

SZAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONAT

TORMA DOMINIKA

2023.

MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM

KAPOSVÁRI CAMPUS

Agrár-és Élelmiszergazdasági Intézet

Kereskedelem és marketing alapképzési szak

A dolgozat címe

A zero waste életmóddal és a csomagolásmentes boltokkal kapcsolatos
fogyasztói megítélés

Konzulens:

Dr. Olsovszkyné Dr. Némedi Andrea

Egyetemi Docens

Agrár-és Élelmiszergazdasági Intézet

Készítette:

Torma Dominika

Szakfelelős:

Dr. Szendrő Katalin

KAPOSVÁR

2023

Tartalmi Kivonat

Szakedolgozatom témája a csomagolásmentességet taglalja, mivel a csomagolások javára írják a rengeteg környezeti problémát, és a világszerte lévő hulladékmennyiséget, a témaválasztásom aktuális gonddal foglalkozik, hiszen a környezet védelmének ügye mára a mindennapjaink részévé vált, nemcsak a társadalom és a gazdaság van válságos helyzetben, hanem a természet is, ezt különböző globális problémák jelzik szerte a világ körül.

Kutatásom során a marketingkutatás két alapvető módszerét alkalmaztam. A már meglévő adatokat, felméréseket, és kiadványokat dolgoztam fel szekunder forrásként. Melyeket különböző részekre tagoltam a szakedolgozatom során, a szakirodalmi áttekintés részben, ilyen kis egységek a fogalmi magyarázatok, amelyek során az alapfogalmakat tisztáztam le, amiket úgy gondolom, hogy a téma során fontosak. Második egységként a 20-21. századi környezeti helyzetet vázoltam fel, amikor is az emberekben tudatosult, hogy a megnövekedett fogyasztói igények hatására, és a megnövekedett fogyasztás végett egyre jobban károsodik a környezet. A harmadik részben a meglévő fogyasztói szokásokat elemeztem, hogy a hétköznapi fogyasztó, hogyan vásárol, mi a kényelmes neki, és ebben az egységben tértem át a különböző csomagolási alternatívákra ilyen például a hínárcsomagolás, a szövet csomagolások stb., és a csomagolásmentes életmódra.

A kutatás fő célja, hogy kiderítsem, hogy a csomagolásmentes életmód hogyan lehet kivitelezni a mai társadalom hétköznapi életében. Mennyire terjed gyorsan ez az új trend? Mivel segíti a környezetet ez a fajta életmód? Ezeket a kérdéseket egy mélyinterjú keretén belül fejtek ki, melyeket a helyi csomagolásmentes bolttal csinálók Kaposváron. Primer kutatásként, egy online kérdőívet készíték, amelyet a különböző közösségi média felületeken megosztva juttatok el, minél több fogyasztóhoz, akiktől a fő kérdésem az lenne, hogy: Tudna-e csomagolásmentes életmódot folytatni a környezetvédelem érdekében? Háttérváltozóként a nemek, kor, lakhely, kereset és hogy a háztartásába tartozik-e gyermek megoszlását venném figyelembe, mivel ezek nagyban befolyásolják, hogy az egyén milyen életmódot folytat és hogyan viszonyul a jelenlegi helyzetekhez.

A kérdőíves megkérdezés eredményei által megállapítható, hogy az emberek nagyobb része hallott a csomagolásmentes boltokról és a zero waste életmódról, nagy többségük főként a közösségi média felületeken, és csekély része a hagyományos médiumokból, mint tv, rádió, magazin, újság, illetve szájreklámból ismerősöktől. Kevés azon egyének száma, akik folytatnak ilyen életmódot vagy vásároltak ilyen boltban, fő indíttatásuk a környezet

védelmében történt illetve saját és a jövő generációjának érdekében történt illetve, pénztárca barátibb megoldásból.

A mélyinterjúból kiderült, hogy ezen csomagolásmentes boltok, ami a szakirodalomban is fel van tüntetve, nem folytatnak marketing tevékenységet, és nem is reklámoznak, közösségi média térben is csak oldalt működtetnek. Ők is azt tapasztalják, amit én is megtapasztaltam a kérdőíves megkérdezés során, hogy a hétköznapi embereknek ez egy túl bonyolult vásárlási forma és túl lusták ehhez.

Javaslatom a következő pedig mivel, ahogy az interjúból is kiderült nem költ a bolt marketingre, ami egy hiba, ahelyett a közösségi médiát próbálja kiaknázni, amit be kell valljak nem valami jól mert egy Facebook oldallal nem sok mindenki találkozik, ehelyett azt javaslom, hogy szűrjék le, hogy kik azok, akiknek potenciálisan a figyelmüket akarják felhívni és azokra leszűkítve a platformot megkeresni, ahol elérik ezt a célközönséget, ezzel népszerűsítve magukat, és ezen életformát. Vagyis ne passzívan hirdessenek, hanem aktívan, amivel jobban tájékoztatják és felhívják az emberek figyelmét.