

ABSTRAKT

Diplomová práca je založená na výskume prevedenom v predajni luxusnej bižutérie v Prahe. Na základe rozhovorov, ktoré prebiehajú medzi predajcami a zákazníkmi pri výbere darov, analyzuje kultúru darovania luxusných materiálnych predmetov pri plnení tradičných spoločenských povinností, ako sú oslavy narodenín, Vianoc alebo výročí. Práca sa taktiež venuje vytváraniu luxusu v tejto predajni, kde zamestnanci, ich služby a marketing firmy využívajú na predaj komodít atribúty daru. Na príkladoch konkrétnych situácií je ukázané, ako sa komoditám pridáva pozlátka vlastností daru v snahe urobiť komoditnú výmenu osobnejšou, a tým aj lepšie profitujúcou. V predajni šperkov dochádza k hybridizácii daru a komodity, ktorej aktívnymi tvorcami sú jednak predajcovia a marketing výrobcu a jednak aj zákazníci. Príklady rozhovorov pri výbere daru poskytujú náhľad do sociálneho, ekonomického a osobného rozmeru darovania a taktiež do typológie povahy daru, príležitosti darovania a vzťahu medzi darcom a príjemcom.

Kľúčové slová

ekonomika daru, dar, komodita, spotrebiteľský výskum, marketing