

<b>Title:</b>	Η αυξανόμενη τάση των νέων στην αγορά μεταχειρισμένων ρούχων και τι ρόλο έπαιξαν σε αυτό τα Social Media
<b>Year:</b>	05/12/1443
<b>Author:</b>	Ασπασία Αγγελική Μανέττα
<b>Abstract:</b>	<p>Η αυξανόμενη τάση κατανάλωσης vintage και μεταχειρισμένων ρούχων έχει τεράστιο αντίκτυπο στην παγκόσμια οικονομία. Το τρέχον οικονομικό κλίμα καθώς και ανάγκη για περισσότερη βιωσιμότητα, φαίνεται να έχουν συμβάλει στην τάση απόκτησης vintage και μεταχειρισμένων ενδυμάτων. Οι άνθρωποι φαίνεται πως έχουν ξεκινήσει να υιοθετούν περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον συμπεριφορές όπως η επαναχρησιμοποίηση παλαιών ενδυμάτων. Η βιώσιμη και οικολογική μόδα φαίνεται πως έχουν αναδειχθεί ως λύσεις αντιμετώπισης της γρήγορης μόδας και των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Εκτός από την αλλαγή της στάσης των καταναλωτών σχετικά με την επαναχρησιμοποίηση ενδυμάτων, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τάσης των vintage όπως οι αξίες, η τεχνολογία και η μόδα. Σε αυτή την τεράστια νέα τάση, καθοριστικό ρόλο παίζει η γενιά Z και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι στη ζωή των νέων. Αυτή η μελέτη σκοπεύει να διερευνήσει τα κίνητρα των νέων για αγορά μεταχειρισμένων και vintage ρούχων και συγκεκριμένα των νέων στην Ελλάδα. Επίσης στοχεύει να ερευνήσει τους τρόπους αγοράς μεταχειρισμένων ρούχων και ταυτόχρονα το ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον αναλύονται τα χαρακτηριστικά συμπεριφοράς της γενιάς Z και ο ρόλος που διαδραματίζουν τα social media στις αποφάσεις τους. Χρησιμοποιήθηκε ποσοτική μέθοδος έρευνας για την παρατήρηση της συμπεριφοράς των νέων καταναλωτών και των αγοραστικών τους στάσεων. Δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο σύμφωνα με το οποίο συλλέχθηκαν 102 απαντήσεις διαδικτυακά και στη συνέχεια αναλύθηκαν. Τα αποτελέσματα δείχνουν τους λόγους προβληματισμών πριν την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων και επιπλέον τους τρόπους που επιλέγουν να κάνουν τις αγορές. Τέλος αναλύθηκε ο τρόπος με τον οποίο η αυτοεικόνα επηρεάζει την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων.</p> <p>ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: vintage, μεταχειρισμένα ρούχα, social media, βιώσιμη μόδα, γενιά Z</p>