Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá odpovědností české populace v rámci nakládání s jednorázovými plastovými obaly a společenskou odpovědností firem. Nadprodukce plastových obalů a její dopad na životní prostředí je stále diskutovanějším problémem posledních let. Cílem této práce je přispět do množiny vědomostí o spotřebitelském chování v rámci nakládání s jednorázovými plastovými obaly a zjištění postojů spotřebitelů v souvislosti s udržitelným chováním firem. V teoretické části se práce věnuje především představení problému plastového odpadu a vládních i nevládních iniciativ, které se mu snaží zabránit. Následně se CSR marketingem a s ním spojeným greenwashingem. Jsou zde představeny perspektivy, které ovlivňují rozhodovací proces spotřebitelů v souvislosti s pro-environmentálním chováním. Práce zmiňuje také faktory ovlivňující rozhodovací proces spotřebitelů, které jsou demonstrovány na již provedených výzkumech týkajících se spotřebitelského chování v rámci nakládání s jednorázovými plastovými obaly. V empirické části se práce věnuje zkoumání pro-environmentálního chování generačních skupin Z a Y a faktorů, které ho ovlivňují. Mimo komparační zkoumání těchto skupin se práce věnuje také dalším proměnným, které by mohly ovlivnit pro-environmentální chování spotřebitelů. Výzkum je prováděn kvantitativním sběrem dat, a to konkrétně formou online dotazníku. Na základě analýzy získaných dat bylo zjištěno, že pro-environmentální chování v obou generačních skupinách je ovlivněno některými z demografických faktorů a že věk není hlavním determinantem, který ovlivňuje chování v rámci nakládání s jednorázovými plastovými obaly.