

Összefoglaló

A fenntartható divat egyre nagyobb népszerűségnek kezd örvendeni a környezeti fenntarthatóság előmozdítása érdekében, hiszen mára már sokak számára világossá vált, hogy a fast fashion mennyire szennyezi a környezetünket és meríti ki az erőforrásainkat. Ugyanakkor, a hasznátruha-piac továbbra is fejletlen a feltörekvő országokban. Mindkét ágazat különböző kommunikációs stratégiákat alkalmaz, hogy a fogyasztókkal megismertesse fenntarthatósági törekvéseit. A kutatás célja, hogy felmérje a fenntartható divat elfogadását és hasznátruha vásárlást befolyásoló tényezőket Romániában. Az adatokra regressziós modelleket építettem, az eredmények alapján pedig javaslatokat fogalmaztam meg a LaMajole hasznátruha értékesítő vállalat számára.

Abstract

Sustainable fashion is gaining increasing popularity as a means of promoting environmental sustainability, given the growing awareness of the environmental impact and resource depletion caused by fast fashion. However, the second-hand clothing market remains underdeveloped in emerging countries. Both sectors employ different communication strategies to engage consumers with their sustainability efforts. This research aims to assess the factors influencing the adoption of sustainable fashion and second-hand clothing purchases in Romania. Regression models were built on collected data, and based on the findings, recommendations were formulated for LaMajole, a second-hand clothing retailer.