

# **SZAKDOLGOZAT**

**Tusor Fanni**  
**Gazdálkodási és menedzsment szak**

**Gödöllő**  
**2023**

## **A SZAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONATA**

### **A fast fashion márkák vizsgálata vállalati és fogyasztói oldalról**

**Készítette: Tusor Fanni**

Gazdálkodási és menedzsment szak, alapképzés, nappali tagozat

Tanszék: Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing

*Belső témavezető:* Bilinovics-Sipos Judit egyetemi tanársegéd, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék és Dr. Sente Viktória egyetemi tanár, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék)

Szakedolgozatom célja az volt, hogy a szakirodalmi áttekintésen túl, vizsgáljam, és elemezzem a gyors divat hatásait, továbbá, megismerjem, hogy milyen érzelmeket tud kelteni a vásárlókban az újabbnál újabb divattrendek megjelenése, és hogy ez milyen módon tudja befolyásolni a magatartásukat. Mindezek célok mellett a piackutatásom során a megkérdezettjeim ruhavásárlási szokásaikat is tüzetesebben megvizsgáltam.

Bebizonyosodott, hogy a dolgozatom elején felállított négy hipotézisemből, az első és második igaznak bizonyult, míg az utolsó kettőt elvettem.

Összességében elmondhatom, hogy primer kutatásom további eredményeiből megerősítést kaptam arra vonatkozóan, hogy egyre több fogyasztó érzékeny a fenntarthatósági kérdésekre az öltözködésben, és ezt már felismerte a legtöbb fast fashion márká, mivel fenntarthatóbb anyagokat kezdenek el használni a ruhagyártásuk során.

Saját kutatásom, és tapasztalatom alapján arra jutottam, hogy a kínai székhelyű SheIn is egyre nagyobb népszerűségnek örvend és egyre többen rendelnek erről a weboldaltól. A kérdőívem kitöltőinek 10,2 százaléka itt vásárol a legtöbbször, mivel a fiatalabb korosztályt, nem zavarja a silányabb minőség, csak az új trendeknek való megfelelésre koncentrálnak, ezért azt gondolom, hogy a jövőben akár még versenytársa is lehet a nagyobb fast fashion márkáknak, hiszen az árak töredékéért találhatunk olyan utánzat ruhadarabokat, amiket a Zara polcain látunk.