

Posudek oponenta práce

ŠTORKOVÁ, Eva. *Pohled generace Y na společenskou odpovědnost jako součást značky zaměstnavatele*. Praha, 2017. 92 s., 15 s. příloh. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Katedra andragogiky a personálního řízení. Vedoucí diplomové práce: PhDr. Olga Běhounková, Ph.D.

1. Obsah a struktura práce

Práce se zaměřuje na společenskou odpovědnost (CSR – corporate social responsibility) jako součást personálního marketingu firem, které chtějí získat zaměstnance z nastupující generace. Autorka vymezuje pojem značky zaměstnavatele a mapuje práci s ní, dále uvádí na jedné straně přehledný rozklad konceptu CSR, na straně druhé udává výčet znaků „generací“ tak, jak jsou medializována v populární i odbornější literatuře. Práci doplňuje šetření, prováděné kvantitativní formou na studentech FF UK. Téma práce mi přijde jako relevantní zaměření katedry, byť s přesahem do oblasti marketingu – což ale nemusí být nutně na škodu. Struktura práce je přehledná a jednoznačná, byť na sebe jednotlivé kapitoly zcela nenavazují – oddíly jsou spíše jakoby součástí sborníku, než aby logicky vycházely jeden z druhého. Stejně tak empirické šetření díky výběru vzorku úplně nesouvisí s deklarovaným cílem, celé diplomové práci by spíše slušel název uvedený v záhlaví dotazníku: *Pohled studentů Filozofické fakulty Univerzity Karlovy na společenskou odpovědnost jako součást značky zaměstnavatele*. Celkově je práce trochu delší, než je u diplomové práce nutné, a vlastně by jí slušelo, kdyby některé kapitoly ze „sborníku“ vypadly (osobně mi tam trochu přebývá koncept „generací“).

2. Odborná úroveň

Kapitulu o personálním marketingu vnímám jako vcelku zdařilou, autorka využila relevantní odbornou literaturu a dokázala ji sloučit do přehledné synopse. Kapitulu o generační charakteristice považuji za dobře zpracovanou, ale samotný koncept „generací“ vnímám jako spíše povrchní – to může být ale způsobené moji spíše psychologickou, než sociologickou či demografickou orientací, těžko bych takový koncept doporučil jako nosný pro konstrukci diplomové práce. Pasáže o CSR pokládám za velmi dobré, touto problematikou se mnoho studentů zatím nezabývá a autorka si se synopsí poradila velmi dobře, strukturovaně a do hloubky. V této části vnímám hlavní přínos práce. Empirické šetření (jak sama autorka píše) je díky zvolené metodologii velmi těžko zobecnitelné na jiný než zkoumaný vzorek, mám výhrady k poněkud křečovitě formulaci hypotéz (H1: Volba společenská odpovědnost organizace se umístí v horní polovině z deseti nejdůležitějších faktorů při hodnocení atraktivity budoucího zaměstnavatele.), volbě výzkumného souboru, prezentaci výsledků a vlastně i metodiky, kdy samotný proces výběru respondentů předpokládá angažovanost v dané problematice. Ocenil bych např. přehlednou charakteristiku vzorku, uvedenou v tabulce (s. 62). Ke cti autorky je nutno podotknout, že si je těchto výhrad vědoma a diskutuje je v rámci práce – to ale jejím výsledkům nepřidává na validitě.

3. Práce s literaturou

Práce s literaturou a jejími citacemi odpovídá akademické normě, autorka okazuje na standardní množství relevantní odborné literatury, v českém i anglickém jazyce. Vzhledem k aktuálnosti tématu je přirozeně vyšší podíl on-line anglicky psaných publikací, zejména v oblasti CSR jde použitá literatura více do hloubky a je širěji zpracovaná. Nechybí ani přehledové tituly, stejně jako populární publikace.

4. Grafické zpracování

Po grafické stránce se mi práce jeví vcelku v pořádku, některé grafy se mi zobrazují trochu rozmazaně, jindy bych data uspořádal do tabulky, zatímco jsou výčtem v textu. V zásadě se ale dá říci, že čtenář se v práci snadno orientuje a grafika obsah nepoškozuje.

5. Jazyková úroveň

Autorka se vyjadřuje srozumitelně, píše odborným, trochu složitějším jazykem za občasného užití archaismů a poněkud složitějších vazeb (poukázat, dle, následně, což). Občas by mohla pro větší přehlednost užít uvozovek (volba „společensky odpovědná organizace“ s. 64). Zvládá spisovný jazyk a pravidla gramatiky, text je kvalitně korigován.

6. Podněty k rozpravě

V závěru (s. 83) píšete, že se Vám cíle práce podařilo naplnit jen částečně. Jakou metodiku byste zvolila, abyste byla s naplněním cílů spokojenější?

Jaká opatření z oblasti personálního marketingu byste doporučila organizaci, která chce zaměstnat a udržet současnou generaci nastupujících zaměstnanců?

7. Závěrečné hodnocení práce

Silnou stránkou práce je výběr aktuálního tématu CSR, jeho dobrý rozklad, práce s odbornou literaturou. Koncept „generací“ a jejich popisu vnímám spíše jako méně šťastný a pro dané téma méně vhodný. Zapracovat by se dalo i na konzistenci práce a především na metodice empirického šetření. Na druhé straně si je autorka nedostatků vědoma a dokáže je dobře zhodnotit; je jasné, že se na konstrukci výzkumu diplomové práce jako celku hodně naučila. Práci k obhajobě **doporučuji se stupněm hodnocení velmi dobře.**

V Praze 28. 8. 2017

PhDr. Jan Gruber, Ph.D.