



Oponentský posudek
k disertační práci doktoranda
Mgr. Josefa VORÁČKA

na téma:

**"EFEKT VYUŽITÍ SPORTOVNÍCH OSOBNOSTÍ JAKO REFERENČNÍ SKUPINY
NA NÁKUPNÍ PREFERENCE MLADÉ GENERACE V REGIONU PRAHA"**

Předložená doktorandská disertační práce splňuje zásadním způsobem kritéria, která jsou na práce tohoto typu kladena. Se zájmem jsem práci prostudoval a mohu konstatovat, že z hlediska funkčních požadavků, struktury, smyslu a formy, má tato práce oprávnění být předložena jako práce uzavírající doktorské studium na vysoké škole. Doktorská disertační práce prokázala aktivní vztah a schopnosti doktoranda k samostatné vědecké práci.

Autor se věnoval v rámci doktorského studia tématu, které považuji za velmi zajímavé a přínosné z hlediska teorie i praxe marketingu. Aktuální pak proto, že jde o otázku související se sociologickým faktorem nákupního chování, která je v podstatě velmi citlivá a bez zvážení potřebných okolností může být v praxi pouze povrchně, chybně, řešena – volbou celebrity, která je právě v oblibě, aniž by byl řešen vztah k subjektu a objektu komunikačního poselství. Zvýšení efektivity podnikové komunikace je třeba chápat jednak jako významný faktor zvyšování konkurenční schopnosti firmy jako takové, jednak jako faktor získávání loajality zákazníka.

Cíle – hlavní i vedlejší, které jsou v práci deklarovány, jsou jednoznačné a transparentní. Autorovi poskytly prostor pro projevení schopnosti samostatné vědecké práce, čehož se zhostil jak analýzou skutečného stavu, tak vhodnou volbou metod použitých při řešení problematiky. Je třeba konstatovat, že doktorand splnil požadavek vlastní tvůrčí práce, a to jednak přehledným využitím možných metod zvýšení efektivity komunikační politiky, tak i zvýšením smyslu nástrojů marketingové komunikace přímo cílených na zákazníka. Tím vytvořil víceméně ojedinělý materiál realizující základní myšlenku marketingu i současného vývoje jeho základního paradigmatu, tj. rozvoj vztahů v marketingu respektive jejich individualizaci. Splnil cíl práce vlastním tvůrčím přístupem. V této souvislosti bych chtěl i zdůraznit a ohodnotit hloubku, časovou náročnost a pečlivost, které autor zřejmě zpracování věnoval.

Disertační práce přispívá k metodologii dané problematiky tím, že poskytla jednoznačně definována východiska pro případné praktické využití. Současně ukázala i cestu dalšího teoretického zkoumání tím, že navodila vnímání nových aspektů, v rámci kterých by měla ke konkrétnímu hodnocení efektivity v rámci marketingu přihlížet podniková praxe, bez ohledu na výrobní obor či velikost firmy. Poznatky podpořil autor vlastními zkušenostmi.

K práci jako takové mám následující připomínky, respektive podnět do další práce autora:

- Jak jsem již naznačil v předchozím hodnocení, je volba osoby, které má být využito jako motivačního faktoru nákupního chování, silně závislá na subjektu a objektu procesu komunikačního poselství. Pokud jde o subjekt, lze akceptovat to, že práce se týká jasně vymezené generační skupiny, méně však již z práce vyplývá i problém volby osobnosti vzhledem k objektu. Ten může být velmi rozmanitý: výrobek, služba, řada výrobků, značka, technologie, image apod. Roli zde bude hrát i skutečnost zda se objekt týká mužské či ženské populace apod.
- Vzhledem k tomu, že je jasně pro šetření i závěry deklarován region Praha, bude zajisté zajímavá úvaha, jak jsou závěry, nebo alespoň některé – podstatné – přenositelné obecně. Média mají rozsah samozřejmě Prahu přesahující.

Přes zmíněné poznámky soudím, že cíle práce bylo dosaženo. Práci jako celek hodnotím pozitivně. Za významný klad práce považuji, že autor práce umí proniknout do jádra problému jak z pohledu teorie, tak praxe a formulovat svá vlastní východiska. Jelikož cíl a účel práce byly splněny, navrhuji následující

závěr:

Doktorand prokázal potřebné znalosti v daném oboru a schopnost k teoretické práci, která může vyústit v praktické aplikace. Poskytuje zajímavý materiál pro odborníky v dané oblasti. Práce je původní.

***Práci doporučuji k obhajobě před příslušnou komisí
a současně doporučuji, aby po úspěšné obhajobě byl panu Mgr. Josefu Voráčkovi
udělen titul Ph.D. v rámci daného doktorského studijního programu.***

V Praze dne 21. ledna 2017

Prof. Ing. Gustav Tomek, DrSc.

