

Abstrakt

Název: Výzkum popularity fotbalu v České republice

Cíle: Cílem práce je zjistit vztah veřejnosti k fotbalu, a názory veřejnosti týkající se fotbalových soutěží. Vlastním přínosem budou doporučení Fotbalové asociaci České republiky, klubům a médiím, která by mohla napomoci zvýšení zájmu o fotbal.

Metody: Pro dotazování české veřejnosti byla v této práci použita metodika německé marketingové agentury UFA Sports Hamburg, která byla upravena pro české podmínky. K získávání dat od respondentů byla použita metoda elektronického dotazování. Při vyhodnocení výsledků výzkumu byly využity metody analýzy a měření závislosti.

Výsledky: Výzkumem byl zjištěn vztah veřejnosti k českému i světovému fotbalu a její názory týkající se fotbalových soutěží. Na základě získaných informací byla stanovena doporučení respektive problémové otázky, na které by se Fotbalová asociace České republiky, kluby a média měla podrobně zaměřit při snaze zvýšit popularitu fotbalu.

Klíčová slova: marketingový výzkum, popularita sportu, fotbal