

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Bc. Gabriela Nožičková

Název práce: Výživové doplňky jako povolený doping

Cíl práce: zjistit, z jakých konkrétních důvodů jsou uživatelé (sportovci) doplňkových prostředků ochotni investovat své finance do nákupu suplementů, a také co je rozhodujícím faktorem při volbě konkrétního druhu, a zda-li mají dostatečnou znalost problematiky v oblasti výživových doplňků.

Jméno oponenta: PhDr. Josef Voráček, Ph.D.

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost práce:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Pravopis a stylistika	Velmi dobře

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – Předložená diplomová práce se zabývá poměrně zajímavým a aktuálním tématem v oblasti doplňků stravy a dopingu. Diplomantka zde představuje seznam a popis jednotlivých látek, které obsahují doplňky stravy a základní zakázané prostředky. Dále pak provádí výzkum pomocí dotazníkového šetření ohledně povědomí a využívání těchto látek u sportovců. Stanovený cíl je však z mého pohledu splněn pouze na základní úrovni bez větší hloubky zkoumané problematiky. I přes to však práce splňuje nároky a požadavky na diplomovou práci a doporučuji jí k obhajobě.
- Logická stavba práce – struktura práce je celkem jasná a logická, teoretická část je však poskládána z mnoha různých odlišných témat, někdy i bez zjevné návaznosti (např. nejdříve marketing a sportovní marketing, poté výživa a poté opět marketing v podobě nákupního chování a marketingového mixu) a vyvolává to dojem spíše takového tematického chaosu.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 50 zdrojů, z toho 10 cizojazyčných, čímž splňuje požadavky na diplomovou práci. Teoretická východiska obsahují základní popis oblastí, jichž se týká samotný výzkum. Diplomantka zde pracuje především se základní nejdostupnější literaturou. Vše adekvátně cituje, doplňuje vlastní komentáře. Na úrovni diplomové práce je žádoucí zpracovat pestřejší a více specificky zaměřenou rešerši při využití více zdrojů. Takto vše zůstává jen v základní rovině zkoumané problematiky.

- d) Adekvátnost použitých metod – použitá kvantitativní metoda dotazníkového šetření je vhodná a adekvátní vzhledem k cíli a úkolům výzkumu. Její použití je však na slabší úrovni. Diplomantka nepostupovala metodicky správně při tvorbě dotazníku, což se jí následně projevilo jak v celkové tak i obsahové validitě (příklady nesprávných otázek – viz dále připomínky k otázkám v dotazníku). Provedený způsob analýzy dat zůstává pouze na úrovni relativních četností, s identifikačními údaji respondentů se dále nijak nepracuje (takže jsou zde nadbytečné).
- e) Hloubka tematické analýzy – samotné výsledky výzkumu poskytují jen velmi obecné a velmi povrchní informace o zkoumané problematice. Příčinou je zde nesprávná metodika a postup při tvorbě dotazníku – viz dříve hodnocení u adekvátnosti použitých metod. Získané informace tak mají jen velmi malou vypovídající hodnotu. Diskuze by měla obsahovat polemiku zjištěných výsledků v kontextu zpracované teorie, což se zde v práci nevyskytuje.
- f) Úprava práce – formální zpracování diplomové práce je v pořádku.
- g) Pravopis a stylistika – v práci se objevují občasné pravopisné chyby, nesprávná práce s interpunkcí. Diplomantka volí různé stylistické jazyky („my“, „vy“, „já“, někdy neutrální trpný rod), což není vhodné, měla by být v tomto práce jednotná. Taktéž diplomantka občas používá emocionální výrazy a superlativy, což v akademické práci taktéž není příliš vhodné.

Připomínky:

Abstrakt, část „Výsledky“ – pravopisná chyba – „Výzkumem bylo zjištěno, že dotázaní respondenti, má velmi dobrý přehled ...“

Str. 8 – překlepy – „MMA (Mixed Martial Arts) – spíšená bojová umění“; „CNS – Centrální nervový systém“; „HMD (hydroxy-methyl-butyrát) – přírodní stimulat“

Úvod – tato kapitola je psána spíše emocionálním vypravěčským stylem, který není příliš vhodný pro akademickou závěrečnou práci.

Kapitola 2.2, str. 10 – 11 – diplomantka uvádí stanovené výzkumné otázky. O výzkumné otázky se zde však nejedná. Podobně pak na str. 39 uvádí: „Před vytvořením dotazníku byly stanoveny výzkumné otázky, na něž budeme odpovídat v závěru této práce.“ Opět zde nejsou stanoveny žádné výzkumné otázky. V Diskuzi se pak diplomantka snaží na tyto „ne-otázky“ odpovídat.

Str. 12 – „Z této definice, podobně jako z formulací dalších autorů, vyplývá, že prostřednictvím marketingu dochází k uspokojování potřeb zákazníků.“ – Jakých dalších autorů? Je třeba tyto autory uvést a řádně citovat. Nelze jen konstatovat že „ostatní“, „jiní“, „další“ autoři bez jejich uvedení něco uvádějí, říkají či píší. Podobně na str. 29 – „Dle více autorů patří kulturní faktory mezi ty nejdůležitější, ...“ – dle jakých autorů? Kterí autoři toto tvrdí?

Str. 13 – překlep v nadpisu – „3.2 Sport s sportovní marketing“

V práci diplomantka některé odkazy na zdroje uvádí kurzívou, jiné nikoliv, je třeba toto mít jednotné.

Str. 16 – překlep – „...za jakou jsme ji do nynější doby považovali.“

Str. 16 – odsazení prvního řádku odstavce větší než ve zbytku práce

Str. 19 – chybějící interpunkce na konci věty – „...nebo vysoce intenzivního“

Str. 22 – k přímým citacím je potřeba vždy doplnit řádný odkaz na zdroj, byť opakovaně zmíněný.

Str. 29 – pravopisná chyba – „... nejdůležitější, ...“

Str. 32 – překlep – „...funkcí včetně ochrany ...“

Str. 34 – překlep – „Cíem propagace je, ...“

Str. 35 – chybějící interpunkce na konci věty – „...aktivit vyvolat nespokojenost Podobně je na tom ...“

Str. 36 – nesprávná interpunkce – „...přátelé, kolegové,, reklama, ...“

Str. 38 – překlepy – „...na výběr koncových uživatelů ...“; „...jak velkou měrou se přispívá při rozhodovací procesu.“

Str. 45 – slova spojená dohromady – „V otázce byl dotaz směřujícína dobu ...“

Str. 50 – Četnost využívání doplňkových prostředků – diplomantka zde interpretuje odpovědi jako pozitivní a negativní, přičemž respondenti odpovídali na možnosti „pravidelně“, „nepravidelně“. Není tedy srozumitelné, co je myšleno tou pozitivní a negativní odpovědí.

Str. 51 – pravopisná chyba – „21,8 % získaly informace ...“

Str. 59 – pravopisné chyby – „...rychlých kliků ze laptopů či smartphonů.“; „To je hlavní důvod, z jakého je dalším výsledkem výzkumu na otázku nejčastější místo nákupu suplementů vzešel údaj v internetových obchodech ...“

Str. 63 – překlep – „Pro rekreační svičení určitě ne ...“

U otázky č. 9 v dotazníku („Jak často je využíváte?“) jsou volené odpovědi nejasné. Co to znamená „pravidelně“? Pravidelně totiž může znamenat 3x týdně, stejně jako 1x ročně, stejně každých 5 let.

Otázka č. 13 by mohla zjišťovat daleko více informací, přičemž nabízené odpovědi pokrývají jen velmi malou šíři faktorů, které ovlivňují spotřebitele při nákupu. Např. zde chybí značka, doporučení od známých, recenze na internetu, apod. Sice je zde položka „Jiná“, ale respondenti spíše vybírají z nabízených odpovědí. Také by se zde mohla zjišťovat míra důležitosti daných faktorů při výběru pomocí hodnotící škály, apod.

Otázka č. 14 zjišťuje ovlivnění reklamou naprosto nevhodnou formou – pouze „ano“ a „ne“ odpovědi. Problém s touto otázkou tkví v tom, že lidé neodpovídají upřímně, většinou odpovídají, jak by se chtěli chovat, nikoli jak se chovají. Další možností je, že si ovlivnění reklamou či marketingovou komunikací nepřipouští, nebo si toto ovlivnění ani neuvědomují, protože často reklama působí podvědomě. Ovlivnění reklamou či jinou marketingovou komunikací je třeba zkoumat pečlivěji a jiným způsobem, než jen dichotomickou otázkou „ano/ne“. Podobně je slabé měření u otázek č. 20 a 23 s minimálním přínosem informací.

Otázka č. 19 – nedostatečné měření znalosti – „Víte, jaký rozdíl je mezi výživovými doplňky a zakázanými látkami?“ – odpovědi pouze „ano/ne“, bez doplňující otázky, bez kontrolní otázky.

Seznam literatury obsahuje drobné formální nedostatky ve formátu uvedených zdrojů.

Otázky k obhajobě:

1. Na str. 65 diplomantka uvádí: „Marketingový výzkum hodnotím velmi dobře. Tuším, že má určité rezervy v položených otázkách výzkumu, které mohly být více probádáné, ale samotný výzkum přinesl relevantní výsledky. V první řadě zásluhou reprezentativního vzorku odpovědí – tedy 312 vyplněných dotazníků shledávám dostatečným počtem.“ – Co to znamená reprezentativní vzorek, jak je definován? Jedná se v této práci opravdu o reprezentativní vzorek?

Navržený klasifikační stupeň: dobře.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi/diplomantce.

V Praze dne 3.9.2021

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.