

## Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Inika Šedivá  
Název diplomové práce: CSR a její vnímání zákazníkem  
Vedoucí práce: Ing. Kateřina Myslivcová, Ph.D.  
Oponent práce: Ing. Nikola Soukupová  
Pracovní pozice oponenta: asistent/doktorand, UPEM FES, UPCE

### 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Diplomová práce se věnuje aktuálnímu a společensky významnému tématu společenské odpovědnosti firem (CSR) a jejímu vnímání ze strany zákazníků. Práce je logicky strukturovaná, odborně ukotvená a metodicky dobře zvládnutá. V teoretické části autorka přehledně a věcně vymezuje klíčové pojmy spojené s konceptem CSR, přičemž prokazuje schopnost analytického přístupu i schopnost syntézy odborné literatury. V analytické části je patrná důsledná snaha o propojení teorie s praxí, a to na základě analýzy pěti vybraných řetězců (Lidl, Kaufland, Albert, Penny, Tesco), doplněné o kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření.

Pozitivně hodnotím schopnost autorky nejen prezentovat výsledky, ale také identifikovat klíčový problém – nedostatečnou komunikaci CSR aktivit směrem k zákazníkům – a z tohoto zjištění odvodit smysluplná a prakticky aplikovatelná doporučení. Upozornění na rozdíl v efektivitě komunikace mezi jednotlivými řetězci, především pozitivní vyzdvižení řetězce Lidl, ukazuje na schopnost kritické analýzy a interpretační dovednosti. Autorka tak přispívá k lepšímu pochopení dopadu CSR nejen z hlediska podnikových strategií, ale i spotřebitelského vnímání a chování.

Práci hodnotím jako poctivě zpracovanou, výzkumně hodnotnou a přínosnou jak pro akademickou obec, tak i pro manažerskou praxi v oblasti retailu.

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

## **Otázky a náměty k obhajobě**

V práci jste zjišťovala postoje zákazníků, ale jaký je Váš osobní názor – ovlivňují CSR aktivity Vaše vlastní nákupní rozhodování? A všímáte si toho třeba i u svých blízkých?

Domníváte se, že vnímání CSR zákazníky se v budoucnu výrazně změní? Pokud ano, co by podle Vás tento posun mohlo způsobit?

## **Závěrečné hodnocení**

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 16.5.2025

Podpis .....