

Az internet és media rohamos fejlődésével, az e-kereskedelem egyre inkább megerősíti pozícióját, különösen az üzleti területben. Hatékony eszköznek tartják az üzleti tevékenységekben, az e-kereskedelem segíti a vállalkozásokat abban, hogy a hagyományos megközelítéseknél könnyebben és költséghatékonyabban terjeszkedjenek és juthassanak el a nemzetközi piacokra. Sok különböző iparággal rendelkező vállalkozás felismerte az e-kereskedelem jelentőségét, és kihasználva annak előnyeit hatalmas bevételhez juttatta vállalkozását.

Ezzel a fejlesztéssel az e-kereskedelem gyorsan beépül az iparágak, jellemzően a divatipar üzleti működésébe. Hogyan alkalmazták ugyanis a vállalkozók az e-kereskedelmet a divatiparban, és miért elképesztően hatékonyabb, mint a korábbi kommunikációs módszerek? A választott témából remélem a válaszokat : **E-kereskedelem alkalmazása a ruházati divatmárkák népszerűsítésére**

Nagyon szeretem a divatot és az üzletet is. A divat nélkülözhetetlen az élethez, pont úgy, mint az étkezés. Jelenlegi álmom, hogy egy divatcégnél dolgozzak, vagy saját divatmárkát hozzak létre. Az online vásárlás iránti érdeklődésemmel párosulva azonnal a divatiparban az e-kereskedelem jut eszembe. A szakdolgozat ugródeszkjának tekinthető számomra, hogy többet megtudjak az e-kereskedelemről, valamint általában a divatiparról.

A divatüzletek folyamatosan új alkalmazott technológiákat népszerűsítenek üzleti tevékenységeikben, hogy jobb termékeket kínáljanak. Ezek között, az e-kereskedelem kulcsfontosságú eszköznek számít, különösen a globálisan kapcsolódó iparágak számára.

Ahelyett, hogy az egész napot csak vásárlással kellene töltenünk, ma 15 perc szünetet tarthatunk, hogy megvásároljuk a szükséges dolgokat, nemcsak belföldön, hanem globálisan is. Ez azt jelenti, hogy bárhol és bárkitől vásárolhatunk, emellett lehetőséget ad arra is, hogy megnézzük és megismerjük az öltözködési országainak kultúráját a világon.

Az e-kereskedelem alkalmazása a márkapromócióban segít abban, hogy jobban megértsük az ügyfelek igényeit, az üzlet erősségeit és gyengeségeit, és sok tanulságot és útmutatást kapjunk a versenytársaktól. Az országok bővülő gazdasági együttműködésével egyidejűleg az e-kereskedelem számára is kedvező a pozíció megőrzése és további fejlődése.

A kutatók szerint az e-kereskedelem alkalmazása a márkák népszerűsítésére számos előnnyel jár mind a vállalkozások, mind a fogyasztók számára:

- Vállalkozások
Tájékoztatás és marketing népszerűsítése az egész világ piacon alacsony költséggel
Bevétel növelése
Teremtsen versenyelőnyt
- Fogyasztók : Jobb szolgáltatáshoz való hozzáférés online és offline ügyfélszolgálati programokon keresztül

Billewar et al. (2022) cikkükben kimutatták, hogy a kutatók megerősítik, hogy a fizikai üzletek továbbra is léteznek. Soha nem helyettesítheti a termékek kézben tartásának és használatának képességét, vagy a kiskereskedelmi szakemberekkel való szemtől szembeni interakciót.

A tanulás segít megérteni, hogyan uralja az e-kereskedelem a divatpiacot. Hányan szeretik és használják szerte a világon? A szám emelkedik vagy csökken, és miért. Mit szeretnek és mit nem szeretnek a fogyasztók? És hogyan működik a piacon jól megalapozott üzlet, amikor ennyi versenytárs jelenik meg?

A célok között szerepel:

C1: Az e-kereskedelem használatának és működésének vizsgálata a vállalkozások esetében.

C2: A vásárlók online vásárlási pszichológiájának feltárása.

C3: Az e-kereskedelem mindennapi életben való működtetésének vizsgálata

Ilyen célokkal arra gondoltam, hogy konkrét vállalkozásokat kell felkutatnom, és véleményeket kell gyűjtenem az ügyfelektől. Innen lehetséges a szakdolgozathoz szükséges pontos adatok összegyűjtése.