

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se snaží zmapovat fenomén přeprdeje tenisek a značkového oblečení a s ním spojeného podnikání. Práce je rozdělena na tři části. První část zkoumá kořeny tohoto fenoménu, historii značek, jejichž produkty se přeprdávaly jako první a dnes stále tvoří majoritní část přeprdejního trhu. Rozebírá, jak se do této pozice dostaly a jaké zásadní momenty vedly k vytvoření dnešní podoby trhu. Ve druhé části jsou popsány nejvyužívanější kanály nákupu a prdeje přeprdejního zboží. V poslední, praktické části, je vytyčeno jedenáct hypotéz týkajících se různých aspektů podnikání v oblasti přeprdeje. Ty jsou následně potvrzeny nebo vyvráceny pomocí analýzy odpovědí předních českých přeprdejců a sběratelů tenisek a oblečení, se kterými byly provedeny kvalitativní rozhovory.