

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou etické spotřeby generace Z v oblasti udržitelné módy. Konkrétně se zaměřuje na specifika etické módní spotřeby udržitelně uvědomělých příslušníků generace Z a na jejich motivace a bariéry nákupu udržitelných a etických módních alternativ. Teoretická část vymezuje pojmy fast fashion a udržitelná móda, dále se soustředí na etické zákaznické chování a charakteristiku generace Z jako zákazníků. Praktická část obsahuje analýzu a interpretaci individuálních polostrukturovaných rozhovorů s eticky uvědomělými příslušníky generace Z, ze které jsou následně nastíněny základní motivace, bariéry a specifika udržitelné módní spotřeby mladých eticky smýšlejících zákazníků. Výzkum u respondentů odhalil v případě spotřeby mezeru mezi hodnotou a akcí a sníženou citlivost na značku. Jako hlavní motivace k udržitelným nákupům byl identifikován dobrý pocit a originalita, jako největší bariéra se projevila vysoká cena a omezená nabídka střihů a designů.