

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Klára Tomsová

Název diplomové práce: Společenská odpovědnost a její vliv na konkurenceschopnost podniků v mezinárodním prostředí

Cíl práce: Na základě teoretických zjištění, výsledků dotazníkového šetření a komparace aktivit dvou společností doložit, že koncept CSR je součástí konkurenceschopnosti a doporučit podnikům využití jeho dalších prvků.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Jaroslav Demel, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	X			
Hloubka provedené analýzy	X			
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce				
Formulování vlastních názorů diplomantem	X			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce	X			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	X			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	X			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejich cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

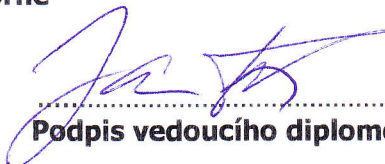
Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Budou aktivity v oblasti CSR do budoucna klíčovým prvkem konkurenceschopnosti podniků?
2. Znáte příklady silných konceptů CSR u českých podniků?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 6.6.2016



Podpis vedoucího diplomové práce





Společenská odpovědnost podniků je stále častěji diskutovanou problematikou a její propojení na konkurenceschopnost, které řeší tato práce, začíná být obecně přijímaným faktem. Tato práce se tedy snaží propojení potvrdit, a to tím nejlepším způsobem – přímo od zákazníků. Konkrétně se analytická část zaměřuje na zákaznice dvou významných mezinárodně působících kosmetických společností a velkých konkurentů.

Po prvotním zjištění, do jaké míry zákaznice znají koncept CSR, šetření zkoumá, jak společenská odpovědnost vybraných podniků a konkrétní formy jejího dodržování a rozvíjení mohou ovlivnit rozhodnutí zákaznic, od které společnosti budou produkty odebírat. Tato souvislost byla zjištěna, čímž bylo podpořeno tvrzení o propojení pojmů CSR a konkurenceschopnost.

Na závěr práce autorka přináší některá doporučení z oblasti CSR pro zvýšení konkurenceschopnosti podniků.

Cíl práce byl splněn.

