

Abstrakt

- Název:** Marketingový výzkum nákupního chování sportovců během pandemie Covid-19
- Cíle:** Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, jak pandemie onemocnění Covid-19 ovlivnila nákupní chování sportovců a jejich sportovní aktivitu. Dále pozoruje také přesun nákupů sportovních produktů a přemístění sportovních aktivit do online prostředí.
- Metody:** V této bakalářské práci je použita kvantitativní výzkumná metoda, konkrétně elektronická forma dotazování. Na základě výsledků, které ze sesbíraných dat vyplývají, jsou následně porovnávána především dvě období: období jednoho roku před propuknutím onemocnění Covid-19 v ČR a období jednoho roku po propuknutí onemocnění Covid-19 v ČR.
- Výsledky:** Na základě dat, získaných z dotazníkového šetření, bylo popsáno, jak se v důsledku pandemie onemocnění Covid-19 změnilo nákupní chování a sportovní aktivita respondentů. Podrobné výsledky jsou rozepsány v kapitole Výsledky. Výsledky této bakalářské práce mohou pomoci firmám přizpůsobit jejich podnikání této nově vzniklé situaci na trhu.
- Klíčová slova:** nákupní chování, sportovec, sportovní produkty, pandemie, Covid-19, marketingový výzkum