

عنوان مقاله:

بررسی عوامل رفتاری مصرف کنندگان نسبت به انتخاب پوشاک سبز

محل انتشار:

دومین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج فرهنگ و هنر ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

علی محمودی عالمی - استادیار گروه هنر، دانشگاه غیرانتفاعی مارلیک نوشهر، مازندران، ایران

زینب قطبی - دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشگاه غیرانتفاعی مارلیک نوشهر، مازندران، ایران

خلاصه مقاله:

پوشاک به عنوان یکی از مظاهر فرهنگ و تمدن در شناخت اقوام از اهمیت جایگاه ویژه ای برخوردار است. مطالعه رفتار مصرف کننده در تمام ابعاد آن، به بازاریابان کمک می کند تا نوع واکنش مصرف کنندگان به پیام های ترفیعی، دلیل خرید آنها را پیش بینی کنند و رفتار مصرفی آنها را درک کنند. امروزه، بازاریابان پی برده اند که هرچه اطلاعات بیش تری درباره مصرف کنندگان و چرایی رفتارها و واکنش های آنها داشته باشند، از توان بیش تری برای تدوین راهبردها و تصمیم های بازاریابی برخوردار خواهند بود. صنعت نساجی و پوشاک به مشکلات اجتماعی و زیست محیطی مختلفی کمک می کند. لباس سبز را می توان به عنوان لباسی تعریف کرد که برای استفاده مادام العمر طراحی شده است. این در یک سیستم تولید اخلاقی، شاید حتی به صورت محلی تولید می شود و تأثیرات زیست محیطی کم یا بدون آن ایجاد می کند. صنایع پوشاک به دنبال رشته های سبزتر ساخته شده از منابع تجدیدپذیر هستند تا تقاضای رو به رشد برای محصولات سبز را برآورده سازند. طیف گسترده ای از منابع تجدیدپذیر وجود دارد که می توانند جایگزین استفاده از مواد مصنوعی مبتنی بر روغن شوند.

کلمات کلیدی:

پوشاک، پوشاک سبز، رفتار مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1600655>

