

Abstrakt

Název: Zákaznické chování a preference značek v obchodě se snowboardovým vybavením

Cíle: Hlavním cílem práce je zjistit, podle čeho se zákazníci při nákupu zimního vybavení a oblečení rozhodují, jak jsou na tom se znalostí značek v obchodě Snowboardel a které z těchto značek patří mezi jejich nejoblíbenější.

Metody: V této práci je použita metoda dotazování a metoda analýzy. Metoda dotazování byla využita ke sběru dat potřebných pro zjištění požadovaných informací. Následně byla použita metoda analýzy pro odvození vzájemných vztahů mezi zjištěnými výsledky a vysvětlení jejich příčin.

Výsledky: Výzkum ukázal, že zákazníci jsou při nákupu zimního vybavení ovlivňováni především jeho kvalitativními vlastnostmi, vzhledem a cenou a nákup tohoto zboží si předem dobře rozmýšlejí. V oblasti značek jsou zákazníkům většinou nejznámější i nejoblíbenější velké světové snowboardingové značky.

Klíčová slova: Zákaznické chování, značka, zimní vybavení, zákaznické preference