

Abstrakt

Hlavnou témou tejto bakalárskej práce je postoj mileniálov v rámci módného priemyslu. U generácie Y, ktorá predstavuje jednu z najväčších kúpnych síl na trhu, je primárne skúmané vnímanie konceptu slow fashion a sekundárne koncept slow fashion. Za týmto účelom je v teoretickej časti najprv vymedzená móda ako dôležitú súčasť spoločnosti, následne je predstavené fungovanie súčasného módného priemyslu s dôrazom na fast fashion. Ďalej je popísaný koncept slow fashion a prenikanie udržateľnosti do módného priemyslu. Súčasťou teoretickej časti je aj priblíženie generácie mileniálov, kde je pozornosť upriamená na ich charakteristické osobnostné rysy, ale aj na motívy ich nákupného správania všeobecne, a v rámci módy. V praktickej časti sú uskutočnené pološtrukturované hĺbkové rozhovory s respondentmi z generácie mileniálov, ktoré sú následne analyzované, a získané poznatky ďalej detailne rozoberané a porovnávané s teoretickým základom. Z analýzy rozhovorov vyplýva, že udržateľný aspekt oblečenia nepredstavuje pre respondentov jeden z primárnych faktorov pri nákupnom rozhodovaní.