

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Dominik Tománek

Název práce: Vnímání hodnoty značky klubu HC Sparta Praha jejími fanoušky

Cíl práce: zjistit, jak fanoušci klubu HC Sparta Praha vnímají hodnotu této značky.

Celkové hodnocení práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (uved'te)

Celková náročnost práce	nadprůměrná
Praktická/teoretická využitelnost zpracování	nadprůměrná

Dílčí kritéria hodnocení práce:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Rozsah a relevance teoretické části	Výborně
Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce	Výborně – Velmi dobře
Formální úprava práce	Výborně
Gramatika a stylistika	Výborně

Hodnocení práce:

Předkládaná diplomová práce se zabývá hodnotou značky sportovního klubu HC Sparta Praha z pohledu vlastních fanoušků. Předkládaná práce je z mého pohledu originální v tom, že bylo při zpracovávání této práce postupováno ve spolupráci s vedením zkoumaného subjektu, a to tak, aby došlo k následnému užití výsledků.

Cíl práce je jasně a strukturovaně stanoven a výstižně z něj plyne, co si autor vytyčil. Úkoly práce považuji za vhodně zpracované a konkrétní pro zpracovávané téma.

Teoretická část je zpracována velmi důkladně. Musím konstatovat, že se autor snaží pojmut veškeré oblasti, které spadají do tématu práce. Autor pracuje s adekvátním zdroji, které v textu komparuje, doplňuje či je svými slovy komentuje. V tomto ohledu se mi teoretická část jeví jako velmi dobře zpracovaná.

Metodická část detailně popisuje, jak autor postupoval a k čemu došel. Musím uznat, že tato část je velmi dobře popsána a celý proces poukazuje na autorovu dobrou kooperaci se samotným klubem, pro který je marketingový výzkum realizován. Právě součinnost s klubem umožnila získat odpovědi mnoha respondentů. V tomto aspektu lze práci považovat na nadstandardní.

Analytická část je velmi obsáhlá, avšak zároveň také přínosná. Analýzy a interpretace získaných dat, kterých autor získal hodně, je velmi strukturovaná a pro čtenáře přehledná. Kladně hodnotím vyhodnocení dat a zvolené metody k vyhodnocení dat. Je dobře, že autor dochází k analýze 2. stupně (řádu), jelikož to získává data velmi dobře umožňují. Velmi dobře si, dle mého názoru, autor poradil také s kombinací s hlavními daty z elektronického dotazování a s daty z šetření v O2 aréně. V této části si dovolím pouze drobné výtky. Závěrem této části mi chybí shrnutí z provedené interpretace či například sestavení konkrétních položek brand equity. Z mého pohledu jde o tak zajímavá data, že by bylo

záhodno je graficky prezentovat atraktivněji a více designově a barevně jednotněji (zvláště ve 21. století). Práce by pak dostala také lepší marketingový efekt. Tento fakt však nesnižuje kvalitu interpretace a práce s výsledky výzkumu.

Diskuze je sepsána na celkem pěti stranách. Jde o úvahu nad limity výzkumu a následně o vrácení se k teoretickým aspektům uváděným v teoretických východiscích. Autor řádně komparuje výsledky vlastního výzkumu s názory, náhledy a modely dalších autorů. Touto částí je práce zcela bezproblémová.

Závěr shrnuje, co všechno autor v práci řešil, ale také k čemu došel. Daleko vhodnější by bylo uvést, jaká jsou nejdůležitější zjištění. Myslím si, že závěr práce má potenciál ke zlepšení. Ale i tak se jedná spíše o drobnou kaňku na jinak skvěle odvedené práci.

Práce využívá celkem 95 zdrojů, které jsou řádně citovány, čímž zcela převyšuje požadavky kladené na diplomové práce. Kontrola na plagiát činí 13 % a 17 % (dle dostupných nástrojů pro detekci plagiátu). Práce neobsahuje žádost etické komisi FTVS UK. Etické aspekty jsou však zdárně dodrženy, jelikož jde o anonymní dotazování a také vzhledem k tomu, že je přiložen souhlas zkoumaného subjektu s realizací provedeného výzkumu. Tato práce bezesporu splňuje minimální kvantitativní kritéria v kontextu zdrojů pro diplomovou práci. Diplomovou práci doporučuji k obhajobě, ale také k publikaci.

Připomínky:

V akademické práci se běžně neuzivá tučného písma.

Otázky k obhajobě:

1. Jakým způsobem by měl pracovat zkoumaný klub na zajištění loajálnějších mladších fanoušků (a to s ohledem na Vaše následující tvrzení: *Ukázalo se, že fanoušky klubu HC Sparta Praha jsou v drtivé většině muži, z nichž velká část klub podporuje více jak 10 let, což potvrzuje výše zmíněnou loajalitu*)?
2. Fanoušci uvádí nízkou využitelnost merchandisingových produktů jako důvod k jejich nenakupování. Jakou strategii a jaké produkty v oblasti merchandisingu byste doporučil klubu vytvářet?

Navržený klasifikační stupeň: Výborně, v závislosti na průběhu obhajoby.

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

V Praze dne 17. 6. 2023

.....
Ing. Mgr. Daniel Opelík