

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Dominik Pokorný

Název práce: Zastoupení průmyslových odvětví mezi sponzory českého profesionálního sportu

Cíl práce: - identifikovat, z jakých průmyslových odvětví pochází sponzorské firmy českého profesionálního sportu.

- vytvořit vzájemnou komparaci finálních statistik jednotlivých sportů

Jméno oponenta: Čáslavová Eva

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

## Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

## Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Logická stavba práce	velmi dobře (viz hodnocení)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře (viz hodnocení)
Adekvátnost použitých metod	velmi dobře (viz hodnocení)
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	výborně - velmi dobře (viz hodnocení)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře (viz připomínka 8,9,11 )
Stylistická úroveň, jazyk	výborně

## Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

## Hodnocení práce:

Bakalářská práce v rozsahu 75 stran textu a 43 titulů bibliografických citací (z tohoto 19 cizojazyčných), 25 obrázků, 24 tabulek a 2 příloh je zaměřena na téma sponzoringu. Výběr tématu je jistě aktuální, neřeší obsahovou stránku sponzorského procesu, tj. jako vztah mezi sponzorem a sponzorovaným, ale statistické zpracování dat odvětví firem za uskutečněná sponzorování profesionálního sportu v ČR. Celkově lze říci, že práce je spíše popisného, ale ne přímo rutinního charakteru. Protože autor si musel připravit samostatně svoji metodiku pro zpracování dat.

Práce je rozdělena do 7 kapitol. Cíl práce je jasně stanoven. Autor neuvádí, že bude provádět výzkum, ačkoliv v diskusi a závěrech mluví o výzkumu. Pokud jde o analýzu sekundárních dat, chybí mi ve struktuře práce analytická část, zvláště pokud autor zdůrazňuje analýzu sekundárních dat jak v úkolech práce, tak v metodice. Ani na svoji obhajobu neuvádí, že výsledková část je vlastně analyticko-syntetického charakteru. Dle mého názoru jde pouze o průzkum trhu sponzorů, i když to autor neuvádí ani s tím tak nepracuje, ale na jednou hovoří o výsledkové části apod., což tomu nasvědčuje.

Kapitola 3 Teoretická východiska tvoří 28 stran bakalářské práce. Je zaměřena na sponzoring, kde řeší definice sponzoringu a druhy sponzoringu podle oblasti realizace. Tady mi chybí větší spektrum pojetí definici světových autorů, čerpá převážně z českých autorů. Dále tato kapitola zahrnuje sportovní sponzoring, kde naopak autor dokládá přehledně významnost sponzoringu sportu uváděním dat ze světového prostředí. Věnuje se formám sportovního sponzoringu. Zde na konci uvedena i nabídka sponzorovi, ale je velmi stručná a jednostranná. Poslední část sponzoringu se věnuje typům sponzorů, tady bych nesouhlasila s vymezením kooperačního sponzoringu na s. 26, spíše jde v pojetí autora o titulární sponzoring.

Další část teoretických východisek se věnuje reklamě. Autor příliš nezdůvodňuje, proč se reklamou zabývá, když je předmětem práce sponzorování, dokonce reklamu staví „vedle sponzoringu“. Zdůvodňuje to marketingovou komunikací, ale ta není předmětem jeho práce. Zcela zbytečná se mi zdá kapitola regulace reklamy tak, jak ji autor nakoncipoval. K tématu se vztahuje až kapitola reklama a sponzoring, kde oba komunikační kanály autor staví vedle sebe a analyzuje jejich společné a rozdílné rysy. Podle mého názoru zdůvodnění zařazení těchto dvou kapitol je v tom, že i sponzoring sportu historicky začal především jako prodej reklamy a mnohde v českém sportu tak pokračuje. A jak správně uvádí v kapitole sportovní reklama, to umožnilo využití specifických médií ve sportu jako jsou dresy, mantinely apod. a jejich specifických vlastností. Tabulka 5, která je tu uvedena, prezentuje výsledky vlastního zpracování, tudíž by nepatřila do teoretických východisek, ale do výsledkové části.

V poslední části teoretických východisek se autor zabývá průmyslovými odvětvími a jejich klasifikací. Tato část je v souladu s vymezeným tématem bakalářské práce.

Kapitola 4 Metodika práce zahrnuje stanovení velikosti výběrového souboru a sběr dat. Obsahově je tato kapitola na analýzu sekundárních dat, základní typy sponzorů a výslednou tabulku. Autor do vzorku zahrnul 80 subjektů z 5 kolektivních sportů, které podle jeho patří mezi sporty s nejvyšší popularitou. U těchto subjektů pak vybral 3405 sponzorských společností. Autor výběr podrobně komentuje. Dále autor mluví o analýze sekundárních dat a specifikuje svůj způsob analýzy. Nemluví obecně o konkrétní metodě, dle mého názoru jde o zčásti o uplatnění popisné analýzy, kdy popisuje zahrnuté typy sponzorů. Tady bych pozitivně ohodnotila spíše samotný tvůrčí přístup autora. Diskutabilní je, do jaké míry jsou uvedena data sekundární, protože autor prováděl sám sběr dat.

Výsledková část (kap. 5) zahrnuje vlastní analýzu a popis výsledků. Samotné zpracování výsledků bylo hodně pracné vzhledem k počtu společností v roli sponzorů. Autor je zpracoval velmi podrobně. Z formálního hlediska lze vytknout, že grafy považuje za obrázky a často k nim chybí popis prezentovaných dat. V první části rozebírá výsledky za jednotlivé sporty, v druhé části souhrnné výsledky. Podle mého názoru první část představuje analytickou část, druhá pak syntetickou. V analytické části by bylo určitě pro další využití v praxi dobré vědět, jaká je velikost firem jednotlivých firem. Protože u velkých firem a středních firem z určitých průmyslů se odvíjí výběr sportu od jejich strategie, u malých firem a mikropodniků jde spíše o výběr na základě osobních kontaktů. Zároveň by bylo dobré srovnat průmyslová odvětví podle angažovanosti sponzorů s tím, s ekonomickými ukazateli jednotlivých odvětví tak, aby bylo zřejmé, jaký je tu potenciál pro sponzorování sportu do budoucna. Ale to již je i nad rámec bakalářské práce.

V kapitole 6 Diskuse autor vyjadřuje své komentáře, doplnění i limity výsledků. Diskuse je postavena tak, jak je vyzkumech obvyklé.

V kapitole 7 závěry již pouze shrnuje nejvýznamnější výsledky a i když autor v cílech práce neuvádí, že jde o výzkum (dle mého názoru spíše průzkum trhu), používá zde pojem „výzkum“ (poslední odstavec s. 74).

Přínos pro praxi nehodnotím, protože práce není v přímém vztahu k praxi.

Celkově lze říci, že bakalářská práce splňuje úroveň na ni kladenou.

### **Připomínky:**

1. s. 9 Úvod – závěr je ohledně smyslu práce a eliminace rizika vzniku nežádoucích návyků nadnesený
2. s. 11 – „doc. Jakubíková“, „doktor Hálek“ – není zvykem uvádět autory s akademickými tituly
3. s. 12 – 1. odst., 1. věta – neobratná formulace, cílem firem přece není uspořádat událost, ale do sponzorování vstupují proto, že chtějí naplnit marketingové cíle
4. s. 15 – pokud je práce v češtině, měla by být tabulka 3 v českém jazyce
5. s. 16 – obrázek 2 je vlastně graf, odstavec pod grafem – autor má zřejmě na mysli lední hokej
6. s.20 – poslední odstavec, zřejmě nejde o autorku, ale o autory
7. s. 47 – 1. věta nelogické „v této části práce jsou prezentována analyzovaná dat“, ale analytická část chybí
8. s. 48 – obrázek 6 je vlastně graf, chybí popis osy y, totéž obrázky 9, obr.12, obr. 15, obr. 18
9. s. 50, 57, 65 - nedokazujete na tabulky a grafy s konkrétním číslem
10. v celé práci zbytečně velké mezery mezi nadpisem a kapitolami

**Otázky k obhajobě:**

- 1) Jak lze rozumět ve Vaší práci tomu, že data jsou virtuální?
- 2) Převažují v zástupcích generálních a hlavních partnerů v průmyslu „Alkohol“ pivovary či nikoliv? ( U fotbalu jsou to tradiční spojení)
- 3) Jak se struktura průmyslů u partnerů profesionálního sportu v ČR shoduje ev. odlišuje od situace v Evropě?

**Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře**

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi.

V Praze dne 29. 5. 2021

.....  
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.