

Abstrakt

Název: Výzkum vnímání designu produktů firmy Skechers členy generace Y

Cíle: Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit názor generace Y na design sportovní obuvi značky Skechers. Určit, jaké faktory designu jsou nejdůležitější při výběru sportovní obuvi. Nedílnou součástí je také výběr modelů sportovní obuvi, které byly u generace Y nejoblíbenější a zjištění její vnímání typu stélky a podrážky sportovní obuvi.

Metody: Praktická část bakalářské práce, tedy výzkum vnímání, byla provedena formou elektronického dotazníku, který byl rozšířen pomocí sociálních sítí a elektronické pošty. Hlavní část dotazníku byla tvořena fotografiemi modelů obuvi značky Skechers a dále pak obecnými otázkami zaměřujícími se na vnímání designu sportovní obuvi respondenty.

Výsledky: Výsledky výzkumu budou použity nejen pro samotné vyhodnocení vnímání designu u sportovní obuvi firmy Skechers generací Y, ale i pro účely určitých podniků v České republice odebírající tuto značku k usnadnění výběru z kolekcí různých modelů sportovní obuvi. V praktické části jsou popsány a graficky znázorněny výsledky a zobrazeny fotografie nejpreferovanějších modelů. Výběr prvků designu se shodoval s nejčastějším výběrem modelů sportovní obuvi, a tím určil ty s největší schopností ovlivnit zákazníka. Produkt značky Skechers byl celkově vnímán průměrně až nadprůměrně.

Klíčová slova: produkt, design, generace Y, vnímání, nákupní rozhodování, Skechers, sportovní obuv