

## بررسی عوامل رفتاری مصرف کنندگان نسبت به انتخاب پوشاک سبز

علی محمودی عالمی

[alimahmodialami@yahoo.com](mailto:alimahmodialami@yahoo.com)

استادیار گروه هنر، دانشگاه غیر انتفاعی مارلیک نوشهر، مازندران،  
ایران

زینب قطبی

[Ghotbi.2323@gmail.com](mailto:Ghotbi.2323@gmail.com)

دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشگاه غیر انتفاعی  
مارلیک نوشهر، مازندران، ایران

### چکیده

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

می‌کند. 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.

## مقدمه

تصویر پوشاک سبز نه تنها با استفاده از مواد "تمیز" (به عنوان مثال، الیاف طبیعی، بازیافتی، ارگانیک) بلکه با کل فرآیند تولید و توزیع سازگار با محیط زیست مانند صرفه جویی در مواد در تولید، تصفیه زباله و سبز مرتبط است. بسته بندی پوشاک سبز از شیوه های تجارت منصفانه مبتنی بر استانداردهای اخلاقی استفاده می کند، از استفاده از مواد سمی اجتناب می کند و از حفظ آب بسیاری از برندهای مد برای اینکه مشتریان را قادر به تمایز بین لباس های پایدار و غیرپایدار تشخیص دهند، ایده "برچسب گذاری محیط زیست" را اجرا کرده اند (خاره و وارشنا،<sup>1</sup> 2017). اخیراً مشاهده کرده ایم که مصرفکنندگان آگاه بیشتر و بیشتر از نظر زیست‌محیطی آگاه هستند و محصولات سبز را خریداری می‌کنند. آنها حتی حاضرند هنگام خرید محصولات سبز در مقایسه با محصولات جایگزین هزینه بیشتری بپردازند. مطالعات متعددی در مورد این مسائل مربوط به صنایع مختلف و انواع محصولات سبز، به عنوان مثال در مورد مواد غذایی

---

<sup>1</sup> Khare & Varshneya