

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Nikola Klikarová
Název diplomové práce: Vliv CSR na zákazníky vybraných společností působících v módním průmyslu
Vedoucí práce: Ing. et Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.
Oponent práce: doc. Ing. Michaela Kotková Stříteská, Ph.D.
Pracovní pozice oponenta: docent, Fakulta ekonomicko-správní, Univerzita Pardubice

Kritéria hodnocení práce

	Výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Předložená diplomová práce se věnuje aktuálnímu tématu vlivu CSR na nákupní chování zákazníků v módním průmyslu v České republice. Teoretická část práce vymezuje samotný koncept CSR, včetně jeho specifik v módním průmyslu. Je zpracována pečlivě, na základě velkého množství kvalitních zahraničních zdrojů, kdy jednotlivá témata na sebe logicky navazují. V analytické části je provedeno dotazníkové šetření mezi 350 respondenty z generace mileniálů a generace Z zaměřené na zkoumání vlivu odpovědných aktivit vybraných firem na jejich nákupní chování. Pro analýzu jsou vybrány dvě firmy, kdy jedna je zástupcem odpovědně se chovající firmy a druhá představitelem tzv. fast fashion. Výsledky dotazníkového šetření jsou vhodně prezentovány, interpretovány a porovnány s obdobně zaměřenými výzkumy. Zhodnocení výsledků je provedeno komplexně, chybí však návrhy a doporučení pro zlepšení. Práci lze vytknout i drobné formální nedostatky, které však nemají podstatný vliv na její kvalitu. Na základě tohoto shrnutí lze konstatovat, že cíl práce byl plněn. Práci považuji za kvalitně zpracovanou, proto ji hodnotím jako výbornou.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Vzorek respondentů provedeného dotazníkového šetření je charakterizován pouze dle věku. Jaké další charakteristiky by bylo vhodné doplnit v kontextu zkoumaného tématu?

2. Co byste zkoumaným firmám doporučila změnit (zlepšit) na základě výsledků Vámi provedené analýzy?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 17.1.2024

Podpis