

عنوان مقاله:

اولویت ها و ترجیحات عمومی در مقبولیت و پذیرش برنسسز علل ارجحیت برندهای سبز از منظر مشتریان

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی بازاریابی و برندهای حامی محیط زیست (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

مسعود اقاییک - شرکت نفیس کاران

خلاصه مقاله:

جهان پیرامون ما تغییرات فراوانی را تجربه کرده و نوع زندگی بشر نسبت به گذشته دستخوش دگرگونی های فراوانی شده است ، این تغییرات تا حدی زیاد بوده که گاه حوادث و اتفاقاتی انسان را به فکر وادار می دارد . تحولاتی که در طبیعت شکل گرفته و موجب بروز حوادث و بلایای سهمگین می گردد ، این سوال را مطرح می نماید ، که آیا نوع برخورد بشر با محیط پیرامون خود صحیح بوده یا خیر ؟ بشر دیروزی که در کوه و صحرا ، با دیگر موجودات زنده پیرامون خود زندگی می کرد و با طبیعت و محیط طبیعی اطراف خود نزدیکی و دوستی فراوان داشت ، امروزه تبدیل به موجودی شهر نشین و اجتماعی شده که خود را آنچنان وابسته به تکنولوژی می بیند که اگر روزی از آنها دور باشد دچار استرس و نگرانی خواهد شد . این تغییرات و دگرگونی ها گرچه در ظاهر و نوع زندگی بشر صورت گرفته اما همچنان نوع انسان موجودی است وابسته به طبیعت که گرایش به فضای طبیعی را در درون خود حفظ کرده است . اگرچه زندگی در دهکده جهانی موجب شده تا انسان امروزی هرچه بیشتر از طبیعت و زیستگاه طبیعی دور باشد اما این حس نیاز به محیط زیست در ناخودآگاه تمام موجودات به خصوص مردمان شهر نشین وجود دارد . زندگی با چنین وضعیتی و با استفاده از تجهیزات و ابزار گوناگون موجب شده تا اغلب مردم به مصرف کنندگانی تبدیل شوند که روزانه دست به انتخاب ده ها محصول آماده می زنند و از میان تمام گزینه هایی که در طول روز می بینند تنها تعدادی از کالاها و محصولات را برای استفاده بر می گیرند و همین موضوع ، یعنی مصرفی شدن و عدم امکان تامین شخصی نیاز های فرد توسط خود وی مانند گذشته ، موجب پدید آمدن حجم انبوهی از صنایع و تولیدات گردیده است

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/106391>

