

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Udržitelné chování spotřebitele na trhu módy
Jméno autora:	Lucie Šimáková
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání závěrečné práce považuji za průměrně náročné. Problematika udržitelného chování spotřebitele v oděvním průmyslu je velmi aktuální téma.	

Splnění zadání	splněno
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem diplomové práce je zjistit, jaký postoj má Generace Z k udržitelnému spotřebnímu chování v oděvním průmyslu, a ve vztahu ke změnám chování po pandemii Covid-19.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Autorka vhodně zvolila témata teoretické části, která jsou relevantní k dané práci a správně je aplikovala v praktické části.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Teoretická část dobře stanovuje základní rámec pro problematiku chování spotřebitele ve vztahu k udržitelnosti. Autorka vhodně využila znalostí získaných studiem, použila aktuální odbornou literaturu i poznatky z praxe.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Práce je dobře strukturovaná. Pokud jde o jazykovou stránku práce, v textu se objevují drobné překlepy, místy chybí písmena. Rozsah práce je adekvátní.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Autorka ve své práci využila českou i zahraniční odbornou literaturu. Citace jsou uvedeny správně.	

Další komentáře a hodnocení	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	
Vložte komentář (nepovinné hodnocení).	

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Autorka se v diplomové práci zaměřuje na analýzu a doporučení k zvýšení udržitelnosti v oděvním průmyslu. Práce identifikuje klíčové faktory ovlivňující spotřební chování, zejména u generace Z a mileniálů, s důrazem na změny vyvolané pandemií Covid-19.

Navržené strategie zahrnují formulaci nových obchodních strategií, lepší komunikaci se spotřebiteli a větší vzdělávání veřejnosti. Důraz je kladen na transparentnost v dodavatelském řetězci a podporu udržitelných certifikací. Navrhované využití showroomů má potenciál snížit ekologickou zátěž spojenou s online nákupy. Sledování reklamních praktik a kontrola prodejců jsou dalšími doporučeními k zabránění greenwashingu a klamání spotřebitelů. Celkově jsou prezentované návrhy, které směřují k udržitelnější budoucnosti oděvního průmyslu a podporují odpovědnější spotřebitelské chování.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaká opatření navrhuje pro zlepšení komunikace mezi oděvními prodejci a spotřebiteli ohledně udržitelnosti?
- 2) Jak by mohla spolupráce s médii a influencery přispět ke zvýšení povědomí o udržitelnosti v oděvním průmyslu?
- 3) Jakým způsobem by mohla implementace showroomů do obchodní strategie velkých online prodejců oblečení snížit ekologickou zátěž spojenou s doručováním a vrácením zboží?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 3.6.2024

Podpis: