

Posudek na rigorózní práci

Název práce: Nákupní chování v automobilovém segmentu

Autor: Jana Klementová

Posuzovatel: PhDr. Eva Höschlová, Ph.D.

Téma spotřebitelského rozhodování a chování v oblasti automobilového prodeje se autorka práce zabývá již delší dobu. Diplomová práce, na kterou tato rigorózní přímo navazuje, řešila téma Faktory ovlivňující nákupní chování ve vztahu ke koupi automobilu. Rozšíření práce směřovalo zejména do velmi aktuální oblasti elektromobility a s ní spojených postojů a rozhodování. Byla jsem zvědavá, kam se studované téma posunulo z hlediska odborné literatury v posledních cca 5 letech a jaké další analýzy autorka rozhodla zařadit do své výzkumné části.

První kapitoly teoretické části věnované tématu nákupního chování a jeho vnitřním vlivům vycházejí z DP s výjimkou posledních podkapitol věnovaných postojům. Zejména v té věnované inovacím autorka téměř výhradně cituje jednu zahraniční práci (Moore, 2014), kterou považuji spíše za populárně vědeckou. Na prvních 38 stranách nalezneme pouze jednu publikaci z posledních 5 let (Smitizski, 2021). Podobná situace je i ve druhé části teorie, přičemž třetí kapitola věnovaná procesuální analýze vychází z DP, kapitola o vnějších vlivech taktéž, byť byla místo úvodu zařazena až na konec. Z hlediska novějších zdrojů občas narazíme spíše na populárně vědeckou literaturu, či jiné zdroje, než akademické. Domnívám se, že by větší přehled o posunech v probíraných tématech na úrovni mezinárodních impact časopisů přinesl práci daleko aktuálnější vzhled a čtenáře by více obohatil. Kromě nedostatku odborné literatury z posledních 5 let je ale práce zpracována čtivě a přehledně, s odpovídající strukturou, a zabývá se tématy relevantními k návazující empirické části. Z hlediska stylistického a formálního hodnotím teoretickou část pozitivně.

Vzhledem k tomu, že byla první část výzkumů uváděných autorkou již předmětem posudků jak oponenta, tak vedoucího DP, budu se nyní zaměřovat na část věnovanou postojům k elektromobilitě. Autorka si stanovuje v úvodu čtyři výzkumné otázky a formuluje dvě výzkumné hypotézy. Považovala bych za vhodnější, pokud by oboje byly číslovány, pro lepší orientaci v následující výsledkové části, dále by neměla být hypotéza formulována jako otázka (viz první hypotéza, s. 125). Výhrady mám ke způsobu reportování statistických výsledků, ať už ve formě tabulek, tak přímo v textu. Neodpovídá normě APA, mnohdy jsou zavádějící názvy tabulek a grafů. Např. s. 139, graf č. 16 nese v názvu T-test, ale přitom výsledky t-testu neukazuje, pouze průměry sledovaných skupin, tedy deskriptivní údaje. Výsledky t-testu chybí zcela, není ani odkaz na přílohou část, kde případně mohly být uvedeny. Podkapitoly věnované interpretacím dat působí dost netradičně, spíše je dobré reportovat výsledky a pak se k interpretacím vyjádřit až v části diskuse.

U faktorové analýzy oceňuji ověření parametrů vhodnosti použití (KMO, Bartlett), vhodnější název pro metodu by nicméně mělo být spíše PCA. Gtaf č. 18 ukazuje pouze tři abstrahované komponenty, přitom autorka se rozhodla pracovat se šesti, v tom případě už grafické zpracování nemá takový význam. Na straně 143 autorka uvádí, že zvolila jako hraniční velikost zátěží položek sytících daný faktor hodnotu 0,4, což odpovídá zvyklostem, ale zmínka v závorce o tom, že se jedná o korelaci mezi faktorem a položkou není přesná. Zcela chybí údaje o korelacích mezi abstrahovanými faktory, takže

netušíme, jak velký překryv mezi faktory existuje. U tabulky č. 28 na s. 144 není jasné, které zátěže (menší než ?) byly záměrně potlačeny (nevidíme je v tabulce). Nikde jsem nenalezla údaj o metodě rotací faktorů, takže ani není zřejmé, zda šlo o rotace kolmé či šikmé.

Autorkou navrhované rozřazení respondentů do skupin jsem nepochopila. Jisté je, že se jednotlivé skupiny překrývají, protože celkové n grafu číslo 19 (s. 146) je 447 přitom autorka pracovala se souborem 204 respondentů. Z důvodu překryvu (dle mého názoru diskutabilně odvozených) skupin zákazníků, nemohu souhlasit s tvrzením autorky o tom, že vytvořený dotazník je konstruktově validní podle teorie Moora (2014) zejména v souvislosti s větou, že se zastoupení kategorií, které vytvořila, blíží normálnímu rozdělení, takže to „vypadá“ jako ten graf od Moora (2014). Tento závěr je dle mého názoru až příliš odvážný. I šestifaktorová struktura dotazníku by zatím měla být pouze předběžným závěrem, který by bylo nutné dále ověřit. Faktor tvořený pouze dvěma položkami je nedostatečný a před dalším sběrem dat by bylo nutné doplnit odpovídající počet položek. Domnívám se, že daleko vhodnějším postupem by bylo vytvoření jednotlivých škál na základě PCA a následně počítání korelací s vybranými otázkami na úrovni celého souboru. Přílišná typologizace výsledků se odráží i ve zvoleném jazyce, kdy jsou respondenti označováni za nadšence, vizionáře, nebo skeptika. I zde bych při interpretaci skóre z příslušných škál hovořila o tendenci, míře, atd. U jednotlivých škál by pak bylo dobré uvést základní deskriptivní statistiku a předběžné údaje o reliabilitě.

V části diskuse oceňuji autorčin náhled na mnohé limity studie, velmi ale postrádám zasazení zjištěných poznatků do širších souvislostí a jejich srovnání s jinými, podobnými studiemu, což samozřejmě souvisí s již dříve zmiňovaným nedostatkem přehledu o odborné zahraniční literatuře daného tématu za posledních 5 let.

Otázky k obhajobě:

Pro autorku rigorózní práce mám následující otázky:

Podařilo se Vám seznámit se s některými zahraničními výzkumy zaměřenými na podobné téma? Mohla byste některé uvést a srovnání provést dodatečně?

Kde přesně vidíte rozdíl mezi marketingovým průzkumem a psychologickou studií?

Který z výstupů Vaší práce považujete jako nejpřínosnější pro psychologii a v čem konkrétně?

Závěr: I přes výše uvedené připomínky práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení prospěla.

V Praze, dne 3. 4. 2021

PhDr. Eva Höschlová, Ph.D.