

ABSTRAKT

- Název:** Význam udržitelnosti v rámci outdoorového vybavení: Nesoulad mezi postojem a nákupním chováním
- Cíle:** Hlavním cílem mé diplomové práce je zjistit, jaké faktory mají vliv na nesouladu mezi postojem a chováním při nákupu udržitelného outdoorového oblečení a jak se tyto faktory projevují v rozhodovacím procesu. Tato zjištění povedou k účelnější propagaci udržitelného outdoorového vybavení.
- Metody:** V práci byla využívána metoda kvantitativního výzkumu, a to konkrétně elektronické dotazování, jehož cílem bylo přiblížení rozhodovacího procesu při nákupu udržitelného outdoorového oblečení. Výzkumu se zúčastnilo 311 respondentů, věnujících se outdoorovým sportům/aktivitám. Soubor respondentů byl tedy určen částečně ovlivněným výběrem.
- Výsledky:** Nejvýznamnějším faktorem, majícím vliv na vznik rozporu mezi postojem a chováním při nákupu udržitelného outdoorového oblečení, je příliš vysoká vnímaná cena. Výzkum ale odhalil určitou korelaci mezi negativní mírou ovlivnění vyšší cenou a povědomím o udržitelných atributech outdoorového oblečení. Čím větší je povědomí respondentů o udržitelných atributech napříč životním cyklem produktu, tím nižší je negativní míra ovlivnění vyšší cenou. S větším povědomím se rovněž pojí vyšší míra důležitosti, která je při nákupu přikládána udržitelným atributům outdoorového oblečení, a dále vyšší pravděpodobnost nákupu a ochota příplatku za atributy udržitelnosti. Výzkum také odhalil vysokou míru ovlivnění situačními faktory, které mají podstatný vliv na respondenty, nezávisle na jejich postoji a povědomí o udržitelnosti v oblasti outdoorového oblečení.
- Klíčová slova:** udržitelnost; outdoorové oblečení; teorie plánovaného chování; nákupní chování; postoje; povědomí