

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Lenka Jáklová
Číslo studenta: E230813
Název diplomové práce: Společenská odpovědnost firem působících v oblasti fast fashion a její vnímání spotřebiteli.
Cíl práce: Cílem práce je zhodnotit společensky odpovědné chování vybraných firem působících v oděvním průmyslu s důrazem na fast fashion a jejich vliv na rozhodování a preference spotřebitelů.
Vedoucí práce: Ing. et Ing. Barbora Zemanová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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"/>

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Diplomová práce se věnuje aktuálnímu tématu společenské odpovědnosti firem (CSR) se zaměřením na specifickou oblast módního průmyslu a jeho vliv na rozhodování spotřebitelů.

Práce je logicky strukturována, s jasně vymezenou teoretickou i výzkumnou částí. Teoretická část podává široký, zároveň však systematický přehled klíčových pojmů spojených s CSR, včetně jeho historického vývoje, základních oblastí a relevantních teoretických rámců, jako je stakeholder přístup či reporting podle standardu GRI. Tato část je pečlivě zpracovaná a přehledně členěná, přičemž autorka prokazuje dobrou orientaci v odborné literatuře a schopnost pracovat s teoretickými zdroji.

V analytické části se práce zaměřuje na CSR strategie vybraných firem z oblasti fast fashion – Zara, H&M, Primark, Mango a New Yorker – a jejich srovnání s rámcem GRI. Tato část je přehledná, věcná a poskytuje čtenáři ucelený obraz o míře transparentnosti a konkrétních aktivitách v oblasti CSR. Výběr firem je relevantní a dobře odůvodněný.

Výzkumná část, založená na dotazníkovém šetření, nabízí poznatky o pohled spotřebitelů na CSR v módním průmyslu. Výzkum je přehledně interpretován, přičemž důraz na mezigenerační rozdíly představuje originální část. Autorka správně identifikuje trend zvyšující se citlivosti mladších generací na problematiku udržitelnosti a etiky. Práce dokazuje, že společenská odpovědnost firem se v kontextu módního průmyslu stává předmětem rostoucí pozornosti a je důležitým prvkem spotřebitelského vnímání značek, zejména tedy mezi mladšími generacemi. Menší rozsah výběrového souboru je však limitujícím faktorem výzkumu.

Po formální a jazykové stránce je práce zpracována velmi dobře. Text je srozumitelný a stylisticky kultivovaný. Struktura odpovídá akademickým požadavkům, práce je doplněna přehlednými tabulkami i grafy.

Diplomová práce splňuje všechny nároky kladené na závěrečnou práci tohoto typu, přináší relevantní poznatky k tématu a svědčí o vysoké míře samostatnosti, pečlivosti a analytického uvažování autorky.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce není plagiát. Nejvyšší míra podobnosti jsou 2 %.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Co Vám práce na diplomové práci přinesla pro Vaši budoucí profesní roli (například roli manažerky)?
2. Jaké byste odhadovala výsledky Vašeho dotazníkového šetření, pokud byste jej realizovala znovu za pět let?

Závěrečné hodnocení

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

V Pardubicích 27.5.2025

Podpis