



Araştırma Makalesi / Research Article

ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARININ İNCELENMESİ

Arzu AZIZAĞAOĞLU*¹
Barış AKSU²

¹Kocaeli Üniversitesi, Kandıra MYO, Tekstil Teknolojisi Programı, Kocaeli, Türkiye

²Kocaeli Üniversitesi, Kandıra MYO, İşletme Yönetimi Programı, Kocaeli, Türkiye

Gönderilme Tarihi / Received: 19.04.2018

Kabul Tarihi / Accepted: 17.07.2018

ÖZET: İnsan ve çevre sağlığına zarar vermeyen, sosyal sorumluluk bilinciyle üretilmiş organik tekstil ürünlerini satın alma ve kullanma eğilimde olan bilinçli tüketicilerin sayısı giderek artmaktadır. Yoğun rekabetin yaşandığı tekstil ve konfeksiyon sektöründe işletmeler organik ürünler üreterek farklılık yaratabilir ve rekabet üstünlüğü elde edebilirler. Bu araştırmanın amacı; organik tekstil ürünlerine yönelik tüketici tutumlarının incelenmesidir. Araştırma kapsamında literatür taramasının yanısıra Kocaeli ve İstanbul'da toplam 437 kişiye anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular yorumlanmıştır. Bu araştırmanın tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama ve marka yöneticilerine, moda tasarımcılarına, tüketicilere ve araştırmacılara katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik tekstil ürünü, İnsan ve çevre sağlığı, Sosyal sorumluluk, Tüketici tutumu.

THE EXAMINATION OF CONSUMER ATTITUDES TOWARDS ORGANIC TEXTILE PRODUCTS

ABSTRACT: The number of conscious consumers who are inclined to buy and use organic textile products which are produced with social responsibility consciousness that do not harm human and environmental health are increasing. In the textile and apparel sector where intense competition is experienced, businesses can make a difference and gain competitive advantage by producing organic products. The purpose of this research is to examine consumer attitudes towards organic textile products. Within the scope of the research, besides the literature review a total of 437 people were applied surveys in Kocaeli and Istanbul. The findings of the analysis of the data obtained from the surveys were interpreted. It is expected that this research will contribute to the marketing and brand managers of businesses of the textile and apparel sector, fashion designers, consumers and researchers.

Keywords: Organic textile product, Human and environmental health, Social responsibility, Consumer attitude.

* *Sorumlu Yazar/Corresponding Author:* arzu.azizagaoglu@kocaeli.edu.tr <https://orcid.org/0000-0003-1816-0603>

DOI: 10.7216/1300759920182511110, www.tekstilmuhendis.org.tr