



Udržitelné chování spotřebitele na trhu módy

Sustainable Consumer Behaviour in the Fashion Marketu

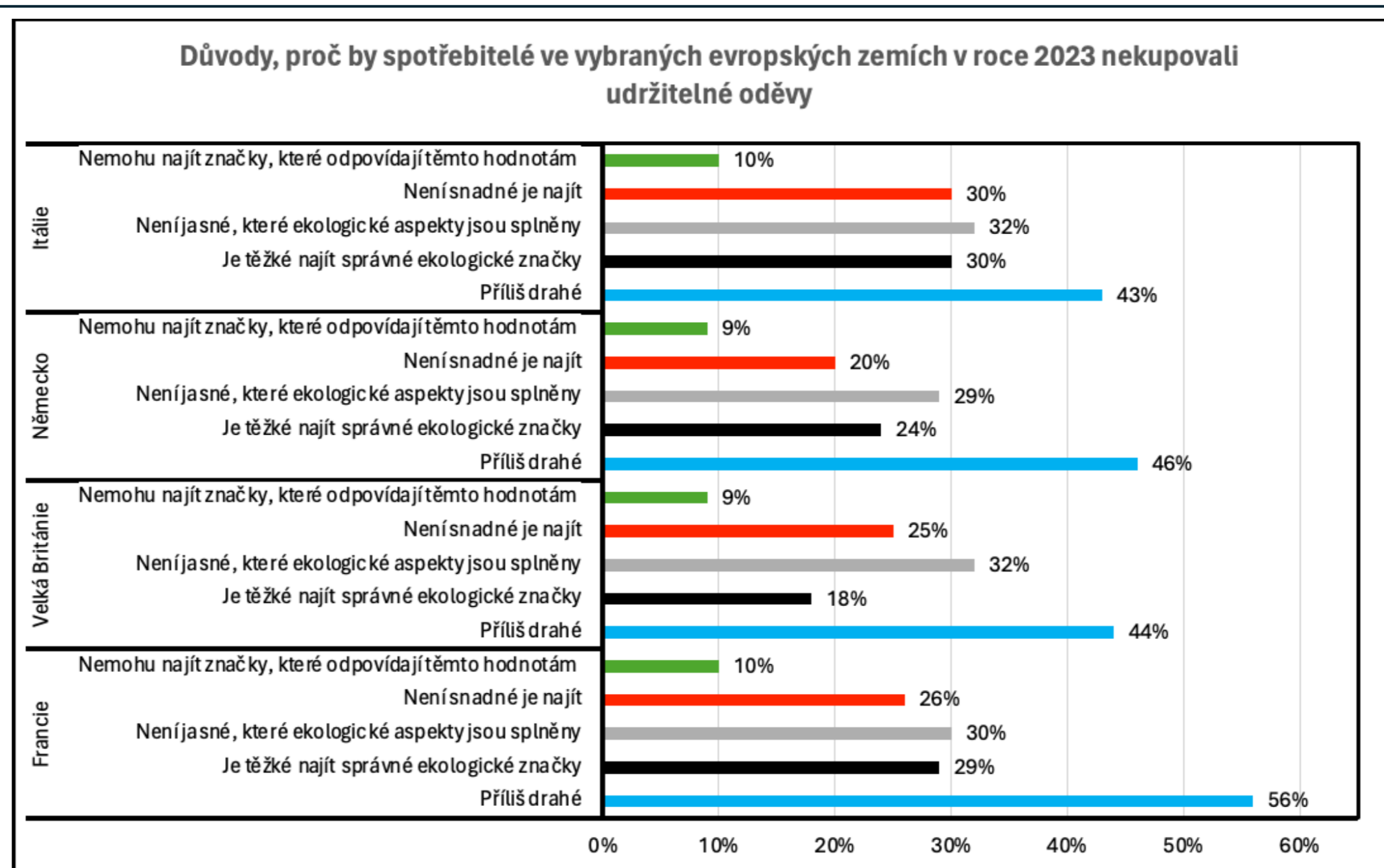
Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou udržitelnosti v oděvním průmyslu a vztahem mezi spotřebitelem a módním průmyslem. Rozebrány jsou dopady, které měla pandemie Covid-19 na spotřební chování Generace Z a jak se změnil jejich přístup k udržitelné módě, jelikož tato generace je považována za největší zastupitele udržitelnosti. Nastihuje, jak funguje udržitelný model, v čem je přínosný životnímu prostředí a jakým způsobem ho lze aplikovat do každodenního života. Zároveň je v práci představen opak udržitelného modelu, jak jeho fungování zasahuje do chování spotřebitelů a zacházení s pracovníky, kteří na principu tohoto modelu pracují. Zmíněna je také fast-fashion móda, která je svým způsobem největším konkurentem módy udržitelné. V číslech je představena její závažnost a jak moc je nakupování této módy náročné pro naši planetu. V závěru teoretické části jsou představeny dvě společnosti, kde jedna se zaměřuje na udržitelnou módu a druhá naopak na fast-fashion módu. V diplomové práci byla využita metoda dotazníkového šetření, které bylo následně vyhodnoceno za pomoci statistických metod – popisné statistiky a korelačního modelu. Cílem dotazníkového šetření bylo zjištění současné situace v České a Slovenské republice, jak je problém udržitelnosti ze strany Generace Z vnímán a zdali se snaží nějakým způsobem jeho fungování podporovat.

Abstract

The thesis deals with the issue of sustainability in the clothing industry and the relationship between the consumer and the fashion industry. The effects that the Covid-19 pandemic has had on the consumption behaviour of Generation Z and how their attitude towards sustainable fashion has changed is discussed, as this generation is considered the greatest representatives of sustainability. It outlines how the sustainable model works, how it benefits the environment and how it can be applied to everyday life. At the same time, the thesis presents the opposite of the sustainable model, how its functioning affects consumer behaviour and the treatment of workers who work on the principles of this model. It also mentions fast-fashion fashion, which is in a way the biggest competitor to sustainable fashion. The figures show how serious it is and how much the purchase of this fashion is taking a toll on the planet. At the end of the theoretical part, two companies are presented, one focusing on sustainable fashion and the other on fast-fashion fashion. The thesis used a questionnaire survey method, which was then evaluated using statistical methods - descriptive statistics and correlation model. The aim of the questionnaire treatment was to determine the current situation in the Czech and Slovak Republics, how the problem of sustainability is perceived by consumers and whether they try to support its functioning in any way.

Cílem práce je prozkoumání současného postoje Generace Z k udržitelnému spotřebnímu chování na trhu módy, jejich povědomí o udržitelném chování na oděvním trhu v České republice, jak vnímají daný pojem udržitelnosti a zdali se ze své strany snaží nějakým způsobem aktivně zapojovat do podpory udržitelného chování. Dílčím cíle je zaměření a zjištění změn v chování u zmíněné Generace Z v návaznosti na dopady pandemie Covid-19



Návrhy a doporučení

- Větší kontrola prodejců
- Formulace nových strategií ze strany obchodníků
- Lepší komunikace se spotřebiteli ohledně udržitelnosti
- Vzdělanost spotřebitelů
- Využití showroomů