

Anotace:

Tato diplomová práce se zabývá tématem nákupního chování. Hlavním cílem práce je prozkoumat chování českého spotřebitele na trhu sportovních výrobků pomocí vlastního výzkumu. První, teoretická část vymezuje základní pojmy – marketing, nákupní chování a segmentaci trhu. Další části jsou věnovány samotnému výzkumu, který byl proveden metodou písemného dotazování na vzorku 305 respondentů. Výsledky výzkumu jsou zaznamenány do grafů a vyplývající informace shrnuty v závěru.

Klíčová slova: nákupní chování, dotazník, segmentace trhu