



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Dan Bulis

Název práce: Psychologie zákazníka v souvislosti s nakupováním digitálního obsahu do počítačových her

Autor posudku: prof. PhDr. Marek Franěk, CSc., Ph.D.

Cíl práce: Cílem práce je pochopení a rozeznání jednotlivých jevů, které ovlivňují zákazníky, kteří utrácejí za digitální obsah do počítačových her, na základě zkoumání jejich chování a potřeb, který mají spojený s hraním těchto her. Vyplňte cíl závěrečné práce.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce je původní.

Díličí připomínky a náměty:

Pro větší přehlednost by měly být v práci souhrnně uvedeny všechny otázky dotazníku, buď přímo v metodice nebo alespoň v příloze práce.

Rovněž by bylo dobré data prezentovat formou grafů, případně tabulek, takto, jen uvedeno v textu, je to značně nepřehledné.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Jako velký problém práce vidím skutečnost, že obsah práce nekoresponduje příliš s jejím názvem i uvedeným cílem. Zatímco cílem mělo být „pochopení a rozeznání jednotlivých jevů, které ovlivňují zákazníky, kteří utrácejí za digitální obsah do počítačových her“, práce je založena především na zkoumání jevu „FOMO“ (fear of missing out). Zkoumat efekt tohoto jevu je zajisté legitimní, ale název i cíl práce by tomu měl odpovídat.

Teoretická část je dobře zformulována. V praktické části, jak jsem již výše uvedl, chybí prezentace formou grafů či tabulek.

Závěr práce podle mého názoru neodpovídá datům získaným z dotazníku. Autor píše, že „FOMO může hráče podněcovat k impulzivním nákupům a zvyšovat jejich zapojení díky vytváření pocitu exkluzivity a omezené dostupnosti obsahu.“ Jak vidím ve výsledcích z celkového vzorku FOMO má pouze malý vliv. Navíc podobné tvrzení by bylo potřeba podpořit adekvátní statistickou analýzou, třeba korelační nebo regresní analýzou, jak ostatně autor píše na str. 25.

Otázky k obhajobě:

Jaké další jevy – kromě FOMO – by mohly ještě ovlivňovat zákazníky utrácející za digitální obsah počítačových her?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 15. května 2024

podpis