

Studijní program

Ekonomika a management

Studijní obor

Management

Akademický rok

2018/2019

Název práce

Palmový olej v potravinách a spotřebitelské chování konzumentů

Řešitel

Bc. Michaela Veselá

Vedoucí

doc. Ing. Tomáš Kincl, Ph.D.

Oponent

Mgr. Michal Šimůnek, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění

výborně nebo velmi dobře

Logická stavba a členění práce

výborně nebo velmi dobře

Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti

velmi dobře

Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití

výborně

Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení

velmi dobře

Vlastní přínos studenta

velmi dobře

Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii

velmi dobře

Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce

výborně nebo velmi dobře

Jazyková a terminologická úroveň práce

výborně nebo velmi dobře

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Předložená diplomová práce řeší zajímavé a aktuální téma. Z celé práce je patrná osobní angažovanost autorky na tématu. Ta vedla v průběhu zpracovávání práce i k určitému „biasu“, kdy autorka nezdídko formulovala otázky tak, aby odrážely její vlastní vnímání dané problematiky než ve snaze dobrat se objektivního zjištění. Výsledný text by měl být však tohoto zatížení prost, tuto skutečnost uvádím jen jako evidenci, že společenský výzkum může být v řadě ohledů zákeřný a že je obtížné oprostit se od vlastního pohledu na věc. Cíl práce byl naplněn, byť výsledky se na řadě míst zdají být interpretovány s výhradou (viz níže). Oceňuji ale snahu autorky o triangulaci a o snahu postihnout problematiku prostřednictvím různých výzkumných postupů.

Struktura práce reflektuje téma. Kapitoly stejné úrovně nicméně nemají stejný rozsah, opět je z argumentace patrné, že autorka je v problematice osobně angažována. Ocenil bych více akademických primárních zdrojů ve snaze objektivně přistoupit k analyzovanému tématu. Tato připomínka platí i pro posouzení práce s literaturou, kde by bylo záhodno využít více akademických zdrojů. Práce nicméně prošla kontrolou původnosti s negativním výsledkem (20. 5. 2019 – 0 %).

Metodická část je rozsáhlá a detailně popisuje výzkumný design. Zde nelze mít k práci zásadních připomínek, naopak oceňuji snahu autorky využít pestré palety výzkumných metod, které dohromady tvoří komplexnější obrázek o zkoumané problematice. Určitou diskusi by bylo možné vést o konstrukci dotazníku (a zejména pak jeho vyhodnocení, viz dále), neboť ten byl formulován na základě dvou studií, které bylo nutné spojit.

Oceňuji zejména první část praktické části, kde autorka popisuje průběh rozhovorů. Zde je patrný rozpor mezi tvrzeními konzumentů a jejich skutečným nákupním chováním. Této části by nicméně prospěla detailnější interpretace a shrnutí. Stejně vydatná je i druhá část věnovaná senzorickému experimentu (s překvapivým zjištěním, že potraviny s obsahem palmového oleje chutnají respondentům více). I zde nicméně absentuje snaha o hlubší interpretaci výsledků (nabízí se např. závěr – který by bylo ovšem potřeba doložit – že preference produktů obsahujících palmový olej může být spojená s vyšším používáním dalších levných přísad, jako např. cukru).

Poslední část se věnuje dotazníkovému šetření. Zde lze formulovat nejvíce připomínek. Formulované výzkumné hypotézy nemají oporu v literární rešerši (autorka nikterak neargumentuje, proč by měly být zkoumány rozdíly mezi pohlavími či podle věku, spíše by bylo vhodnější formulovat hypotézy o vztazích mezi dalšími proměnnými a zejména na základě rešerše literatury). Oceňuji snahu autorky vyhodnotit hypotézy prostřednictvím statistické indukce. Zde lze ale spatřovat řadu nedostatků – např. „nejprve jsem zvolila F-test a ověřila, zda jsou rozptyly hodnot stejné u žen a u mužů. P-hodnota vyšla vyšší, než hladina 0,05. Rozptyly jsou tedy shodné a mohla jsem pokračovat dvouvýběrovým t- testem s rovností rozptylů. Sledovaná p-hodnota v závislosti na pohlaví vyšla 0,49. Na 5 % hladině významnosti nezamítám, že mezi odpověďmi žen a mužů nejsou rozdíly, a zároveň neprokazují, že mezi odpověďmi žen a mužů rozdíly jsou. Dvouvýběrovým t-testem bylo prokázáno, že ženy ovlivňuje energetická hodnota potravin při rozhodování o koupi více, než muže.“ – zde se poslední věta jeví být nekonzistentní s předchozím textem. Podobně i dále – „Dvouvýběrovým t- testem bylo prokázáno, že respondenti ve věku 19-34 let měli hodnocení v průměru 2,78. Respondenti ve věkové kategorii 35-54 let měli průměrné hodnocení 3,01 a respondenti nad 55 let měli průměrné hodnocení 3,059.“. To by mohlo být nezamítnuto jednovýběrovým t-testem pro jednotlivé kategorie, ale prokázáno a dvouvýběrovým jen těžko. Ve výsledky této části tak mám jen pramalou důvěru. Navíc by bylo vhodnější (po reformulaci hypotéz) zjišťovat spíše shodu rozdělení odpovědí u jednotlivých kategorií prostřednictvím chi-kvadrát testu. Rovněž graf 15 (Ochota připlatit si za výrobky bez palmového oleje v korunách) je zavádějící, neboť kombinuje absolutní a relativní nárůst ceny (přičemž pochybnosti o správnosti dotazování na absolutní nárůst se vyjádřili i sami respondenti)

Celkově ale hodnotím vlastní přínos autorky pozitivně. Přes nedostatky zejména poslední části vlastní analýzy, jsou výsledky zajímavé, byť s uvedenými připomínkami výše. Uvedené nedostatky snižují i využitelnost výsledků v teorii/praxi.

Formální úprava práce víceméně dodržuje šablonu, určité výhrady lze mít k formátování grafů. Jazyková a terminologická úroveň práce odpovídá stupni kvalifikační práce, pokud se objevují nedostatky, neruší čtenáře při vnímání obsahu.

Otázky k obhajobě (1-2 otázky)

V čem vidíte příčinu (a pokuste se dohledat i nějaké průzkumy/studie) skutečnosti, že chuťově zákazníci preferují potraviny obsahující palmový olej?

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **velmi dobře**.

Datum

20. 5. 2019



Podpis

doc. Ing. Tomáš Kindl, Ph.D.