

Abstrakt

Název: Výzkum image profesionálních šipkařů

Cíle:

Hlavním cílem práce je analyzovat obecné faktory ovlivňující image sportovců v odvětví šipek, vyhodnotit, jakým způsobem tyto faktory přispívají k formování image profesionálního šipkaře a vytvořit doporučení pro sportovce v odvětví šipek, jak efektivně ovlivňovat a zlepšovat vlastní image.

Metody:

V práci je využita kvantitativní metoda elektronického dotazování. Dotazník byl sestaven na základě modelu MABI (model image značky sportovce) a byl vhodně upraven a doplněn, tak aby otázky pasovaly do šipkařského prostředí. Sběr dat proběhl v květnu 2024 a k vyhodnocení byly použity statistické metody.

Výsledky:

Výsledky ukazují, že image sportovců je velmi subjektivní a každému se na sportovcích může líbit něco jiného. Je možné však tvrdit, že faktory jako jsou logo, samotný výkon hráče či fyzická zdatnost nehrají v šipkařském prostředí při budování image hráčů tak velkou roli jako fyzická atraktivita, vztah s fanoušky či výběr nástupní písně.

Klíčová slova: image značky sportovce, šipky, profesionální šipkaři, fanoušci šipek, analýza, marketingový výzkum