně jako pro fanynky konkrétního astronauta? V úvodu toto vymezení chybí a vzhledem k tomu, že jde o ústřední pojem celé práce, považuji to za závažný nedostatek! V tomto kontextu jsou autorčiny věty typu: „*Jak jsem již předešlela, práce je zaměřena na skupinu náctiletých fanynek. I když již pár let nejsem součástí této skupiny, stále se považuji za fanynku a často se dostávám do interakce s členkami této skupiny.*“ (str. 7) zbytečné a nicneříkající! Jde o odbornou práci a klíčové pojmy je třeba specifikovat (v úvodu alespoň jasně vymezit – jinak úvod neplní svou funkci!!!). Nejblíže vymezení cílové skupiny v úvodu se autorka dostává větou „*Náctileté fanynky jsou častým terčem kritiky a někdy i posměšků, nejen ze strany veřejnosti, ale paradoxně i ze strany interpretů, které obdivují a podporují.*“ (str. 7), což je v odborném textu skutečně málo – není možné si význam klíčových pojmů odvozovat z kontextu – musí být jasně zavedený/vymezený autorem práce! Víím, že je pojem blíže vymezen v druhé kapitole, ale to není důvod pro takto vágní popis v úvodu práce!

Další připomínky k textu práce:

- *Obrázek 1: Schéma procesu nákupního chování* (str. 10 + ostatní obrázky) působí jako převzatý z nějaké knihy. Není však uvedený jeho zdroj. Je autorka práce také autorkou tohoto obrázku, nebo je obrázek „vypůjčen“ z nějakého zdroje a chybí uvedení skutečného autora? I obrázky je zvykem citovat v textu práce a ne jenom v seznamu obrázků, k němuž se nikdo nemusí dočíst. Tím spíše, pokud obsahují informace zásadní pro danou práci.
- Kterými vlivy/faktory (v kontextu údajů uvedených v kapitole 1) se tedy nejvíce řídí spotřebitelské chování náctiletých fanynek? U osobních faktorů to je specifikováno, u sociálních a kulturních nikoliv. Právě tuto informaci přitom vzhledem k zaměření práce v textu postrádám!
- Nezbyvá mi, než si myslet, že autorka zařazení *Obrázku 2: Životní cyklus rodiny a její chování* (str. 14) pojala jako vtip. Pokud je to myšleno vážně, pak nevím, co k tomu dodat, obrázek je nečitelný, v hrozné kvalitě a ještě převzatý odjinud! Informace tohoto typu se dala do práce zařadit i tak, že by byla čitelná! Odkazovat se na jednotlivé body uvedené v nečitelném obrázku je pak už jen dokladem nerespektování čtenářů práce...
- V podkapitole 2.1, v níž autorka vymezuje cílovou skupinu, tj. náctileté fanynky, uvádí, že jde o osoby ženského pohlaví ve věku 11-19 let. S tím nemám problém. Jak je ale možné, že v další větě autorka tvrdí, že „většina je svobodných a jejich dosažené vzdělání je základní nebo středoškolské“. Kolik z fanynek ve věku do 14 let má ukončené základní vzdělání? Jakou roli hraje vůbec vzdělání, že je na tomto místě přikročeno k takovéto generalizaci?
- Autorka vymezuje cílovou skupinu věkem, pohlavím, společným objektem zájmu atd. Hraje nějakou roli geografické vymezení? (sama autorka uvádí, že „*Fanoušci se sdružují v různé velké národní až nadnárodní skupiny, aby naplnili touhu sdílet své zájmy s lidmi sobě podobnými.*“). Respektuje praktická část práce tuto nadnárodnost? Nebo autorka zkoumá pouze fanynky v českém prostředí?
- Informace o tom, že se autorka zaměřuje v práci na fanoušky (fanynky) hudebních interpretů, se v práci poprvé explicitně objevuje až na str. 22 – to mi připadá extrémně pozdě!!! Navíc cílová skupina zůstává vymezena zcela obecně jako dívky ve věku 11 – 19 let, které jsou hudebními fanynkami. Není vymezený geografický ani kulturní kontext, nejsou uvedeny žádné předpoklady na typ hudby. Přirozeně není problém takto cílovou skupinu nadefinovat, je jenom otázkou, jestli je možné ji rozumně výzkumně uchopit.

CÍLE PRÁCE jsou pak vymezeny v rámci hledání odpovědí na výzkumné otázky:

- *Jaké produkty nakupují náctileté fanynky nejvíce?*
- *Co je vede k nákupu těchto produktů, tedy jaké faktory je ovlivňují při pořízování těchto produktů?*
- *Jaká jsou specifika nákupního a ponákupního chování náctiletých fanynek?*
Jen samotné nalezení reprezentativního vzorku, aby se na tyto otázky dalo odpovědět obecně, bez specifikace žánru hudby nebo interpreta, je dle mého názoru velice obtížné. I když se autorka zaměří pouze na české fanynky. (jaká je pak zobecnitelnost závěrů?)
- U určování velikosti segmentu mi výrazně chybí popis metodiky! Autorka uvádí, že „*Dle údajů z internetových stránek fanklubů a fanouškovských fór oblíbených interpretů je velikost cílového segmentu v rámci České republiky v řádech stovek až v určitých případech tisíců*“ (str. 30). Z tohoto ale není patrné, jak při určování počtu postupovala – tato informace je přitom zásadní pro posouzení adekvátnosti zvoleného vzorku! Autorka také nedostatečně popisuje šíření dotazníku (informace typu „*budou využita*“ i *fanouškovská fóra nejznámějších a nejoblíbenějších interpretů*“ je nejasná a nedostatečně popisuje sběr dat!)
- Proč autorka v kapitole 3, kde má prezentovat výsledky analýzy, uvádí další předpoklady, které chce potvrdit/vyvrátit?:

„*Výzkum má za úkol také potvrdit či vyvrátit předpoklady vyvozené z teoretické části:*

- *Náctileté fanyanky často nakupují merchandise.* – co znamená často???

- *Náctileté fanyanky pořizují merchandise hlavně z důvodu aby „zapadly“ mezi vrstevníky.* – jak prověříte, co je hlavní důvod?

- *Spotřebitelské chování náctiletých fanynek je ovlivněno zejména názory vrstevníků a kamarádů.*“ (str. 33) – toto nemá v dané kapitole co dělat!

- Nemá vůbec žádný smysl používat koláčový graf přes třetinu stránky k tomu, aby autorka sdělila, že se výzkumu zaměřeného na náctileté fanyanky zúčastnilo 12 mužů (jak???) a 120 žen. Mimochodem tutéž informaci podává autorka i v textu. Grafická reprezentace něčeho takového je naprosto nelogická! Jak byla tedy řešena distribuce dotazníku, když jej vyplnily i osoby mimo cílovou skupinu?
- Když už autorka přizná, že z uvedených 132 dotazníků je 61 skutečně použitelných (protože spadají do cílové skupiny), proč i nadále pracuje s grafy popisujícími celý vzorek? Např. Obrázek 6? Jaký to má smysl nebo relevanci pro danou práci?

Práce je jinak psána čtivě, přehledně a v rozumné struktuře (mé výhrady k použitým obrázkům jsem uvedl výše). V teoretické části – zejména v kapitole 1 - mi chybí navázání na téma práce a autorčin vklad jiného typu, než soupis poznatků z několika knih. Toto je však doplněno v kapitole 2.

Praktická část je zmateným popisem výsledků dotazníkového šetření s přílišným používáním grafů i tam, kde nejsou potřeba. Nedává vůbec smysl ve výzkumu zaměřeném na náctileté fanyanky prezentovat výsledky na vzorku, který obsahuje muže, ženy starší 19 let a také náctileté dívky, které se nepovažují za fanyanky (takových je 6, tj 10% náctileté části souboru)! Navíc označení „výběrový vzorek“, ať už to dle autorky znamená cokoliv, je používáno někdy pro vzorek o velikosti 61 osob (např. obrázek 8), někdy pro původní o velikosti 132 osob (např. obrázek 6).

Na obrázku 10 je celkem 17 kladných odpovědí, přitom za členky fandomu se považuje 27 respondentů. Nerozumím, co je na Obrázku 10 prezentováno!

Otázka nákupu merchandise – autorka prověřuje předpoklad, zda „*Náctileté fanyanky často nakupují merchandise*“. Přitom ho prověřuje na vzorku, který obsahuje 10% respondentek, které o sobě prohlásily, že fanyanky nejsou. Jak je možné z tohoto vyvodit závěry?

Grafy na Obrázku 20 a obrázku 32 jsou totožné (v obou odpovědělo 50 respondentů, což je zvláštní, vzhledem k tomu, že ve skupině 20+ jen 17 respondentek nakupuje merchandise a ve skupině 19- je respondentek nakupujících merchandise 29), přitom jeden vzorek má 59, druhý 61 respondentů.

...

Vzhledem k výše uvedenému si myslím, že by autorka měla dostat ještě nějaký čas, aby mohla upravit, zpřehlednit a lépe promyslet analýzu výsledků prezentovanou v praktické části. Teoretická část je zpracována dobře, bohužel chyby v interpretaci výsledků v části praktické mi neumožňují v současné podobě doporučit práci k obhajobě. V případě odstranění chyb by pak mé otázky vypadaly následovně:

3. Otázky ke zodpovězení při obhajobě (a event. Připomínky oponenta):

- Na str. 11 autorka uvádí, že „*Kotler je přesvědčen, že právě kulturní faktory, mezi které řadí vliv kultury, subkultury a sociální vrstvy, mají na chování spotřebitelů vliv největší. Ostatní autoři však kategorii sociální vrstvy řadí k faktorům sociálním.*“ Kterí jsou ti ostatní autoři, na něž se autorka odvolává? Mohla by autorka práce uvést alespoň 3 respektované autory, kteří řadí vliv sociální skupiny mezi sociální faktory? Skutečně je tomu tak, že nikdo z autorů se nepřiklání k zařazení vlivu sociální skupiny pod kulturní faktory, jak autorka deklaruje v textu práce?

- Na str. 19 autorka uvádí, že „*Nejlepší volbou by bylo racionální rozhodování, tedy rozhodování s co nejmenším počtem kompromisů, kdy se chceme přiblížit představě, kterou jsme si vytvořili.*“ – jaký je vztah racionality a kompromisů? Člověk, který dělá kompromisy, jedná iracionálně? A jak tedy vypadá racionální rozhodování v situaci, kdy spotřebitel sleduje několik protikladných nebo vzájemně se vylučujících cílů?
- Co má autorka na mysli, když říká „*Návratnost dotazníku byla 61,9%*“ (str. 33) v kontextu distribuce dotazníku přes sociální sítě a internetová fóra?
- Proč se ve vzorku, který má popisovat chování náctiletých fanynek, objevovali i ženy starší 19 let a také muži? Po omezení vzorku na skutečnou cílovou skupinu autorka reportuje 61 respondentů.
 - 1) proč bylo tolik dotazníků vyplněných osobami mimo cílovou skupinu? Byla špatně zadána instrukce?
 - 2) Autorka sama deklaruje, že potřebuje vzorek 150-200 respondentů (str. 30), této hranici se však ani nepřiblížila. Co to znamená pro závěry práce?
- Autorka uvádí v dotazníku, že výsledky budou dostupné respondentům. Je tomu tak? Jsou už výsledky šetření zveřejněny?
- Jaká je zobecnitelnost výsledků? Jak moc jsou závislé na konkrétním vzorku?

4. Práce je - **není** doporučena k obhajobě.

Místo a datum vyhotovení posudku

Lappeenranta, 10.5.2016

Podpis oponenta závěrečné práce



Jan Stoklasa