

## **Abstrakt**

**Název:** Užítky fotbalového utkání pro diváky

**Cíle:** Hlavním cílem práce je popsat a analyzovat fotbalové utkání jako produkt nabízený přímým divákům na stadionu AC Sparty Praha v sezóně 2010/2011 a následně prostřednictvím marketingového výzkumu zjistit spokojenost přímých diváků s užitky, jež jim fotbalové utkání přináší.

**Metody:** V práci byla použita metoda pozorování, interview a metoda písemného dotazování. Metoda pozorování byla použita za účelem získávání informací během domácích zápasů AC Sparty Praha, interview při schůzce s odborníky z klubu a písemné dotazování pak při realizaci dotazníkového průzkumu.

**Výsledky:** Výsledky realizovaného marketingového výzkumu ukázaly, že diváci navštěvující zápasy jsou s užitky, který jim klub nabízí, veskrze spokojeni a není vyloženě žádná oblast, ve které by shledávali zásadní nedostatky. Přesto se však práce pokouší nastínit některé návrhy a doporučení, které by měly vést ke zlepšení diváckého komfortu na stadionu a celkově k vyšší divácké návštěvnosti.

**Klíčová slova:** užítky fotbalového utkání, AC Sparta Praha, sportovní produkt, marketingový výzkum