

AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Az elmúlt időszakban egyre nyilvánvalóbbá váltak a divatipar környezeti, társadalmi és gazdasági kihívásai. A tanulmány célja megvizsgálni, hogyan építhetők be a fenntarthatóság szempontjai a hazai divatipari KKV-k üzleti gyakorlataiba, ennek milyen lehetőségei és korlátai vannak. A mélyinterjúkon alapuló empirikus kutatás magyarországi, fenntartható működést megcélzó divatipari KKV-k üzleti gyakorlatait vizsgálja. Az elemzéshez kialakított saját rendszer kategóriái relevánsak a hazai divatipar számára, a kategóriákat (1. hulladékcsökkentés, 2. prémiummárkázás, 3. a keresletvezérelt termék előállításának támogatása, 4. a slow fashion támogatása, 5. fogyasztói nevelés, 6. üzlet közösségbe integrálása, 7. radikális átláthatóság) az empirikus vizsgálat alapján sikerült tartalommal megtölteni. Az is látszik, hogy a leghatékonyabban akkor sikerül a fenntarthatósági szempontokat beépíteni a vállalkozások üzleti gyakorlataiba, ha ez a törekvés egyidejűleg kiterjed a fenntarthatóság környezeti, társadalmi és gazdasági vonatkozásaira is. Ugyanakkor részben átváltás figyelhető meg a fenntarthatóság dimenziói között: a kiemelkedő környezeti és társadalmi teljesítmény mellett a gazdasági szempont sokszor némileg háttérbe szorul.

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, fenntartható üzleti gyakorlatok, divatipar, KKV

The environmental, social, and economic challenges of the fashion industry have become apparent recently. The aim of the study – supported by a literature review and in-depth interviews – is to examine how sustainability can be integrated into the business practices of Hungarian fashion SMEs. Results underpin the relevance of the categories of Hungarians' own fashion industry model: (1) waste reduction, (2) premium branding, (3) support for demand-driven product production, (4) support for slow fashion, (5) consumer education, (6) integration of business into the community, and (7) radical transparency. It also seems that the efforts to integrate sustainability considerations into business practices are most effective when environmental, social, and economic aspects of sustainability are addressed simultaneously. In the case of Hungarian fashion SMEs, however, there seems to be a trade-off between the dimensions of sustainability; in spite of outstanding environmental and social performance, the economic aspect is often somewhat disregarded.

Keywords: sustainable development, sustainable business practices, SME

Funding/Finanszírozás:

A szerzők a tanulmány elkészítésével összefüggésben nem részesültek pályázati vagy intézményi támogatásban. The authors did not receive any grant or institutional support in relation with the preparation of the study.

Szerzők/Authors:

Edőcsény Klára Ilona, MSc-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, (klara.edocseny@stud.uni-corvinus.hu)

Dr. Harangozó Gábor, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, (gabor.harangozo@uni-corvinus.hu)