

Práce se primárně zabývá tím, jakým způsobem se zaměstnanci nadnárodních korporací v ČR v rámci svého volného času věnují sportovním aktivitám v moderních sportovních centrech. Zkoumá příčiny, motivace a důvody návštěvnosti sportovních center u 15 respondentů pomocí metody hloubkových rozhovorů. Vychází z počáteční výzkumné otázky, která se snaží poukázat na vysokou návštěvnost komplexních sportovních center, kde je zákazník pod jednou střechou postaven před možnost rozsáhlého výběru sportovního vyžití. Autor práce se blíže zaměřuje na důvody a výhody, které stojí za sledovaným problémem, a pomocí provedeného kvalitativního výzkumu odkazuje na jednotlivé příčiny zkoumaného sociálního fenoménu. Stěžejním bodem práce je proto poukázat na firemní prostředí a kulturu firmy v rámci nadnárodních společností. Cílovou skupinu představují vysokoškolsky vzdělaní zaměstnanci nadnárodních společností ve věku 22 až 35 let.