

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta tělesné výchovy a sportu

Obor: Management TVS

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Závislost velikosti tržní hodnoty týmu na dosaženém výsledku v Synot lize

Vedoucí diplomové práce:

PhDr. Jan Šíma, Ph.D.

Zpracovala:

Bc. Kamila Zátopková

Praha, duben 2016

Prohlašuji, že jsem závěrečnou diplomovou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, dne

podpis autora

Evidenční list

Souhlasím se zapůjčením své diplomové práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto diplomovou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení:

Fakulta / katedra:

Datum vypůjčení:

Podpis:

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat PhDr. Janu Šimovi Ph.D. za odbornou konzultaci, ochotou, trpělivost a profesionální vedení při psaní této diplomové práce.

Abstrakt

Název: Závislost velikosti tržní hodnoty týmu na dosaženém výsledku v Synot lize

Cíle:

Cílem práce je určení závislosti velikosti tržní hodnoty týmů účastnicích v české nejvyšší fotbalové lize a jejich výsledků dosažených v této soutěži. Velikost tržní hodnoty týmu je dána součtem tržních hodnot všech jeho hráčů bez ohledu na to, zda do utkání nastoupili, či nikoliv. Do souvislosti je dána s konečným výsledkem v lize, který je vyjádřen celkovým počtem získaných bodů. Dílčím cílem je určení efektivity těchto týmů jako poměru kvality týmu (vyjádřené celkovou tržní hodnotou týmu) a celkového počtu bodů dosažených v soutěži.

Metody:

Pro výzkum provedený v praktické části práce byla k určení závislosti využita regresní a korelační analýza. Regresní analýza vycházela z předpokladu volné závislosti, přičemž cílem bylo identifikovat míru její intenzity. Takto byl ověřován předpoklad, že celková tržní hodnota týmu má jistý vliv na dosažený výsledek v lize.

Výsledky:

Z výsledků je patrný význačný až velký vliv tržní hodnoty týmu na dosaženém výsledku v lize. Hodnota korelačního koeficientu pro posledních devět sezon činí 0,609, pro posledních pět pak dokonce 0,714. Nejlepší výsledek oproti predikované hodnotě zaznamenal tým FC Slovan Liberec, který měl na konci sezony 2011/12 na svém kontě 66 bodů oproti předpovídaným 40,4 bodů. Nejdále od regresní přímky směrem dolů se nachází, s 16 body oproti 37,4 predikovaným, tým Bohemians Praha (2009/10). Měření efektivity v jednotlivých sezonách pravidelně dopadalo nejlépe pro týmy nacházející se v dolní části tabulky tržní hodnoty. Dá se tedy říci, že efektivnější jsou v lize týmy s nižší tržní hodnotou, naopak "dražší" týmy mají větší šanci v soutěži uspět.

Klíčová slova:

fotbal, Synot liga, tržní hodnota, kvalita, výsledky, efektivita

Abstract

Title: Dependency of market value of a team on the result achieved at the Synot liga

Objectives:

The aim of this work is to determine the dependence of the market value of the teams which take place in the Czech Top Football league and their achieved results in this competition. Market value of the team is given by a sum of market value of all its players, regardless of their taking part in the match or not. It's put into the context with the final result in the league, which is expressed by a total sum of the gained points. The partial aim is to determine effectiveness of these teams (expressed by total market value of the team) and the total sum of the points achieved in the competition

Methods:

Regressive and correlative analysis was used for determination of the dependence in the practical part of my research. Regressive analysis was taken from the assumption of free dependence. In this case the aim was to identify the degree of its intensity. So this is the way how the assumption that total market value of the team has certain influence on the achieved result in the league was checked.

Results:

In the results you can see characteristic and may be big influence of the market value of the team on the achieved result in the league. The value of correlative coefficient for the previous 9 sport seasons was 0,609 and even 0,714 – for the previous five seasons. The best result contrary to the predicted value registered the Slovan Liberec FC team which had 66 points compared with predicted 40, 4 points at the end of this season 2011/12. The Bohemians Praha (2009/10) team takes the furthest place down in the regressive line. It has got 16 points compared with predicted 37, 4 points. The measurement of the effectiveness in particular seasons had the best impact for the teams which are low in the table of the market value. So, it's possible to say that the teams which have lower market value are more effective and vice versa “expensive” teams have got bigger chance to win the competition.

Keywords:

football, Synot liga, market value, duality, result, effectiveness

Obsah:

1. ÚVOD	7
2. TEORETICKÁ ČÁST	9
2.1. Teorie oceňování podniku	9
2.2. Sportovní prostředí	14
2.3. Oceňování hráčů	21
2.4. Synot liga	25
3. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	33
4. METODOLOGIE	34
4.1. Výzkum	34
4.2. Analogie	37
4.3. Deskripce	38
4.4. Analýza dokumentů	38
4.5. Rešerše dostupných zdrojů	39
4.6. Korelace a regrese	39
4.7. Efektivita	42
4.8. Zpracování dat	42
5. VÝSLEDKY VÝZKUMU	44
5.1. Sezona 2014/15	44
5.2. Sezona 2013/14	47
5.3. Sezona 2012/13	49
5.4. Sezona 2011/12	51
5.5. Sezona 2010/11	53
5.6. Sezona 2009/10	55
5.7. Sezona 2008/09	57
5.8. Sezona 2007/08	59
5.9. Sezona 2006/07	61
5.10. Souhrn	63
6. DISKUSE	65
7. ZÁVĚR	69
8. ZDROJE	71
<i>Seznam grafů</i>	<i>74</i>
<i>Seznam tabulek</i>	<i>75</i>
<i>Seznam obrázků</i>	<i>76</i>
<i>Seznam příloh</i>	<i>77</i>

1. ÚVOD

Fotbal je obrovským fenoménem. Aktivně se mu na celém světě věnují 4% populace. Se svou základnou 300 milionů registrovaných hráčů a 3,5 miliardy fanoušků po celém světě je asi tím nejpobulárnějším sportem vůbec. Už dávno nemá jen funkci zábavy a potěšení. V dnešní době představuje daleko více, vyvinul se v byznys s pozitivním efektem na celou ekonomiku. Nejvíce prodaného sportovního zboží na světě je spojeno právě s fotbalem.

Velké oblibě se fotbal těší i v naší zemi. Pravidelně se zde objevuje v čele tabulek nejpobulárnějších sportů. Velká je u nás základna jak fanoušků (v minulé sezoně navštívilo utkání české nejvyšší fotbalové soutěže 1 123 401 diváků), tak hráčů. U Fotbalové asociace České republiky je registrováno 4 148 fotbalových klubů s více než 300 000 členy.

V nejvyšší české fotbalové soutěži, Synot lize, figuruje 16 týmů. Za sezonu odehraje každý z nich třicet zápasů. Před prvním kolem má každý statisticky stejnou šanci získat titul. Přesto lze téměř vždy již před začátkem sezony poměrně přesně určit, kdo se bude pohybovat na špici, a kdo bude na chvostu tabulky bojovat o záchranu. O úspěchu a neúspěchu každého týmu, pomíneme-li štěstí, rozhoduje hlavně jeho kvalita. Kvalitu celého mužstva tvoří kvality jeho členů.

Úspěch každého klubu závisí na výkonnosti nejen jednotlivých hráčů, ale zejména týmu jako celku. Asi nejlepším ukazatelem kvality hráčů je jejich cena na trhu. Ta může být stanovována na základě několika faktorů a během kariéry hráče se mění. Mezi nejdůležitější ukazatele hráčovi kvality patří jeho výkonnost, mezinárodní zkušenosti, věk, národnost či pozice, na které hráč nastupuje. Herní výkon se hodnotí pomocí počtu střel na bránu a vstřelených gólů, počtu zákroků a puštěných gólů, počtu přesných a zkažených přihrávek, počtu ztrát či získání míče, počtu naběhaných kilometrů v utkání apod.. Je jasné, že u různých hráčských postů sledujeme různé ukazatele. Hodnotu hráče zvyšují i jeho zkušenosti a úspěchy, obzvláště pak ty na mezinárodním poli. Objeví-li se jméno hráče v nominaci reprezentačního týmu, obvykle to přináší nárůst jeho tržní hodnoty. Naopak snížit ji mohou vážná či opakovaná zranění. Dále mají na hráčovu hodnotu vliv výsledky a úspěchy jeho klubu a úroveň ligy.

Skrze tržní hodnotou se můžeme podívat i na vyrovnanost fotbalových soutěží. Obzvláště ty evropské se v poslední době potýkají s klesající vyrovnaností. Je tomu tak

v zemích, kde přední příčky nejvyšší ligy obsazují stále tytéž kluby. Ty často pochází z Anglie, Itálie, Španělska, Německa, Francie, ojediněle z Holandska nebo Portugalska. Patrné je to i na mezinárodní úrovni. Zde má reálnou šanci stát se vítězem Evropské Ligy nebo Ligy mistrů prakticky pouze úzká skupina ekonomicky nejmocnějších klubů. Problém se stále prohlubuje díky dalším výhrám těchto týmů na národní i mezinárodní úrovni.

V úvodní části práce se zabývám souhrnem základních informací o problematice oceňování, sportovního prostředí a Synot lize. Dále se věnuji získávání informací z literatury zaměřené na výzkum a statistické metody.

V praktické části se zaměřuji zejména na závislost velikosti tržní hodnoty týmu na jeho dosaženém výsledku a na efektivitu jednotlivých týmů Synot ligy. K výpočtům jsou použity tržní hodnoty hráčů, a tedy i týmů, jednotlivých ročníků české nejvyšší fotbalové ligy zveřejněné ve statistikách německé společnosti Transfermarkt GmbH & Co KG. Získaná data jsou následně zpracována a prezentována pomocí tabulek, grafů a dalších statistických technik.

Poslední fáze je zaměřena na závěrečnou zprávu, kde je celý výzkum diskutován a zhodnocen.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1. Teorie oceňování podniku

Podnik (firma) vzniká na základě dělby práce a z ní vyplývající specializace. Je označením ekonomicko-právního subjektu tvořícího jednu ze základních forem organizace ekonomiky v současnosti. Podnik představuje systém, který je souhrnem prvků a vazeb mezi nimi, uspořádaných v určité struktuře, který má účelovou funkci. Je ho nutné chápat jako otevřený systém, mající vazbu na okolí. Je tvořen čtyřmi základními prvky – ekonomickými, sociálními, informačními a technickými. V relevantním okolí podniku má zvláštní význam stát, jeho hospodářská politika, zvláště pak politika daňová. (Kraft, 2011, s. 45) Základním rysem podniku je právní subjektivita a ekonomická samostatnost.

Obecný pojem podnik a jeho oceňování je v kontextu práce potřeba zmínit, neboť profesionální hráči ve fotbale jsou vždy součástí podniku (klubu). Ze sportovního hlediska se nemají možnost jako jednotlivci uplatnit, musí být součástí týmu, který je zastřešen klubem tedy podnikem. (Vochozka Marek, Mulač Petr, a kolektiv, 2012)

Podnik sám o sobě nemá žádnou objektivní, zdokumentovanou, věcně zdůvodnitelnou a na okolnostech a podmínkách nezávislou hodnotu. Z toho plyne závěr, že jediné, obecně platné a správné univerzální ocenění neexistuje. (Kislingerová, 2001)

Ke správnému pochopení hodnoty podniku nám pomůže mikroekonomický pohled, konkrétně teorie směny. S její pomocí nazíráme na podnik jako na kterýkoli jiný ekonomický statek, tedy jako na předmět potenciální směny. Každé zboží vstupující na trh a směňující se má dvě základní vlastnosti. Užitná hodnota představuje schopnost statku uspokojovat lidské potřeby a je pro různé vlastníky odlišná. Směnná hodnota je vyjádřením vlastnosti zboží být předmětem směny a představuje peněžní vyjádření hodnoty zboží.

Hodnota statku je tedy dána očekávanými budoucími příjmy přepočítanými na jejich současnou hodnotu. Je jasné, že neexistuje jedna všezahrnující hodnota podniku, možných náhledů je více. Existují však čtyři základní vnímání hodnoty podniku.

- **Tržní hodnota** - odhadnutá částka, za kterou by měl být majetek směněn k datu ocenění mezi dobrovolným kupujícím a prodávajícím při transakci mezi samostatnými a nezávislými partnery po náležitém marketingu, přičemž by obě

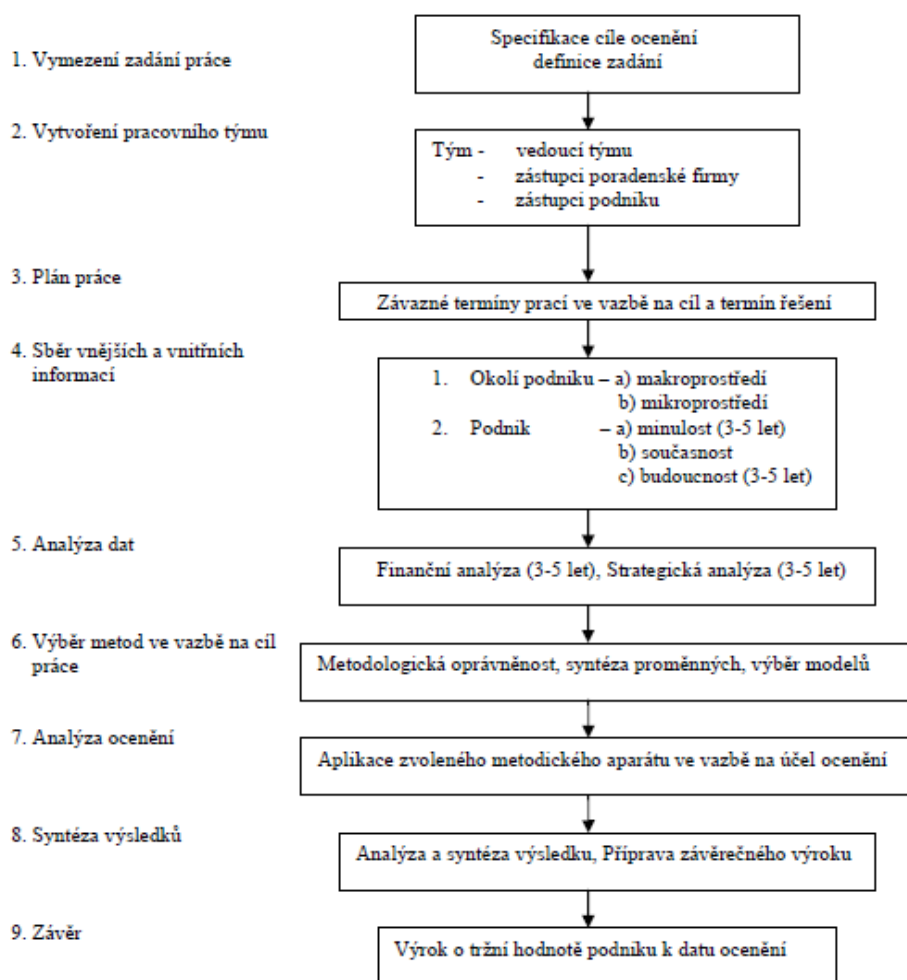
strany jednaly informovaně, rozumně a bez nátlaku. Stanovuje se (pro vlastníka) při uvádění podniku na burzu a prodeji podniku, je uvedena v peněžních jednotkách

- **Subjektivní hodnota** (tzn. investiční hodnota) – hodnota podniku z hlediska konkrétního kupujícího, souhrn užitků pro konkrétního účastníka transakce. Je ovlivněna subjektivními názory a individuálním očekáváním investora.
- **Objektivizovaná hodnota** – je postavena na obecně uznávaných datech v aktuálním čase. Definována jako typizovaná a jinými subjekty přezkoumatelná hodnota stanovená za předpokladu, že podnik bude pokračovat dále ve své činnosti. Při hledání objektivizované hodnoty podniku se vychází ze stavu podniku v okamžiku ocenění. Stanovuje se při poskytování úvěru.
- Komplexní přístup na základě tzv. **Kolínské školy** – vychází z myšlenky, že kategorie hodnoty vychází z funkcí, které má ocenění pro uživatele. Definuje několik základních funkcí oceňování: funkci poradenskou, funkci rozhodčí, funkci argumentační, funkci komunikační a daňovou. Těmto funkcím odpovídají odlišné kategorie hodnoty. Za nejdůležitější funkci je považována zpravidla funkce poradenská. Ta má za úkol stanovit hraniční hodnoty tj. maximální cenu, kterou ještě může zaplatit kupující, aniž by na transakci prodělal, a minimální cenu, kterou je ještě prodávající ochoten akceptovat, aby na prodeji neprodělal. (Mařík, 2011)

2.1.1. Postup ocenění podniku

V průběhu ocenění podniku musíme získat a vyhodnotit celou řadu dat a brát v potaz účel, pro který je ocenění prováděno. Na obrázku č. 1 jsou vidět jednotlivé kroky:

Obrázek 1: Postup při oceňování podniku



Zdroj: Kislingerová (1999, s. 16)

2.1.2. Metody oceňování podniku

Existuje celá řada metod pro oceňování pokračujícího podniku jako celku. Obvykle se tyto metody člení takto:

- **Účetní metoda** – pohlíží na podnik jako na majetek a cenu stanovuje na základě údajů z účetnictví (tj. na podkladě historických údajů)
- **Substituční metoda** – metoda věcné hodnoty podniku. Cenu stanoví na základě reprodukčních cen všech majetkových složek podniku opravených o odpisy odpovídající stáří těchto položek
- **Výnosové metody** - metody posuzování peněžního toku – cash flow, zisku, volného cash flow
 - Metoda kapitalizace zisku – hodnota odvozena z trvale dosažitelného zisku.

- Metoda diskontovaného cash flow (DCF) – hodnotu podniku odvozuje z budoucích výnosů (cash flow).
- Metoda diskontovaného volného cash flow (DFCF) – nejčastěji využívaná v západních zemích, uvažuje i investice v průběhu života podniku aj.
- o **Metody burzovního ocenění** – mají svůj základ v tržním posuzování ceny akcií.
- o **Metoda EVA** – Economic Value Added
- o **Kombinované metody** – výsledná hodnota se stanoví jako aritmetický průměr hodnot získaných pomocí různých metod.

U podniku, který svou činnost končí, se používá metoda:

- o **Metoda likvidační hodnoty** – velmi podobná metodě substituční. Je dána sumou peněz, která se získá individuálním rozprodejem všech aktiv podniku. Likvidaci i podělení věřitelů a majitelů penězi provádí likvidátor. Je-li likvidační hodnota podniku vyšší než hodnota pokračujícího je nutné podnik likvidovat. (Synek, 2011)

2.1.3. Oceňování nehmotných aktiv

Sportovní kluby nahlíží na své hráče jako na majetek, se kterým můžou disponovat. Hráč jako součást majetku klubu je v účetnictví veden jako nehmotné aktivum. Krátká podkapitola oceňování nehmotných aktiv je v práci zařazena právě z důvodu vykazování práv na hráče jako dlouhodobý nehmotný majetek.

Hráči jsou do aktiv zapsáni v tržní hodnotě pořizovací ceny. Jelikož je doba, kdy patří klubu dána délkou trvání kontraktu, musí za tuto dobu být odepsáni. Problém s odpisem je v době před koncem kontraktu, kdy se neví, zda hráč zůstane nebo odejde.

Gerrard (2004) uvádí dvě metody oceňování nehmotných aktiv. Metoda základního ocenění, která obsahuje diskontovanou analýzu cash flow, postupného budoucího cash flow v míře, jak se očekává, že bude aktivity generovaný. Druhou metodou je orientační stanovení, kdy jsou nehmotná aktiva oceňována v porovnání s jinými aktivy, u kterých jejich finanční hodnotu známe. (Novotný, 2011)

Dle Kislingerové (2004) můžeme při stanovení hodnoty nehmotných aktiv využít tři tradiční přístupy: výnosový, tržní a nákladový.

Výnosový přístup je v České republice často využíván a je tvořen čtyřmi základními metodickými přístupy:

- metoda s využitím licenční analogie,
- metoda přírůstku výnosu resp. míry zisku,
- metoda kalkulované ztráty výnosu resp. zisku,
- reziduální výnosové metody.

„Metoda s využitím licenční analogie vychází z výdajů, které by subjekt nevlastnící licenci za ni zaplatil. Je nutné stanovit výši poplatku, a to buď procentem ze zisku, nebo procentem z prodaného objemu, pak je nutné stanovit předpokládaný objem výroby. Tato metoda je prozatím pro trh sportovních kolektivních her nepoužitelná, neboť trh s licencemi není zatím příliš rozvinut.“ (Novotný, 2011, s. 339)

Metoda přírůstku výnosů se využívá v případech, kdy můžeme jednoznačně říci, že výrobek chráněný značkou, přináší firmě vyšší zisk než výrobek nechráněný.

Metoda kalkulované ztráty výnosu resp. zisku je ve sportu nepoužitelná. Je založena na hypotetické ztrátě, která by vznikla v případě, došlo-li by v podniku ke ztrátě práva na využívání průmyslového práva.

„Poslední zmiňované reziduální výnosové metody jsou ve sportovním prostředí také obtížně použitelné, z výše zmíněných ale nejreálnější. Metoda se zakládá na odečtení výnosů, které mají původ ve složce hmotného majetku, od celkového výnosu získaného pomocí všech složek aktiv. Rozdíl představuje právě výnos dosažený pomocí nehmotného majetku, který je ve sportovních hrách rozhodující.“ (Novotný, 2011, s. 339)

„Tržní přístup je založen na aktuálních informacích a daném trhu výrobků, o tržním okolí i na dlouhodobých a kontinuálních podmínkách tržního hospodářství.“

Nákladový přístup spočívá ve sledování nákladů podniku, které by měl v případě, že by chtěl získat užitnou hodnotu stejné kvality. Jedná se tedy o sumu nákladů, kterou by byl investor ochoten zaplatit za dané aktivum.“ (Novotný, 2011, s. 339)

2.2. Sportovní prostředí

Sport hraje v životě dnešního člověka významnou roli. Je oblastí lidské činnosti, která se těší velkému zájmu občanů a která má zároveň obrovský potenciál sdružovat a oslovovat, a to bez ohledu na věk či společenský původ. Podle průzkumu agentury Eurobarometer (2004) asi 60 % evropských občanů pravidelně provozuje sportovní aktivity. Sportují v rámci nebo i mimo rámec zhruba 700 000 klubů, které jsou samy členy velkého počtu sdružení a federací. Popularitu sportu dokazují i statistiky České televize. Nejsledovanějším pořadem u nás, se stal přímý přenos ČT1 zprostředkovávající přilet medailistů ZOH v Naganu do Prahy, jejich přijetí prezidentem republiky a uvítání na Staroměstském náměstí v Praze. Ten si nenechal ujít 4 661 000 publika staršího 15 let. Nejvíce mužů sledovalo vysílání 3. třetiny finálového utkání ČR - Rusko, hraného na XVIII. hrách zimní olympiády v Naganu. Záznam tohoto zápasu je i pořadem s největší diváckou spokojeností. Dalším příkladem tohoto typu může být poslední fotbalové MS v Brazílii v roce 2014. Podle statistických údajů FIFA mistrovství sledovalo přes 3,4 milionu diváků na stadionech a přes 3 miliardy diváků u televizních obrazovek. (FIFA, 2014)

Pro fanouška nemá zásadní smysl sportovní klub jako takový, atraktivita vzniká až soupeřením s jiným klubem. Příznivce zajímá úspěch jeho klubu, týmu. A protože jsou zápasy pouze dvou soupeřů málo atraktivní, je žádoucí do soutěže zapojit více týmů. Z toho důvodu vznikají dlouhodobé soutěže zvané liga. Liga, společně s klubem, představuje další důležitou instituci profesionálního sportu v oblasti kolektivních her. V individuálních sportech existují tzv. turnaje. Z výsledků dosažených jednotlivci na jednotlivých turnajích je možno sestavit žebříček. (Novotný, 2011)

Velká část sportovních aktivit se odehrává v rámci amatérských sdružení. Narůstá význam profesionálního sportu a stejnou mírou přispívá ke společenské roli sportu. Sport kromě upevňování zdraví evropských občanů plní i funkci výchovnou a hraje roli společenskou, kulturní a rekreační. (Bílá kniha, 2007)

Sport představuje dynamické a rychle rostoucí odvětví s podceňovaným makroekonomickým dosahem, které může přispět k naplňování lisabonských cílů růstu a vytváření pracovních míst. Může sloužit jako nástroj pro místní a regionální rozvoj, obnovu měst a pro rozvoj vesnic. Sport je katalyzátorem rozvoje cestovního ruchu a může být impulzem k modernizaci infrastruktury a vzniku nových partnerství na financování sportovních a rekreačních zařízení. (Bílá kniha, 2007)

Ačkoli o hospodářském významu sportu neexistuje mnoho spolehlivých a porovnatelných údajů, potvrzují ho studie a analýzy vnitrostátních účtů, zisků z velkých sportovních akcí a nákladů způsobených tělesnou nečinností, včetně stárnutí obyvatelstva. Ze studie z roku 2006 vyplývá, že sport v širším smyslu vytvořil v roce 2004 přidanou hodnotu ve výši 407 miliard EUR, která odpovídala 3,7 % HDP EU, a pracovní místa pro 15 milionů lidí, tedy 5,4 % pracovní síly.

Navzdory celkovému hospodářskému významu sportu se většina sportovních aktivit odehrává v neziskových strukturách, z nichž mnohé jsou závislé na veřejné podpoře, aby mohly sportovní aktivity zpřístupnit všem občanům. (Bílá kniha, 2007)

2.2.1. Specifika sportovního prostředí

Sportovní prostředí je v mnohých ohledech velice specifické. *Profesionální kluby se v mnoha ohledech podobají firmám v tradičním pojetí. Pro vysvětlení jejich chování a fungování lze, při respektování a zohlednění některých specifík, využít ekonomické modely. V profesionálním sportu nacházíme prvky dokonalé i nedokonalé konkurence – monopol, oligopol, monopolistická konkurence. Zajímavým jevem je existence kartelového uspořádání některých ligových soutěží, které není – na rozdíl od podnikového prostředí – považováno za narušování trhu a hospodářské soutěže. To v podstatě znamená, že ligy navenek vystupují jako monopoly a využívají své síly k maximalizaci přínosu a zisku. (Novotný, 2011, s. 257)*

Z pohledu kolektivních sportů existují dvě hlavní centra, která se liší preferovanými kolektivními sporty, strukturou příjmů, organizací nejvyšších soutěží, a systémem dosahování vyrovnanosti soutěže. Popis těchto oblastí je zde zařazen z důvodu pochopení rozdílu pojetí sportu a sportovních lig v těchto oblastech.

Prvním centrem kolektivních sportů je Evropa. Soutěže zde vznikly na základě soupeření amatérských týmů, z kterých se postupně ty nejlepší týmy staly profesionály. Nejpopulárnějším, celoevropsky rozšířeným sportem je jednoznačně fotbal, za druhý pak můžeme považovat lední hokej. Uspořádání soutěží je hierarchické, hrají se nejnižší soutěže od okresů po nejvyšší celostátní. Uspořádání evropských soutěží uplatňuje princip vertikální mobility. Kluby z nejnižších soutěží mohou, na základě svých výsledků, postoupit do soutěže vyšší a naopak. Tento systém zvyšuje atraktivitu soutěže. V tomto systému je možné, že se i klub z malého města může účastnit soutěže nejvyšší (v ČR např. FK Drnovice, FK Chmel Blšany). Systém otevřených soutěží je

v kontextu přestupů hráčů a přestupních částek velice atraktivní, neboť se kluby snaží zkvalitňovat svůj tým, aby byly konkurenceschopné a udržely se v nejvyšší soutěži.

Druhým centrem kolektivních sportů je Severní Amerika. Je nutné připomenout, že na školách se v této oblasti sportovalo vždy a sport hraje v životě žáků a škol významnou roli. Takové prostředí vytvářelo vhodné podmínky pro podnikání v oblasti sportu. To se začalo objevovat již po skončení občanské války roku 1866. Sportovní soutěže zde vznikly domluvou několika investorů. Prosadily se především sporty charakteristické dlouhou hrací dobou a přerušováním hry. Mezi hlavní sporty zde patří baseball (MLB – Major League Baseball), americký fotbal (NFL), basketbal (NBA) a lední hokej (NHL). Místní diváci mají rádi vysoké skóre, ale zároveň maximálně vyrovnanou soutěž. Právě z důvodu vyrovnanosti soutěže jsou zde ligy uzavřené a koncipované jako kartely (smluvní oligopoly), do nichž není možné postoupit. Účastníkem může být pouze klub, který získá ligovou koncesi a zaplatí poplatek. Vedení soutěže pečlivě zvažuje, kterému klubu koncesi udělí. Panuje zde vzájemná podpora, nedochází k eliminaci a vytlačování nejslabších ze soutěže a z trhu.

Soutěží, která v Evropě tvoří výjimku je Kontinentální hokejová liga (KHL), která je soutěží uzavřenou. Vedení soutěže rozhoduje, komu udělí licenci a zdali vůbec umožní rozšíření soutěže. KHL je nejoblíbenější Evropskou hokejovou ligou.

Uvážíme-li, že lze na sportovní klub nahlížet jako na podnik, jedná se o profesionální sportovní klub se všemi aspekty fungování klasické firmy. Podnik se snaží produkt prodávat za cenu, která mu maximalizuje zisk. U sportovních klubů to ovšem vždy neplatí. Tvrdit jednoznačně, že hlavním cílem je maximalizace zisku, není asi zcela jednoznačné. Zdá se, že vlastníci klubů sledují i jiné cíle. (Novotný, s. 261)

V evropských fotbalových ligách jsou majitelé schopni investovat do klubu nemalé částky ve snaze, aby jejich klub dosáhl vítězství. Maximalizace zisku pro ně není hlavním cílem, prostřednictvím působení ve sportu získávají více, než jsou pro ně peníze. Skrze vítězství svého klubu získávají uznání, jsou známější a získávají nové kontakty. Lidé podnikající v této sportovní oblasti, jsou často vysoce soutěživé individuality, které nadmíru těší úspěch jejich klubu. (Novotný, 2011) Projevuje se zde i tzv. efekt fanouškovství. Fanoušci kupují akcie na burze, ne pro zisk, ale pro výraz příslušnosti ke klubu. Tyto případy pak nutí vedení klubu k tomu, aby místo zisku sledoval maximalizaci užitku. Manažeři klubů jsou tlačeni k získávání co nejlepších

hráčů a trenérů, což neúměrně zvyšuje náklady klubu. Investice do hráčů jsou v současnosti v horizontu několika let, a je tak nutná kvalitní predikce příjmů. Riziko sportovního neúspěchu je značné a následný propad příjmů velmi rychlý.

Specifikem sportovního prostředí je i vysoce viditelná a dobře měřitelná produktivita práce. Prodáváč nebo dělník nezíská za dobře odvedenou práci okamžité uznání prostřednictvím potlesku či pokřiků od desítek tisíc spokojených zákazníků. Výkonnost profesionálních sportovců je měřena i spoustou statistik a analýz.

Další zvláštností je oceňování hráčů. Neobvyklé zde nejsou multimilionové smlouvy nejlepších hráčů ani skutečnost, že jeden hráč dostane mnohonásobně vyšší plat než ostatní hráči v týmu.

Existuje celá řada způsobů, kterými ligové řídicí orgány ovlivňují řízení klubových financí a prosazují vzájemnou podporu mezi kluby v zájmu zachování tohoto byznysu. Jedním z nejvyužívanějších mechanismů je redistribuce některých klubových příjmů. (Novotný, 2011, s. 273) Tradičně se to týká především příjmů ze vstupného, kde dochází k dělení mezi domácím a hostujícím týmem.

2.2.2. Nabídka a poptávka

Nabídka a poptávka se ve sportu nevztahuje pouze k profesionálním hráčům a klubům. Sport je dnes významným artiklem a lze ho považovat za celek, produkující sportovní produkty poptávané širokou veřejností. Nejdůležitější rovinou existence produktu je jeho užitečnost a prospěšnost. (Kotler, 1998)

Sport patří k preferovaným statkům, proto i poptávka po něm a s ní spojené finanční toky jsou výrazné. Poptávka po sportu a sportovních zážitcích v poslední době roste.

Výstupním produktem sportovních klubů je sportovní utkání, tedy poměření síly se soupeřem. Jedná se o produkt nehmotného charakteru. Stejně jako např. divadlo je fanoušky spotřebováváný v daném okamžiku, je tedy neopakovatelný a nepřenositelný. Pro diváka je atraktivní především tím, že na rozdíl od divadla, je výsledkem sportovního klání nejistý.

Ve velkých městech nejčastěji nastává situace, kdy sportovní utkání mají své substituty. Kluby se tak musí snažit nabízet kvalitní a konkurenceschopný produkt stejně jako optimalizovat cenu vstupenek.

Největší zájem o produkty nabízené sportovními kluby mají samozřejmě fanoušci. Charakter vztahu fanoušek – zápas je odlišný od vztahu zákazník – produkt. Fanoušci jsou ke svému klubu daleko více loajální, než jsou zákazníci ve vztahu k produktu. Fanoušci některých klubů anglické Premier Ligue si jako výraz příslušnosti ke svému klubu kupují jeho akcie. (Novotný, 2011)

2.2.3. Lidský kapitál

Lidský kapitál je jednu ze složek kapitálu celkového, má však několik specifíků. Dle Filipové (2007) je lidský kapitál: „*široký pojem zahrnující různé formy investic do lidí, mezi které patří zejména školní a další vzdělávání, výdaje na zdravotní péči, výživa atd. Většinou se však v ekonomické teorii setkáme s vymezením lidského kapitálu jako souhrnu znalostí a dovedností člověka, které jsou vytvářeny školním vzděláním, dalším vzděláváním v průběhu života a praxí užitečnou při produkci zboží a služeb.*“ (Filipová, 2007, s. 5)

Šubrt nabízí tuto definici: „*Lidský kapitál je vědění vtělené v lidech. Lze jej rozdělit na znalosti (tj. poznatky a informace, které jedinec má a které je schopen nějakým způsobem vyjádřit a komunikovat) a poznávací i výkonové dovednosti, které jsou aktuálními schopnostmi konkrétního člověka a jako takové bezprostředně nepřenositelné.*“ (Šubrt, 2010, s. 150)

Definice lidského kapitálu úzce souvisí se sportovním prostředím. Tento kapitál vymezuje tu složku lidských zdrojů, kterou lze ekonomicky vymezit. Chápeme jej jako souhrn znalostí, schopností a dovedností, jakými je vybaven jednotlivec a které mají vztah k nějaké ekonomické činnosti. Jeho kvalita je závislá na času, místě a účelu. Lidský kapitál je produktivní (přináší vyšší hodnotu), variabilní (výrobě expanduje) a fixní (ve výrobě se nespotřebovává). (Palán, 2008)

Pohledů na zahrnování lidí do kapitálu je několik. Někteří ekonomové na člověka pohlížejí jako na kapitál, jiní to zpochybňují. V této práci je vhodné se přiklonit, ke skupině první. Dle Novotného (2011) jsou hlavními argumenty pro zahrnování sportovců do kapitálu tyto:

- explicitní náklady na výchovu a vzdělávání sportovců,
- produkt práce sportovců přispívá k národnímu bohatství,

- výdaje člověka na zvyšování jím vyráběného produktu zvýší, za nezměněných podmínek, národní bohatství.

U podniků, které maximalizují svůj zisk (a mezní příjmy se u nich rovnají mezním nákladům) je podle Beckera (1993) potřeba do rovnice popisující optimum firmy, doplnit výcvik zaměstnanců. Investice do zlepšování lidských zdrojů v klubu mají podobné znaky. Školení, vzdělávání či trénink zaměstnanců pro firmu představuje nerealizovanou výrobu, kterou by vzdělávající se zaměstnanec vyprodukoval, pokud by byl v práci. Tato nerealizovaná výroba tvoří ušlý zisk.

Optimum firmy upravené o tento poznatek je, na každé straně rovnice, ovlivněno náklady a výnosy plynoucích z investic do lidského kapitálu. Z rovnice pak můžeme vyvodit dva poznatky. Na jedné straně informace o nadbytku budoucích příjmů nad budoucími výdaji vyplývající z práce vzdělanějšího, lépe trénovaného pracovníka a na straně druhé informace o ušlých nákladech výroby, která nebyla z důvodu výcviku realizovaná. (Becker, 1993) Sportovní kluby jsou silně závislé na využívání lidského kapitálu (hráči, trenéři nebo management týmu). Pro rozhodování o utvoření týmu je důležité, aby klub získal takové hráče a trenéry, u kterých bude schopen využívat jejich potenciál. Jinými slovy bude schopen naplno využít tento lidský kapitál a získat dodatečné příjmy ve formě větší konkurenceschopnosti a tím divácké atraktivnosti. (Valenčík, 2001)

Jak již bylo zmíněno na začátku podkapitoly, lidský kapitál má, na rozdíl od jiných druhů kapitálu, několik specifických rysů. Rozvíjí se v procesu vzdělávání a je ovlivňován prostředím, ve kterém se nachází. Dotvářen je osobnostními vlastnostmi (psychickými i fyzickými), závisí na zdravotním stavu nositele. Je vázán na svého nositele - člověka, nelze jej jednoduše prodat, lze ho pouze zapůjčit. Nájemné z lidského kapitálu je mzda.

Ve sportovním prostředí můžeme slyšet i o prodeji lidského kapitálu. Takový prodej probíhá za adekvátní finanční protihodnotu, kterou tvoří přestupní částka (odstupné pro prodávající klub). (Valenčík, 2001)

2.2.4. Trh hráčů

Trh je místo, na kterém se střetávají prodávající a kupující při směně výrobků a služeb. Směna je zprostředkována penězi, jejichž pomocí je vyjádřena hodnota směňovaného zboží. Základními prvky tržního mechanismu tvoří nabídka a poptávka. Trh se spolupodílí na ustanovování ceny. (Kraft, 2011)

Trh práce je místem střetu tržní nabídky práce (tvořenou firmami) a tržní poptávky po práci (tvořenou práceschopným obyvatelstvem).

Na sportovním pracovním trhu fungují stejné principy jako na jiných pracovních trzích, i když jsou zde určitá specifika. Hlavními výrobními faktory jsou hráči a trenéři. Ve všech týmových sportech jsou hráči základním aktivem a s aktivy týmy historicky obchodovaly za účelem zisku. Jelikož jsou hráči ve svých klubech vázáni smlouvami, nemůžeme v oblasti profesionálního sportu mluvit o tzv. volném trhu.

Ve světových ligách můžeme pozorovat tři typy politiky pracovního trhu:

- systém draftů hráčů (využívaný v Severoamerických ligách),
- systém mzdových stropů (využívaný jak v Severoamerických tak Evropských ligách),
- systém uplatňování hráčských obcí (využívaný v Evropě). (Novotný, 2011)

Na pracovní trh v oblasti sportu lze nahlížet z pohledu sportovních klubů nebo hráčů vstupujících na trh.

Z pohledu sportovních klubů je pracovní trh nedokonale konkurenční, prodávající má určitou kontrolu nad výší cen statků. Firma, ve svém klasickém pojetí snaží prodávat své produkty za takovou cenu, která maximalizuje její zisk. Jak již bylo zmíněno výše, toto tvrzení u sportovních klubů nemusí platit vždy. Cílem může být maximalizace užitku. Výhodou prodávajícího je, že nepřevyší-li navržená cena za prodej hráče jeho subjektivní hodnotu pro klub, klub nemá zájem na jeho prodeji, čímž maximalizuje svůj užitek.

Trh profesionálních sportovců je trhem nedokonale konkurenčním, je uplatňován monopson a monopsonní chování sportovních klubů. Dle Krafta monopson znamená: „Výhodu na straně kupujícího, resp. výsadní postavení na straně poptávky. Monopsonista je jediný subjekt na trhu poptávající práci.“ (Kraft, 2011, s. 96) Tímto jediným kupujícím je v prostředí sportu profesionální liga. Specifické je zde velké

množství nabízejících se hráčů. Tato situace na pracovním trhu sportovců je dána především imobilitou hráčů a vysokou specializací pracovníků (hráčů). Hráči vstupující do ligy, po dobu trvání smlouvy jsou s klubem svázáni a nemohou jinam volně odejít. Další faktor, vysoká specializace sportovců, je v dnešní době ve fotbale naprosto nezbytná. (Novotný, 2011)

2.3. Oceňování hráčů

Na začátku každé sezony mají všechny týmy statisticky stejnou šanci stát se mistrem. To však platí pouze v rovině statistické. Šanci na zisk titulu ovlivňuje několik faktorů. Nebudeme-li brát v úvahu faktor štěstí, o úspěchu a neúspěchu každého týmu rozhoduje především kvalita kádru. Kvalita celého mužstva je tvořena kvalitami jeho jednotlivých hráčů. Ideální model oceňování řeší cenu hráče z komplexního pohledu, a to jak hráčského tak i klubového.

2.3.1. Oceňování ve sportovním prostředí

V systému kolektivních her existují podle Gerrarda (2006) čtyři alternativní přístupy pro měření kvality hráče. Ta je výchozím bodem pro ocenění hráče při přestupu a při jeho ocenění v klubu v podobě platu. Tyto přístupy jsou:

- hledisko výkonnosti hráče,
- hledisko finančních nákladů,
- hledisko charakteristiky hráče,
- hledisko ukazatele kvality hráče.

Hledisko výkonnosti hráče měří jeho kvalitu jako individuální příspěvek ke sportovnímu úspěchu týmu. Toto hledisko lze nejspíše použít ve sportech, kde je možné jednoznačně identifikovat a měřit příspěvky hráčů. V kolektivních sportech vyžadujících spolupráci týmu je toto hledisko poněkud problematické, spíše se zde můžeme zaměřit na aktuální výkonnost než na celkový potenciál hráče podávat herní výkon. (Novotný, 2006)

Hledisko finančních nákladů využívá nákladů na hráče jako prostředku k určení jeho kvality. Kvalitu hráče měří podle jeho mzdy v rámci týmu. Hráčský trh je trhem

kvality hráčů, a pokud je tento trh efektivní, mzdy by měly odrážet hráčův přínos pro klub. Kolikrát je ovšem plat hráče stanoven smlouvou i na několik let dopředu.

Hledisko charakteristiky hráče je metodou, která používá jako indikátor kvality hráče jeho charakteristiku. Patří sem například věk hráče, zkušenosti, počet vstřelených branek, mezinárodní vystoupení. Problémem tohoto přístupu je určení, jaké charakteristiky jsou pro měření kvality hráčů nejvhodnější a nejvíce vypovídající. Jiné parametry jsou pochopitelně sledovány pro brankáře, jiné pro obránce, záložníky či útočníky.

Posledním z hledisek je ukazatel kvality hráče. *„Problémy s identifikací vhodného vektoru vlastností by se nejlépe vyřešily, pokud by bylo možné najít vhodnou metodu pro identifikaci těch charakteristik, které jsou ukazatelem kvality hráče a vhodnou sestavu vah pro zkombinování těchto charakteristik do složeného indexu kvality hráče.“* (Novotný, 2006, s. 51)

Ukazatele kvality jsou odvozeny pomocí Optova indexu. Ten je zaměřen na hodnocení hráčových akcí během zápasu a vychází z první anglické fotbalové ligy. Zahrnuje počet vstřelených gólů, počet střel, počet přesných a zkažených přihrávek, počet naběhaných kilometrů za zápas, bránění, vyhýbání, křížování, driblování. Pomocí vytvořeného bodového systému odborníci přisuzují hráčům určité množství bodů. Tyto systémy jsou odlišné podle postů fotbalistů - brankář, obránce, středový hráč, střední útočník a hrotový útočník. Hráčův index se počítá za celou sezonu jako bodový průměr na zápas. Jde o součet všech bodů, které získal v jednotlivých zápasech, vydělený celkovým počtem odehraných minut a vynásobený 90. Problémem Optova indexu je fakt, že akce jednotlivých hráčů jsou hodnoceny subjektivně a může tak docházet ke zkreslování informací. (Novotný, 2006)

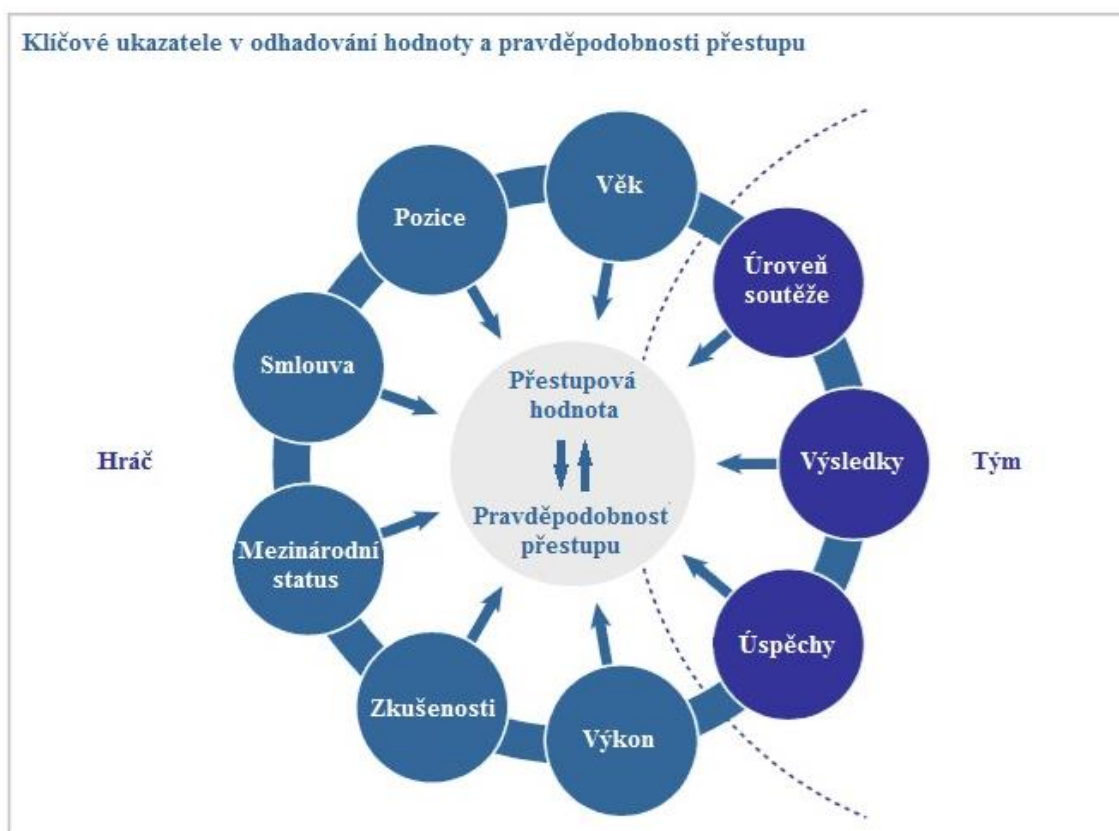
Dalším ukazatelem kvality hráče je analýza fotbalových přestupů. Za předpokladu, že je přestupní trh hráčů efektivní, by výše přestupové částky za hráče měla být ukazatelem jeho kvality.

Často diskutovaným, ale platným kritériem při oceňování hráčů je skutečnost, z jaké země pochází. *„Podle některých autorů jsou preferováni hráči Nizozemska a také Brazílie. Brazilec v týmu, to je prý něco jako kuchař z Francie nebo mnich z Tibetu. Na trhu je cennější řadový Brazilec než excelentní hráč například z Mexika (Kuper, Szymanski, 2012). S ohledem na tržní hodnotu jsou pak podhodnocováni zejména hráči*

z Afriky, které fotbalové kluby nakupují tzv. „ve slevě“ (Poli, 2006).” (Šíma, Ruda, Omcirk, 2015)

Jak již bylo řečeno, nejlepším ukazatelem kvality hráče je jeho cena na trhu. Ta může být stanovována na základě několika faktorů (viz. Obrázek č. 2) a během kariéry hráče se mění.

Obrázek 2: Klíčové ukazatele v odhadování hodnoty hráče a pravděpodobnosti přestupu



Zdroj: Vlastní zpracování (Football observatory, 2012)

Stanovení kvality hráče podle tržní ceny má i několik nedostatků, jako například věk hráče nebo zbývající délka kontraktu. Čím starší hráč je, tím nižší je jeho tržní cena, přestože se jeho hráčské kvality nezměnily. Ideálním příkladem jsou brankáři Petr Čech (12 mil. EUR) a Thibaut Courtois (35 mil. EUR). Jsou přibližně stejně kvalitní brankáři, chytají za světové velkokluby a oba mají smlouvu platnou do léta 2019. Přesto vyšší věk Petra Čecha sráží jeho tržní cenu dolů. Dalším příkladem může být německý útočník Miroslava Klose. Před startem fotbalového Mistrovství Světa v roce 2014 ohlásil na dobu po skončení šampionátu konec reprezentační kariéry. Následkem čehož byla jeho tržní hodnota odborníky snížena na, z reálného pohledu hodně

podhodnocených, 1 mil. EUR. Klose poté odehrál na šampionátu pět zápasů, vstřelil dvě branky a osamostatnil se v čele historické tabulky nejúspěšnějších střelců MS.

I přes tyto nedostatky je tržní hodnota považována za nejpřesnější ukazatel kvality hráče a obecně tedy platí, že čím kvalitnější hráč je, tím vyšší je jeho cena. Tržní hodnotu jednotlivých hráčů stanovují licencované agentury FIFA a scoutingové agentury. Jako zdroj tržních hodnot hráčů jsem pro potřeby diplomové práce zvolila statistiku zveřejněnou německou společností Transfermarkt GmbH & Co. KG.

2.3.2. Platy hráčů

V souvislosti s tvorbou přestupní ceny hráče je nutné zmínit i tvorbu hráčských platů. Přestupní částka a výše platu by měla odpovídat kvalitě, schopnostem a dovednostem hráče.

Platy hráčů tvoří největší výdajovou položku významných klubů, někdy i vyšší, než jsou celkové příjmy.

Diskuze o platech v profesionálních sportovních ligách spustily mnoho empirických studií o dopadech superhvězd na výkon týmu a kvalitu ligy. Dostupná literatura o ekonomice sportu říká, že značně nevyrovnaná liga vede k nízkému zájmu fanoušků a médií, a tím k nezáživnému sportovnímu zážitku.

Ve snaze zabránit nevyrovnané ligové úrovni byla zavedena níže zmíněná regulační opatření, vztahující se k platovým a smluvním podmínkám hráčů:

- systém draftů,
- platové stropy,
- sdílení příjmů v rámci ligy,
- luxusní daně. (Novotný, 2011)

Tato opatření mají za úkol zamezit bohatým klubům nabídnout příliš vysoké platy a limitovat tak přehnaný růst platu hráčů.

2.4. Synot liga

1. česká fotbalová liga (sponzorským názvem Synot liga) je nejvyšší soutěž v systému fotbalových soutěží pořádaných na našem území. Podobně jako všechny soutěže registrovaných profesionálních i neprofesionálních hráčů v Česku ji pořádá Fotbalová asociace České republiky, dříve Českomoravský fotbalový svaz. Soutěž vznikla, po rozdělení Fotbalové ligy Československa na českou a slovenskou ligu, v létě roku 1993. Od sezony 1997/98 do 2013/14 nesla, podle svého hlavního sponzora, název Gambrinus liga. Od sezony 2014/15 se novým generálním sponzorem stala společnost Synot. Plzeňský Prazdroj, vlastníci značku Gambrinus, zůstane pro další 4 roky hlavním ligovým sponzorem a na stadionech se nadále čepuje jeho pivo.

Soutěž je zimní přestávkou rozdělena na dvě hrací období. První, podzimní hrací období probíhá ve druhé polovině kalendářního roku. Začíná ve druhé polovině července a končí na přelomu listopadu a prosince. Druhá, jarní část sezony trvá od konce února do druhé poloviny května. Během jednoho ročníku se odehraje 30 kol, tedy celkem 240 zápasů.

Každého ročníku se účastní 16 týmů a hraje se systémem „každý s každým“ dvoukolově. Se všemi soupeři se tedy tým utká jak na jejich hřišti, tak na hřišti domácím. Za vítězství se udělují tři body, za remízu bod jeden. Tým s největším počtem bodů na konci sezony získává mistrovský titul. Poslední a předposlední tým ročníku sestupují do druhé fotbalové ligy a jsou nahrazeny vítězem a druhým týmem této soutěže.

2.4.1. Historie nejvyšší české fotbalové ligy

Rozdělení Československa k 1. 1. 1993 vedlo k rozpadu vrcholného fotbalového orgánu. Československá fotbalová asociace (ČFA) byla rozdělena na dva orgány. V Česku vznikl Českomoravský fotbalový svaz (ČMFS), jehož prvním předsedou byl jmenován dosavadní předseda České větve ČFA František Chvalovský. Na Slovensku vznikl Slovenský futbalový zväz (SFZ). Posledním ročníkem společné Československé ligy byla sezona 1992/93, ve které získala svůj 24. titul AC Sparta Praha. Liga si právě odbyvala zimní přestávku, když došlo k rozdělení Československa. Jediným problémem, který rozdělení neslo, byla probíhající kvalifikace na MS 1994 v USA, kterou započala společná Československá fotbalová reprezentace. Řešení vzešlo z dohody svazů, kvalifikaci dohrál společný tým pod názvem Reprezentace Čech a

Slovenska (RCS). Po neúspěšném tažení tohoto týmu vyřazovacími boji skončila dlouhá historie československé kopané, poznamenaná řadou častých klubových i mezinárodních úspěchů na zeleném trávníku doma i v zahraničí.

Ročník 1992/93 byl tedy dohrán ještě ve společné soutěži a v následujícím vstoupila v platnost nová struktura fotbalových soutěží. Toto se samozřejmě dotklo i 1. ligy. Z posledního ročníku československé ligy postoupilo do prvního ročníku české ligy celkem devět týmů. Byli to AC Sparta Praha, SK Slavia Praha, SK Sigma Olomouc MŽ, FC Baník Ostrava, FC Boby Brno, SKP Spartak Hradec Králové, FC Vítkovice, SK České Budějovice JČE a FC Dukla Praha. Těchto devět klubů doplnilo 6 nejlepších z posledního ročníku Českomoravské fotbalové ligy (ČMFL) – SKP Union Cheb, FC Viktoria Plzeň, FK Viktoria Žižkov, FC Slovan Liberec, FC Petra Drnovice a FC Svit Zlín. O poslední pozici byla sehrána baráž mezi posledním týmem 1. ligy a sedmým týmem ČMFL, kterou ovládli Bohemians Praha 1905. Těchto šestnáct týmů tedy mohlo nastoupit v ročníku 1993/94.

Mistrovské souboje

Svou formu do samostatné české soutěže si z fotbalové ligy Československa přenesla pražská Sparta, která zvítězila v osmi z jejich posledních devíti ročníků. Historicky první ročník samostatné české nejvyšší soutěže vyhrála způsobem start - cíl. Díky vysoké úvodní výhře 5:1 nad Brnem se usadila na první příčce, kterou až do konce sezony neopustila. Nejlepším střelcem ročníku se stal Horst Singl (AC Sparta Praha) s 20 góly.

V sezoně 1993/94 nepadaly jen góly, drnovičtí obránci Milan Poštulka a Rostislav Prokop dostali dvouletý trest za doping. Zakázané prostředky užili před zápasem Drnovice – Plzeň (3:0). Novinkou byly přímé přenosy z ligy, které začaly poprvé vysílat dvě televizní stanice. K veřejnoprávní České televizi se na jaře 1994 přidala komerční TV Nova.

Sezonu 1994/95 nezačal obhájce trofeje nejlépe. V průběhu soutěže zaostávali za první příčkou i o devět bodů. O osudu boje o titul rozhodla jarní část soutěže. Zatímco Sparta vybojovala po zimní pauze neuvěřitelných 43 bodů ze 45 možných, slávisté po vydařeném podzimu ztratili nit a připsali si bodů už jen 30. Během tří měsíců se tak sedmibodový náskok na letenské proměnil v šestibodové manko. Spartané ve strhující

sezoně plné překvapivých zvrátů obhájili prvenství a Slavii, svého největšího soupeře, odsunuli znovu na druhou příčku. Období krize v sezoně završili Bohemians, mistr republiky z roku 1983. Poprvé po více než 20 letech nepřetržitého účinkování v nejvyšší soutěži spadli do II. ligy.

Sezona 1995/96 byla pro český fotbal nejúspěšnější od rozpadu Československa. České kluby v evropských pohárech posbíraly do žebříčku koeficientu v průměru 10,333 bodu na mužstvo, což o pár let později vedlo k posunu na 8. místo žebříčku UEFA. Díky tomu pak postupoval český mistr přímo do Ligy mistrů. O velmi úspěšnou sezonu šlo i z pohledu SK Slavia Praha. Nejenže se dostala až do semifinále Poháru UEFA, kde vypadla s francouzským Girondins Bordeaux, ale po 49 letech usedla na český fotbalový trůn. Druhá skončila Sigma Olomouc a třetí FK Jablonec nad Nisou. Pro Spartu zbylo “až” čtvrté místo. Na reprezentačním poli zazářil český tým ziskem stříbrných medailí na Mistrovství Evropy v Anglii.

V následujícím ročníku povstala pražská Sparta z popela a po roční odmlce se znovu ujala žezla. Podařilo se jí to způsobem, jaký už jen asi těžko někdo napodobí: z posledního místa se dostala až na první! To si udržela i po dobu následujících čtyř sezon. Pět mistrovských titulů v řadě získala AC Sparta Praha podruhé v historii (poprvé to bylo v letech 1987–1991). Ligová prvenství získávala s pohodlným náskokem, který se nedostal pod čtyři body (1996/97) a vygradoval náskokem šestnácti bodů v sezoně 2000/01. Herní náskok Sparty se projevil i v tabulce střelců, kde si tři prvenství v řadě připsal Horst Siegl, kterého vystřídal spoluhráč Vratislav Lokvenc. Pomyslné žezlo pak převzal Vítězslav Tuma z FK Drnovice.

Po pěti titulech střídá Sparta na trůně po infarktové koncovce FC Slovan Liberec, který dobyl svůj historicky první titul. O mistrovi nebylo rozhodnuto do posledních vteřin celé sezony a první tři mužstva se v konečné tabulce seřadila do jednobodového rozestupu. Sparta od té doby nedokázala titul obhájit, což však neznamená, že by další titul nezískala. Naopak hned v následující, jubilejní desáté sezoně samostatné české ligy, bere titul zpět do svých rukou.

Poprvé se trofej v dějinách samostatné české nejvyšší soutěže stěhovala do východní části republiky. Začátkem léta 2004 se stala nečekanou kořistí slezského klubu FC Baník Ostrava a způsobila v Ostravě fotbalovou horečku, která na domácí

scéně neměla obdoby. Naopak, po dvou bronzových příčkách vůbec poprvé v historii samostatné české ligy, sestoupila Viktoria Žižkov.

Impérium vrátilo úder. Na konci sezony 2004/05 se pohár stěhoval zpět do Prahy. Byla to opět Sparta, která po výpadku obhajujícího Baníku vystoupala na příčku nejvyšší a podeváté se stala českým mistrem. Náskok na druhou Slavii činil pohodlných 11 bodů. Ani spartanům se nepodařilo v další sezoně titul obhájit a skončili až pátí. Šlo o jejich nejhorší umístění v samostatné české lize. Historicky druhý titul získal v této sezoně FC Slovan Liberec a potvrdil postavení mezi špičkou českých klubů. Slovák Milan Ivana se stal prvním cizincem v české lize, který dobyl korunu pro krále střelců. Stačilo mu na to 11 gólů, nejméně v historii soutěže.

Jubilejní desátý titul v samostatné české lize přinesla spartě sezona 2006/07. Jako bonus v ní tým získal, poprvé od roku 1989, i double. Potvrdila tak titulový trend v sezonách končících lichým rokem, ve kterých vyhrála po dvanácté v řadě.

Jestliže dříve byla česká fotbalová veřejnost zvyklá na mohutný spartanský finiš a na fatální selhání Slavie v okamžiku, kdy měla vítězství na dosah ruky, tentokrát to dopadlo přesně naopak. Slávisté prožili sezonu snů. Na začátku ročníku 2007/08 se poprvé v historii radovali z postupu do základní skupiny Ligy mistrů, pak na konci slavili na právě otevřeném zrekonstruovaném stadiónu v pražském Edenu mistrovský titul. Obhájit mistrovský titul – to dokázala v české nejvyšší lize dosud jen Sparta. V ročníku 2008/2009 se to povedlo, i Slavii, která zvítězila podruhé v řadě a celkově potřetí. Později se však dostavily finanční problémy a hrozil dokonce konkurz či krach slavného pražského klubu.

Titul patří neporaženým, s takovým sloganem mohli mít fotbalisté Sparty svá mistrovská trička v sezoně 2009/10, kdy získali svůj 35. titul. Soutěž vyhráli o pouhý bod před druhým Jabloncem i přes čtrnáct remízových výsledků během třiceti kol.

V roce 2011 oslavila premiérovým ziskem titulu Viktoria Plzeň 100. výročí svého založení. Pro tento západočeský klub to byl největší dosavadní úspěch. Rozhodli o něm v předposledním kole, když výhrou nad Baníkem získali nedostižný náskok čtyř bodů na druhý tým tabulky, AC Sparta Praha. Za celou sezonu padlo rekordních 634 gólů a brankový průměr se vyšplhal na 2,64 na zápas.

V sezoně 2011/12 se mistrem stal potřetí v historii Slovan Liberec, který využil jarního poklesu formy pražské Sparty. Titul získal za podobně dramatických okolností

jako ten první (2001/02). Razítko na něj opět dal až v posledním kole, tentokrát dokonce v nervy drásajícím přímém souboji s Viktorií Plzeň. Ta nakonec skončila na 3. místě o jeden bod za Spartou.

Podruhé během posledních tří sezon slavila na konci jara 2013 titul Viktoria Plzeň. Největším a nakonec i jediným vážnějším soupeřem jí byla pražská Sparta, která v závěrečném účtování zaostala o pouhé dva body. Mezi oběma týmy panovala taková nevraživost, jakou snad dějiny samostatné české nejvyšší soutěže nepamatují. Olej do ohně přilil především plzeňský obránce David Limberský, jenž v podzimním vzájemném duelu nafilmoval penaltu, která rozhodla o vítězství domácích. A jak se později ukázalo, byl to i rozhodující výsledek v boji o titul

V dalším ročníku pražská Sparta důstojně oslavila 120. výročí založení klubu a prožila svou nejúspěšnější sezonu v samostatné české historii. Po čtyřech letech se radovala z titulu mistra republiky. Vedle toho vyhrála i národní pohár, tudíž získala double. Za celý rok nashromáždila 79 bodů, což se ještě nikdy žádnému týmu nepodařilo. První ligovou porážku poznala až 3. května 2014, kdy ji porazil FK Teplice. V témže kole se Sparta stala mistrem po remízovém zaváhání druhé Viktorie Plzeň. David Lafata se stal nejlepším střelcem v dějinách samostatné české ligy.

Nepsané pravidlo této dekády se potvrdilo už potřetí za sebou, lichá léta patří Plzni. Titul si připsala již ve 28. kole po domácím vítězství nad týmem Jihlavy. V sezoně padlo celkem 645 branek, což je druhý nejvyšší počet v historii ligy. V průměru na zápas diváci viděli 2,69 gólu.

Tabulka 1: Přehled vítězů české nejvyšší fotbalové ligy (1993 – 2015)

Ročník	Mistr	2. místo	3. místo
1993/94	AC Sparta Praha (25)	SK Slavia Praha	FC Baník Ostrava
1994/95	AC Sparta Praha (26)	SK Slavia Praha	FC Boby Brno
1995/96	SK Slavia Praha (15)	SK Sigma Olomouc	FK Jablonec
1996/97	AC Sparta Praha (27)	SK Slavia Praha	FK Jablonec
1997/98	AC Sparta Praha (28)	SK Slavia Praha	SK Sigma Olomouc
1998/99	AC Sparta Praha (29)	FK Teplice	SK Slavia Praha
1999/00	AC Sparta Praha (30)	SK Slavia Praha	FC Petra Drnovice
2000/01	AC Sparta Praha (31)	SK Slavia Praha	SK Sigma Olomouc

2001/02	FC Slovan Liberec (1)	AC Sparta Praha	FK Viktoria Žižkov
2002/03	AC Sparta Praha (32)	SK Slavia Praha	FK Viktoria Žižkov
2003/04	FC Baník Ostrava (4)	AC Sparta Praha	SK Sigma Olomouc
2004/05	AC Sparta Praha (33)	SK Slavia Praha	FK Teplice
2005/06	FC Slovan Liberec (2)	FK Mladá Boleslav	SK Slavia Praha
2006/07	AC Sparta Praha (34)	SK Slavia Praha	FK Mladá Boleslav
2007/08	SK Slavia Praha (16)	AC Sparta Praha	FC Baník Ostrava
2008/09	SK Slavia Praha (17)	AC Sparta Praha	FC Slovan Liberec
2009/10	AC Sparta Praha (35)	FK Baumit Jablonec	FC Baník Ostrava
2010/11	FC Viktoria Plzeň (1)	AC Sparta Praha	FK Baumit Jablonec
2011/12	FC Slovan Liberec (3)	AC Sparta Praha	FC Viktoria Plzeň
2012/13	FC Viktoria Plzeň (2)	AC Sparta Praha	FC Slovan Liberec
2013/14	AC Sparta Praha (36)	FC Viktoria Plzeň	FK Mladá Boleslav
2014/15	FC Viktoria Plzeň (3)	AC Sparta Praha	FK Baumit Jablonec

**Čísla v závorce udávají o kolikátý titul se v historii daného klubu jedná.*

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

2.4.2. Kvalifikace do evropských pohárů

K nasazování týmů do Evropských pohárů (Liga mistrů UEFA a Evropská liga) je klíčem postavení země (fotbalové ligy) v žebříčku koeficientu UEFA. Koeficient je založen na výsledcích z posledních pěti sezon, mimo sezony předešlé. Za výhru se připisují 2 body, za remízu 1 bod a body v kvalifikaci a play-off kolech se půlí. Dále se udělují bonusové body za dosažené mety. Například za postup do Ligy mistrů se udělují 4 body. Body takto získané všemi reprezentanty jedné soutěže (například Synot ligy) se sečtou a vydělí právě počtem reprezentujících týmů. (UEFA)

Nejlepším umístěním českého fotbalu bylo osmé místo pro nasazení do ročníku 2001/02. To zaručovalo vítězi ligy přímou účast v Lize mistrů a účast v Evropských pohárech pro celkem šest českých klubů. Postupem času se však postavení českého fotbalu začalo poměrně dost propadat. Až v posledních letech stoupáme žebříčkem koeficientu UEFA opět vzhůru.

2.4.3. Kluby

V každé sezoně české nejvyšší fotbalové soutěže soupeří o titul 16 týmů. Od založení ligy v roce 1993 jich do bojů zasáhlo 32. Některé z nich se zde udrželi pouze jedinou sezonu, jiné soutěž neopustily. Odehrát všechny sezony (22) se podařilo pouze čtyřem týmům. Jsou jimi AC Sparta Praha, SK Slavia Praha, FC Baník Ostrava a FC Slovan Liberec. Tyto čtyři kluby patří i mezi doposud pět českých mistrů, kde je doplňuje FC Viktoria Plzeň.

Tabulka 2: Týmy české nejvyšší fotbalové ligy

Klub	Založení	Zápasů	V/R/P	Body	Stadion (kapacita)
AC Sparta Praha	1893	681	436/137/108	1427	Generali Arena (19 416)
SK Slavia Praha	1892	682	336/183/163	1175	Edeb Aréna (20 800)
FC Slovan Liberec	1958	682	301/194/187	1080	Stadión U Nisy (9 900)
FK Baumit Jablonec	1945	652	251/184/217	937	Stadion Střelnice (6 108)
SK Sigma Olomouc	1919	652	251/181/220	911	Andrův stadión (12 541)
FC Baník Ostrava	1922	682	236/204/242	898	Městský stadion (15 123)
FK Teplice	1945	592	227/173/192	854	Na Stínadlech (18 221)
FC Viktoria Plzeň	1911	562	238/143/181	846	Doosan Aréna (11 700)
FC Zbrojovka Brno	1913	652	225/165/262	830	Městský fotbalový stadión (12 550)
1. FK Příbram	1928	532	163/141/228	630	Energon Aréna (9 100)
SK Dynamo České Budějovice	1905	540	151/153/236	595	Fotbalový stadion Střelecký ostrov (6 749)
FK Mladá Boleslav	1902	352	150/92/110	542	Adidas Aréna (5 000)
FK Viktoria Žižkov	1903	420	144/106/170	526	FK Viktoria Žižkov (5 600)
1. FC Slovácko	1894	442	137/114/191	513	Městský fotbalový stadion Miroslava Valenty (8 121)
Bohemians Praha 1905	1905	412	110/115/187	437	Ďolíček (5 000)
FK Drnovice	1932	300	115/67/118	398	Sportovní areál Drnovce (6 616)
FC Hradec Králové	1905	390	97/110/183	392	Pod Lizátky (7 220)
FC Fastav Zlín	1919	322	91/91/140	354	Letná (6 375)
FK Chmel Blšany	1946	240	67/63/110	264	FK Chmel Blšany (2 300)
Slezský FC Opava	1907	240	63/64/113	247	Městský stadion Opava (7 758)
FK Dukla Praha	1948	171	50/53/68	202	Na Julisce (8150)
FC Vysočina Jihlava	1948	142	39/44/59	161	Stadion v Jiráskově ulici (4 155)
SK Kladno	1903	120	28/30/62	114	Stadion Františka Kloze (4 000)
FC Union Cheb	1996	90	29/26/35	100	Stadion Lokomotiva (15 000)
FK SIAD Most	1909	90	19/30/41	87	Fotbalový stadion Josefa Masopusta (7 500)

FC Karviná	1993	60	12/12/36	48	Městský stadion Karviná (8 000)
FK Bohemians Praha	1996	60	14/8/38	35	Stadion SK Prosek (2 600)
1. SC Znojmo FK	1953	30	6/9/15	27	Stadion v Husových sadech (2 599)
FK Ústí nad Labem	1945	30	4/7/19	19	Městský stadion (4 000)
FC Kovkor Vítkovice	1919	30	3/7/20	13	Městský stadion v Ostravě-Vítkovicích (13 375)
FK ŠVARC Benešov	1913	30	3/3/24	12	U Konopiště (8 300)
AFK Lázně Bohdaneč	1918	30	2/5/23	11	Na Baště (6 322)

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

3. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Cílem této práce je zjistit, jakou závislost má velikost tržní hodnoty mužstva na jeho výsledek v české nejvyšší fotbalové lize. Dalším cílem je určení „efektivity“ fotbalových týmů jako poměr kvality reprezentačního výběru a celkového výsledku dosaženého v lize.

Úkoly práce:

1. Studium odborné literatury zaměřené na oceňování ve sportu, českou nejvyšší ligu a výzkum
2. Získání tržních hodnot jednotlivých týmů Synot ligy
3. Korelace a regrese
4. Efektivita
5. Analýza výsledků
6. Vyhodnocení výzkumu

4. METODOLOGIE

4.1. Výzkum

Geist definuje výzkum jako „*Termín, vztahující se k souboru systematických činností podle zvolených vědeckých metod, technik a procedur, sloužící ke zjištění (poznání) a/nebo ověření konkrétně vymezených jevů a/nebo teorií, jejich vztahů a platnosti. Jde o komplex poznávacích činností, jejichž bližší specifikace je různě vymezována. Za účel výzkumu bývá považována deskripce a explanace nebo vedle nich ještě explorace*“ (Geist, 1992, s. 542)

„*Výzkum je přesná a systematická činnost vedoucí k novému poznání.*“ (Hartl, Hartlová, 2010, s. 675)

Výzkumy se v různých odvětvích více či méně liší. Sociologický výzkum je podle Geista „*Název, kterým bývá obvykle označován výzkum, „který se soustřeďuje na shromáždění dat, jež nám pomáhají odpovědět na otázky, týkající se různých aspektů společnosti a tím nám umožňují pochopit společnost*“ (K. D. Bailey, 1982) nebo jako „*proces systematického pozorování, používaný primárně k testování předpovědí příslušných teorií*“ (R. Stark, 1992). *Jde o druh společenskovedního výzkumu, jehož předmětem jsou, obecně vyjádřeno, sociální jevy, příp. jevy z oblasti spadající do sociologie, což je určení velmi nepřesné. Sociální resp. Sociologický výzkum je možno vymezit jako soustavu systematických činností, uspořádaných podle účelných vědeckých metod (technik, procedur) a pravidel ke kvalitativnímu nebo kvantitativnímu zkoumání předmětem výzkumu vymezených sociálních jevů a/nebo teorií o těchto jevech nepředpojatým a nejednostrunným způsobem.*“ (Geist, 1992, s. 544)

Dalším typem je výzkum marketingový. Podle autorů Kotlera a Kellera (2007) definujeme marketingový výzkum jako „*systematické plánování, shromažďování, analyzování a hlášení údajů a zjišťování jejich důležitosti pro specifickou marketingovou situaci, před níž se firma ocitla.*“ (Kotler, Keller, 2007, s. 139)

4.1.1. Metodika výzkumu

Výzkum, kteréhokoli typu, v sobě zahrnuje několik na sebe, logicky navazujících kroků. Tyto kroky se u jednotlivých autorů mohou lišit. Příbová (1996) je uvádí takto:

1. „*Určení cíle výzkumu, definování výzkumného problému, přínos výzkumu*
2. *Zdroje dat*
3. *Metody a techniky sběru dat*
4. *Určení velikosti vzorku*
5. *Sběr dat*
6. *Zpracování a analýza dat*
7. *Zpracování a prezentace závěrečné zprávy“ (Přibová, 1996, s. 25)*

Trochu jiným pohledem jsou jednotlivé kroky výzkumného procesu podle Giddense (1999):

1. „*Definice problému*
2. *Přehled dostupné literatury*
3. *Formulace hypotézy*
4. *Volba výzkumné strategie*
5. *Provedení výzkumu*
6. *Interpretace získaných informací*
7. *Zveřejnění závěru“ (Giddens, 1999, s. 508)*

4.1.2. Určení cíle výzkumu

Všechny výzkumy začínají od výzkumného problému. Této fázi je třeba věnovat nejvíce pozornosti, protože se jedná o nejdůležitější a nejsložitější krok celého výzkumu. Tento krok často zabírá více než polovinu veškerého času věnovaného výzkumu, avšak v případě, že se výzkumný problém podaří jasně definovat, jedná se o úsporu veškerých nákladů na celý výzkum. (Kozel, 2006)

Cíl výzkumu by měl být stručný, jasný a jednoznačný.

4.1.3. Přehled dosavadního stavu poznání o daném problému

„Jakmile identifikujeme problém, je obvykle dalším krokem výzkumného procesu prověření dostupné odborných prací k tématu. Je totiž možné, že předchozí výzkumy už problém uspokojivě objasnily. Pokud nikoli, bude třeba propojit všechny existující výzkumy, které s nimi nějak souvisejí a zjistit, zda se k danému účelu nehodí. Navazovat na myšlenky druhých člověku pomáhá objasňovat otázky, jež mohou být vzneseny, i inspirovat se v použití výzkumných metod.“ (Giddens, 1999, s. 55)

4.1.4. Zdroje dat

Ve výzkumu se obvykle využívají dva zdroje dat: sekundární a primární. *„Základní rozdíl mezi těmito zdroji dat vychází z účelu, ke kterému byla data shromážděna. Sekundární data byla sebrána k jinému účelu, než je řešený projekt. Jsou přístupná veřejně buď zdarma, nebo za úplatu. Primární data jsou shromažďována nově, na míru řešeného projektu. Patří zadavateli výzkumu, který je sám pořídil nebo nechal pořídít.“ (Přibová, 1996)*

4.1.4.1. Zdroje sekundárních údajů

Sekundární data jsou tedy data, která byla sesbírána a zpracována někdy dříve a je možné je získat. Poskytují unikátní údaje, které jsou mnohdy primárním výzkumem nezjistitelné (např. historické údaje o obyvatelstvu atd.) Sběr sekundárních dat je zpravidla levnější a snazší než sběr dat primárních, jejich použití je však značně omezeno. Vzhledem k tomu, že data nebyla pořízena přesně podle kritérií probíhajícího výzkumu, tak struktura informací nemusí přesně odpovídat. Dalším problémem může být zastaralost dat. (Přibová, 1996)

Zdroje sekundárních údajů dělíme do dvou skupin:

- Interní zdroje sekundárních dat – jsou data shromažďovaná uvnitř instituce a většinou se týkají vlastních aktivit a výkazů.
- Externí zdroje sekundárních dat – jsou data získána různými institucemi k nejrůznějším účelům. Mezi tyto zdroje sekundárních dat řadíme např. statistické ročenky, regionální správní údaje, databáze, agenturní výzkumy, odborná periodika, knihovny apod..

4.1.4.2. Zdroje primárních údajů

„Zdrojem primárních dat je zkoumaná jednotka, kterou může být jednotlivec, domácnost, firma, maloobchodní prodejna, škola atd. Pokud je zkoumanou jednotkou domácnost, firma nebo jiná instituce, pak je potřeba rozhodnout, kdo bude tuto jednotku reprezentovat, u koho budou potřebné informace získány. (Příbová, 1996, s. 42)

„Proces shromažďování primárních údajů má klíčový význam pro kvalitu řešení projektu. Všechny navazující kroky výzkumného projektu mají smysl jen za předpokladu, že pracujeme s údaji objektivně měřícími zkoumané jevy. V průběhu času byly vytvořeny a ověřeny spolehlivé postupy pro shromažďování dat.“ (Příbová, 1996, s. 43)

4.1.5. Metody a techniky sběru dat

Existuje mnoho způsobů, jak získat potřebná data. Způsob, jakým data sbíráme, označujeme jako techniku sběru dat. Každá z těchto technik má své specifické výhody a nevýhody.

Obecně techniky sběru dat můžeme rozdělit na kvalitativní a kvantitativní. *„Metody kvalitativní a kvantitativní bývají mnohdy kladeny do ostrého protikladu. Ve skutečnosti se jedná o rozpor do velké míry umělý. Potřebné jsou obě cesty a jde o to, zda je dokážeme používat přiměřeně a ve shodě s vytyčeným cílem výzkumu. (Břicháček, Havlínova, 2005, str. 37) Kvantitativní výzkum doplňuje a obohacuje výzkum kvalitativní a naopak, a to i přes to, že je mezi nimi podstatný rozdíl. Kvalitativní a kvantitativní výzkumy si nekonkurují, ale vzájemně se doplňují.“ (Kutnohorská, 2009, s. 20)*

4.2. Analogie

Metoda analogie patří ke komparativním metodám, opírá se o metodu srovnávání. Jde o postup vyhledávání a uplatnění podobného celkového řešení, založená na využívání podobností prvků, znaků, struktury a na reagování mezi různými objekty, systémy nebo jevy. (Gavora, 2010)

„Tato metoda se používá většinou pro tvůrčí řešení jednoduchých problémů prakticky ve všech oblastech lidské činnosti. Patří tedy k elementárním metodám univerzální povahy a bývá často spojována s uplatněním metody hodnotové analýzy. Předpokladem použití této metody je rozvinutá představivost a obrazotvornost

vycházející z bohatých speciálních i všeobecných znalostí a vědomostí.“ (Eysseltová, 2014, s. 20)

K přednostem této metody patří její jednoduchý princip, nedostatkem je naopak silný prvek náhodnosti nalezení úspěšného řešení.

4.3. Deskripce

Deskripce je metoda používaná ve formě popisu a shromažďování daných faktů, ze kterých jsou následně vyvozeny závěry. Popis těchto faktů je východiskem pro získání základní představy a základních informací o konkrétním problému, a následně slouží jako podstata dalšího bádání. (Eysseltová, 2014, s. 20)

4.4. Analýza dokumentů

Analýza dokumentů slouží k definici daného problému na teoretické úrovni pro potřeby aplikace těchto informací do praxe.

Literaturu obsahující informace vztahující se k tématu této diplomové práce je velmi obtížné hledat. Pro získání informací je nutné analyzovat velké množství specializovaných publikací, novinových článků, rozhovorů s experty apod. Velké množství těchto zdrojů tvoří zdroje zahraniční. (Hendl, 2006)

Analýza dokumentů je základní součástí informační přípravy jako výchozího bodu řešení úkolů v oblasti vědy, techniky a ekonomiky. Tato činnost spočívá zejména v:

- *zjišťování a získávání informačních zdrojů (a to jak primárních, tak sekundárních),*
- *sledování trendů v oblasti informačních služeb,*
- *získávání nových znalostí a dovedností,*
- *samotné vyhledávání informací z dostupných informačních zdrojů.* (Eysseltová, 2014, s. 21)

Detailněji se této problematice věnují především autoři Hendl a Blahuš.

4.5. Rešerše dostupných zdrojů

V této práci byly použity jak české, tak zahraniční prameny. Potřebná data není jednoduché získat, neboť tomuto tématu není v odborné literatuře věnována přílišná pozornost. Zdroje vztahující se k tématu oceňování v oblasti sportu se vyskytují zejména v zahraniční literatuře. Většina zdrojů k tématu byla dostupná pouze v cizím jazyce, a to zejména anglickém, a německém.

Zdroje použité pro tuto práci jsou ve formě českých i zahraničních knih, článků v novinách a časopisech, internetových publikací a mezinárodních i národních norem týkající se hráčského trhu.

Rešerše dostupné literatury probíhala od podzimu 2015 do jara 2016.

V dostupné literatuře se touto problematikou autoři moc nezabývají, proto některá fakta uvedená v práci bylo nutné použít z obecného pohledu na sportovní prostředí.

4.6. Korelace a regrese

Korelace a regrese jsou statistické metody pro stanovení typu a síly závislosti mezi dvěma veličinami. V práci budou metody použity pro stanovení závislosti mezi tržními hodnotami týmů a jejich výsledky v Synot lize.

Korelační i níže zmíněná regresní analýza jsou vhodné techniky pro první závěry výzkumu, ze kterých můžeme vycházet v dalším zkoumání.

4.6.1. Korelace

Díky korelační analýze můžeme potvrdit nebo vyvrátit těsnost vztahů mezi proměnnými (souvislost). Cílem analýzy není zjistit příčinnou souvislost (kauzalitu), ale pouze souvislost jevů (korelaci). Používá se pro hledání odpovědí na otázku: „Jak souvisí jev X s jevem Y?“. Jinými slovy korelace vyjadřuje sílu statistické závislosti. Pro výpočet je vhodné získat relevantní kvantitativní data např. ze statistických ročenek, databází veřejných institucí nebo i samostatným sběrem. (Hendl, 2006)

Závislosti proměnných měří tzv. „korelační koeficient“ (Pearsonův koeficient), jehož výpočet znázorňuje vzorec uvedený níže. Díky tomuto koeficientu můžeme konstatovat, zda se u zkoumané hypotézy potvrdila či nepotvrdila předpokládaná korelace. Tyto koeficienty budou v následující kapitole práce hojně využívány pro určení závislosti tržní hodnoty týmu na jeho výsledku v lize. U korelačních koeficientů

existuje požadavek, aby absolutní hodnota míry statistické závislosti ležela v uzavřeném intervalu od 0 do 1. (Řezánková, Loster, 2009)

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

r – Paersonův koeficient

x – tržní hodnota týmu

y – získané body

n – počet týmů

Tabulka: Hodnoty korelačního koeficientu

Absolutní hodnota r	Těsnost závislosti	Typ závislosti
0	Nulová	Nezávislost
0 – 0,3	Nízká	Volná závislost
0,3 – 0,5	Mírná	
0,5 – 0,7	Význačná	
0,7 – 0,9	Vysoká	
0,9 – 0,99	Velmi vysoká	
1	Pevná funkční	Pevná závislost

Zdroj: Vlastní zpracování (Hendl, 2006)

Druhá mocnina korelačního koeficientu se nazývá koeficient determinace. Měří velikost lineárního vztahu mezi X a Y bez ohledu na to, která veličina je závislá a která nezávislá – koeficient získaný z obou regresí je stejný.

K podrobnějšímu studiu lze doporučit Hendl (2006).

V této práci byl výpočet korelačního koeficientu využit k ověření předpokladu, že tržní hodnota týmu skutečně vyjadřuje kvalitu týmu, tedy i šanci zvítězit v lize. Vyjadřuje zde vzájemný vztah mezi celkovou tržní hodnotou týmů a jejich výsledkem v české nejvyšší fotbalové lize. Výsledek v lize byl určen jako součet všech dosažených bodů.

„Výše korelačního koeficientu určí pravděpodobnost, že sledované veličiny jsou na sobě závislé, nicméně nebude možné potvrdit skutečnost, že absolutní výše tržní

hodnoty týmu je příčinou a počet získaných bodů jejím následkem. To samotná korelace nedovoluje rozhodnout.“ (Šíma, Ruda, Omčirk, 2015)

4.6.2. Regrese

Regresní analýza rozšiřuje korelační analýzu ve smyslu směru závislosti. Umožňuje předjímat trendy vývoje nebo předpokládat závislost u nových případů. Ideální je využít ji tam, kde chceme zjistit trend vývoje nějakého závislostního jevu a stanovit přibližnou prognózu. Z bodového grafu, kde je každá dvojice dat (x, y) graficky znázorněna jedním bodem, lze orientačně posoudit typ a sílu závislosti pro náhodný výběr rozsahu n .

Typ závislosti určuje tvar křivky (regresní přímky), kterou můžeme body proložit. Může to být například závislost lineární, exponenciální, nebo logaritmická.

4.6.2.1. Lineární regresní analýza

„Lineární regresi je možné použít tam, kde je závislost veličiny y na veličině x lineární. V praxi jde o proložení bodů v grafu regresní přímkou $y = a + bx$ tak, aby součet druhých mocnin odchylek jednotlivých bodů od přímky byl minimální; a, b jsou regresní koeficienty:

- *a - posun na ose y (místo kde regresní přímka protíná svislou osu)*
- *b - sklon regresní přímky.*“ (Eysselová, 2014)

Lineární regrese X na Y nedává stejnou regresní přímku jako regrese Y na X

4.6.3. Zdroje dat

Data pro výpočet korelačního koeficientu a regresní přímky byla čerpána v období podzimu 2015 a jara 2016 z veřejných databází týkajících se fotbalu. Použité internetové zdroje:

- www.transfermarkt.de - Německý internetový server shromažďující data o přestupech fotbalových hráčů v rámci profesionálních fotbalových lig po celém světě, obsahující nejrozsáhlejší fotbalové statistiky. Prezентuje přestupové částky, délky smluv i výkonnostní statistiky hráčů. Jedná se o jeden z nejaktuálnějších internetových serverů shromažďující statistická data ve fotbale.

- www.uefa.com - Oficiální internetové stránky Evropské fotbalové asociace. Server poskytuje aktuální dokumenty i ostatní pravidla platná pro kluby ve fotbalovém prostředí.
- www.synotliga.cz - Oficiální internetové stránky české nejvyšší fotbalové ligy. Stránky obsahují výsledky jednotlivých ročníků, různé statiky a zajímavosti
- www.sport.cz - Český internetový server zaměřující se na sportovní prostředí, prezentující novinky a výsledky z profesionálních fotbalových lig.

4.7. Efektivita

Synonymem efektivnosti je účinnost. Efektivita vyjadřuje poměr mezi přínosem činnosti a vynaloženými náklady, hledá optimální vztahu mezi vstupy a výstupy. Ideální je maximalizace výsledků při minimalizaci nákladů.

V této práci efektivita vyjadřuje poměr kvality týmu Synot ligy a celkového výsledku dosaženého v lize. Efektivita je zde vypočítána jako podíl součtu tržních hodnot všech jednotlivých hráčů v týmu a počtu získaných bodů. Zjednodušeně se dá říci, že výsledek vyjadřuje, kolik EUR bylo potřeba na získání jednoho bodu v lize. Čím menší výsledná hodnota je, tím větší je efektivita týmu.

$$ET = \frac{\sum THH}{PB}$$

ET – efektivita týmů

THH – tržní hodnota hráče

PB – počet bodů

Zdroje dat pro výpočet efektivity týmu jsou stejná jako u korelace a regrese viz podkapitola 2.6.3. Zdroje dat.

4.8. Zpracování dat

Pro práci s daty byl využit editor Microsoft Excel, který mi pomohou seřadit data a zároveň vytvořit mnoho statistických výpočtů.

Microsoft Excel je tabulkový procesor, který umožňuje jednoduché zpracování dat. Pro zpracování dat jsou zde k dispozici kromě abeced a číslic, mezery a desetinné čárky zejména organizační znaky zejména běžné aritmetické operace, některé další operace jedné nebo dvou hodnot a stovky funkcí (matematické funkce, logické funkce, textové (řetězcové) funkce, převodní funkce).

5. VÝSLEDKY VÝZKUMU

Předpoklad o vzájemné závislosti mezi výší tržní hodnoty týmu a dosaženým výsledkem v podobě počtu bodů byl ověřen pomocí dvojrozměrné lineární regresní analýzy. Dále byla zjištěna efektivita jednotlivých týmů soutěže. Výsledky znázorňují grafy v následujících podkapitolách.

5.1. Sezona 2014/15

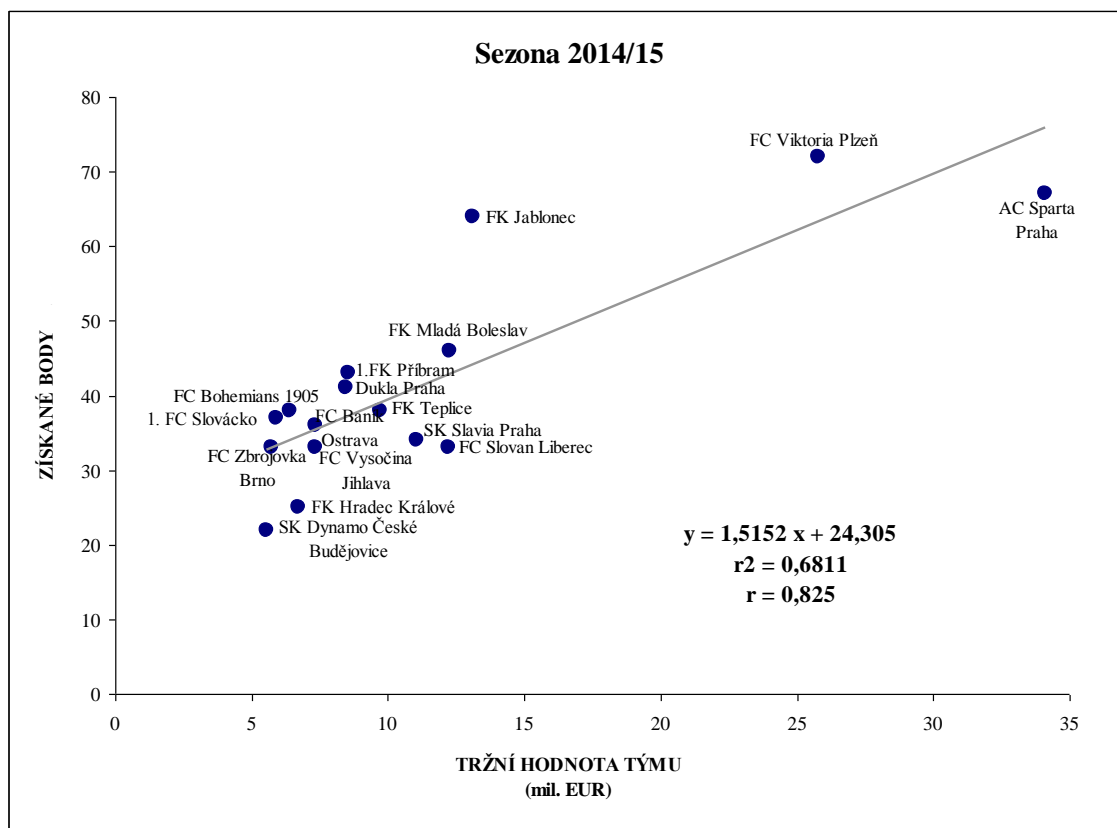
V sezoně 2014/15 získal titul tým FC Viktoria Plzeň, před pražskou Spartou a FK Jablonec. Naopak týmy FC Hradec Králové a SK Dynamo České Budějovice sestoupily do Fotbalové národní ligy (2. nejvyšší česká fotbalová soutěž).

Tabulka 3: Shrnutí sezony 2014/15

Tým	Počet hráčů v týmu	ø věk	Získané body	Pořadí v lize	Pořadí tržních hodnot	Celková tržní hodnota (mil. EUR)	ø tržní hodnota (mil.EUR)
AC Sparta Praha	33	25,3	67	2.	1.	34,1	1,03
FC Viktoria Plzeň	27	27	72	1.	2.	25,78	0,955
FK Jablonec	31	24,7	64	3.	3.	13,13	0,423
FK Mladá Boleslav	38	24,2	46	4.	4.	12,28	0,323
FC Slovan Liberec	37	23,8	33	12. - 14.	5.	12,2	0,330
SK Slavia Praha	32	23,8	34	11.	6.	11,05	0,345
FK Teplice	32	24,4	38	7. - 8.	7.	9,73	0,304
1.FK Příbram	42	25,5	43	5.	8.	8,55	0,204
Dukla Praha	31	23,5	41	6.	9.	8,48	0,273
FC Baník Ostrava	35	22,6	33	12. - 14.	10.	7,33	0,209
FC Vysočina Jihlava	34	24,4	36	10.	11.	7,33	0,215
FC Hradec Králové	35	24,8	25	15.	12.	6,73	0,192
FC Bohemians 1903	30	25,8	38	7.-8.	13.	6,4	0,213
1. FC Slovácko	36	23,5	37	9.	14.	5,9	0,169
FC Zbrojovka Brno	32	24,8	33	12. - 14.	15.	5,73	0,179
SK Dynamo České Budějovice	34	24,7	22	16.	16.	5,53	0,163

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Graf 1 – Regresní a korelační analýza pro sezonu 2014/15



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

V sezoně 2014/15 Pearsonův korelační koeficient (v grafu označen jako r) nabyl hodnoty 0,825 vyjadřující vysokou závislost hodnoty týmu a finálním počtem získaných bodů. Metodou nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,5152x + 24,305$. Z té je možné vyvodit, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu vede k dosažení o 1,5152 bodu navíc. Jinými slovy, každých přibližně 660 tisíc EUR by znamenalo v konečném součtu bodů 1 bod navíc. Částky je však třeba brát s rezervou. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel 0,6811, tudíž regresní přímka v grafu č. 1 vysvětluje pouze 68,11% rozptylu získaných bodů.

Regresní přímka v grafu č. 1 ukazuje (na základě výpočtů) očekávaný počet bodů. Vyšší počet bodů, než ukazuje křivka, získalo celkem 9 týmů, tedy více než polovina. Byli to FC Zbrojovka Brno, 1. FC Slovácko, FC Bohemians 1905, FC Baník Ostrava, Dukla Praha, 1. FK Příbram, FK Mladá Boleslav, FK Jablonec a vítěz ligy FC Viktoria Plzeň. Nižší počet bodů získalo zbylých 7 týmů, tedy SK Dynamo České Budějovice, FK Hradec Králové, FC Vysočina Jihlava, FK Teplice, SK Slavia Praha,

FC Slovan Liberec a AC Sparta Praha. Nejbližše predikované hodnotě získaných bodů se nachází tým FC Zbrojovka Brno, pro niž vyšla hodnota $y = 32,99$. Tato hodnota je téměř shodná s reálným počtem 33 získaných bodů. Nejdále od regresní přímky se nachází velmi úspěšný tým FK Jablonec (získal 64 bodů oproti predikovaným 44,2) a naopak velmi neúspěšné SK Dynamo České Budějovice (získalo 22 bodů oproti predikovaným 32,68). Musíme vzít ovšem v potaz fakt, že regresní analýza je poněkud zkruslena možností získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

Pomyslné stupně vítězů ročníku obsadily, jistě ne náhodou, týmy s nejvyšší tržní hodnotou. Na třetím místě se v konečné tabulce umístil tým FK Jablonec (13,13 mil. EUR), na druhém nejdražší tým Synot ligy AC Sparta Praha (34,1 mil. EUR) a titul získala plzeňská Viktorie (25,78 mil. EUR). Naopak tým s nejnižší tržní hodnotou, SK Dynamo České Budějovice (5,53 mil. EUR), skončil poslední.

5.1.1. Efektivita

Mé další výpočty vedly k určení „efektivity“ fotbalových týmů v české nejvyšší fotbalové lize v sezoně 2014/15 jako poměr součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize. V tomto měření dopadlo nejlépe 1. FC Slovácko. Tržní hodnota (5,9 mil. EUR) byla ve srovnání s ostatními týmy podprůměrná (třetí nejnižší), přesto tým nakonec skončil na 9. místě v konečné tabulce ligy. Jeden získaný bod pro tým představoval jen 159 459 EUR, což bylo ze všech týmů nejméně. Pod 200 tisíc EUR za bod se dostaly ještě týmy FC Bohemians 1905, FC Zbrojovka Brno a 1. FK Příbram. Nejméně efektivním týmem se stala AC Sparta Praha s částkou 509 tisíc EUR za 1 bod.

Tabulka 4 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2014/15

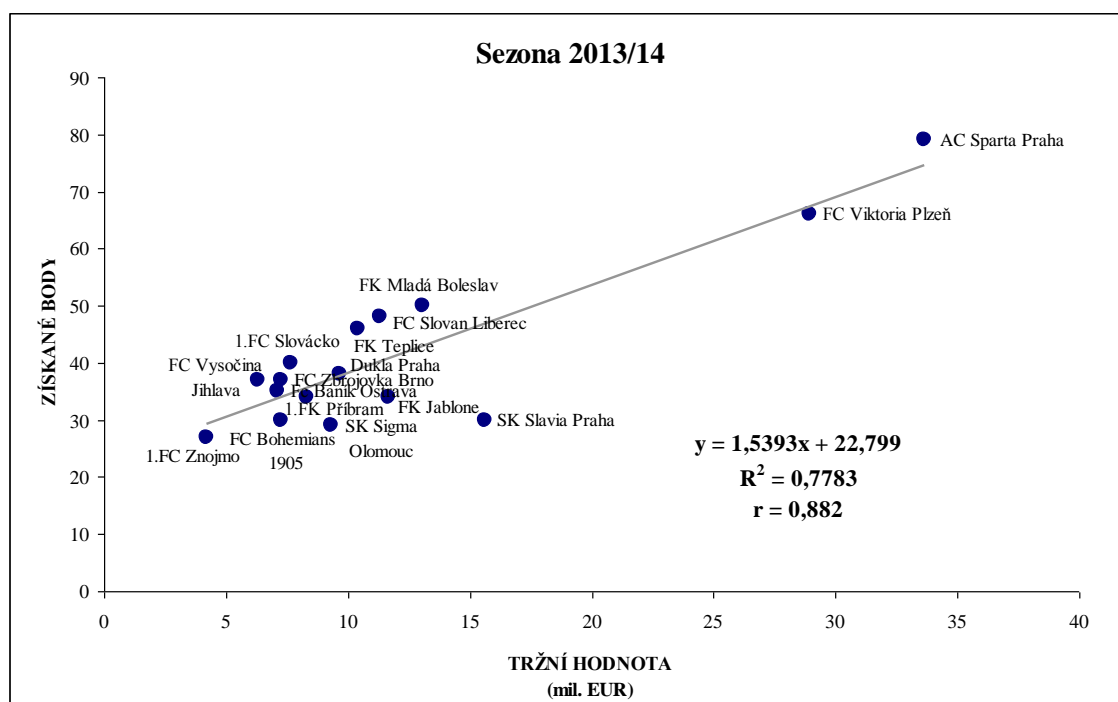
Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
1. FC Slovácko	5,9	37	0,159
FC Bohemians 1905	6,4	38	0,168
FC Zbrojovka Brno	5,73	33	0,174
1. FK Příbram	8,55	43	0,199
FC Vysočina Jihlava	7,33	36	0,204

FK Jablonec	13,13	64	0,205
Dukla Praha	8,48	41	0,207
FC Banik Ostrava	7,33	33	0,222
SK Dynamo České Budějovice	5,53	22	0,251
FK Teplice	9,73	38	0,256
FK Mladá Boleslav	12,28	46	0,267
FC Hradec Králové	6,73	25	0,269
SK Slavia Praha	11,05	34	0,325
FC Viktoria Plzeň	25,78	72	0,358
FC Slovan Liberec	12,2	33	0,370
AC Sparta Praha	34,1	67	0,509

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.2. Sezona 2013/14

Graf 2 – Regresní a korelační analýza pro sezonu 2013/14



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Pearsonův korelační koeficient pro sezonu 2013/14 je roven 0,825. Stejně jako pro sezonu 2014/15 nabyl koeficient hodnoty vyjadřující vysokou závislost mezi tržní hodnotou týmu a finálním počtem získaných bodů. Pomocí metody nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,5393x + 22,799$. Z rovnice jsem vyvodila, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu vedl k dosažení o 1,5393 bodu navíc v závěrečné tabulce Synot ligy. Jinými slovy každých přibližně 650 tisíc EUR tržní hodnoty týmu by znamenalo v konečném součtu 1 bod navíc. Částku je opět nutné brát s rezervou. Ani pro tento ročník nenabyl Pearsonův korelační koeficient

nejvyšší možnou hodnotu 1. Koeficient determinace vyšel 0,7783, regresní přímka v grafu č. 2 tak vysvětluje jen 77,83% rozptylu získaných bodů.

Vyšší počet bodů, než předpovídaly výpočty, získalo celkem 9 týmů, tedy více než polovina. Byly to FC Vysočina Jihlava, FC Baník Ostrava, Zbrojovka Brno, 1. FC Slovácko, Dukla Praha, FK Teplice, FC Slovan Liberec, FK Mladá Boleslav a vítěz ročníku AC Sparta Praha. Nižší počet bodů získalo zbylých 7 týmů, tedy 1. FC Znojmo, 1. FK Příbram, FC Bohemians 1905, SK Sigma Olomouc, FK Jablonec, SK Slavia Praha a FC Viktoria Plzeň. Počet bodů nejbližší predikované hodnotě získala Dukla Praha. Dle výpočtů se dal očekávat zisk 37,7 bodů, což je téměř shodné s reálným počtem 38 získaných bodů. Nejdále od regresní přímky se nachází, v závěrečné tabulce ligy předposlední, tým SK Slavia Praha (získal 30 bodů oproti predikovaným 46,81). Vzhledem k tržní hodnotě byla sezona 2013/14 pro pražskou Slavii velmi nepovedená. Vyjmu-li její výsledek z výpočtu, korelační koeficient stoupne až na hodnotu 0,936. Tento výsledek by znamenal opravdu velmi silnou závislost mezi celkovou tržní hodnotou týmu a jeho výsledkem v podobě získaných bodů.

I zde musíme vzít v potaz fakt, že regresní analýza je poněkud zkreslena možností získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

5.2.1. Efektivita

V sezoně 2013/14 byl nejefektivnějším týmem české nejvyšší fotbalové ligy tým 1. FC Znojmo. Přesto, že skončil poslední, poměr součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize vyšel nejnižší - 0,156 milionu EUR. Na 1 bod v lize tedy připadlo u znojemského klubu 155 556 tisíc EUR tržní hodnoty. Z týmů v popředí tabulky na tom, z pohledu efektivity, byl nejlépe klub čtvrté Mladé Boleslavi. Jeden získaný bod pro tým představoval 261 600 EUR, což bylo téměř o polovinu méně než u v tabulce třetí pražské Slavie (1 bod představoval 520 000 EUR). Právě tým SK Slavia Praha skončil v měření efektivity ze všech nejhůře.

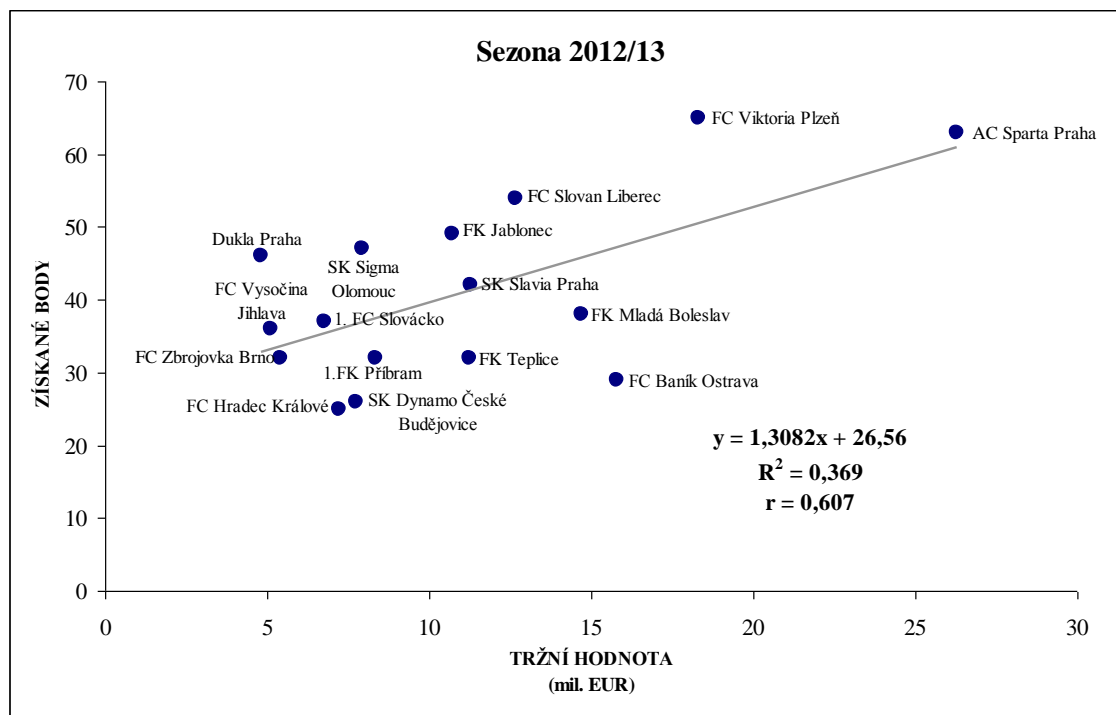
Tabulka 5 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2013/14

Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
1. SC Znojmo	4,2	27	0,156
FC Vysočina Jihlava	6,33	37	0,171
1. FC Slovácko	7,65	40	0,191
FC Zbrojovka Brno	7,28	37	0,197
FC Baník Ostrava	7,13	35	0,204
FK Teplice	10,43	46	0,227
FC Slovan Liberec	11,3	48	0,235
FC Bohemians 1905	7,25	30	0,242
1. FK Příbram	8,33	34	0,245
Dukla Praha	9,65	38	0,254
FK Mladá Boleslav	13,08	50	0,262
SK Sigma Olomouc	9,33	29	0,322
FK Jablonec	11,65	34	0,343
AC Sparta Praha	33,65	79	0,426
FC Viktoria Plzeň	28,93	66	0,438
SK Slavia Praha	15,6	30	0,52

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.3. Sezona 2012/13

Graf 3: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2012/13



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Pro sezonu 2012/13 je Pearsonův korelační koeficient roven 0,607. Tato hodnota spadá do intervalu 0,5 - 0,7 znamenajícího význačnou závislost mezi tržní hodnotou týmu a konečným počtem bodů získaných v této sezoně. Pomocí metody nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,3082x + 26,56$. Ta ukazuje, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu by v sezoně 2012/13 vedl k dosažení o 1,5393 bodu navíc v závěrečné tabulce. 1 bod v lize navíc by tedy přineslo zvýšení tržní hodnoty týmu o 764,4 tisíc EUR. Protože korelační koeficient nenabyl hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel jen 0,369, je nutné tuto částku brát s rezervou. Regresní přímka v grafu č. 3 tak vysvětluje jen 36,9% rozptylu získaných bodů.

Vyšší počet bodů, než ukazuje regresní přímka, získalo celkem 9 týmů. Byly to FC Vysočina Jihlava, 1. FC Slovácko, Dukla Praha, SK Sigma Olomouc, SK Slavia Praha, FK Jablonec FC Slovan Liberec, a vítěz ročníku FC Viktoria Plzeň AC Sparta Praha. Nižší počet bodů získalo zbylých 7 týmů, tedy FC Baník Ostrava, Zbrojovka Brno, FK Teplice, FC Hradec Králové, 1. FK Příbram, FK Mladá Boleslav a SK Dynamo České Budějovice. Nejbližše předikovanému výsledku dopadla SK Slavia Praha. Tým měl podle výpočtů získat 41,3 bodů, což skoro odpovídá reálnému počtu 42 získaných bodů. Naopak nejdále se od regresní přímky nachází tým FC Viktoria Plzeň. Ročník 2012/13 byl pro plzeňský tým velmi úspěšný. Oproti predikované hodnotě získal o 14,49 bodu více a stal se mistrem ligy.

Opět je ale nutné připomenout, že regresní analýza je poněkud zkreslena možností získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

5.3.1. Efektivita

V sezoně 2012/13 byla nejefektivnějším týmem české nejvyšší fotbalové ligy Dukla Praha. Přesto, že měla Dukla ze všech týmů nejnižší tržní hodnotu, dokázala skončit na 6. místě ligy. Poměr součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize vyšel 0,104 milionu EUR. Na 1 bod v lize tedy připadlo 104 348 tisíc EUR tržní hodnoty Dukly. Nejhůře v tomto měření dopadl 13. tým konečné tabulky SK Slavia Praha. Na jeden ligový bod u ní připadlo přes půl milionu EUR tržní hodnoty týmu.

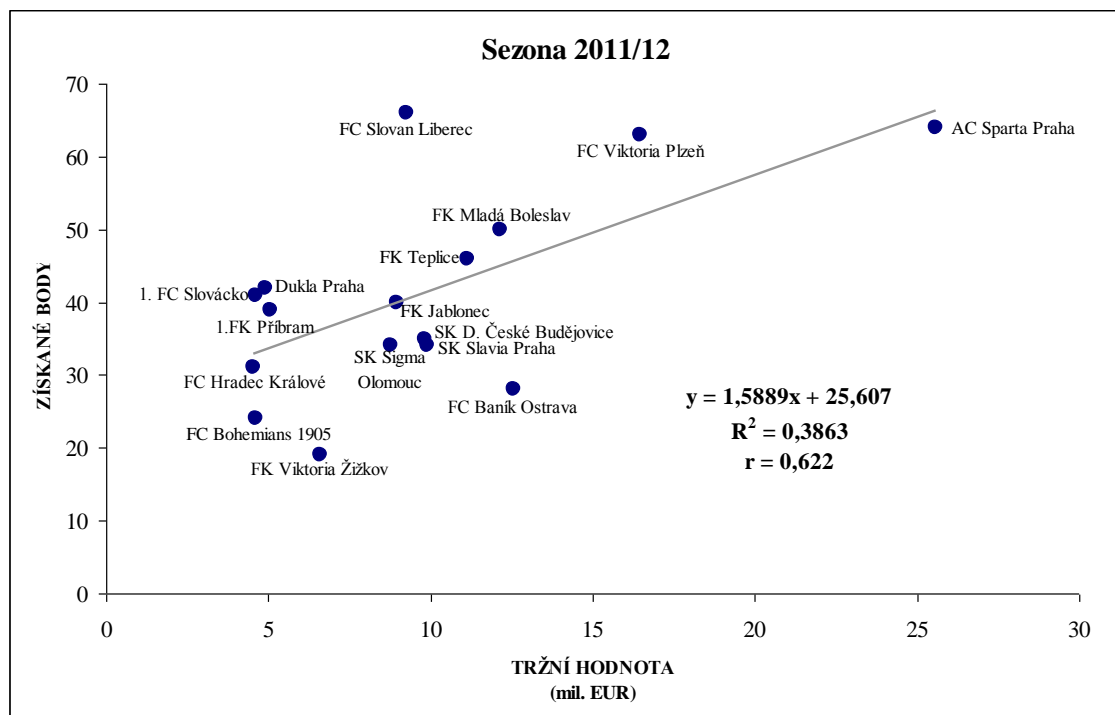
Tabulka 6 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2012/13

Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
Dukla Praha	4,8	46	0,104
FC Vysočina Jihlava	5,12	36	0,142
SK Sigma Olomouc	7,93	47	0,169
FC Zbrojovka Brno	5,43	32	0,170
1. FC Slovácko	6,78	37	0,183
FK Jablonec	10,7	49	0,218
FC Slovan Liberec	12,68	54	0,235
1.FK Příbram	8,35	32	0,261
SK Slavia Praha	11,28	42	0,269
FC Viktoria Plzeň	18,31	65	0,282
FC Hradec Králové	7,2	25	0,288
SK Dynamo České Budějovice	7,73	26	0,297
FK Teplice	11,23	32	0,351
FK Mladá Boleslav	14,7	38	0,387
AC Sparta Praha	26,28	63	0,417
FC Baník Ostrava	15,8	29	0,545

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.4. Sezona 2011/12

Graf 4: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2011/12



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Hodnota 0,622 Paersonova korelačního koeficientu vyjadřuje význačnou závislost hodnoty týmu a finálním počtem získaných bodů. Pomocí metody nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,5889x + 25,607$. Ta ukazuje, že každý 1 milion EUR tržní hodnoty týmu navíc by znamenal v konečné tabulce o 1,5889 bodu navíc. Jeden bod pak tedy přibližně 629 tisíc EUR. Částky je ovšem nutné brát s rezervou. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel 0,3863, tudíž regresní přímka v grafu č. 4 vysvětluje pouze 38,63% rozptylu získaných bodů.

Polovina týmů (1. FK Příbram, 1. FC Slovácko, Dukla Praha, FK Jablonec, FK Teplice, FK Mladá Boleslav, FC Slovan Liberec a FC Viktoria Plzeň) měla na konci sezony 2011/12 vyšší počet bodů, než ukazuje regresní přímka. Nejbliže k ní skončil tým FK Jablonec, který získal 40 bodů, což je téměř shodné s predikovanou hodnotou y 39,88. Naopak největší rozdíl (necelých 26 bodů) mezi predikovaným a skutečným počtem získaných bodů zaznamenal FC Slovan Liberec

Pod úrovní regresní přímky skončily týmy FK Hradec Králové, SK Dynamo České Budějovice, FC Bohemians, SK Slavia Praha, SK Sigma Olomouc, AC Sparta Praha, FC Baník Ostrava a FK Viktoria Žižkov. Nejhoršího výsledku pohledu tržní hodnoty dosáhly poslední dva jmenované týmy.

5.4.1. Efektivita

Z pohledu efektivity (jako poměru součtu všech tržních hodnot hráčů týmu a jejich celkového výsledku dosaženého v lize) dopadl v sezoně 2011/12 nejlépe tým z Uherského Hradiště, 1. FC Slovácko. Tržní hodnota 4,63 milionu EUR byla ve srovnání s ostatními hodnotami ostatních týmů podprůměrná (třetí nejnižší), přesto tým nakonec v konečné tabulce ligy skončil na 7. místě. Jeden získaný bod pro tým představoval jen 112 927 EUR. Podobně dobrého výsledku, se 117 tisíci EUR na jeden bod, dosáhla pražská Dukla. Pod 150 tisíc EUR na bod se dostaly ještě 1.FK Příbram, FC Hradec Králové a vítěz ročníku FC Slovan Liberec. Nejméně efektivním týmem se stala FC Baník Ostrava s částkou 448 216 EUR na 1 bod.

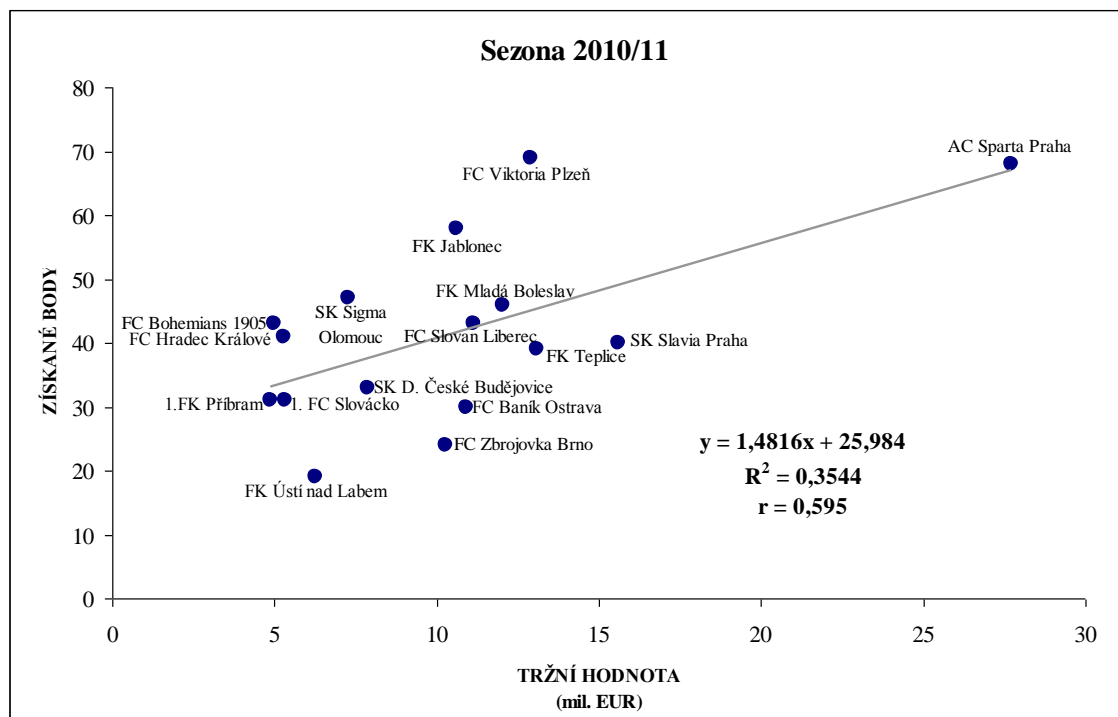
Tabulka 7 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2011/12

Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
1. FC Slovácko	4,63	41	0,113
Dukla Praha	4,93	42	0,117
1. FK Příbram	5,05	39	0,129
FC Slovan Liberec	9,28	66	0,141
FC Hradec Králové	4,55	31	0,147
FC Bohemians 1905	4,6	24	0,192
FK Jablonec	8,98	40	0,225
FK Teplice	11,15	46	0,242
FK Mladá Boleslav	12,15	50	0,243
SK Sigma Olomouc	8,79	34	0,259
FC Viktoria Plzeň	16,45	63	0,261
SK Dynamo České Budějovice	9,81	35	0,280
SK Slavia Praha	9,9	34	0,291
FK Viktoria Žižkov	6,6	19	0,347
AC Sparta Praha	25,58	64	0,4
FC Baník Ostrava	12,55	28	0,448

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.5. Sezona 2010/11

Graf 5: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2010/11



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Pearsonův korelační koeficient pro sezonu 2010/11 vyšel 0,595, což je hodnota vyjadřující význačnou závislost mezi tržní hodnotou týmu a finálním počtem získaných bodů. Rovnice regresní přímky vyšla $y = 1,4816x + 25,984$. Z té je možné vyvodit, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu by vedl k dosažení o 1,4816 bodu navíc v závěrečné tabulce Synot ligy. Jeden bod je tedy roven 674 946 EUR tržní hodnoty týmu. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1. a proto je nutné brát tyto částky s rezervou. Koeficient determinace vyšel 0,3544, regresní přímka v grafu č. 5 tak vysvětluje jen 35,54% rozptylu získaných bodů.

Regresní přímka v grafu č. 5 rozdělila týmy na dvě poloviny. Vyšší počet bodů, než křivka ukazuje, získaly týmy AC Sparta Praha, FC Slovan Liberec, FK Jablonec, FC Viktoria Plzeň, FK Mladá Boleslav, SK Sigma Olomouc, FC Bohemians 1905 a FC Hradec Králové. Pro zbylé týmy (FC Baník Ostrava, Zbrojovka Brno, 1. FC Slovácko, SK Slavia Praha, FK Teplice, 1. FK Příbram, FK Ústí nad Labem a SK Dynamo České Budějovice) sezona dopadla hůře, než předpokládaly výpočty.

Nejblíže křivce se nacházejí FC Slovan Liberec a pražská Sparta. Oba týmy získaly o necelý bod více, než bylo predikováno. Nejdále od regresní přímky se nachází vítězný tým ročníku FK Viktoria Plzeň (získal 69 bodů namísto předpovídaných 45).

Opět musíme vzít v potaz fakt, že regresní analýza je poněkud zkreslena možnostmi získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

5.5.1. Efektivita

V sezoně 2010/11 byl nejefektivnějším týmem české nejvyšší fotbalové ligy tým FC Bohemians 1905. Přesto, že tržní hodnota týmu byla druhá nejnižší, dokázal tým v závěrečné tabulce vybojovat šesté místo. Poměr součtu všech jeho tržních hodnot hráčů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize vyšel nejnižší - 0,116 milionu EUR. Na 1 bod v lize tedy připadlo 115 814 EUR tržní hodnoty. Nejméně efektivním se v sezoně stal předposlední tým tabulky FC Zbrojovka Brno (428 333 EUR na bod).

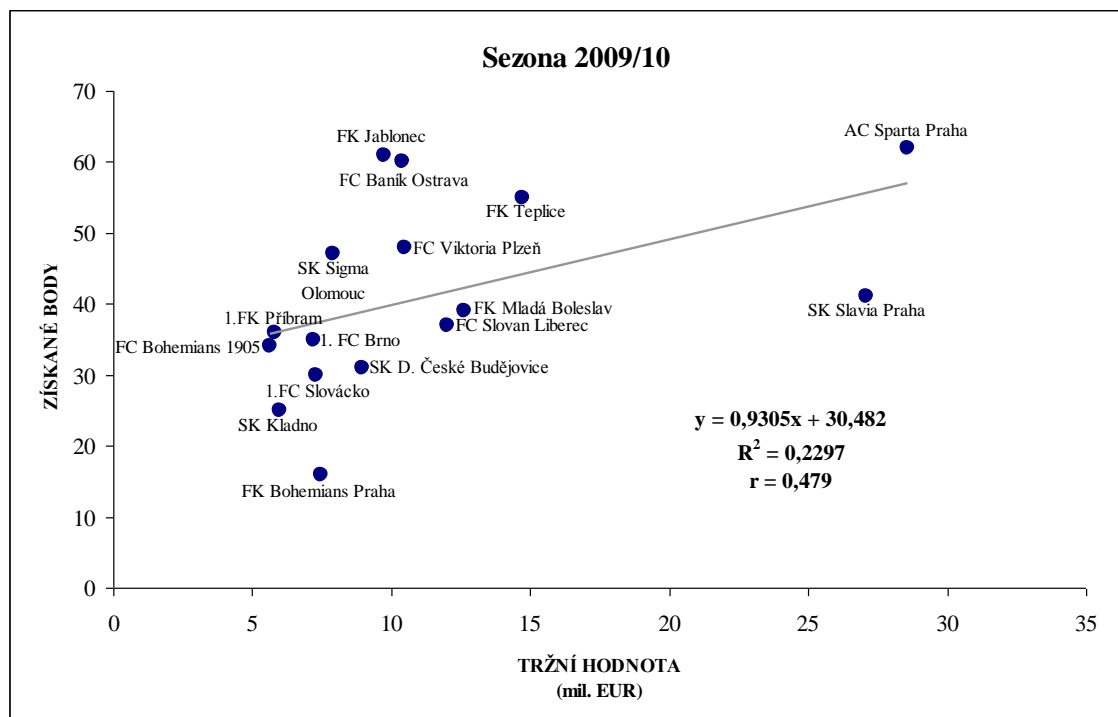
Tabulka 8 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2010/11

Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
FC Bohemians 1905	4,98	43	0,116
FC Hradec Králové	5,28	41	0,129
SK Sigma Olomouc	7,28	47	0,155
1. FK Příbram	4,88	31	0,157
1. FC Slovácko	5,33	31	0,172
FK Jablonec	10,63	58	0,183
FC Viktoria Plzeň	12,9	69	0,187
SK Dynamo České Budějovice	7,89	33	0,239
FC Slovan Liberec	11,15	43	0,259
FK Mladá Boleslav	12,03	46	0,262
FK Ústí nad Labem	6,25	19	0,329
FK Teplice	13,1	39	0,336
FC Baník Ostrava	10,9	30	0,363
SK Slavia Praha	15,6	40	0,39
AC Sparta Praha	27,73	68	0,408
FC Zbrojovka Brno	10,28	24	0,428

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.6. Sezona 2009/10

Graf 6: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2009/10



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Pro sezonu 2009/10 je Pearsonův korelační koeficient roven 0,479. Tato hodnota spadá do intervalu 0,3 - 0,5 znamenajícího mírnou závislost mezi tržní hodnotou týmu a konečným počtem bodů získaných v této sezoně. Pomocí metody nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 0,9305x + 30,482$. Ta ukazuje, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu by v této sezoně vedl k dosažení o 0,9350 bodu navíc v závěrečné tabulce. 1 bod v lize navíc by tedy přineslo zvýšení tržní hodnoty týmu o 1,07 milionu EUR. Protože korelační koeficient nenabyl hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel jen 0,2297, je nutné tuto částku brát s rezervou. Regresní přímka v grafu č. 6 tak vysvětluje pouhých 22,97% rozptylu získaných bodů.

Vyšší počet bodů než ukazuje regresní přímka získalo celkem 7 týmů, tedy méně než polovina. Byly to týmy FC Viktoria Plzeň, FK Teplice, AC Sparta Praha, SK Sigma Olomouc, FC Baník Ostrava, 1. FK Příbram a FK Jablonec, který skončil od křivky nejvýš. Naopak nejnižší se od ní nachází FK Bohemians Praha. Tým získal o 21,44 bodů méně, než předpovídal výpočet. Další kluby pod úrovní přímky jsou SK Slavia Praha, FK Mladá Boleslav, FC Slovan Liberec, 1. FC Slovácko, SK Dynamo České Budějovice, 1. FC Brno, FC Bohemians 1905 a SK Kladno.

Regresní analýza může být ovšem poněkud zkreslena možností získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

5.6.1. Efektivita

V sezoně 2009/10 byl nejefektivnějším týmem české nejvyšší fotbalové ligy FK Jablonec. Poměr součtu všech tržních hodnot hráčů jabloneckého týmu a jejich celkového výsledku dosaženého v lize vyšel 0,160 milionu EUR. Na 1 bod v lize tedy připadlo 159 508 EUR tržní hodnoty týmu. Nejhuře v tomto měření dopadl 10. tým konečné tabulky SK Slavia Praha. Na jeden ligový bod u ní připadlo přes půl milionu EUR tržní hodnoty týmu.

Tabulka 9 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2009/10

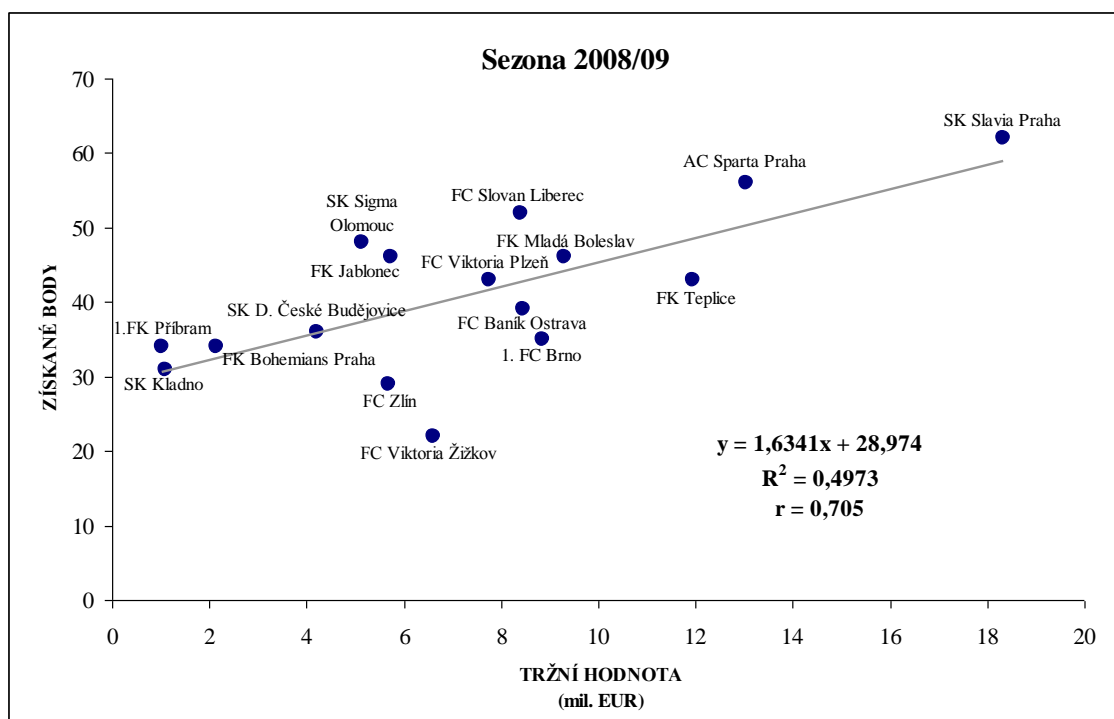
Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
FK Jablonec	9,73	61	0,160
1. FK Příbram	5,83	36	0,162

FC Bohemians 1905	5,63	34	0,166
SK Sigma Olomouc	7,93	47	0,169
FC Baník Ostrava	10,38	60	0,173
1. FC Brno	7,23	35	0,207
FC Viktoria Plzeň	10,48	48	0,218
SK Kladno	5,98	25	0,239
1. FC Slovácko	7,3	30	0,243
FK Teplice	14,73	55	0,268
SK Dynamo České Budějovice	8,94	31	0,288
FK Mladá Boleslav	12,63	39	0,324
FC Slovan Liberec	12	37	0,324
AC Sparta Praha	28,58	62	0,461
FK Bohemians Praha	7,48	16	0,468
SK Slavia Praha	27,09	41	0,661

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.7. Sezona 2008/09

Graf 7: Regresní a korelační analýza pro sezону 2008/09



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Graf č. 7 ukazuje hodnotu Pearsonova korelačního koeficientu (označen r) 0,705 vyjadřující vysokou závislost hodnoty týmu a finálního počtu získaných bodů. Metodou nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,6341x + 28,974$. Z té je možné vyvodit, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu vede k dosažení o 1,6341 bodu navíc. Jinými slovy každých přibližně 612 tisíc EUR by znamenalo

v konečném součtu bodů 1 bod navíc. Tvrzení je však třeba brát s rezervou. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel 0,4973, tudíž regresní přímka v grafu č. 7 vysvětluje méně než polovinu (49,73%) rozptylu získaných bodů.

Vyšší počet bodů, než ukazuje regresní přímka, získalo celkem 11 týmů, tedy více než polovina. Byli to SK Slavia Praha, AC Sparta Praha, FC Slovan Liberec, FK Mladá Boleslav, 1. FK Příbram, FK Jablonec, FC Viktoria Plzeň, SK Kladno, SK Dynamo České Budějovice, FK Bohemians Praha a SK Sigma Olomouc. Nejbližší přímce se v grafu nachází týmy z Kladna a Českých Budějovic, které predikovaný počet bodů překonaly o méně než půlbod. Zbýlých pět týmů (FK Teplice, SK FC Baník Ostrava, 1. FC Brno, FC Zlín a FC Viktoria Žižkov) skončilo pod křivkou, tedy pod výpočty očekávaným bodovým ziskem. Nejhůře, z pohledu tržní hodnoty, dopadla sezona pro FC Viktoria Žižkov. Se svou hodnotou 6,6 milionu EUR “měl“ tým získat necelých 40 bodů, dosáhl však pouze na 22 z nich. Stejně jako v ostatních sezonách musíme vzít v potaz fakt, že regresní analýza je zkrslena možností získat pouze celý počet bodů.

5.7.1. Efektivita

Nejlepšího poměru součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize, dosáhl v sezoně 2008/09 tým s nejnižší tržní hodnotou, 1. FK Příbram. Jeden získaný bod pro tým představoval jen 30 294 EUR, což bylo nejméně nejen v této sezoně ale i v celém sledovaném období. Pod 100 tisíc EUR za bod se dostaly ještě týmy SK Kladno (35 483 EUR) a SK Bohemians Praha (63 235 EUR). Nejméně efektivním týmem se stal poslední tým konečné tabulky FK Viktoria Žižkov s částkou 300 tisíc EUR své tržní hodnoty na 1 bod.

Tabulka 10 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2008/09

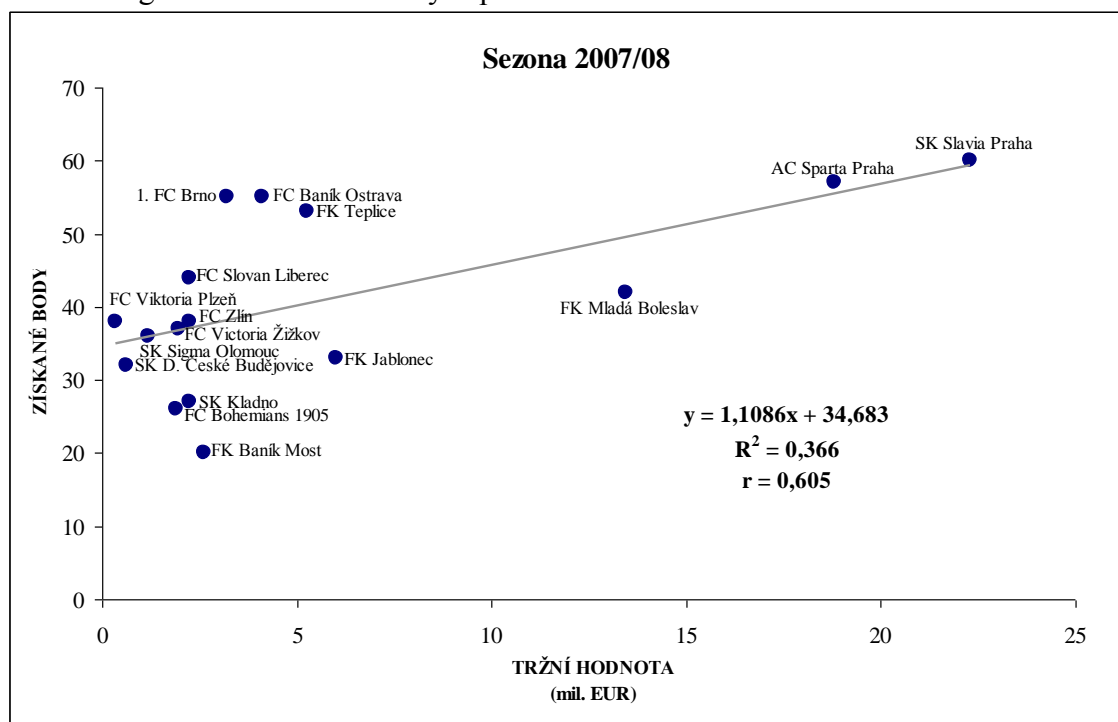
Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
1. FK Příbram	1,03	34	0,03
SK Kladno	1,1	31	0,035
FK Bohemians Praha	2,15	34	0,063
SK Sigma Olomouc	5,14	48	0,107

SK Dynamo České Budějovice	4,21	36	0,117
FK Jablonec	5,73	46	0,125
FC Slovan Liberec	8,41	52	0,162
FC Viktoria Plzeň	7,76	43	0,180
FC FASTAV Zlín	5,69	29	0,196
FK Mladá Boleslav	9,3	46	0,202
FC Baník Ostrava	8,45	39	0,217
AC Sparta Praha	13,05	56	0,233
1.FC Brno	8,85	35	0,253
FK Teplice	11,95	43	0,278
SK Slavia Praha	18,33	62	0,296
FK Viktoria Žižkov	6,6	22	0,3

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.8. Sezona 2007/08

Graf 8: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2007/08



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Pearsonův korelační koeficient vyšel v sezoně 2007/08 0,825, což vyjadřuje vysokou závislost hodnoty týmu a finálního počtu získaných bodů. Rovnice regresní přímky $y = 1,1086x + 34,683$ říká, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu vede k dosažení o 1,1086 bodu navíc. Jinými slovy každých přibližně 902 tisíc EUR by znamenalo v konečné tabulce ročníku 1 bod navíc. Částky je však třeba brát s rezervou. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1 a koeficient

determinace vyšel 0,366, proto regresní přímka v grafu č. 8 vysvětluje pouze 36,6% rozptylu získaných bodů.

Nad regresní přímku se v grafu nachází 10 týmů (AC Sparta Praha, SK Slavia Praha, FK Teplice, 1. FC Brno, FC Baník Ostrava, FC Slovan Liberec, FK Viktoria Žižkov, FC FASTAV Zlín, FC Viktoria Plzeň a SK Sigma Olomouc) z nichž nejbliže je jí tým z Olomouce. Pod její úrovní skončily týmy FK Mladá Boleslav, FK Jablonec, FK Baník Most, FC Bohemians 1905, SK Kladno a SK Dynamo České Budějovice. Největší úspěch si v tomto směru připsal tým 1. FC Brno s necelými 17 body navíc, oproti předikovanému počtu. K propadáků sezony naopak vedly výkony mosteckého týmu, který za sezonu získal „pouhých“ 20 bodů a nachází se pod regresní přímku nejnižší. Musíme vzít ovšem v potaz, že regresní analýza je poněkud zkreslena možností získat pouze celý počet bodů a nikoliv počet bodů s desetinnými místy.

5.8.1. Efektivita

Další výpočty vedly k určení „efektivity“ fotbalových týmů v české nejvyšší fotbalové lize v sezoně 2007/08 jako poměr součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize. Nejlépe dopadl tým FC Viktoria Plzeň s (dnes neuvěřitelnou) částkou 9 211 EUR tržní hodnoty na jeden získaný bod. Na opačném konci tabulky efektivity je tým, u kterého na jeden bod připadá 41krát větší částka než v předchozím případě, SK Slavia Praha.

Tabulka 11 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2007/08

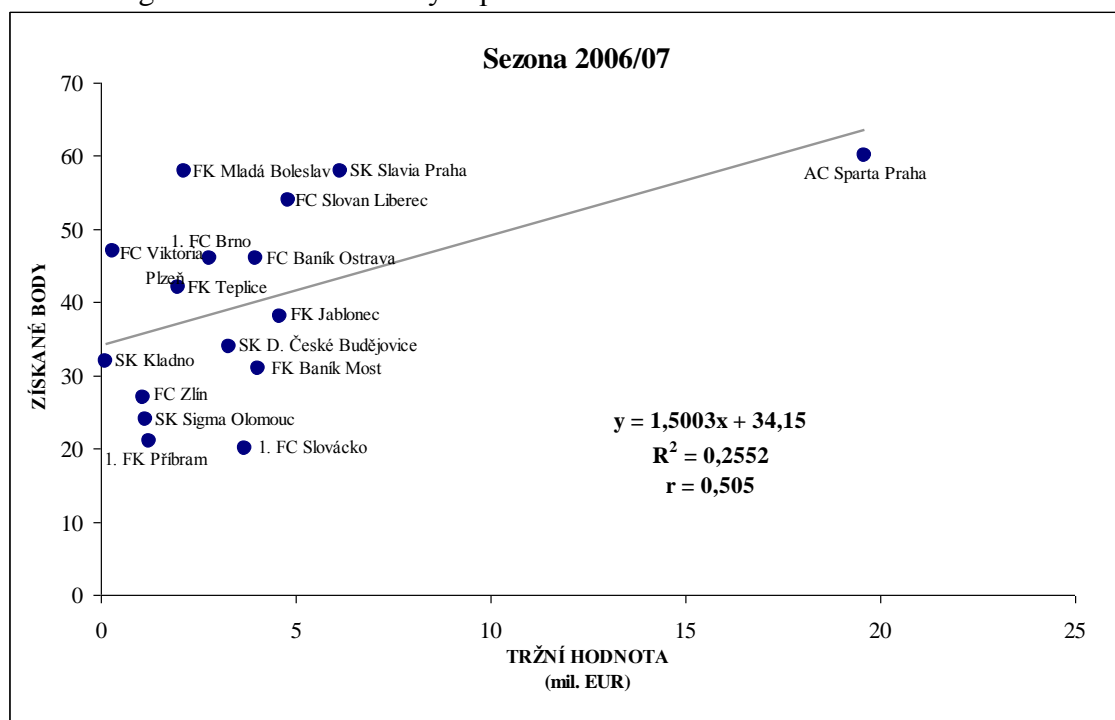
Tým	Celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	Celkový počet získaných bodů	Efektivita (mil. EUR za 1 bod)
FC Viktoria Plzeň	0,35	38	0,009
SK Dynamo České Budějovice	0,625	32	0,02
SK Sigma Olomouc	1,18	36	0,033
FC Slovan Liberec	2,25	44	0,051
FK Viktoria Žižkov	1,95	37	0,053
1. FC Brno	3,2	55	0,058
FC FASTAV Zlín	2,25	38	0,059
FC Bohemians 1905	1,9	26	0,073
FC Baník Ostrava	4,1	55	0,075
SK Kladno	2,25	27	0,083
FK Teplice	5,25	53	0,099

FK Baník Most	2,63	20	0,132
FK Jablonec	6	33	0,182
FK Mladá Boleslav	13,45	42	0,320
AC Sparta Praha	18,8	57	0,330
SK Slavia Praha	22,28	60	0,371

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.9. Sezona 2006/07

Graf 9: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2006/07



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

0,505 je hodnota, které Pearsonův korelační koeficient nabyl v sezoně 2006/07. vyjadřuje význačnou závislost tržní hodnoty týmu na finálním počtu získaných bodů v lize. Metodou nejmenších čtverců jsem vypočítala rovnice regresní přímky $y = 1,5003x + 24,15$. Z té je možné vyvodit, že každý další 1 milion EUR tržní hodnoty týmu vede k dosažení o 1,5003 bodu navíc. Jinými slovy každých 660 553 EUR by znamenalo v konečné tabulce 1 bod navíc. Částky je však třeba brát s rezervou. Pearsonův korelační koeficient nenabyl nejvyšší možnou hodnotu 1 a koeficient determinace vyšel 0,6811, regresní přímka v grafu č. 9 tedy vysvětluje pouze 68,11% rozptylu získaných bodů.

Sedm týmů (SK Slavia Praha, FC Slovan Liberec, FC Baník Ostrava, 1. FC Brno, FK Mladá Boleslav, FK Teplice a FC Viktoria Plzeň) získalo vyšší počet bodů, než ukazuje regresní přímka. Nejvýše se nad ní nachází tým z Mladé Boleslavi se

ziskem 58 bodů oproti 37,4 predikovaným. Nejdále od křivky směrem dolů se umístil tým 1. FC Slovácko, který dosáhl jen na polovinu předpovídaných bodů. Pod bodovou hranicí vyznačenou regresní přímkou skončili i hráči z AC Sparta Praha, FK Jablonec, FK Baník Most, SK Dynamo České Budějovice, SK Kladno, SK Sigma Olomouc, FC FASTAV Zlín a 1. FK Příbram. Nejbližše vypočítané hodnotě získaných bodů dopadl tým SK Kladno.

Regresní analýza může být zkrácena možnostmi získat pouze celý počet bodů.

5.9.1. Efektivita

Z měření efektivity fotbalových týmů v české nejvyšší fotbalové lize v sezoně 2014/15 (jako poměr součtu všech tržních hodnot hráčů týmů a jejich celkového výsledku dosaženého v lize) vyšel vítězně tým SK Kladno. Jeden získaný bod pro tým představoval jen 3 906 EUR. Pod 10 tisíc EUR za bod se dostala ještě plzeňská Viktorie. Nejméně efektivním týmem se stala AC Sparta Praha s částkou 327 tisíc EUR tržní hodnoty na 1 bod.

Tabulka 12 – Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2006/07

Tým	celková tržní hodnota týmu (mil. EUR)	celkový počet získaných bodů	efektivita (mil. EUR za 1 bod)
SK Kladno	0,125	32	0,004
FC Viktoria Plzeň	0,3	47	0,006
FK Mladá Boleslav	2,15	58	0,037
FC FASTAV Zlín	1,1	27	0,041
FK Teplice	2	42	0,048
SK Sigma Olomouc	1,15	24	0,048
1. FK Příbram	1,25	21	0,060
1. FC Brno	2,8	46	0,061
FC Baník Ostrava	3,98	46	0,087
FC Slovan Liberec	4,8	54	0,089
SK Dynamo České Budějovice	3,3	34	0,097
SK Slavia Praha	6,15	58	0,106
FK Jablonec	4,6	38	0,121
FK Baník Most	4,05	31	0,131
1. FC Slovácko	3,7	20	0,185
AC Sparta Praha	19,6	60	0,327

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

5.10. Souhrn

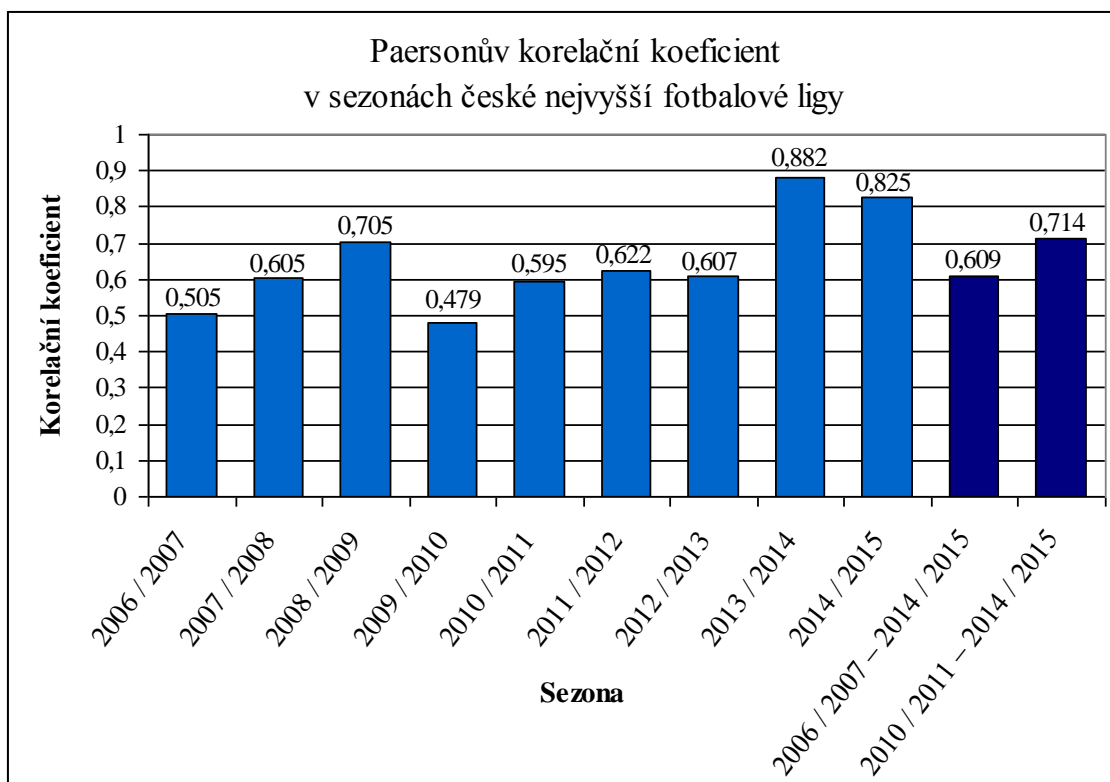
V této podkapitole jsou výsledky výzkumu z celého sledovaného období, tedy od sezony 2006/2007 do 2014/15. Právě od této sezony 2006/07 jsou volně dostupné tržní hodnoty všech hráčů, tedy i týmů účastnících se české nejvyšší fotbalové ligy.

Tabulka 13: Paersonův korelační koeficient v jednotlivých sezonách české nejvyšší fotbalové ligy

Sezona	Pearsonův korelační koeficient
2014/2015	0,825
2013/2014	0,882
2012/2013	0,607
2011/2012	0,622
2010/2011	0,595
2009/2010	0,479
2008/2009	0,705
2007/2008	0,605
2006/2007	0,505
2010/11 – 2014/15	0,714
2006/07 – 2014/15	0,609

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Graf 10 – Paersonův korelační koeficient v sezonách české nejvyšší fotbalové ligy



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Jak znázorňuje graf, nejnižší hodnotu ve sledovaném období nabyl Pearsonův korelační koeficient v sezoně 2009/10 a to 0,479. Tato hodnota se nachází v intervalu mírné závislosti. Nižší hodnota může být způsobena nadočekávaním dobrým nebo špatným výsledkem nějakého z týmů. V sezoně 2009/10 to mohl být například dobrý výsledek FK Jablonec, či slabší výsledek pražské Slavie. Jablonecký tým s tržní hodnotou 8,94 milionů EUR (8. místo v pořadí) se umístil hned za nejdražším týmem ročníku, AC Sparta Praha (28,58 mil. EUR). Naopak druhá nejdražší SK Slavia Praha skončila v závěrečné tabulce až sedmá. Při odebrání výsledků těchto dvou týmů vyšel korelační koeficient 0,669, což vyjadřuje značnou závislost.

Poslední dva sloupce v grafu znázorňují hodnotu korelačního koeficientu spočítanou pro posledních pět a posledních devět sezon. Od sezony 2006/07 do poslední dohrané sezony (2014/15) je korelační koeficient 0,609 vyjadřující význačnou závislost tržní hodnotou týmu a počtem získaných bodů. Pro posledních pět sezon je hodnota koeficientu 0,714, což vyjadřuje dokonce vysokou závislost.

Tabulka 14: Týmy s nejvyšší a nejnižší efektivitou v jednotlivých sezonách české nejvyšší fotbalové ligy

Sezona	Nejefektivnější tým	Nejméně efektivní tým
2014/2015	1. FC Slovácko (0,159)	AC Sparta Praha (0,509)
2013/2014	1. SC Znojmo (0,156)	SK Slavia Praha (0,52)
2012/2013	Dukla Praha (0,104)	FC Baník Ostrava (0,575)
2011/2012	1. FC Slovácko (0,113)	FC Baník Ostrava (0,448)
2010/2011	FC Bohemians 1905 (0,116)	FC Zbrojovka Brno (0,428)
2009/2010	FK Jablonec (0,160)	SK Slavia Praha (0,661)
2008/2009	1. FK Příbram (0,03)	FK Viktoria Žižkov (0,3)
2007/2008	FC Viktoria Plzeň (0,09)	SK Slavia Praha (0,371)
2006/2007	SK Kladno (0,04)	AC Sparta Praha (0,327)

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Nejefektivnějším týmem, v celém sledovaném období, se stala v sezoně 2008/09 1. FK Příbram (0,03 mil. EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod). Naopak nejméně efektivní byl v sezoně 2009/10 tým pražské Slavie (0,661 mil. EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod).

6. DISKUSE

V této části práce se podrobněji zabývám vyhodnocením hlavního a dílčích cílů práce, diskusi o jejich naplnění a snažím se nalézt shody či rozpory v porovnání s teoretickými poznatky.

Dílčí cíle stanovené v úvodu práce byly splněny a vedly k naplnění hlavního cíle mé diplomové práce. Tím bylo určení závislosti velikosti tržní hodnoty týmů české nejvyšší fotbalové ligy a jejich výsledku dosaženému v této lize. Výsledky podporují názor, že týmy s vyšší tržní hodnotou mají skutečně větší šance dosáhnout na úspěch v lize. *Určitou závislost kvality týmu vyjádřenou v penězích na dosaženém výsledku prokazují také další výzkumy (Kesenne (2000), Goossens (2005) a Lee (2010)).* Tito autoři se, stejně jako já, orientují zejména na národní ligy, kde výsledky několika málo zápasů většinou nehrají v celkovém hodnocení zásadní roli. Během jedné ligové sezony odehraje každý tým velký počet utkání, a třebaže některá z nich ovlivní šťastná či nešťastná událost, kvalita týmu se v celkovém součtu všech utkání většinou projeví.

Největší šance na získání titulu by tak měl mít tým, jehož tržní hodnota je ze všech týmů v soutěži nejvyšší. Tohoto postu dosáhly, v období od sezony 2006/07 až dodnes, pouze dva týmy. V sezoně 2007/08 a 2008/09 to byla SK Slavia Praha, v ostatních ročnících pak AC Sparta Praha. Slavia předpoklad naplnila a oba tyto ročníky opravdu vyhrála. Spartě se podařilo zvítězit “jen“ třikrát (2006/07, 2009/10 a 2013/14), ve zbylých čtyřech ročnících brala pomyslné stříbro. V sezoně 2010/11 titul získal tým se čtvrtou nejvyšší tržní hodnotou FC Viktoria Plzeň. Výhru plzeňský tým zopakoval i v sezonách 2012/13 a 2014/15, tentokrát byla ovšem jeho tržní hodnota již druhá nejvyšší. Z pohledu tržní hodnoty je asi nejpřekvapivější vítěz ročníku 2011/12 Slovan Liberec s “až“ sedmou tržní hodnotou v pořadí.

Naopak týmy s nejnižší tržní hodnotou, a tedy nejmenší šancí na úspěch, svůj osud většinou nenaplní. Výjimkou jsou pouze poslední dva ročníky, kdy týmy 1. SC Znojmo v sezoně 2013/14 a SK Dynamo České Budějovice v sezoně 2014/15 skončily skutečně poslední. Druhá polovina tabulky tržních hodnot je více vyrovnaná, což může být důvodem, proč nejlevnější týmy nepatří k týmům sestupujícím. Například v sezoně 2014/15 byl rozdíl tržní hodnoty nejdražší AC Sparta Praha a osmé 1. FK Příbram 25,55 milionu EUR, zatímco mezi 9. pražskou Duklou a posledním týmem SK Dynamo České Budějovice jen 2,92 milionu EUR.

Nejlepším výsledkem týmu s nejnižší tržní hodnotou je šesté místo Dukly Praha v sezoně 2012/13. Předstihnout v závěrečné tabulce ligy deset soupeřů s vyšší tržní hodnotou se podařilo i plzeňské Viktorii, která se v sezoně 2006/07 umístila na pátém místě. Z opačného pohledu je rekordmanem FC Baník Ostrava. V sezoně 2011/12 před sebe tým v konečném součtu “pustil“ jedenáct týmů s nižší, třeba i třetinovou, tržní hodnotou a skončil až čtrnáctý. Do další sezony 2012/13 Baník vstupoval hodnotněji o 3,25 milionu EUR. Ani to mu ovšem nepomohlo a výsledek z předešlé sezony zopakoval.

Regresní přímky v grafech (v kapitole 5) ukazují, jakého počtu bodů by, na základě výpočtů, měl tým v sezoně získat. Nachází-li se tým nad touto křivkou, dosáhl lepšího výsledku, než bylo předpovídáno, naopak pro týmy pod regresní přímkou sezona nebyla úspěšná. Nejlepší výsledek oproti predikované hodnotě zaznamenal tým FC Slovan Liberec. Tým měl na konci sezony 2011/12 na svém kontě 66 bodů oproti předpovídaným 40,4 bodů. Nejdále od regresní přímky směrem dolů se nachází Bohemians Praha, kteří v sezoně 2009/10 získali 16 bodů oproti výpočty očekávaným 37,4 bodům.

Přesto, že určování či hodnocení tržních hodnot jednotlivých hráčů není cílem mé práce, nejcennější hráči ligy za zmínku stojí. V sezoně 2014/15 jimi byli Ladislav Krejčí (4,5 mil. EUR) a Ladislav Kadlec (5 mil. EUR) hrající za AC Sparta Praha. Dohromady je hodnota těchto dvou hráčů úctyhodných 9,5 milionu EUR. Takovéto celkové tržní hodnoty nedosáhlo devět týmů ročníku. Přitom je jasné, že by tato dvojice sama neporazila žádný z těchto týmů. Například pražskou Duklu, jež má tržní hodnotu 8,48 mil. EUR, nedokázal venku porazit ani celý tým Sparty (34,1 mil. EUR).

Kromě závislosti tržní hodnoty týmu a výsledku v české nejvyšší fotbalové lize, jsem hodnotila také efektivitu týmů jako poměr kvality (vyjádřené celkovou tržní hodnotou týmu) a celkového výsledku dosaženého v lize. Nejefektivnějším týmem, v celém sledovaném období, se stala v sezoně 2008/09 1. FK Příbram s 0,03 milionu EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod. Naopak nejméně efektivní byl v sezoně 2009/10 tým s 0,661 milionu EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod, SK Slavia Praha. Z výsledných výpočtů efektivity se dá vyvodit, že s rostoucí tržní hodnotou týmu klesá jeho efektivita.

Ve sledovaných sezonách patřil vždy nejméně efektivní tým zároveň mezi tři nejdražší. S výjimkou jedné sezony to platí i opačně. Tedy, že nejefektivnější tým patřil mezi tři nejlevnější. Jinak tomu bylo jen v sezoně 2009/10. Nejefektivnějším týmem ligy se stal osmý nejdražší tým v pořadí, FK Jablonec. Sezona 2009/10 nám přinesla i nejhorší výsledek z pohledu efektivity. Předvedl ho tým SK Slavia Praha. Na jeden jimi získaný bod v závěrečné tabulce připadlo 660 tisíc EUR tržní hodnoty týmu. Nutno však podotknout, že ani při maximálním úspěchu by týmy s nejvyšší tržní hodnotou v lize nebyly hodnoceny jako příliš efektivní. Pokud by, čistě hypoteticky, Slavia vyhrála všechna utkání ročníku a získala 90 bodů, stejně by byla v tabulce efektivity čtvrtá nejhorší. Z této úvahy vyplývá, že v tomto typu měření nemohou být týmy s velmi vysokou celkovou tržní hodnotou posouzeny jako ty nejefektivnější. A to i přes maximálně možný dosažitelný úspěch v lize.

Z výsledků je patrné, že v případě Synot ligy mají opravdu týmy s nejvyšší tržní hodnotou největší šanci získat titul. Jinak tomu může být na vrcholných turnajích. Ač je na těchto turnajích při losování do skupin brána v potaz kvalita týmu v podobě nasazení do čtyř „košů“, nejsou skupiny vždy vyvážené. Již samotné rozlosování vytváří na začátku turnaje nerovné podmínky pro jednotlivé účastníky a ti tak nemají stejné šance na úspěch na turnaji. O úspěchu či neúspěchu rozhoduje jen několik málo utkání a tržní hodnota týmu nemusí být rozhodující. Podívejme se například na výsledek národního týmu Kostariky na MS v Brazílii nebo na výsledky pražské Sparty v aktuálním ročníku Evropské ligy UEFA. Tři české týmy (AC Sparta Praha, FC Viktoria Plzeň a FC Slovan Liberec) se dostaly do skupinové fáze Evropské ligy. 48 týmů postupujících bylo rozlosováno do dvanácti skupin, kde hraje každý s každým systémem doma - venku. Do dalších bojů postupují vždy první dva z každé skupiny. Z českých týmů se ze skupiny podařilo probojovat pouze pražské Spartě. FC Viktoria Plzeň, i přes svou vyšší tržní hodnotu, podlehla v rozhodujícím duelu Rapidu Vídeň a zůstala tak v poli poražených právě na úkor Vídeňského celku. Pro první vyřazovací dvojzápas byl pro Spartu vylosován soupeř z Krasnodaru. Z pohledu tržní hodnoty byl FK Krasnodar, s tržní hodnotou 92 milionů EUR, favoritem. Přesto Sparta dokázala vyhrát domácí utkání 1:0 a po výhře 0:3 na hřišti soupeře slavila postup. V osmifinále (posledním dosud odehraném kole) přivítal letenský tým na svém hřišti opět velmi silného soupeře, tentokrát ze Serie A. Lazio Řím má tržní hodnotu 176,2 milionu EUR, což je přes pětkrát více než tržní hodnota letenských. Sparta se opět soupeře nezalekla a doma

uhrála solidní remízu 1:1. V odvetném utkání v Římě pak potvrdila, že na takovýchto turnajích nemá tržní hodnota zásadní váhu a zničila Lazio 0:3. Jistě ne náhodou po těchto výkonech od začátku sezony stoupla tržní hodnota týmu AC Sparta Praha o 2,85 milionu EUR.

Přesto i na těchto turnajích většinou vítězí favorité, tedy týmy s vyšší tržní hodnotou.

7. ZÁVĚR

Díky nastudované literatuře a analýze dat získaných provedeným výzkumem, jsem získala cenné informace a celkový přehled o dané problematice. Tyto informace jsem posléze popsala v této diplomové práci a tím jsem poskytla informace všem, které toto téma zajímá nebo se jich přímo týká.

Za cíl této práce jsme si stanovila zjištění závislosti velikosti tržní hodnoty týmu na jeho dosaženém výsledku v české nejvyšší fotbalové lize. Dále pak efektivitu jednotlivých týmů.

Teoretická část je věnována problematice oceňování, specifickým sportovního prostředí a české nejvyšší fotbalové lize. Praktická část práce se snaží o hlubší vhled do dané problematiky. Tato část je věnována výzkumu. Pomocí tabulek a grafů jsou zde ukázány výsledky závislosti velikosti tržní hodnoty týmu na jeho výsledku a efektivitu jednotlivých týmů.

Výsledky klubu závisí nejen na výkonnosti jednotlivých hráčů, ale zejména na týmu jako celku. Asi nejlepším ukazatelem kvality hráčů je jejich tržní cena. Ta může být stanovována na základě několika faktorů a během kariéry hráče se mění. Mezi nejdůležitější ukazatele hráčovy kvality patří jeho výkonnost, mezinárodní zkušenosti, věk, národnost či pozice, na které hráč nastupuje. Herní výkon se hodnotí pomocí počtu střel na bránu a vstřelených gólů, počtu zákroků a puštěných gólů, počtu přesných a zkažených přihrávek, počtu ztrát či získání míče, počtu naběhaných kilometrů v utkání apod.. Je jasné, že u různých hráčských postů sledujeme různé ukazatele. Hodnotu hráče zvyšují i jeho zkušenosti a úspěchy, obzvláště pak ty na mezinárodním poli. Objeví-li se jméno hráče v nominaci reprezentačního týmu, obvykle to přináší nárůst jeho tržní hodnoty. Naopak snížit ji mohou vážná či opakovaná zranění. Dále mají na hráčovu hodnotu vliv výsledky a úspěchy jeho klubu a úroveň ligy.

Z výsledku vyplývá, že vliv tržní hodnoty týmu na jeho výsledek v Synot lize je značný. Korelační koeficient, znázorňující závislost mezi tržní hodnotou týmu a počtem získaných bodů, pro posledních deset a pět sezon vyšel 0,607 a 0,714. Jde tedy o význačnou až vysokou závislost sledovaných hodnot. Stejný je i výsledek v jednotlivých osmi posledních sezonách z devíti. Pouze v sezoně 2009/10 měla na výsledné umístění v lize tržní hodnota daného týmu jen mírně významný vliv. Hodnota

korelačního koeficientu 0,479 spadá do intervalu 0,3 – 0,5, kde se nachází velmi blízko vyšší hranici. Od hodnoty 0,5 jde již o závislost značnou.

Nejlepší výsledek oproti predikované hodnotě zaznamenal tým FC Slovan Liberec. Tým měl na konci sezony 2011/12 na svém kontě 66 bodů oproti předpovídaným 40,4 bodů. Nejdále od regresní přímky směrem dolů se nachází Bohemians Praha, kteří v sezoně 2009/10 získali 16 bodů oproti výpočty očekávaným 37,4 bodům.

Co se týče efektivity, neúspěšnějším týmem se (v období sezon 2006/07 až 2014/15) stala v sezoně 2008/09 1. FK Příbram s 0,03 milionu EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod. Naopak nejméně efektivní byl v sezoně 2009/10 tým pražské Slavie (0,661 mil. EUR tržní hodnoty na 1 získaný bod). Výsledky v jednotlivých sezonách jsou velmi podobné. Ve sledovaném období patřil vždy nejméně efektivní tým zároveň mezi tři nejdražší, naopak nejefektivnější tým (s výjimkou jediné sezony – 2008/09) mezi tři nejlevnější. Dá se tedy říci, že s rostoucí tržní hodnotou týmu většinou klesá jeho efektivita.

Herní výkon týmu a jeho dosažený výsledek ovlivňuje celá řada faktorů. Vyjádření kvality týmu prostřednictvím hodnot jeho hráčů na trhu je pouze jednou z možných variant. Cílem mé práce bylo určit, jak právě tato proměnná souvisí s proměnnou v podobě výsledku dosaženého týmem v Synot lize. Výše korelačního koeficientu skutečně poukázala na fakt, že tyto proměnné jsou na sobě závislé. Výsledek si lze tedy vykládat i tak, že ocenění fotbalistů speciálními licencovanými agenturami má své opodstatnění. Konečné zobecnění, že čím větší tržní hodnota týmu, tím větší šance na úspěch jistě neplatí zcela. Ale tržní hodnoty hráčů pravděpodobně skutečně velmi výrazně odrážejí jejich skutečné hráčské umění.

8. ZDROJE

- 1) BECKER, G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Přeracované vydání. Chicago: The University of Chicago Press, 1993. 412 s. ISBN 0-226-04120-4
- 2) CLEMENTE, M. N. *Slovník marketingu*. 1. vydání. Praha: BizBooks, 2004. 366 s. ISBN 80-251-0228-9.
- 3) ČADA, K. *Oceňování nehmotného majetku*. 2. vydání. Praha: Oeconomica, 2007. 110 s. ISBN 978-80-245-1187-0.
- 4) ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. 1. vydání Praha: East West Publishing Company, 2000. 134 s. ISBN 80-7219-010-5.
- 5) CLEMENTE, M. N. *Slovník marketingu*. 1. vydání. Praha: BizBooks, 2004. 366 s. ISBN 80-251-0228-9.
- 6) DOBSON, S., GERRARD, B. *The determination of player transfer fees in English professional soccer*. Journal of Sport Management, 1999, is. 13 (4), pp. 259-279.
- 7) DOWNWARD, P., DAWSON A. *The Economics of Professional Team Sports*. 1. vydání, Londýn: Routledge, 2000. 244 s. ISBN 0-415-20874-2.
- 8) EYSSELTOVÁ, S. *Financování hokejového klubu – oceňování a přestupy hráčů*. Diplomová práce. Praha: VŠE. 2007.
- 9) EYSSELTOVÁ, S. *Model oceňování hráčů v ledním hokeji a fotbale*. Disertační práce. Praha: VŠE. 2014.
- 10) FIFA, *Statistics* [online], [cit. 12. 1. 2016]. Dostupné na: <<http://www.fifa.com/index.html>>
- 11) FILIPOVÁ, L. *Lidský kapitál a jeho efektivní využití jako zdroj ekonomického růstu v ČR*. Praha: Národohospodářský ústav Josefa Hlávky, 2007. 95 s. ISBN 80-86729-38-9.
- 12) FOOTBALL OBSERVATORY, *Football agents in the biggest five european football markets*, [online], 2012. [cit. 31. 1. 2016]. Dostupné na: <http://www.football-observatory.com/IMG/pdf/report_agents_2012-2.pdf>
- 13) Fotbalportal.cz, *Tabulky*. [online], [cit. 22. 10. 2015]. Dostupné na: <<http://www.fotbalportal.cz/cesko/synot-liga/2015-2016/tabulky/celkova/>>

- 14) GAVORA, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. 2. vydání. Brno: Paido, 2010, 261 s. ISBN 978-80-731-5185-0.
- 15) HENDL, J. *Přehled statistických metod*. Praha: Portál, 2006. 696 s. ISBN 978-80-7367-482-3
- 16) HENDL, J., BLAHUŠ, P. *Metodologie výzkumné práce, Jak na to?* [online], 2006. [cit. 11. 6. 2015]. Dostupné na: <<http://www.ftvs.cuni.cz/hendl/metodologie/index1.htm>>
- 17) KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Manažerské finance*. 2.přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. 714 s. ISBN 978-80-7179-903-0.
- 18) KISLINGEROVÁ, E. *Oceňování podniku*. 2. vydání, Praha: C.H.Beck, 2001. 267 s. ISBN 80-7179-529-1.
- 19) KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing management*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- 20) KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- 21) KOZEL, R., MYNÁŘOVÁ, L., SVOBODOVÁ H. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- 22) KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A. *Ekonomie I*. 6. doplněné vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7372-705-5
- 23) MAŘÍK, M. a kol. *Metody oceňování podniku: proces ocenění, základní metody a postupy*. 3. upravené vydání. Praha: Ekopress, 2011. 494 s. ISBN 978-80-86929-67-5.
- 24) MORAVEC, R. a kol. *Teória a didaktika športu*. 1. vydání, Bratislava: FTVŠ UK, 2004, 208 s. ISBN 80-89075-22-3
- 25) MŠMT ČR, *Bílá kniha o sportu*. [online], 2007. [cit. 12. 11. 2015]. Dostupné na: <<http://www.msmt.cz/sport/bila-kniha-o-sportu> >
- 26) NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu*. 1. vydání: Praha. WoltersKluwer ČR, 2011. 512 s. ISBN 978-80-7357-666-0.
- 27) NOVOTNÝ, J. *Ekonomika sportu – vybrané kapitoly II*. 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2006, 122 s. ISBN 80-245-1144-4.
- 28) NOVÝ, I., SURYNEK, A. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 2. vydání. Praha: Grada, 2006. 288 s. ISBN 80-247-1705-0.

- 29) PALÁN, Z. Akumulace lidského kapitálu. 2008, [online], [cit. 2. 2. 2016].
Dostupné na: http://old.nvf.cz/rozvoj_lz/dokumenty/akumulace.pdf
- 30) ŘEZÁNKOVÁ, H., LOSTER, T. *Úvod do statistiky*. Praha: Oeconomica. 2009.
60 s. ISBN 978-80-245-1514-4
- 31) Sport.cz, *Fotbal* [online], [cit. 27. 12. 2015]. Dostupné na:
<<http://www.sport.cz/fotbal/#hp-list-top>>
- 32) SYNEK, M a kol. *Manažerská ekonomika*. 5. vydání. Praha: Grada Publishing,
2011. 480 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
- 33) Synotliga.cz., *Historie* [online], [cit. 21. 1. 2016]. Dostupné na:
<www.historiesynotligy.cz>
- 34) Synotliga.cz, *Statistiky* [online], [cit. 3. 12. 2015]. Dostupné na:
<http://www.synotliga.cz/statistiky-lidri.html?status=0&season=2016&club=0&game_limit=0&nationality=&age=0&list_number=0&unit=2>
- 35) ŠÍMA, J., OMCIRK, V., RUDA, T. *Mistrovství světa ve fotbale 2014 v kontextu tržní hodnoty týmů a jejich umístění*. Česká kinantropologie, 19 (2), 96-108. 2015.
- 36) ŠÍMA, J., RUDA, T. & OMCIRK, V. *Dependence of the Overall National Team Market Value on its Success at UEFA EURO 2012*. Acta Universitatis Carolinae Kinanthropologica, 49 (2), 32-42. Praha. 2013.
- 37) ŠUBRT, J. a kol. *Soudobá sociologie IV. Aktuální a každodenní*. 1. vydání. Praha: Karolinum Press, 2010. 384 s. ISBN 978-80-246-1789-3
- 38) Transfermarkt GmbH & Co KG., *Gesammarktwert in Synotliga* [online], [cit. 27. 10. 2015]. Dostupné na: <<http://www.transfermarkt.de/gambrinusliga/startseite/wettbewerb/TS1>>
- 39) VALEŇČÍK, R. *Lidský kapitál a kapitálový trh*, 1. vydání. Praha: Ivo Ulrych - Růžičkův statek, 2001. 91 s. ISBN 80-86579-00-X
- 40) VOCHOZKA, M., MULIČ, P. *Podniková ekonomika*, 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 576 s. ISBN 978-80-247-8200-3.
- 41) VOJTÍK, J. *Fotbalová cvičení a hry*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. 152 s. ISBN 978-80-247-3576-4
- 42) UEFA, Rankings for club competitions. [online], [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné na:
<<http://www.uefa.com/memberassociations/uefarankings/index.html>>

Seznam grafů

Graf 1: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2014/15

Graf 2: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2013/14

Graf 3: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2012/13

Graf 4: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2011/12

Graf 5: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2010/11

Graf 6: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2009/10

Graf 7: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2008/09

Graf 8: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2007/08

Graf 9: Regresní a korelační analýza pro sezonu 2006/08

Graf 10: Paersonův korelační koeficient v sezonách české nejvyšší fotbalové ligy

Seznam tabulek

Tabulka 1: Přehled vítězů české nejvyšší fotbalové ligy (1993 – 2015)

Tabulka 2: Týmy české nejvyšší fotbalové ligy

Tabulka 3: Shrnutí sezony 2014/15

Tabulka 4: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2014/15

Tabulka 5: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2013/14

Tabulka 6: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2012/13

Tabulka 7: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2011/12

Tabulka 8: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2010/11

Tabulka 9: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2009/10

Tabulka 10: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2008/09

Tabulka 11: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2007/08

Tabulka 12: Efektivita jako poměr kvality týmu a celkového výsledku dosaženého v sezoně 2006/07

Tabulka 13: Paersonův korelační koeficient v jednotlivých sezonách české nejvyšší fotbalové ligy

Tabulka 14: Týmy s nejvyšší a nejnižší efektivitou v jednotlivých sezonách české nejvyšší fotbalové ligy

Seznam obrázků

Obrázek 1: Postup při oceňování podniku

Obrázek 2: Klíčové ukazatele v odhadování hodnoty hráče a pravděpodobnosti přestupu

Seznam příloh

Příloha 1: Shrnutí sezony 2014/15

Příloha 2: Shrnutí sezony 2013/14

Příloha 3: Shrnutí sezony 2012/13

Příloha 4: Shrnutí sezony 2011/12

Příloha 5: Shrnutí sezony 2010/11

Příloha 6: Shrnutí sezony 2009/10

Příloha 7: Shrnutí sezony 2008/09

Příloha 8: Shrnutí sezony 2007/08

Příloha 9: Shrnutí sezony 2006/07