

## **Abstrakt:**

Tato bakalářská práce zkoumá, jak zákazníci vnímají pozici second handových obchodů s vlastní značkou na českém trhu. Jelikož se jedná o relativně nový segment obchodů, práce se z velké části věnuje i tomu, jak second handový trh vznikl a proč tak rychle roste. Mimo jiné se věnuje i změně nákupního chování zákazníků, která je jednou z příčin. Cílem práce je zjistit, jak si second handové obchody s vlastní značkou stojí v porovnání s konkurenčními řetězcovými obchody a second handy bez vlastní značky. Součástí práce je i návrh pyramidy second handového trhu, která rozděluje second handové obchody s vlastní značkou do segmentů navržených podle pyramidy značek autorkou Harriet Posner. Výzkum byl proveden dotazníkovým šetřením. Při analyzování odpovědí respondentů v praktické části byly využity teoretické poznatky a na základě výsledků byly v závěru práce prezentovány zjištění a závěry, které z výzkumu plynou.