

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Daniel Dvorský
Číslo studenta: E21840
Název diplomové práce: Online společensky odpovědné komunikování fast foodů
Cíl práce: Cílem diplomové práce je na základě latentní obsahové analýzy zhodnotit způsob a úroveň komunikování společensko-odpovědných aktivit vybraných fast foodů působících v České republice.
Vedoucí práce: Ing. et Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.
Studijní program: N0413A050009 Ekonomika a management
Akademický rok: 2023/2024

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

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

Identifikace záznamu:
Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Problematika CSR je aktuální a důležitá, neboť CSR hraje klíčovou roli v moderním podnikání a ovlivňuje vnímání firem ze strany veřejnosti i jejich dlouhodobou udržitelnost. Fast foodové řetězce jsou obvykle spojeny s rychlou přípravou a podáváním jídla, často s menším důrazem na kvalitu ingrediencí a více na rychlost obsluhy a nízké ceny. Patří tedy do kategorie společností, které obecně nelze s dlouhodobou udržitelností a odpovědností příliš spojovat. Téma práce, jehož podstatou je analyzovat komunikaci CSR aktivit fastfoodů je zajímavé.

V teoretické části práce jsou představena základní teoretická východiska společenské odpovědnosti firem (CSR) a různé přístupy k tomuto konceptu podle vybraných autorů. Následně se práce zabývá teorií CSR reportování a komunikování. Vzhledem k tématu práce bych uvítala, kdyby bylo kapitole 3.2 CSR komunikování věnováno více pozornosti a byla většího rozsahu. Naopak, více než je potřeba, věnuje autor pozornost kapitole 2 Oblasti společenské odpovědnosti firem, kde vymezuje přístupy jednotlivých autorů ke konceptu CSR. V praktické části práce toto ovšem bohužel nijak nerozvíjí.

V praktické části práce autor blíže nespecifikuje jak bylo vybráno 10 společností s kterými pracuje a jak splňují definici fast foodu.

Pro analýzu komunikace CSR aktivit vybraných fast foodů na webových stránkách by bylo vhodné stanovit faktory, které by byly podrobeny analýze. Toto je naplněno jen částečně. V tuto chvíli nejsou informace prezentovány přehledně a nelze vyloučit, že mohli autorovi uniknout podstatné informace.

Práce poskytuje pohled na stav CSR aktivit ve fast food průmyslu a nabízí užitečná doporučení pro zlepšení. Nicméně, detailnější analýza konkrétních výsledků a jejich dopadů by mohla přinést další hloubku poznání a relevantní podněty pro další výzkum v této oblasti.

Nízká stylistická a formální úroveň negativně ovlivňuje kvalitu práce. U Tabulek 3, 4 a 5 je zbytečně uváděn počet podniků a relativní počet, neboť se jedná o velmi jednoduchou matematiku. Posloupnost textu v jednotlivých kapitolách není vždy zcela srozumitelná.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce není plagiát. Nejvyšší míra podobnosti jsou 3 %.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jaké z Vašich doporučení je klíčové pro zkvalitnění CSR programů ve fast food společnostech?
2. Která společnost z jiného odvětví by podle Vašeho názoru mohla sloužit jako inspirace pro analyzované společnosti při komunikaci jejich CSR aktivit?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 27.5.2024

Podpis