

Fenntarthatóság befolyásoló szerepe ruhavásárlási szokások kvalitatív és kvantitatív kutatása

The influencing role of sustainability is a qualitative and quantitative research of clothes buying habits

FÖLDI KATA

főiskolai docens, Debreceni Egyetem, foldi.kata@econ.unideb.hu

BALOGH BIANKA

marketing szakos hallgató, Debreceni Egyetem, foldi.kata@econ.unideb.hu

Absztrakt

A ruhagyártásnak számos környezeti károsító hatása van, amelyek ellensúlyozásaként fenntartható termelés, kereskedelem és fogyasztás megvalósítás irányába tesznek lépéseket a Kutatási céljainak: a ruha-visszavételi programok befolyásoló szerepének vizsgálata ruhavásárlásra és a környezetbarát módon gyártott ruhák eladott mennyiségének számszerűsítése. Szakirodalmi, szekunder és primer kutatást folytattunk. Primer kutatás keretében kvalitatív kutatást (netnográfiai vizsgálatot, szakértői interjúkat és fókuszcsoportos vásárlói interjúkat készítettünk) valamint kvantitatív kutatást folytattunk. Bibliográfiai kutatás elemzéshez a VOSViewer adatbányász applikációt alkalmaztuk, amivel különböző publikációk tartalmi elemei, vezető szerzői, országok, intézmények és kulcsszavak alapján megjelenített összefüggéseket ábrákon. A VOSViewer program a tartalom elemzés során összesen 4 klasztert eredményezett és 61 kulcsszót tárt fel. Kérdőíves megkérdezésünk válaszadói árpreferencia alapján választanak ruházati terméket, mivel a környezettudatos termékek az előállítási folyamatok költségei miatt általában magasabb ár fekvésű termékek, ezért azok ritkábban vásárolják. A szakértői interjúk alapján erőteljesebb marketing kommunikációs tevékenységet igényelne ruhavisszavételi lehetőség a gyártói illetve kereskedői oldalról.

Kulcsszavak: ruhavásárlási szokások, fenntartható divat, fenntarthatóság, ruha-visszavételi programok, netnográfiai kutatás, VOSViewer program

Abstract

Clothing production has a number of harmful effects on the environment, which are counterbalanced by steps towards the realization of sustainable production, trade and consumption. We conducted literature, secondary and primary research. In the framework of primary research, we conducted qualitative research (netnographic survey, expert interviews and focus group customer interviews) and quantitative research. For bibliographic research analysis, we used the VOSViewer data mining application, which displayed relationships in figures based on the content elements, leading authors, countries, institutions and keywords of various publications. During the content analysis, the VOSViewer program resulted in a total of 4 clusters and revealed 61 keywords. Respondents to our questionnaire choose clothing products based on price preference, as environmentally conscious products are usually priced higher due to the costs of the production processes, so they buy them less often. Based on the expert interviews, a clothes take-back option would require more powerful marketing communication activities on the part of the manufacturers and retailers.

Keywords: clothes shopping habits, sustainable fashion, sustainability, clothes take-back option, netnographic survey, VOSViewer data mining application