

SADRŽAJ

1. UVOD.....	7
1.1.Sportski menadžment.....	9
1.2. Sportski marketing.....	12
1.3.Definicija sportske usluge.....	14
1.4.Karakteristika sportske usluge.....	14
2. PREDMET I PROBLEM ISTRAŽIVANJA	16
2.1. Predmet istraživanja.....	16
2.2. Problem istraživanja.....	16
3. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA	17
4. CILJ I ZADACI ISTRAŽIVANJA.....	22
5. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA.....	24
6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	25
6.1. Uzorak ispitanika	25
6.2. Uzorak varijabli	25
7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA.....	29
7.1.Osnovni deskriptivni statistički parametri primijenjenih varijabli.....	29
7.2. INTERKORELACIJE.....	32
7.2.1 Interkorelacije varijabli za procjenu kvaliteta sportskih usluga u školi fudbala	33
7.3. Faktorska analiza	35
7.4. Analiza rezultata dobivenih anketnim upitnikom	43
8. TEORETSKI, DRUŠTVENI I PRAKTIČNI ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA	60
9. ZAKLJUČAK.....	61
10. LITERATURA	64