

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Společenská odpovědnost firmy a hodnotové preference zákazníků obchodní společnosti Ikea

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Valenová Adéla

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	X
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Tématem práce je problematika CSR. Konkrétním cílem pak je poskytnout doporučení firmě Ikea v České republice tak, aby se mezi zákazníky zvýšilo povědomí o aktivitách této firmy v rámci společenské odpovědnosti. Cíl je dostatečně konkrétní a proveditelný na prostoru práce. Obsahem teoretická část odpovídá zvolenému tématu. Nejdříve je definován koncept CSR, následně jsou popsány jeho základní pilíře a jeho vývoj. Autorka vhodně rozebírá stav CSR v rámci České republiky. Práce se zdroji a odkazování na ně jsou na dobré úrovni. Pestrost zdrojů je většinou dostatečná, jejich aktuálnost však mohla být vyšší. Metodika je popsána v samostatné kapitole. Pro sběr dat nutných pro praktickou část je využito především dotazníkové šetření. Vzor dotazníku a stejně tak tabelizovaná data je možné správně dohledat v přílohách práce. Šetření se dohromady účastnilo 190 respondentů. V metodice by bylo vhodné více vysvětlit návaznost použitých nástrojů na oblasti rozebírané v teoretické části práce. Analytická část práce začíná klasicky představením společnosti Ikea a jejích CSR aktivit. To je však poměrně dlouhé. Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření a prezentace dat. Je pozitivní, že u některých otázek jsou data analyzována i přes získané demografické údaje. Bylo by vhodné text více doplnit o vypovídající grafy a tabulky, pomohlo by to srozumitelnosti a čitelnosti textu. Na závěr této části práce autorka předkládá doporučení. Bylo by vhodné je více dopracovat a více je podložit konkrétními daty a čísly, případně je doplnit i o konkrétní vizualizace Text je zpracován systematicky a jeho jednotlivé části na sebe logicky navazují. Práce obsahuje některé drobné formální nedostatky. Jako vedoucí práce kladně hodnotím zájem autorky o dané téma. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V doporučeních je uvedeno implementovat hashtag #spolecenskaodpovednost a pracovat s ním na Instagramu. Nicméně výzkum ukázal, že firmu sleduje na sociálních sítích pouze 5% respondentů a na Instagramu ještě méně. Jak by tedy bylo možné toto číslo navýšit? Prosim, popište konkrétní nástroje a postupy na zvyšování počtu followers.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Proč bylo v rámci ambasadorství pro Ikea ČR zvoleno právě vybraných šest jmen celebrit a sportovců? Svou odpověď, prosím, vysvětlete - ideálně za použití dat. Jak byste měřila efektivitu této aktivity? Rozeberte také, jaká je role zdroje v rámci komunikačního procesu?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 02.08.2020

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz