



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tereza Štěpánková
Název práce: Vliv sociálních sítí na nákupní chování spotřebitelů ve věku 18 až 21 let
Autor posudku: Tomáš Ledvinka
Cíl práce: Cílem bakalářské práce je zjistit, jak velký vliv mají sociální sítě na nákupní chování pozdních adolescentů ve věku od 18 do 21 let.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Antiplagiátorská kontrola eVSKP uvádí podobnost 3% textu. Práce není plagiátem.

Díličí připomínky a náměty:

Viz dále.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autorka se ve své bakalářské práci pokouší předestřít „pohled do samotné marketingové podstaty sociálních sítí“ a je příznačné, že tak činí právě ve vztahu k populaci pozdních adolescentů (18-21 let), kterážto je ze všech věkových skupin nejnáze ovlivnitelná při změně či volbě referenčního rámce, osob či skupin. Autorka se problematikou tohoto nebezpečného věku zabývá pouze implicitně při charakterizování dané populace (například emoční nestabilita, míra závislosti na sociálních sítích). Práce je nicméně vystavěna z čistě technického, formálně marketingového hlediska a orientuje se výhradně podle ideálu marketingové účinnosti. Nepatrné přesahy (například při interpretaci míry užívání sociálních sítí, které je nepřímo úměrná velikosti sídla) zůstávají s ohledem na toto omezení čistě spekulativní. Autorka si toho je vědoma a užívá opatrnou interpretaci a slova jako „pravděpodobně“, což lze pouze kvitovat.

Práce je jazykově výborně stylizovaná a text je naprosto plynulý. Zpočátku se snaží vše podrobně vysvětlit čtenáři zcela nezasvěcenému do dané problematiky. Později však, ke škodě věci, předjímá, že čtenář je seznámen s některými poměrně velmi specifickými výrazy (např. shorts).

Vlastní výzkum autorčin v praktické části sestává z dotazníkového šetření ve studentských skupinách (což je další termín, s nímž čtenář nemusí být obeznámen) a je v tomto ohledu poněkud příliš vágní, zvláště když naznačuje náhodnost výběru respondentů, kteří si sami vybrali dotazník vyplnit. Absence hlubší reflexe tohoto momentu je jednou z největších slabín výzkumu. Silnou stránkou je naopak to, že autorka vystavěla své hypotézy nikoliv libovolně, nýbrž na základě průzkumu již existujících odborných studií (Meta, Apek, Tiktok) a na jejich pozadí se tak ve svém vlastním šetření snažila zjistit korespondenci či její absenci s nimi. Zaměřený dotazník vytvořený prostřednictvím googleforms oslovil celkem 214 respondentů. Postup šetření se zdá být formálně bezvadný, nicméně v momentu generalizace, kterou lze chápat pouze jako omezenou na výsledný vzorek, je pochopitelně značný limit pro jakékoliv možné praktické závěry. Lze je tak chápat spíše etnograficky nežli sociologicky, ovšem tak je výzkum koncipován. Pro futuro by se hodilo, aby se autorka seznámila hlouběji zejména s metodologií sociálních věd, s problémem reflexivity a reprezentativity zvláště.

Práce tematicky koresponduje se zaměřením oborů marketing a management. Přínosem práce je vyzkoušení formální procedury výzkumu a pečlivá práce s hypotézami jakož i opatrná interpretace. Vztah nákupního chování k dalším proměnným jako například residenční sídlo respondenta či psychologická charakteristika vybrané věkové populace se jeví jako velmi zajímavá možnost rozvinutí výzkumu.

Po formální stránce je práce naprosto přehledná a srozumitelná. Vlastní interpretace výsledků zahrnuje i identifikaci jejich vzájemných vztahů. Jeví se mi jako dosti pečlivě zpracovaná.

Otázky k obhajobě:

Viděla byste možnost méně účelového (na efektivitu marketingu méně zaměřeného) výzkumu se stejnou výzkumnou otázkou?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Praze, dne 4. května 2023

podpis