

Abstrakt

Název: Marketingový výzkum spokojenosti diváků Hokejové bitvy

Cíle: Cílem této bakalářské práce je zjistit, zda jsou diváci Hokejové bitvy spokojeni s poskytovanými službami ze strany organizátorů a s celkovým průběhem akce v letech 2013 a 2014 a následné porovnání získaných informací. Na základě výsledků jsou organizátorům navržena určitá doporučení na možná zlepšení, respektive změny v kritizovaných oblastech, které by mohly vést ke zvýšení spokojenosti diváků a tím i k nárůstu počtu diváků v dalších ročnících Hokejové bitvy.

Metody: Marketingový výzkum byl proveden jednou z kvantitativních metod, pomocí písemného a elektronického dotazníkového šetření. Vzorek výzkumu byl vybrán náhodně ze základního souboru diváků Hokejové bitvy. Výsledky jsou znázorněny pomocí tabulek a grafů MS Excel v analytické části.

Výsledky: Z výsledků analýzy vyplývá, že diváci Hokejové bitvy 2014 byli celkově více spokojeni než diváci v roce předešlém. Na základě nedostatků zjištěných při vyhodnocování dotazníků jsou v závěru práce navržena možná opatření na zlepšení.

Klíčová slova: Spokojenost zákazníka, zákazník, sportovní akce, kvalita služby.