

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر مصرف پایدار : رویکرد فراترکیب

## محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، دوره 1، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

کبری صادقی دزکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران

عبدالقیوم آزموده راد - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران

سیاوش علیرضایی - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران

## خلاصه مقاله:

مصرف مسئولانه و پایدار یکی از جنبه های مهم توسعه پایدار محسوب می شود که به دستیابی رشد اقتصادی بلند مدت، سازگار با نیازهای محیط زیستی و اجتماعی بستگی دارد. در واقع میزان آگاهی مردم در مورد زیست محیطی و خود آگاهی ذهنی آنها به میزان و نوع مصرف، مصرف کننده رابطه مستقیم دارد. هر چقدر مصرف کنندگان به مسائل زیست محیطی اهمیت بیشتری بدهند در مصرف محصولاتی که با آن مغایرت دارد مقاومت بیشتری می کنند و این دیدگاه به طور دقیق ادراک و رفتار مصرف کننده را شکل می دهد پس یک تولید کننده در کنار توجه به مسائل مربوط به مقوله مصرف پایدار باید حتما مواردی که رفتار مصرف کننده را تحت تاثیر قرار می دهد را هم در نظر بگیرد. هدف این پژوهش تحلیلی بر عوامل اثرگذار در مصرف پایدار با روش فراترکیب در فروشگاه های رفاه شهرکرد بوده است. این پژوهش به دلیل رویکرد جامع مفهوم مصرف آگاهانه که شت و همکاران (۲۰۱۱) و لیم (۲۰۱۷) ارائه می دهند، تلاش می کند مفهوم ارائه شده را با مطالعه مروری بسط داده و تکمیل کند. از این رو و با در نظر گرفتن دو وجه ساختار ذهنی آگاهانه و رفتار آگاهانه برای مصرف آگاهانه، ابعاد یک ساختار ذهنی آگاهانه که می تواند به بروز رفتار آگاهانه در حوزه مصرف منجر شود شناسایی می شود.

## کلمات کلیدی:

ذهن آگاهی، مصرف کننده، مصرف پایدار، ادراک مصرف کننده، فراترکیب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2047475>

