

Abstrakt

Název: **Marketingový výzkum motivace k návštěvnosti fanoušků FK Dukla Praha na zápasech**

Cíle: Hlavním cílem této práce je zjistit na základě marketingového výzkumu příčiny nízké návštěvnosti na domácích zápasech FK Dukla Praha.

Metody: Marketingový výzkum se skládá z kvalitativních metod. K získání potřebných dat byla použita metoda elektronického dotazníku, osobního dotazování a interview. Dotazování fanoušků FK Dukla Praha probíhalo pomocí elektronického dotazníku zveřejněného na serveru Vypĺňto.cz. Při měření motivačních faktorů u fanoušků FK Dukla Praha byla využita část dotazníku od Al-Thibiti (2004). Dotazování veřejnosti proběhlo formou osobního dotazování. Interview bylo realizováno hloubkovým individuálním rozhovorem a bylo provedeno s marketingovým manažerem Ing. Vladimírem Šmírem. Pro interpretaci získaných dat byla provedena statistická analýza.

Výsledky: Výsledky výzkumu ukázaly mnoho příčin, které odrazují fotbalové diváky navštívit fotbalová utkání FK Dukla Praha. Největšími příčinami jsou nevyhovující termíny a čas utkání, odliv jedné generace fanoušků FK Dukla Praha, nevyhovující stadion, herní kvalita a špatný přístup na stadion. Klub má o příčinách dostatečné informace a v současné době se snaží nepříznivou situaci napravit.

Klíčová slova: motivace, fanoušek, divák, fotbal, návštěvnost, marketingový výzkum, interview, motivační faktory, sportovní klub