

**An Analysis of the Green Level of Consumer Behaviors in Rural Households and Its Effective Individual Factors
(Case study: Khaf County)**

Elahe Dalir

Master of Science in Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: dalir1371@yahoo.com

Maryam Ghasemi

*Corresponding author. Assistant Professor in Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: Magh30@um.ac.ir

Abstract

The growing population on the one hand, and consequently the increase and change in the pattern of consumption, has caused a double burden on the environment. It seems that a great deal of environmental problems are rooted in human behavior that can be solved by knowing its consumption behavior and correcting it. The present study examines the responsiveness of rural households' behavioral responses to the environment and the individual factors affecting it. The research method is descriptive-analytical and the sample size is 235 households in 16 villages of Khaf frontier city. In this study, the ecological behavior of consumption was divided into three dimensions of environmental knowledge with 14 indicators, environmental value with 15 indicators and environmental perception with 17 indicators by field studies. The results showed that there is a positive and significant relationship between the number of years of studying rural households and adherence to green behavior in the field of consumption with a severity of 0.22. Although there is a positive and significant relationship between green behavior and its dimensions, the relationship between green behavior and environmental knowledge is very strong with intensity of 0.917 (Sig. = 0. 00). Also, "the perceived environmental benefits Consumer "with 3.5, " consumer environmental knowledge "with 3.32 and" consumer environmental value "with 3.22 higher than the theoretical average (Sig. = 0. 00). in total, the adherence of rural households to" Green consumption "with 3.33, although more than average (Sig. = 0. 00), but far to the desired threshold. Obviously, behavioral changes will not be accepted by themselves and require the preconditions that are more important in the context of research findings, the strengthening of "environmental knowledge.

Key Words: Rural Households, Ecological Behavior, Consumer Behavior, Khaf County.

Citation: Dalir, E., Ghasemi, M. (2019). An Analysis of the Green Level of Consumer Behaviors in Rural Households and Its Effective Individual Factors (Case study: Khaf County). *Consumer Behavior Studies Journal*, 6 (2), 219-247. (in Persian)



تحلیل میزان سبزبودن رفتارهای مصرفی خانوارهای روستایی و عوامل فردی موثر بر آن (مطالعه موردی: شهرستان خواف)

الهه دلیر

کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
رایانامه: dalir1371@yahoo.com

مریم قاسمی

نویسنده مسئول، استادیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
رایانامه: Magh30@um.ac.ir

چکیده

در حال حاضر رشد فزاینده جمعیت و به تبع آن افزایش و تغییر الگوی مصرف، فشار مضاعفی را بر محیط‌زیست وارد آورده است. به نظر می‌رسد بخش زیادی از معضلات زیست‌محیطی، ریشه در رفتار انسان داشته که با شناخت رفتار مصرفی او و اصلاح آن، قابل حل است. پژوهش حاضر میزان مسئولانه بودن رفتارهای مصرفی خانوارهای روستایی در قبال محیط‌زیست و عوامل فردی موثر بر آن را مورد واکاوی قرار می‌دهد. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و حجم نمونه ۲۳۵ خانوار در ۱۶ روستای شهرستان مرزی خواف در استان خراسان رضوی است. در این مطالعه رفتار اکولوژیکی مصرف به تفکیک سه بعد دانش زیست‌محیطی با ۱۴ شاخص، ارزش زیست‌محیطی با ۱۵ شاخص و درک منافع زیست‌محیطی با ۱۷ شاخص به کمک مطالعات میدانی کمی گردید. نتایج نشان داد که بین تعداد سال‌های تحصیل خانوارهای روستایی و پایبندی به رفتار سبز در زمینه مصرف رابطه مثبت و معناداری با شدت ۰/۲۲ وجود دارد، در واقع با افزایش سطح تحصیلات میزان سبزبودن رفتار مصرف خانوارهای روستایی افزایش می‌یابد. همچنین اگرچه بین رفتار سبز و ابعاد آن رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ اما رابطه بین رفتار سبز و دانش زیست‌محیطی با ۰/۹۱۷ دارای شدت بسیار قوی بوده است (Sig. = 0/00) که نشان از اهمیت دانش و آگاهی زیست‌محیطی بر رفتار سبز دارد. همچنین میانگین «درک منافع زیست‌محیطی مصرف‌کننده» با ۳/۵، «دانش زیست‌محیطی مصرف‌کننده» با ۳/۳۲ و «ارزش زیست‌محیطی مصرف‌کننده» با ۳/۲۲ در طیف لیکرت بالاتر از میانه نظری متوسط ارزیابی شد (Sig. = 0/00) در مجموع پایبندی خانوارهای روستایی به «رفتار سبز مصرف» با ۳/۳۳ اگر چه بیشتر از متوسط است (Sig. = 0/00)، اما تا آستانه مطلوب فاصله زیادی دارد. بدیهی است تغییر رفتار به خودی خود صورت نخواهد پذیرفت و نیاز به پیش‌شرط‌هایی دارد که با توجه به یافته‌های تحقیق تقویت «دانش زیست‌محیطی» از اهمیت بیشتری برخوردار است.

کلید واژه‌ها: خانوارهای روستایی، رفتار اکولوژیکی، رفتار مصرف‌کننده، شهرستان خواف.

استناد: دلیر، الهه؛ قاسمی، مریم (۱۳۹۸). تحلیل میزان سبزبودن رفتارهای مصرفی خانوارهای روستایی و عوامل فردی موثر بر آن (مطالعه موردی: شهرستان خواف). مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۶(۲)، ۲۱۹-۲۴۷.

۱. مقدمه

بی‌شک "بحران کنونی زیست‌محیطی را با هیچ مشکل جهانی دیگر از ابتدای تاریخ تاکنون نمی‌توان مقایسه کرد. بحران‌های زیست‌محیطی معاصر زاینده تربیت ناصحیح و جهالت عملی انسان می‌باشد و از جدی‌ترین چالش‌های پیش روی او محسوب می‌گردد (Shahvali, 2006). متأسفانه رفتار انسان به عنوان مصرف‌کننده در عمل حاکی از این ذهنیت است که قدرت انسان فراتر از طبیعت است، بررسی‌ها نشان می‌دهد انسان‌ها اگرچه فقط درصد کمی از بیوماس (وزن یا حجم موجودات زنده) کره زمین را تشکیل می‌دهند، ولی در مصرف منابع زمین، گونه غالبند (Mirzaei, 2014)؛ مثلاً قطع درختان، بهره‌برداری از منابع طبیعی، تغییر کاربری اراضی و خانه‌سازی، احداث کارخانجات و ...، همگی ناشی از رفتار و عمل انسان در محیط خویش است. در این فرآیند، انسان‌ها به صورت آگاه یا ناخودآگاه بر محیط‌زیست و پدیده‌های موجود در آن لطمه وارد می‌کنند (Khooei, 2014). لذا از حدود نیمه قرن بیستم و با بروز بحران‌های متعدد زیست‌محیطی، بشر متوجه شد که علت اصلی ناهنجاری‌های زیست‌محیطی را باید در خود جستجو نماید. جستجوی ریشه‌های عمیق‌تر بحران‌ها نشان داد که ایجاد بحران حاصل تغییر رفتار انسان است؛ زیرا رفتار مصرفی بشر در قرن حاضر منجر به بلعیدن منابع زیست‌محیطی که متعلق به تمام نسل‌ها است، گردیده و چاره رفع آن، تغییر رفتار انسان به عنوان مصرف‌کننده است. "این مسائل باعث شده است که مسائل محیطی وارد مفاهیم اکولوژیکی گردد و رویکردی به نام رفتار اکولوژیکی مصرف‌کننده پدیدار شود" (Gura & Ranchhod, 2005).

رفتار مصرف‌کننده، واکنش‌هایی هستند که افراد در هنگام مصرف منابع از خود بروز می‌دهند. مسؤلاًنه‌نبودن رفتار و نگرش انسان نسبت به محیط‌زیست باعث تخریب و نابودی روزافزون محیط‌زیست طبیعی می‌شود؛ بدیهی است این مشکلات ریشه در رفتار انسان و روابط گروه‌های انسانی با محیط خود و با یکدیگر دارد و می‌تواند از طریق تغییر در رفتار مصرف به شکلی که سبب کاهش اثرات زیست‌محیطی گردد، مدیریت شود" (Steg & Vlek, 2009). بر این اساس تغییرات در محیط و بهبود شرایط با تغییر در رفتار مصرفی انسان امکان‌پذیر خواهد بود، لذا بررسی رفتار مصرف‌کنندگان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

بی‌شک حل مشکلات زیست‌محیطی مستلزم تغییر شکل شیوه‌ها و رفتارهای مصرف است. از این رو اصطلاح «مصرف پایدار» با هدف کاهش مصرف منابع و انرژی برای رسیدن به تولید زباله کمتر و بازیافت بیشتر مواد مصرفی شکل گرفته است (Carrete, Castaño, Felix, Centeno & González, 2012) از این رو مسائل محیطی و حفظ محیط‌زیست یکی از مهم‌ترین معیارهایی است که مصرف‌کنندگان لازم است آن را مدنظر قرار دهند.

لذا امروزه یکی از مسائلی که انسان‌ها به‌طور مشترک با آن روبرو هستند، به بوم‌شناسی زیست‌محیطی مربوط می‌شود. مسائل بوم‌شناختی نه فقط به این مربوط می‌شود که چگونه می‌توان به بهترین نحو با آسیب‌های زیستی و فجایع صنعتی پی‌درپی مقابله و آن‌ها را کنترل کرد، بلکه به روش زندگی در جوامع نیز مربوط هستند (Dunlap & Jones, 2002). به همین دلیل، رفتارهای تعیین‌کننده تعامل انسان با طبیعت، مورد توجه علاقه‌مندان به محیط‌زیست قرار گرفته است (Khoshfar, Salehi & Imam-Gholi, 2012).

ایران همچون سایر کشورهای درحال توسعه طی دهه‌های اخیر، با مشکلاتی از قبیل تولید انبوه زباله و پسماندهای کشاورزی، صنعتی و بیمارستانی، تخریب اکوسیستم‌های خشکی و آبی (تالاب‌ها)، آلودگی آب و کمبود آب شیرین و رفتارهای مصرفی نامناسب از سوی انسان‌ها مواجه است (Azhdari, 2003) و حل مشکلات

زیست‌محیطی مستلزم تغییر شکل شیوه‌ها و رفتارهای مصرف است (Farahani-Fard, 2009). در واقع "مردم باید رفتار خویش را در مواجهه با محیط‌زیست طوری مورد ارزیابی قرار دهند تا به منش ثابت و اصول همزیستی با طبیعت دست پیدا کنند؛ چرا که بهره‌وری و مصرف صحیح منابع و رعایت اخلاق زیست‌محیطی، باعث پایداری می‌گردد" (Mohammad-Nezhad, 2003).

"سکونتگاه‌های روستایی، با توجه به نزدیکی خاصی که به طبیعت پیرامون خود دارند، بیشترین تأثیر را بر محیط گذاشته و همچنین بیشترین تأثیر را از محیط دریافت می‌کنند؛ لذا به واسطه این ارتباط نزدیک، نقش و تأثیر مهمی در محیط‌زیست داشته و پایداری در روستاها ریشه در روابط گروه‌های انسانی با محیط خود و با یکدیگر دارد" (Soleimani, Buzarjomehri, Javan & Anabestani, 2015).

بدیهی است تغییرات عظیم در شیوه زندگی و فرهنگ غالب بر انسان روستایی در عصر حاضر و رسیدن به سطح سازگار با محیط‌زیست و حل مشکلات زیست‌محیطی در روستاها باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد (Salehi, 2008). اما جهانی شدن و تأثیرات آن تحولات شگرفی در نواحی روستایی ایران ایجاد نموده است، با گسترش کانال‌های ارتباطی ارتباطات روستائیان با فضای بیرونی بیش از پیش دست‌خوش تغییر گردید و ارزش‌ها و هنجارهای روستائیان تحت تأثیر فرهنگ غالب جهانی و شهری متحول شد. به دنبال آن سبک زندگی و الگوی مصرف نیز تغییر کرد. اگرچه جامعه روستایی ایران در فرایند تحولات جهانی شدن، با شدت و ضعف کمتری نسبت به جامعه شهری دچار تغییر شده است، اما حجم تغییرات در برخی زمینه‌ها بالا است. از جمله افزایش سطح نیازهای روستائیان و گسترش پدیده مصرف‌گرایی، دگرگونی در عادت‌ها و الگوهای مصرفی، پیداشدن روحیه رفاه‌جویی در جامعه روستایی و ...، که این تغییرات موجب تبدیل جامعه روستایی ایران از تولیدکننده و خود مصرف به سمت جامعه مصرف‌کننده و وابسته گردیده است، هرچند افزایش میزان مصرف کالاهای مختلف در روستاها را می‌توان نشانه رشد اقتصادی و توسعه رفاه عمومی قلمداد کرد، اما رشد مصرف در بعضی موارد چنان بی‌رویه و ناسازگار با محیط زیست است که می‌توان آن را نشانه نوعی ناهنجاری رفتاری در جامعه روستایی کشور تلقی کرد (Anbari, Firozabadi & Sorosh, 2014).

منطقه مورد مطالعه شهرستان خواف در استان خراسان رضوی است. مطالعات اکتشافی نشان می‌دهد در حال حاضر روستائیان شهرستان به عنوان مصرف‌کننده، درک درستی از اهمیت محیط‌زیست و چگونگی رفتار در ارتباط با آن ندارند. این مساله طی سال‌های اخیر در ارتباط با الگوی مصرف خانوارهای روستایی در موارد متعددی از جمله؛ رواج استفاده از ظروف یک‌بارمصرف، رواج خرید اقلام خوراکی و غیرخوراکی که در گذشته خانوار در حد خودمصرفی اقدام به تهیه آن‌ها می‌کرده است (رب، مربا، لبنیات، روغن و انواع البسه و ...)، عدم تفکیک زباله‌های قابل بازیافت، شستشوی البسه در سقابه‌ها و رهاکردن فاضلاب در اراضی کشاورزی، عدم تمایل به پرداخت هزینه‌های زیست‌محیطی، عدم تمایل به استفاده از مصالح بوم‌آورد و تغییر الگوی معماری بومی مساکن، عدم توجه به حفظ گونه‌های گیاهی و جانوری، تمایل به تهیه وسایل لوکس (از قبیل مبل‌مان، انواع وسایل برقی مانند مخلوط‌کن، آسیاب، ماکروویو و ...) اشاره نمود. این در حالی است که خانوار روستایی در گذشته از دسداس جهت آسیاب مواد غذایی خود، از پارچه‌های تولیدی خود جهت تولید البسه، از مواد غذایی تولید خود (نان، کره، مربا، ترشی، انواع لبنیات، رب و ...)، از کیسه‌های پارچه‌ای به جای کیسه‌های پلاستیکی و ... استفاده می‌کردند. با توجه به آنچه گفته شد به نظر می‌رسد "با تغییر نگرش در زمینه مصرف و رواج پدیده مصرف‌گرایی در جامعه، میل به مصرف در روستائیان نیز افزایش یافته و تمرکز از نیازهای اساسی به سمت نیازهای کاذب و تجملی تغییر پیدا کرده

است، باید اذعان کرد که مصرف به خودی خود نکوهیده نیست" (Anbari et al., 2014)، اما آنچه این پدیده را ناپسند جلوه می‌دهد، رواج روحیه مصرف‌گرایی، مصرف زیاده از حد و خارج از الگوهای مناسب جامعه است. به نظر می‌رسد "فرهنگ استفاده از منابع طبیعی، امکانات زیست‌محیطی و فرهنگ زیستن همراه با همزیستی با محیط" (Adhami & Akbarzadeh, 2011) در نسل فعلی از اهمیت پائینی برخوردار است و عدم آموزش مسائل زیست‌محیطی، موجب کاهش حساسیت نسل فعلی، در ارتباط با مقوله‌های زیست‌محیطی گردیده و بر ناپایداری اکولوژیکی فضاهای روستایی افزوده است. این درحالی است که در گذشته فضاهای روستایی به لحاظ اکولوژیکی نسبتاً پایدار بوده و حساسیت‌های زیست‌محیطی روستائیان نیز بیشتر بوده است. این مسائل باعث شده است رویکردی به نام رفتار اکولوژیکی مصرف‌کننده پدیدار شود (Gura & Ranchhod, 2005). در طول سال‌های گذشته، اغلب افراد متوجه شده‌اند که رفتار آن‌ها تأثیری مستقیم بر محیط‌زیست داشته است و شواهد نشان می‌دهد که الگوی مصرف به گونه‌ای عمل کرده که تأثیرات بسیار زیان‌باری بر محیط‌زیست طبیعی وارد کرده است (Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo, 2001) و اگرچه فن‌آوری‌های زیست‌محیطی، سیستم‌های تولید، سیاست‌های اقتصادی و طرح‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در دستیابی به پایداری دارند، اما سهم آن‌ها بدون بروز رفتارهای مناسب در مصرف ضعیف است (Peatie, 2010). بنابراین مؤثرترین گام جهت حفظ محیط‌زیست، ارزیابی رفتار و عملکرد مردم در رسیدن به اصول اولیه زندگی پایدار و راه خروج از این بحران، تغییر در نگرش انسان به پدیده مصرف است (Farahani-Fard, 2009). امروزه تفاهم عمومی حکایت از آن دارد که راه‌حل واقعی مشکلات محیط‌زیست باید انسان و رفتارهای او را به‌عنوان مصرف‌کننده شامل شود (Benson, 2003). با توجه به مباحث مطرح‌شده در طرح مسأله تحقیق و با در نظر گرفتن مشکلات موجود در منطقه مورد مطالعه سوالات تحقیق بدین شرح مطرح می‌گردد: ۱- ویژگی‌های فردی موثر بر رفتار مصرفی سبز خانوارهای روستایی کدامند؟ ۲- مسئولانه‌بودن رفتارهای مصرفی خانوارهای روستایی در قبال محیط‌زیست به چه میزان است؟

۲. پیشینه تحقیق

مطالعه درباره جنبه‌های زیست‌محیطی مصرف در دهه ۶۰ میلادی شروع شد. در این دوران، اندیشه‌وران اکولوژی از اهداف اجتماعی غالب رشد اقتصادی و مصرف فزاینده به جهت هزینه‌های زیست‌محیطی آن، پرسیدند. دهه ۱۹۷۰ پژوهش‌هایی را به همراه داشت که به طور خاص مرتبط با مصرف و محیط‌زیست بود. البته این مطالعات بر الگوهای رفتاری مصرف‌کنندگان فردی تمرکز داشت (Farahani-Fard, 2009). به‌طور کلی رفتار مصرف‌کننده به‌طور وسیعی از مفاهیم گسترش‌یافته رشته‌های دیگر علمی از قبیل؛ روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، روان‌شناسی اجتماعی و مردم‌شناسی فرهنگی اقتباس کرده است (Samadi, 2003). بررسی پیشینه موضوع در ارتباط با رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف‌کننده نشان می‌دهد مطالعات زیادی در حیطه رفتار سبز به دلیل تخریب زیاد محیط زیست و وجود رفتارهای مصرفی نامناسب انجام شده است.

جدول (۱). پیشینه مربوط به رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف کننده

نام پژوهشگر	نتایج پژوهش
Khoshfar, Salehi, & Imam Gholi, (2012)	یافته‌ها حاکی از این هستند که برای ترویج رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط‌زیست باید نحوه رفتار و روش زندگی انسان‌ها در طبیعت تغییر یابد. رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط‌زیست در منطقه مورد مطالعه اغلب شامل صرفه‌جویی در مصرف انرژی و سوخت می‌گردد و در مجموع رفتار افراد مورد مطالعه در حدود ۶۷.۴ درصد مسئولانه و ۳۲.۶ درصد غیرمسئولانه بوده است.
Khoshfar, Salehi, Vesal, & Abaszadeh, (2015)	میزان آگاهی روستاییان از مسائل زیست‌محیطی در حد متوسط است. بین مؤلفه‌های اجتماعی با میزان آگاهی زیست‌محیطی افراد رابطه معناداری وجود دارد. در ویژگی‌های فردی بین سن و میزان تحصیلات افراد با میزان آگاهی آن‌ها از محیط‌زیست رابطه معناداری وجود دارد. در ویژگی‌های رفتاری روان‌شناختی، مؤلفه تعامل افراد با یکدیگر با بالاترین ضریب آماره ۰.۳۸، و در ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی؛ مؤلفه ارتباطات افراد در سطح محلی و فرامحلی با ضریب آماره ۰.۸۲ و در میزان مصرف رسانه‌ای، استفاده از وسیله ارتباطی رادیو با ضریب ۰.۲۲ بیشترین تأثیر را در زمینه میزان آگاهی از محیط‌زیست در بعد اجتماعی داشتند. همچنین پنج متغیر (استفاده از رادیو، تعامل با دیگران، ارتباطات اجتماعی در سطح محلی و فرامحلی، مشارکت در امور روستا و سن)، بیشترین تأثیر را بر میزان آگاهی‌های زیست‌محیطی روستاییان داشتند.
Aghayarihir, Alizadehghadam, Honarvar (2016)	نتایج نشان داد که سواد زیست‌محیطی و مصرف مسئولانه و پایدار با یکدیگر رابطه مستقیمی دارند و ۲۶ درصد از واریانس مصرف مسئولانه و پایدار توسط نگرش محیط‌زیستی و رفتار محیط‌زیستی که جزو ابعاد سواد زیست‌محیطی هستند، تبیین شده است.
Abbas-Zadeh, Alawi, Bani-Fatemeh, Alizadeh-Aghdam (2016)	طبق نتایج به‌دست آمده میانگین نمرات رفتار مسئولانه زیست‌محیطی برابر با ۴.۴۷ بوده که کمتر از میانگین نمرات نگرش مسئولانه زیست‌محیطی با مقدار ۴.۵۵ است. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که متغیر نگرش زیست‌محیطی به صورت مستقیم با ضریب مسیر ۰.۲۲۴ بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تأثیر داشته و متغیر دل‌بستگی مکانی نیز با ضریب مسیر ۰.۵۳ بر رفتار زیست‌محیطی مؤثر است؛ متغیر دل‌بستگی مکانی با ضریب مسیر ۰.۲۳ بر رفتار مسئولانه زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد. از طرفی دل‌بستگی مکانی با تأثیر بر نگرش مسئولانه زیست‌محیطی با ضریب مسیر ۰.۶۸ به‌طور غیرمستقیم بر رفتار مسئولانه محیطی مؤثر است.
Haji-Zade Meymanadi. Falakeddin. (2018)	نتایج نشان می‌دهد بین متغیرهای سن، درآمد، آگاهی زیست‌محیطی، سبک زندگی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سرمایه فرهنگی و قانون‌گرایی با رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه رابطه معناداری وجود دارد، نتایج آزمون رگرسیون بیانگر آن است که از بین ابعاد پنج‌گانه سبک زندگی بعد سلامت محیطی و بعد سلامت اجتماعی و از بین ابعاد سه‌گانه قانون‌گرایی، بعد شناختی قانون‌گرایی در مجموع توانسته‌اند ۴۵.۷ درصد از تغییرات رفتارهای زیست‌محیطی مسئولانه را تبیین کنند.
Darvish Nuri, Karimi, Morabbi Heravi. (2019)	نتایج نشان داد که ۲۰٪ آگاهی زیست‌محیطی، ۳۰٪ نگرش زیست‌محیطی و ۵۰٪ رفتارهای زیست‌محیطی در ایجاد رفتارهای مسئولانه مؤثر بوده است. همچنین ۳۰٪ مسئولیت‌پذیری و ۷۰٪ جنسیت و قومیت را در ویژگی‌های فردی مؤثر دانسته‌اند. از کل ادبیات موضوع بررسی شده ۲۰٪ سطح تحصیلات، ۲۰٪ درآمد و ۵۰٪ مکان زندگی (طبقه اجتماعی) را مؤثر دانسته‌اند.
Abbasi-Esfanjan, Khodayi Gargari, (2019)	متغیرهای روان‌شناختی تأثیر بیشتری نسبت به متغیرهای جمعیتی در رفتار آگاهانه زیست‌محیطی دارد. مصرف‌کنندگان با سطح بالایی از رفتار زیست‌محیطی، قصد خرید بالاتری را بروز می‌دهند. تأثیر مثبت رفتار آگاهانه زیست‌محیطی روی رفتار مصرف‌کننده به مراتب بیشتر از قصد خرید است.
Conraud-Koellner & Rivas-Tovar (2009)	مطالعات رفتار سبز به دلیل تخریب زیاد محیط‌زیست و وجود رفتارهای مصرفی نامناسب صورت می‌گیرد و با این حال تغییر عادت در رفتار مصرف‌کنندگان کار آسانی نیست. در این مقاله متغیرها در ۴ مدل رفتار سبز و در ۵ گروه اصلی خلاصه شده‌اند: گرایش‌های طبیعت انسان، کنترل درک‌شده، دانش زیست‌محیطی، نتایج شخصی و پیامدهای زیست‌محیطی. تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که با وجود تلاش‌هایی که در مدیریت محیط‌زیست کشور مکزیک که یکی از ۱۲ کشور سازگار با محیط‌زیست است، صورت گرفته، شکافی عمیق بین برنامه‌های رسمی حفاظت از محیط‌زیست و مشارکت‌های اجتماعی در بروز اخلاق سبز وجود دارد.

نام پژوهشگر	نتایج پژوهش
Chiu, (2009)	در کشور چین از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۸، توسعه در بین ساکنان شهری و روستایی مطابقت دارد. نگرش پاسخ‌دهندگان شهری و روستایی در مشاهدات اقتصادی و حفاظت از محیط‌زیست برابر است. علاوه بر این، در سال ۲۰۰۸ این کشور با رشد اقتصادی بی‌سابقه‌ای مواجه بوده است که این شرایط تحت تأثیر ارزش‌های اجتماعی جمعیت چین توسعه یافته است. بررسی نگرش زیست‌محیطی در چین با مشکلات زیست‌محیطی شدید و با رشد اقتصادی بی‌سابقه‌ای همراه بوده و با توجه به فاجعه زیست‌محیطی و غلظت آلودگی، توجه به رفتار مصرفی پایدار و حفاظت از محیط‌زیست، جهت ایجاد کشوری پایدار، ضروری است.
Whitmarsh & O'Neill (2010)	در این پژوهش از ۴ مدل برای رفتار سبز استفاده شده که مدل اول؛ مدل ثبات و پایداری می‌باشد که شامل نگرش مثبت، نگرش منفی و کنترل رفتار درک شده است. مدل دوم؛ هنجارهای ذهنی، مدل سوم؛ هویت ذهنی و مدل چهارم؛ جبران رفتارهای گذشته است که شامل هویت و رفتار طرفدار محیط‌زیست و ارزش‌های زیست‌محیطی می‌باشد. قدرت پیش‌بینی معیارهای عمومی طرفدار محیط‌زیست برای مدل ۱: ۰.۳۹، مدل ۲: ۰.۴۶، مدل ۳: ۰.۴۹ و برای مدل ۴: ۰.۵۲ می‌باشد و نشان می‌دهد که در مناطق روستایی مسائلی چون بازیافت زباله، حفاظت از آب، انرژی و آموزش و پرورش روستاییان برای داشتن هویت و زندگی سبز مطرح است که همگی نیازمند بروز رفتار سبز در مناطق روستایی می‌باشد.
Carrete, Castaño, Felix, Centeno & González, (2012)	در این پژوهش مصرف‌کنندگان مکزیکی، مستقل از طبقه اجتماعی و منطقه جغرافیایی، رفتاری سازگار یا ناسازگار با محیط‌زیست دارند. از جمله رفتارهای سازگار با محیط که در بین آن‌ها رایج‌تر است، کاهش و استفاده مجدد می‌باشد و شیوه‌های سازگار مربوط به بازیافت و خرید محصولات ارگانیک در بین آنان کمتر رایج است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که خانواده در بروز رفتارهای سازگار با محیط‌زیست نقش زیادی دارد و جهان‌بینی انسان بر رفتارهای سازگار با محیط‌زیست در تمام طبقات اجتماعی غالب است.
Siringi (2012)	با توجه به اینکه مصرف نامناسب مردم از منابع سبب کمبود منابع شده؛ صرفه‌جویی فن‌آورانه در انرژی از اولویت برخوردار است و سبک زندگی بهتر به عنوان امری حیاتی برای این کمبود به شمار می‌رود و در طول سال اکثریت مصرف‌کنندگان متوجه شده‌اند که رفتار آن‌ها تأثیر مستقیمی بر محیط‌زیست دارد و خواستار استفاده از محصولات سازگار با محیط‌زیست هستند. در این پژوهش از روش تحلیل عاملی استفاده شده که نتایج حاصل، هشت مؤلفه را به عنوان عوامل اصلی رفتار مصرف‌کنندگان معرفی می‌کند که جمعاً ۶۴.۳۲ درصد واریانس را نشان می‌دهد.
Kaufmann, Panni, & Orphanidou (2012)	این پژوهش با هدف توضیح شاخص‌های رفتارهای مصرف پایدار و اقدامات پایدار محیط‌زیست انجام شده است که به عنوان پایه و اساس برای محصولات سبز و رفتار مصرف‌کنندگان محسوب می‌شوند. در این پژوهش وزن متغیرهای مستقل، نشان‌دهنده ارزش کلی پایداری محیط‌زیست است. عواملی چون مدیریت زباله و انرژی، تجارت آزاد، فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، بازاریابی سبز یا مفاهیم جامعه‌شناختی مانند فرهنگ و هویت در تغییر رفتار مصرف‌کنندگان نقش زیادی دارند. یافته‌های این پژوهش با استفاده از اطلاعات کمی و کیفی فراهم شده و با استفاده از مطالعات تجربی و تأیید مدل تحقیق و شاخص‌های آن، نتیجه این مطالعه تجربی از نقطه نظر مدیریتی نمایش داده شده است.
Wang, Liu & Qi (2014)	بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای مصرف پایدار؛ نظرسنجی از ساکنان روستایی در چین نشان داد که ساکنان روستایی برای انجام کارهای خود، در موارد کمی به جای رفتار خودخواهانه، رفتاری نوع‌دوستانه دارند و تمایل کمی به انجام کارهای ناسازگار با محیط‌زیست دارند. همچنین زنان به دلیل سطح آموزش عالی کمتر نسبت به مردان در مناطق روستایی در مورد اقدامات پایداری محیط کمتر فعال هستند و از دانش زیست‌محیطی مرتبط با زندگی روزمره تقریباً ناآگاه هستند؛ همچنین نتیجه تحقیق نشان داد: دانش زیست‌محیطی و ارزش‌های زیست‌محیطی بر رفتار مصرفی پایدار تأثیر زیادی دارد.
Handriana, Ambara, (2016)	نتایج نشان داد که در شکل‌گیری رفتارهای زیست‌محیطی تصویر مقصد، کیفیت سفر، ارزش درک‌شده و رضایت‌مندی به عنوان چهار عامل اصلی و مهم قلمداد شده است. تحقیقات همچنین نشان داد که در مورد انگیزه‌های انجام رفتارهای زیست‌محیطی هنوز اطلاعات زیادی در دست نیست و این امر نیاز به کنکاش و جستجوی فراوان به ویژه در کشورهای در حال توسعه دارد. این در حالی است که آگاهی عمومی در مورد اهمیت محیط‌زیست توانسته تأثیر زیادی در بروز رفتار سبز در منطقه مورد بررسی داشته باشد.

جوامع انسانی و مجامع بین‌المللی و نویسندگان زیست‌محیطی، به‌طور عمده راه خروج از بحران فزاینده مصرف‌گرایی را تغییر در نگرش انسان به پدیده مصرف دانسته‌اند. به‌طوری‌که مطابق جدول، (Chiu 2009) به بررسی نگرش زیست‌محیطی در چین پرداخته‌اند و به این امر اشاره دارند که با توجه به فاجعه زیست‌محیطی و غلظت آلودگی، توجه به رفتار مصرفی پایدار امری ضروری است. در مجموع نتایج اغلب مطالعات نشان می‌دهد سطح حساسیت مصرف‌کنندگان به مسائل زیست‌محیطی اغلب پائین است و تغییر عادت در رفتارهای مصرفی آن‌ها کار آسانی نیست. پژوهش حاضر در قلمرو موضوعی رفتار مصرف‌سبز/اکولوژیکی است، و این موضوع را بر روی خانوارهای روستایی در نواحی روستایی دورافتاده و مرزی مورد بررسی قرار می‌دهد. لذا علی‌رغم وجود مطالعاتی در این حوزه، همان‌گونه که بررسی پیشینه نشان می‌دهد، این پژوهش به لحاظ موضوعی، تا حدودی حائز شرایط نوآوری می‌باشد.

۱-۲. مبانی نظری

الف- رفتار مصرف‌کننده

مصرف عبارت است از استفاده از منابع برای رفع نیاز (Kurdabacheh, 2008). در دانش اقتصاد، مصرف واپسین مرحله فرایند اقتصادی است. رفتار مصرف‌کننده یک مبحث نوپاست، اولین کتاب‌هایی که در این زمینه نوشته شده‌اند، مربوط به دهه ۱۹۶۰ بوده‌اند ولی سابقه این موضوع به پیش‌تر برمی‌گردد. فعالیت‌های فیزیکی، احساسی و ذهنی که افراد هنگام انتخاب، خرید، استفاده و دورانداختن کالا و خدمات در جهت ارضای نیازها و خواسته‌های خود انجام می‌دهند، رفتار مصرف‌کننده است (Wilki & Solomon, 1994). در تعریفی دیگر رفتار مصرف‌کننده این‌گونه تشریح شده است: مجموعه فعالیت‌هایی که مستقیماً در جهت کسب، مصرف و دورانداختن کالا و خدمات صورت می‌گیرد. این فعالیت‌ها شامل فرایند تصمیماتی است که قبل و بعد از این اقدامات انجام می‌پذیرد. تصور عمومی بر این است که رفتار مصرف‌کننده، چگونگی خرید کالاها و خدمات توسط افراد می‌باشد، اما در واقع رفتار مصرف‌کننده چیزی بیشتر از خرید کالاها و خدمات توسط افراد است. رفتار مصرف‌کننده را به طور کلی چنین تعریف می‌نمایند: تصمیم‌نهایی مصرف‌کننده با توجه به اکتساب، مصرف و خلاص شدن از کالاها، خدمات، زمان و نظرات بخش‌های مختلف تصمیم‌گیری در یک دوره زمانی می‌باشد (Hawkins, Mothersbaugh & Best, 2010).

انتخاب مصرف‌کننده و تحلیل رفتار انتخابی او همواره مساله‌ای مهم و گاه مبهم از سوی تحلیلگران در حوزه رفتاری بوده است. بررسی و مطالعه رفتار مصرف‌کننده از مدت‌ها پیش مورد علاقه محققان بسیاری بوده و در این خصوص رویکردهای مختلفی در پژوهش‌ها ارائه شده است. برخی از مهمترین این رویکردها در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۲). مهمترین رویکردهای مطالعاتی در بررسی رفتار مصرف کننده

نوع رویکرد	مبنای نظری رویکرد
رویکرد اقتصادی	مصرف کننده، انسان اقتصادی و یک تصمیم گیرنده عقلایی است که صرفاً منافع خود را در نظر گرفته (Zinkhan, 1992. Schiffman & Kanok) و یا حداقل میزان تلاش، توانایی حداکثرسازی مطلوبیت خویش (Bray, 2008) را دارد و قادر به انتخاب بهینه از بین گزینه‌های موجود و جایگزین است (Shefman & Kanok, 2007) که این دقیقاً مطابق با تئوری مطلوبیت مصرف کننده به هنگام رفتار انتخابی و الگوی تصمیم‌گیری است (Taujanskaite et al., 2015).
رویکرد روان‌پوشی	در این رویکرد رفتار براساس شناخت انسان یا محرک‌های محیطی صورت نمی‌گیرد، بلکه بر اساس نتایج و عوامل بیولوژیکی شکل می‌گیرد (Bray, 2008). به گونه‌ای که شخص به صورت ناخودآگاه عمل کرده و درک درستی از انگیزش‌های خود ندارد (Kotler, 2013).
رویکرد رفتارگرایی	رفتار براساس رویدادهای خارجی توضیح داده می‌شود (Bray, 2008) و به عبارت دیگر در یک رابطه علت و معلولی، رفتار معلول عوامل خارجی افراد است (Eysenck, 2000).
رویکرد شناختی	افراد پردازشگران اطلاعاتی هستند که از محیط و در طی تجربه‌های اجتماعی خویش دریافت می‌کنند (Bray, 2011) و تجارب گذشته فرد نه تنها بر پردازش اطلاعات مؤثر است که بر چگونگی و چستی دریافت اطلاعات نیز اثرگذار است (Moital, 2006. Madikwe, 2016). درواقع افراد در طی فرآیند تصمیم‌گیری به جستجو، ذخیره و ارزیابی و مقایسه اطلاعات می‌پردازند (Fotis, 2015).
رویکرد اقتصاد رفتاری	مصرف کننده همواره یک انسان اقتصادی با رفتاری کاملاً عقلایی نیست و در برخی موارد کاملاً غیرمنطقی رفتار می‌کند. در این رویکرد میان رشته‌ای مباحثی همچون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی نیز مدنظر بوده است (Rahbar et al., 2013). رویکردی که از ابزارهای اقتصادی و روان‌شناختی با هم استفاده می‌کند (Foxall, 2015) و از این رو می‌توان گفت رویکردی جامع‌تر از چهار رویکرد قبلی است.

Reference: Zareyi & Naseri Oshtorani, 2018.

متناسب با رویکردهای متفاوت در حوزه رفتار مصرف کننده، مدل‌های بسیاری نیز ارائه شده است که در این میان مدل‌های شناختی رفتار مصرف کننده از مقبولیت بیشتری برخوردارند (Moital, 2006). مدل‌های شناختی که به شناسایی مجموعه‌ای از عوامل مؤثر در فرآیند تصمیم‌گیری مصرف کننده می‌پردازند (Udo-Imeh, 2015)، خود به دو دسته تجویزی و تحلیلی تقسیم‌بندی می‌شوند (Bray, 2008). تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده (Ajzen, 1985) و تئوری اقدام مستدل (Ajzen & Fishbein, 1975) از جمله مدل‌های تجویزی به شمار می‌روند و تئوری رفتار خرید هاورد شس (Foxall, 1990) و مدل تصمیم‌گیری مصرف کننده (Blackwell, Miniard, 2001. Udo-Imeh, 2015) از جمله مدل‌های تحلیلی هستند (Zareyi & Naseri Oshtorani, 2018).

ب- رفتار بوم‌شناختی مصرف

رفتار بوم‌شناختی مصرف عبارت است از شناسایی، انتخاب و بازیافت زیست‌محیطی کالاها و انجام فعالیت‌ها و اقدامات خودجوش برای حفاظت از محیط‌زیست. منظور از مصرف کننده نیز مردم است (Rastegar, Hashemian & Alavi, 2017). رفتار سبز/ بوم‌شناختی مشخصاً بیانگر رفتار دوستانه با محیط‌زیست در زمینه مصرف است. "رفتار سبز/ بوم‌شناختی مفهومی جهانی است که تنها معطوف به افراد زمان حاضر نمی‌شود، بلکه نسل‌های آینده نیز باید از حق داشتن طبیعت و زندگی سالم برخوردار باشند. رفتار سبز/ بوم‌شناختی اغلب به عنوان مسئولیت در قبال طبیعت قلمداد می‌شود که گاهی به عنوان نظارت زیست‌محیطی از آن یاد می‌شود" (Alizadeh-Aghdam, Bani Fatemeh, Abbas Zadeh & Soltani, 2017) این رفتار که از آن گاه تحت عنوان رفتار زیست‌محیطی یاد

می‌کند، رفتار مثبت در برابر محیط زیست است که در آن کنشگر اگر از محیط زیست حفاظت نمی‌کند حداقل به آن آسیبی نمی‌رساند. تبیین رفتارهای افراد در قبال محیط‌زیست یکی از مسائل مهم در جامعه‌شناسی زیست‌محیطی است که به دلایل متعدد علاوه بر مسأله‌ای نظری، اهمیت کاربردی بسیاری نیز دارد (Fazeli & Jafar-Salehi, 2013). جدول زیر مهمترین دیدگاه‌های نظری رفتار بوم‌شناختی را به‌طور خلاصه ارائه می‌دهد.

جدول (۳). مهم‌ترین دیدگاه‌های نظری رفتار بوم‌شناختی

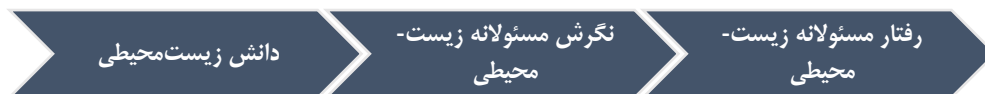
نوع رویکرد	مبنای نظری رویکرد
دیدگاه بوم‌شناسی انسانی	پارک معتقد بود که دخالت انسان در طبیعت «تبادل زیستی» را بر هم می‌زند و نظم این زنجیره را مختل می‌کند. این نظریه به جای تأکید بر اشتراکات انسان با دیگر موجودات، بر ویژگی‌های منحصر به فرد انسان (مانند نوآوری و قابلیت‌های ذهنی) تأکید می‌کند. در این دیدگاه، تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی (مانند ارتباطات و تقسیم کار) اولویت دارند، نه عوامل زیستی، فیزیکی و عوامل تعیین‌کننده محیط‌زیست. منتقدان بوم‌شناسی انسانی، شکست این نظریه را فقط غفلت از وابستگی درونی محیط طبیعی و محیط انسانی نمی‌دانند، بلکه عامل اصلی شکست آن را ناتوانی نظریه در توجه به ارزش‌های انسانی خوانده‌اند (Hannigan, 2014).
پارادایم استثنائگرایی انسانی	پارادایم استثنائگرایی انسانی چنین فرض می‌کند که انسان‌ها اساساً با دیگر مخلوقات متفاوت‌اند، یعنی می‌توانند سرنوشت خود را رقم بزنند و هیچ محدودیتی بر جامعه انسانی حاکم نیست. کاتن و دائل منکر این نبودند که نوع بشر واجد ویژگی‌های خاصی است ولی این موضوع را هم قبول نداشتند که چنین ویژگی‌هایی باعث می‌شود گونه‌های انسانی از محدودیت‌های بوم‌شناختی مستثنی شوند (Irwin, 2013).
پارادایم بوم‌شناختی جدید	پارادایم بوم‌شناختی جدید نوع بشر را فقط به‌عنوان جزئی از یک اکوسیستم بزرگ‌تر معرفی می‌کند و معتقد است که امور انسانی تحت تأثیر طبیعت و همین‌طور جامعه قرار می‌گیرد. به همین ترتیب، محیط بیوفیزیکی محدودیت‌های مادی برای کنش انسانی ایجاد می‌کند (Irwin, 2013).
پارادایم جدید رفتار اجتماعی	انسان‌ها همچون دیگر گونه‌ها با طبیعت کنش متقابل داشته و به زیست‌بوم‌های جهانی وابسته هستند. بدین ترتیب در مطالعات اجتماعی یک دیدگاه جدید به‌وجود آمد که متغیرهای زیست‌محیطی را در تحقیقات اجتماعی وارد کرده و چشم‌انداز جدیدی را برای جامعه‌شناسی تدارک دید. مفهوم اصلی از منظر پارادایم جدید بوم‌محور کنش متقابل انسان با گونه‌های دیگر است (Alizadeh-Aghdam et al., 2017).
دیدگاه بوم‌شناسی ژرف	منظور از این نظریه ایجاد تغییرات ساختاری و ریشه‌ای در جایگاه انسان به‌عنوان بخشی از محیط‌زیست در کل مجموعه طبیعت است. این نوع نگرش به دنبال بررسی اثرات فعالیت‌های انسان در محیط‌زیست بر انسان نیست؛ بلکه این اثرات را در مجموعه کل محیط‌زیست بررسی می‌کند. این نوع اکولوژی به دنبال هماهنگ کردن شیوه زندگی بشری با طبیعت است. بوم‌شناسی ژرف یا زیست‌گرایی بر مسئولیت‌پذیری فردی برای حفاظت از محیط‌زیست تأکید دارد. این گرایش فکری برای ایجاد تغییر اجتماعی بیشتر بر سبک زندگی شخصی تأکید می‌کند (Satin, 2013). وظیفه نظریه‌پردازان بوم‌مرکزی این است که، اگر می‌خواهند موفق شوند باید عده بیشتری را (نسبت به طبیعت) متعهد سازند. شاید بهترین راه برای انجام‌دادن این کار، ایجاد تغییرات کوچک در سبک‌های زندگی است که هرگاه به هم اضافه شوند، کنش اجتماعی را متحول خواهند ساخت (Satin, 2013).

دیدگاه‌های نظری رفتار سبز/ بوم‌شناختی شامل دیدگاه بوم‌شناسی انسانی، پارادایم استثنائگرایی انسانی، پارادایم بوم‌شناختی جدید، پارادایم جدید رفتار اجتماعی و دیدگاه بوم‌شناسی ژرف می‌باشد. در دیدگاه بوم‌شناسی انسانی، تبیین بوم‌شناختی محیط‌زیست ریشه در بوم‌شناسی انسانی دارد و معتقد است که جامعه بشری در مقایسه با دیگر عناصر طبیعت در دو سطح حیاتی و فرهنگی سازمان‌دهی شده است. پارادایم استثنائگرایی انسانی چنین فرض می‌کند که انسان‌ها اساساً با دیگر مخلوقات متفاوت‌اند، یعنی می‌توانند سرنوشت خود را رقم بزنند. پارادایم بوم‌شناختی جدید نوع بشر را فقط به‌عنوان جزئی از یک اکوسیستم بزرگ‌تر معرفی می‌کند و معتقد است که امور

انسانی تحت تأثیر طبیعت و همین‌طور جامعه قرار می‌گیرد. پارادایم جدید رفتار اجتماعی بر این اصل اعتقاد دارد که انسان‌ها همچون دیگر گونه‌ها با طبیعت کنش متقابل داشته و به زیست‌بوم‌های جهانی وابسته هستند. منظور از دیدگاه بوم‌شناسی ژرف، ایجاد تغییرات ساختاری و ریشه‌ای در جایگاه انسان به‌عنوان بخشی از محیط زیست در کل مجموعه طبیعت است. این نوع نگرش به دنبال هماهنگ کردن شیوه زندگی بشری با طبیعت است (Alizadeh-Aghdam et al., 2017).

ج- ابعاد رفتار اکولوژیکی مصرف‌کننده

مطالعه رفتار مصرف‌کننده به دلیل چندبعدی بودن عناصر تشکیل دهنده آن، مشکل است. اگر رفتار سبز/بوم‌شناختی مصرف‌کنندگان را نیز به آن اضافه کنیم، کار پیچیده‌تر می‌شود (Rastegar et al., 2017)، به همین دلیل استفاده از مبنایی برای شناخت آن مطرح گردید. لذا در این مطالعه ابعاد رفتار اکولوژیکی مصرف‌بر اساس مدل ابتدایی توالی خطی آمریکایی مورد بررسی قرار گرفت. این مدل توالی خطی ۱- دانش زیست‌محیطی، ۲- نگرش زیست‌محیطی و ۳- رفتار مسئولانه زیست‌محیطی را نشان می‌دهد. این مدل، مدلی عقل‌گرایانه است که در آن اعتقاد بر این است که آموزش مسائل زیست‌محیطی به افراد منجر به رفتار مسئولانه زیست‌محیطی آن‌ها می‌شود.



شکل (۱). مدل ابتدایی توالی خطی آمریکایی

مأخذ: (Abbas-Zadeh et al., 2016)

الف- دانش زیست‌محیطی: یکی از متغیرهای مهم در رفتار انسان به‌عنوان مصرف‌کنندگان، دانش فرد درباره مسائل زیست‌محیطی است. دانش زیست‌محیطی را اطلاعات فرد درباره عضلات محیطی، عوامل مؤثر بر گسترش این عضلات و اطلاعات درباره آن چه فرد می‌تواند برای بهبود این وضعیت انجام دهد، تعریف می‌کنند. اگرچه دانش همیشه تأثیر مستقیم بر رفتار ندارد، اما مکانیسم‌های دیگری را تقویت می‌کند که تغییر رفتار را تسهیل می‌کند (Ferdowsi, Mortazavi & Rezvani, 2002). بر این اساس دانش به منزله‌ی یک ضرورت برای انجام موفقیت‌آمیز فعالیت‌ها قلمداد می‌شود. در بسیاری از تحقیقات دانش زیست‌محیطی افراد را به‌عنوان عاملی مؤثر بر رفتارهای مسئولانه افراد نسبت به محیط‌زیست بررسی کرده‌اند (Mokhtari-Malekabadi, Abdollahi, Sadeghi, 2014; Nisbet, Zelenski & Murphy: 2009). دانش از پی‌آمدهای زیست‌محیطی رفتارهایشان، می‌تواند آن‌ها را به درپیش‌گرفتن رفتارهای زیست‌محیطی مناسب تشویق کند؛ لذا بسیاری از گروه‌های زیست‌محیطی تلاش سختی را برای بالابردن دانش و آگاهی عمومی آغاز کرده‌اند. یکی از پیش‌فرض‌های اساسی در مطالعات محیط‌زیست این است که بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی را می‌توان با افزایش دانش و آگاهی عمومی در مورد محیط‌زیست برطرف کرد (Farahmand, Shokouhi-Far & ...)

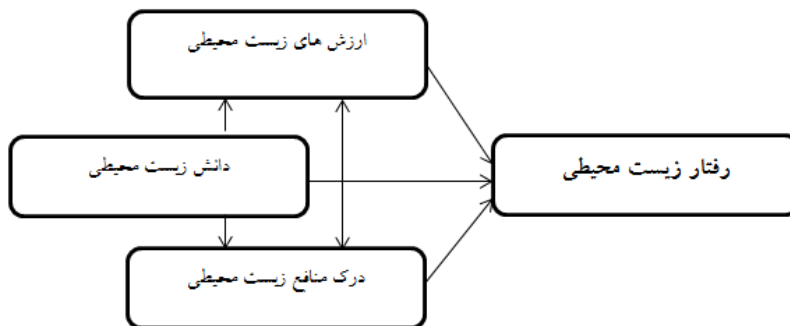
زیست‌محیطی است (Salehi & Emam-Gholi, 2012). به عبارت دیگر اعتقاد بر این است که آگاهی زیست‌محیطی کلید حل بسیاری از مشکلات

ب- ارزش زیست‌محیطی: ارزش‌ها نمایانگر عقاید اصولی هستند که از نظر فرد یا اجتماع نوعی رفتار برتر شمرده می‌شود (Rastegar et al., 2017). آن‌ها نمایانگر ایمان و اعتقاد راسخی هستند؛ مبنی بر این‌که، از نظر شخص یا اجتماع، یک شیوه‌ی خاص رفتاری، نسبت به شیوه مخالف آن رفتار یا هدف دیگر برتری دارد. ارزش‌ها به عنوان اهداف مهم و عمومی زندگی با استانداردهایی تعریف شده‌اند که به عنوان اصول راهنما در زندگی عمل می‌کنند و اعتقاد بر این است که به عنوان یک نظام متشکل و منظم، ضمن تعیین نگرش و رفتار نسبت به جنبه‌های خاص از محیط‌زیست زیربنای دغدغه‌ها و جهان‌بینی زیست‌محیطی هر فرد را تشکیل می‌دهند. نظریه‌های رفتاری بر این تأکید دارند که رفتار انسان تحت تاثیر ارزش‌ها، باورها و نگرش‌هاست؛ به طوری که ارزش‌ها، اخلاق و باورهای فرد، به شدت بر تصمیم و عمل وی تأثیر می‌گذارند. به همین دلیل، برخی معتقدند برای رهایی از مشکلات زیست‌محیطی، انسان باید نظام ارزشی خود را دوباره ارزیابی کند (Abedi-Sarvestani & Shahvali, 2012). چنین رویکردی مستلزم توجه به هنجارهای اخلاقی به‌عنوان یکی از تعیین‌کننده‌های تعامل انسان با طبیعت نیز هست، زیرا مفاهیم اخلاقی بر میانی ارزشی استوارند که در آن، چگونگی ارزش‌گذاری انسان به طبیعت و اجزای آن و همچنین، معیارهای ارزشی در تعیین درست و یا نادرست بودن رفتار نسبت به طبیعت، بررسی می‌شوند (Abedi-Sarvestani & Shahvali, 2009).

ج- **درک منافع زیست‌محیطی:** عبارت است از اقدام در جهت انجام کارهایی که در راستای حفظ سلامت محیط‌زیست و محیط اطراف می‌انجامد.

انتظار می‌رود کسانی که از رابطه مستقیم یا غیرمستقیم بین سلامت زیست‌محیطی و شکوفایی اقتصادی جامعه اطلاع دارند و به آن باور دارند و همچنین کسانی که مشکلات زیست‌محیطی را تهدیدی برای زندگی اجتماعی می‌دانند در برابر رفتارهای زیست‌محیطی خود حساس باشند و بیشتر عمل زیست‌محیطی مناسب انجام دهند. در واقع این‌ها کسانی هستند که به پیامدها و منافع جمعی عمل زیست‌محیطی‌شان آگاه هستند (Fazeli & Jafar-Salihi, 2013).

در مطالعه حاضر رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف‌کننده به عنوان سازه اصلی تحقیق در سه بعد دانش زیست‌محیطی، ارزش زیست‌محیطی و درک منافع زیست‌محیطی کمی گردید (Fazeli & Jafar-Salihi, 2013) که بر هم به شرح شکل ۲ اثرگذارند و در ادامه ابعاد آن معرفی می‌شود.



شکل (۲). عناصر تشکیل‌دهنده رفتار اکولوژیکی مصرف‌کننده

۳. روش‌شناسی

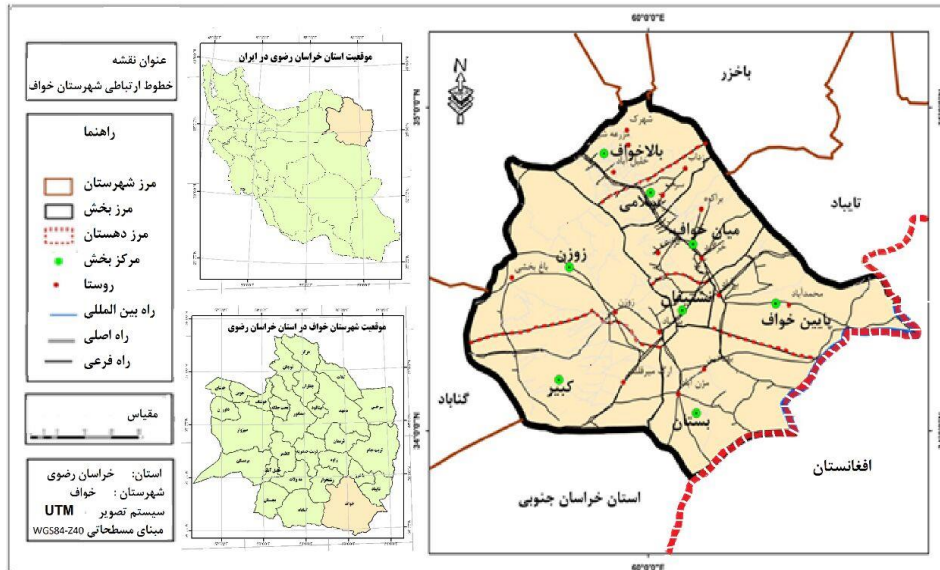
روش تحقیق براساس هدف از نوع کاربردی و براساس ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. واحد تحلیل خانوارهای روستایی شهرستان خواف است. این شهرستان دارای ۵ شهر، ۴ بخش، ۸ دهستان و ۹۶ روستای دارای سکنه است. در سال ۱۳۹۵ دارای ۱۳۸۹۷۲ نفر جمعیت بوده که ۴۸/۵۸ درصد در شهر و ۵۱/۴۲ درصد در روستاها ساکن می‌باشند. براساس نتایج سرشماری ۱۳۹۵ شهرستان خواف دارای ۸۱ روستای بالای ۲۰ خانوار و ۱۸۵۱۶ خانوار بوده است. حجم روستاهای نمونه به کمک فرمول کوکران با ضریب خطای ۰/۲۲ معادل ۱۶ روستا تعیین گردید. همچنین حجم خانوار روستاهای مورد مطالعه ۶۱۸۷ خانوار بوده که به کمک فرمول کوکران با خطای ۰/۰۶۳، حجم نمونه معادل ۲۳۵ خانوار تعیین شد. حجم نمونه هر یک از روستاهای مورد بررسی به کمک قاعده تسهیم به نسبت تعیین گردید. ابزار تحقیق پرسشنامه بوده است که با مراجعه حضوری در روستاهای نمونه تکمیل گردیده است. انتخاب خانوارهای نمونه به روش تصادفی ساده صورت پذیرفته است و پاسخگویان در صورت اظهار تمایل نسبت به همکاری در تکمیل پرسشنامه وارد جامعه نمونه شده‌اند.

$$n = \frac{\frac{(1/96)^2 \times 0/5 \times 0/5}{(0/063)^2}}{1 + \frac{1}{6187} \left(\frac{(1/96)^2 \times 0/5 \times 0/5}{(0/063)^2} - 1 \right)} = 235$$

جدول (۴). تعیین حجم نمونه روستاهای مورد مطالعه شهرستان خواف

نام بخش	نام دهستان	موقعیت	نام روستا	تعداد خانوار*	حجم نمونه
سنگان	پایین خواف	دشتی	برآباد	۱۱۵۴	۳۵
	بستان	دشتی	بهدادین	۶۳۰	۱۸
مرکزی	نشتیفان	دشتی	مژن آباد	۶۰۱	۱۸
		کوهستانی	محمدآباد	۱۲۵	۱۰
	میان خواف	دشتی	خرگرد	۳۸۶	۱۵
		کوهستانی	گرازی	۱۰۷	۱۰
جلگه زوزن	زوزن	کوهستانی	براکوه	۷۸	۱۰
		دشتی	باغ‌بخشی	۴۰۲	۱۵
		دشتی	زوزن	۷۴۴	۲۴
	کیبر	دشتی	بیاساباد	۴۱۰	۱۵
			ارگ قلندر	۱۳۶	۱۰
		بالاخواف	کوهستانی	شهرک	۲۷۱
سلامی	کوهستانی	مزرعه شیخ	۲۱۰	۱۰	
		دشتی	خلیل اباد	۲۷۰	۱۰
	سلامی	کوهستانی	رزداب	۴۳۴	۱۵
		دشتی	سرآب	۲۲۹	۱۰
-	-	-	کل	۶۱۸۷	۲۳۵

*General Census of Population and Housing, Personal settlements, (2017).



شکل (۳). نقشه روستاهای مورد مطالعه در شهرستان خواف استان خراسان رضوی

در مطالعه حاضر رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف کننده به عنوان سازه اصلی تحقیق در سه بعد دانش زیست محیطی، ارزش زیست محیطی و درک منافع زیست محیطی در مقیاس رتبه‌ای در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (عدد یک بیانگر بسیار کم و عدد ۵ بیانگر بسیار زیاد) کمی گردید (Rastegar et al., 2017). در این مطالعه ۱- «ارزش زیست محیطی مصرف کننده» با ۱۵ شاخص و آلفای کرونباخ 0.803 ، ۲- «درک زیست محیطی مصرف کننده» با ۱۷ شاخص و آلفای 0.793 و ۳- «دانش زیست محیطی مصرف کننده» با ۱۴ شاخص و آلفای 0.767 کمی گردید. در مجموع پایایی پرسشنامه با ۴۶ گویه معادل 0.767 و مطلوب ارزیابی شده است (جدول ۵).

جدول (۵). ضرایب آلفای کرونباخ ابعاد اصلی در پرسشنامه

سازه	ابعاد	تعداد شاخص‌ها	آلفای کرونباخ
رفتار اکولوژیکی	دانش زیست محیطی	۱۴	0.767
	ارزش زیست محیطی	۱۵	0.803
	درک منافع زیست محیطی	۱۷	0.793

به طور کلی رفتار مصرف سبز تحت تاثیر عوامل گوناگونی از جمله عوامل فرهنگی، اجتماعی، روان شناختی و فردی است. در این مطالعه عوامل فردی شکل دهنده رفتار سبز مصرف کننده به کمک ۸ متغیر کمی شد. این متغیرها شامل: جنسیت، وضعیت تاهل، مذهب و شغل در مقیاس اسمی دوارزشی و متغیرهای تعداد افراد خانواده، سن، تعداد سال‌های تحصیل و فاصله از محل سکونت در مقیاس نسبی-فاصله‌ای کمی گردید. لازم به ذکر است به منظور پاسخ به سوال دوم این متغیرها به عنوان متغیر مستقل و رفتار مصرف کننده به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت.

۴. یافته‌های تحقیق

۴-۱. یافته‌های توصیفی

از نظر جنسیت ۶۵/۱ درصد پاسخگویان مرد و ۳۴/۹ درصد زن و از نظر تاهل ۷۴/۹ درصد متأهل و ۲۵/۱ درصد مجرد می‌باشند. میانگین سن پاسخگویان ۳۶/۹ سال، حداقل سن ۱۲ سال و بیشترین سن ۷۲ سال می‌باشد. بیشتر پاسخگویان بین ۲۰ تا ۳۹ سال سن دارند. از نظر سطح تحصیلات ۱۱/۱ درصد بی‌سواد، ۱۷/۴ درصد ابتدایی، ۱۵/۷ درصد راهنمایی، ۲۸/۹ درصد دیپلم، ۲۲/۱ درصد لیسانس و ۴/۷ درصد فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند. همچنین ۷۱/۹۱ درصد پاسخگویان دارای شغل درآمدزا و ۲۸/۰۹ درصد فاقد شغل درآمدزا هستند. از نظر نوع شغل ۲۱/۲۸ درصد شاغل در بخش کشاورزی و دامداری، ۱۴/۰۵ درصد شاغل در بخش صنعت، ۳۶/۵۹ درصد شاغل در بخش خدمات و ۲۸/۰۸ درصد جزء غیرفعالین می‌باشند. از نظر مذهبی ۲۲/۶ درصد تشیع و ۷۷/۴ درصد تسنن به می‌باشند. متوسط تعداد افراد خانواده ۴/۷۸ نفر، بیشترین و کمترین به ترتیب ۹ و ۱ نفر بوده است (جدول ۶).

جدول (۶). ویژگی‌های فردی پاسخگویان در روستاهای شهرستان خواف

متغیر	مقوله‌ها	فراوانی	درصد	متغیر	مقوله‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۵۳	۶۵/۱	گروه سنی	کمتر از ۲۰ سال	۱۴	۵/۹
	زن	۸۲	۳۴/۹		بین ۲۰ تا ۲۹ سال	۶۸	۲۸/۹
تاهل	متأهل	۱۷۶	۷۴/۹	بین ۳۰ تا ۳۹ سال	۶۷	۲۸/۵	
	مجرد	۵۹	۲۵/۱	بین ۴۰ تا ۴۹ سال	۲۸	۱۶/۳	
	بی‌سواد	۲۶	۱۱/۱	بین ۵۰ تا ۵۹ سال	۲۶	۱۱/۱	
تحصیلات	ابتدایی	۴۱	۱۷/۴	۶۰ و بالاتر	۲۲	۹/۳	
	سیکل	۳۷	۱۵/۷	دارای شغل درآمدزا	۱۶۹	۷۱/۹۱	
	دیپلم	۶۸	۲۸/۹	فاقد شغل درآمدزا	۶۶	۲۸/۰۹	
	لیسانس	۵۲	۲۲/۱	کشاورزی و دامداری	۵۰	۲۱/۲۸	
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۱	۴/۷	صنعت	۳۳	۱۴/۰۵	
مذهب	تشیع	۵۳	۲۲/۶	خدمات	۸۶	۳۶/۵۹	
	تسنن	۱۸۲	۷۷/۴	غیرفعالین	۶۶	۲۸/۰۸	

در ادامه ابعاد رفتار سبز / اکولوژیکی مصرف‌کنندگان روستایی به کمک میانگین و انحراف معیار و ضریب تغییرات (ویلیامسون) تحلیل می‌گردد. ضریب ویلیامسون در شاخص‌هایی که به صفر نزدیکتر است بیانگر توافق آراء و افکار یا دیدگاه‌های مخاطبان نسبت به مقوله مورد سنجش است.

الف- دانش زیست‌محیطی مصرف‌کننده: مطابق جدول روستائیان در زمینه «استفاده از لامپ‌های کم مصرف برای روشنایی منزل» با میانگین ۳/۸۶ و «داشتن حس اعتماد و اطمینان نسبت به سلامتی تولیدات محلی» با میانگین ۳/۸۵ و «میزان نگرانی در مورد مشکلات زیست‌محیطی» با میانگین ۳/۸۲ از دانش زیست‌محیطی نسبتاً مطلوبی برخوردار هستند.

جدول (۷). دانش زیست‌محیطی مصرف در خانوارهای روستایی

شاخص و جهت	جهت متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
استفاده از ظروف سازگار با محیط‌زیست به جای ظروف پلاستیکی و یکبار مصرف	↑	۲/۹۴	۱/۱۱۴	۰/۳۷۸
کمک و مشارکت در توسعه فضای سبز	↑	۳/۳۱	۱/۱۴۳	۰/۳۴۶
توجه به اخبار رسانه‌ها در مورد محیط زیست	↑	۳/۰۲	۱/۱۸۲	۰/۳۹۱
تلاش جهت استفاده کمتر از از زباله‌های دیرتجزیه مانند پلاستیک	↑	۳/۱۵	۱/۲۳۳	۰/۳۹۲
میزان نگرانی در مورد مشکلات زیست‌محیطی	↑	۳/۸۲	۱/۱۱۹	۰/۲۹۳
توجه به کنترل و حذف آلوده‌کننده‌های شیمیایی و مصنوعی خاک	↑	۳/۳۳	۱/۱۳۶	۰/۳۴۱
توجه به کنترل و حذف آلوده‌کننده‌های طبیعی و مصنوعی آب	↑	۳/۳۷	۱/۱۴۹	۰/۳۴۱
توجه به عدم استفاده از وسایل برقی پرمصرف در ساعات اوج مصرف برق	↑	۳/۶۳	۱/۱۲۲	۰/۳۰۹
استفاده از لامپ‌های کم‌مصرف برای روشنایی منزل	↑	۳/۸۶	۱/۰۷۹	۰/۲۸۰
داشتن حس اعتماد و اطمینان نسبت به سلامتی تولیدات محلی	↑	۳/۸۵	۱/۰۲۲	۰/۲۶۶
استفاده بیشتر از وسیله نقلیه عمومی به جای وسیله نقلیه شخصی	↑	۳/۱۲	۱/۲۵۵	۰/۴۰۲
میزان تمایل به مشارکت در حل مسائل زیست‌محیطی	↑	۳/۴۲	۱/۱۸۶	۰/۳۴۷
عایق‌کاری منزل با تجهیزات جدید	↑	۲/۸۲	۱/۱۸۸	۰/۴۲۱
استفاده از مصالح بومی برای ساخت منزل	↑	۲/۸۹	۱/۳۱۶	۰/۴۵۵

ب- درک منافع زیست‌محیطی مصرف‌کننده: مطابق جدول «رهانکردن ظروف یکبارمصرف و زباله‌های دیرتجزیه‌پذیر در طبیعت» با میانگین ۳/۸۸، «خاموش کردن چراغ‌های اضافی منزل به‌منظور مصرف بهینه انرژی» با میانگین ۳/۸۶ و «رهانکردن زباله‌ها در محیط‌زیست» با میانگین ۳/۸۴ مقوله‌هایی هستند که در این بعد در حد نسبتاً مطلوب ارزیابی شده‌اند.

جدول (۸). ارزش زیست‌محیطی مصرف در خانوارهای روستایی

شاخص و جهت	جهت متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
استفاده درست و مسئولانه از آب لوله‌کشی در هنگام مسواک‌زدن	↑	۳/۷۱	۱/۰۹۵	۰/۲۹۵
استفاده درست و مسئولانه از آب لوله‌کشی در هنگام شستن ظرف	↑	۳/۷۳	۱/۰۹۹	۰/۲۹۵
استفاده درست و مسئولانه از آب لوله‌کشی در هنگام دوش گرفتن	↑	۳/۶۹	۱/۱۰۲	۰/۲۹۹
استفاده از ماشین لباسشویی پس از تجمع لباس‌ها	↑	۳/۵۰	۱/۱۳۷	۰/۳۲۵
استفاده کمتر از لوازم گرمایشی و خاموش کردن وسایل گرمایی در اتاق‌های خالی	↑	۳/۷۷	۰/۹۸۲	۰/۲۶۰
خاموش کردن چراغ‌های اضافی منزل به‌منظور مصرف بهینه انرژی	↑	۳/۸۶	۱/۰۴۱	۰/۲۶۹
میزان اسراف در مصرف مواد غذایی	↓	۳/۶۳	۱/۲۳۸	۰/۳۳۹
میزان استفاده از آب	↓	۳/۲۰	۱/۰۸۲	۰/۳۳۸
میزان استفاده از برق	↓	۳/۲۶	۱/۰۲۴	۰/۳۱۴
جمع‌آوری زباله‌ها از طبیعت	↑	۳/۱۴	۱/۱۸۰	۰/۳۷۶
رهانکردن ظروف یکبارمصرف و زباله‌های دیرتجزیه‌پذیر در طبیعت	↑	۳/۸۸	۳/۴۹۹	۰/۹۰۳
رهانکردن زباله‌ها در محیط زیست	↑	۳/۸۴	۱/۱۳۶	۰/۲۹۶
پرهیز از استفاده انواع اسپری‌ها (به دلیل داشتن ضرر برای لایه اوزون و محیط‌زیست)	↓	۳/۰۴	۱/۱۳۹	۰/۳۷۴

شاخص و جهت	جهت متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
عدم آلوده کردن هوا	↑	۳/۶۴	۱/۰۵۴	۰/۲۸۹
تفکیک کاغذ و پلاستیک از سایر زباله‌های خانگی	↑	۲/۸۶	۱/۱۴۹	۰/۴۰۳
اهتمام به پاکیزگی و تمیز نگه‌داشتن رودها	↑	۳/۶۰	۱/۱۸۱	۰/۳۲۸
میزان استفاده از فضولات حیوانی به‌عنوان کود در کشاورزی	↑	۳/۴۳	۱/۲۰۵	۰/۳۵۱

ج- ارزش زیست‌محیطی مصرف‌کننده: مطابق جدول «میزان استفاده از تولیدات غذایی محلی و بومی» با میانگین ۳/۷۸، «میزان چشم و هم‌چشمی در بین مردم در ارتباط با رفتار مصرف» با میانگین ۳/۷۵ و «باور به عمر و کیفیت بالای مصنوعات بومی» با میانگین ۳/۷۱ مقوله‌هایی هستند که در این بعد در حد نسبتاً مطلوب ارزیابی شده‌اند.

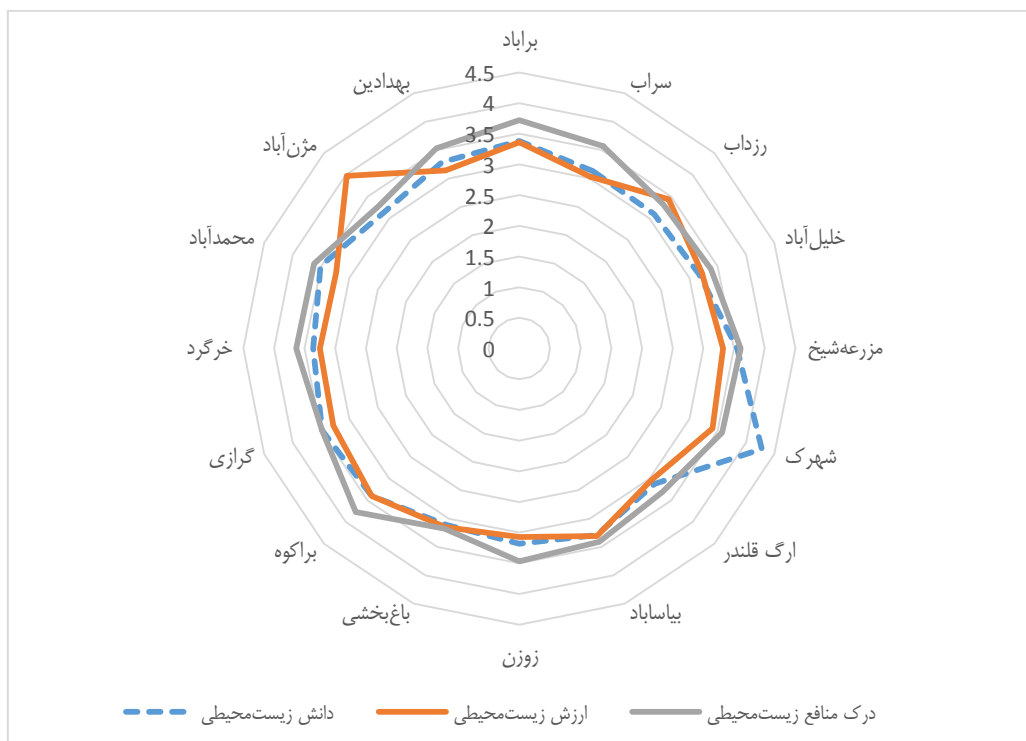
جدول (۹). ارزش زیست‌محیطی مصرف در خانوارهای روستایی

شاخص و جهت	جهت متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
میزان تمایل به تشکیل و عضویت در انجمن‌های سبز و گروه‌های حمایت از محیط‌زیست	↑	۳/۲۷	۱/۱۱۰	۰/۳۳۹
باور به عمر و کیفیت بالای مصنوعات بومی	↑	۳/۷۱	۲/۱۸۵	۰/۵۸۹
میزان تهیه مایحتاج از مصنوعات محلی و بومی	↑	۳/۱۵	۱/۱۵۲	۰/۳۶۵
میزان چشم و هم‌چشمی در بین مردم در ارتباط با رفتار مصرف	↓	۳/۷۵	۱/۱۵۴	۰/۳۰۸
استفاده مجدد از وسایل و اشیاء دورریختنی	↑	۲/۹۹	۱/۱۶۴	۰/۳۹۰
تهیه برخی از احتیاجات منزل توسط خود خانواده	↑	۳/۲۴	۱/۳۰۹	۰/۴۰۴
کاهش دمای وسایل گرمایشی و استفاده بیشتر از البسه در فصل سرد و ...	↑	۳/۴۷	۲/۱۶۵	۰/۶۲۴
میزان استفاده از تولیدات غذایی محلی و بومی	↑	۳/۷۸	۱/۰۷۹	۰/۲۸۶
میزان تنوع در وسایل منزل	↓	۳/۳۱	۱/۱۱۳	۰/۳۳۷
لزوم تعویض سالانه میلمان و وسایل غیرضروری منزل	↓	۳/۵۹	۱/۳۲۲	۰/۳۶۹
برخورداری از وسایل لوکس در منزل	↓	۳/۳۴	۱/۲۴۱	۰/۳۷۲
تمایل به پرداخت مبلغ بیشتر برای تهیه کالاهای سازگار با محیط‌زیست	↑	۳/۱۷	۱/۱۹۰	۰/۳۷۵
استفاده از باقیمانده غذا و اضافات میوه‌ها برای مصرف حیوانات خانگی	↑	۳/۴۵	۱/۲۴۴	۰/۳۶۱
تلاش در جهت تولید کم زباله و بازیافت حداکثری مواد	↑	۲/۹۵	۱/۰۳۵	۰/۳۵۰
استفاده از چوب به منظور تأمین انرژی مورد نیاز	↓	۲/۹۹	۱/۴۵۰	۰/۴۸۵

در جدول ۱۰ رفتار اکولوژیکی مصرف به تفکیک ابعاد در هر یک از روستاهای مورد بررسی آمده است، مطابق جدول در متغیر رفتار اکولوژیکی مصرف، بالاترین میانگین را روستای شهرک با میانگین ۴/۲۹ و پایین‌ترین میانگین را روستای مژن‌آباد با میانگین ۳/۰۳ به خود اختصاص داده است.

جدول (۱۰). میانگین ابعاد رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف کننده به تفکیک روستاهای مورد بررسی

نام روستا	دانش زیست محیطی	ارزش زیست محیطی	درک منافع زیست محیطی	رفتار اکولوژیکی مصرف
برآباد	۳/۳۸	۳/۳۶	۳/۷۲	۳/۳۴
بهدادین	۳/۲۹	۳/۱۴	۳/۵۳	۳/۱۹
مژن آباد	۳/۱۳	۳/۹۸	۳/۲۶	۳/۰۳
محمدآباد	۳/۵۱	۳/۲۳	۳/۶۲	۳/۵۳
خرگرد	۳/۳۶	۳/۲۵	۳/۶۴	۳/۳۸
گرازی	۳/۴۸	۳/۲۸	۳/۴۸	۳/۵۴
براکوه	۳/۴۰	۳/۴۰	۳/۷۷	۳/۴۵
باغبخشی	۳/۱۱	۳/۱۵	۳/۱۸	۳/۱۰
زوزن	۳/۱۸	۳/۰۷	۳/۴۷	۳/۱۳
بیاساباد	۳/۲۹	۳/۳۱	۳/۴۱	۳/۲۷
ارگ قلندر	۳/۱۲	۳/۰۴	۳/۳۰	۳/۱۶
شهرک	۴/۲۸	۳/۴۱	۳/۵۸	۴/۲۹
مزرعه شیخ	۳/۵۵	۳/۳۲	۳/۶۱	۳/۴۸
خلیل آباد	۳/۱۷	۳/۲۲	۳/۳۸	۳/۱۴
رزداب	۳/۱۰	۳/۴۴	۳/۳۲	۳/۲۲
سراب	۳/۱۳	۳/۰۳	۳/۵۷	۳/۰۷
مجذور خای	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۱/۰۰



نمودار (۱). رادار ابعاد رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف کننده به تفکیک روستاهای مورد بررسی

۴-۲. یافته‌های استنباطی

بررسی عوامل فردی موثر بر رفتار مصرف سبزی

در ابتدا به بررسی اثر متغیرهای اسمی دوارزشی: جنسیت، وضعیت تأهل، مذهب و برخورداری از شغل درآمدزا بر رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده به کمک آزمون T دو نمونه مستقل پرداخته شد. نتایج نشان داد که میانگین رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده بین مردان و زنان روستایی به ترتیب ۳/۲۸ و ۳/۳۴ و بین مجردان و متأهلان به ترتیب ۳/۳۳ و ۳/۲۹ می‌باشد، اما سطح معناداری (۰/۵۲۸) و (۰/۵۰۴) نشان می‌دهد که تفاوت‌ها به لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد؛ همچنین میانگین رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده بین مذهب تسنن و تشیع به ترتیب ۳/۲۶ و ۳/۴۴ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (۰/۰۰۱) تفاوت میانگین از نظر آماری معنادار می‌باشد؛ میانگین رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده بین افراد دارای شغل درآمدزا و فاقد شغل درآمدزا به ترتیب ۳/۲۹ و ۳/۳۲ می‌باشد. اما سطح معناداری (۰/۹۲۶) نشان می‌دهد که این تفاوت نیز به لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد.

جدول (۱۱). تفاوت میانگین رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده بر حسب جنسیت، وضعیت تأهل و مذهب

متغیر مستقل	گزینه‌ها	میانگین	انحراف معیار	مقدار آزمون T	سطح معناداری
جنسیت	مرد	۳/۲۸	۰/۵۳۴	۰/۸۷۱	۰/۵۲۸
	زن	۳/۳۴	۰/۴۹۱		
وضعیت تأهل	مجرد	۳/۳۳	۰/۵۱۹	۰/۴۶۰	۰/۵۰۴
	متأهل	۳/۲۹	۰/۵۲۱		
مذهب	تسنن	۳/۲۶	۰/۴۴۰	۲/۲۴۱	۰/۰۰۱
	تشیع	۳/۴۴	۰/۷۱۶		
شغل	دارای شغل درآمدزا	۳/۲۹	۰/۵۱۱	-۰/۴۲۶	۰/۹۲۶
	فاقد شغل درآمدزا	۳/۳۲	۰/۵۴۳		

به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تعداد افراد خانواده، سن، تعداد سال‌های تحصیل و فاصله محل سکونت با رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده از ضرایب همبستگی پیرسون استفاده گردید. مطابق جدول، با توجه به سطح معناداری (۰/۶۲۱)، بین دو متغیر تعداد افراد خانوار روستایی و رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین با توجه به سطح معناداری (۰/۸۹۶)، بین دو متغیر فاصله محل سکونت از مرکز شهرستان و رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده رابطه معناداری وجود ندارد. رابطه بین سن و رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده نیز، با توجه به سطح معناداری به دست آمده (۰/۸۵۴) رد می‌شود. اما با توجه به سطح معناداری به دست آمده (۰/۰۰) بین دو متغیر تعداد سال‌های تحصیل و رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده رابطه معناداری با شدت ۰/۲۲ به دست آمد. یعنی با بالا رفتن تعداد سال‌های تحصیل روستاییان، رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کنندگان روستایی بهبود می‌یابد.

جدول (۱۲). همبستگی میان ویژگی‌های عمومی و حرفه‌ای اعضاء نمونه و متغیر رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده

متغیر اول	متغیر دوم	آزمون	ضریب همبستگی	سطح معناداری*
تعداد افراد خانوار	رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده	پیرسون	-۰/۰۳۵	۰/۶۲۱
سن	رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده	پیرسون	-۰/۰۱۲	۰/۸۵۴
تعداد سال‌های تحصیل	رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده	پیرسون	۰/۲۲۲	۰/۰۰۱
فاصله محل سکونت	رفتار سبزی/اکولوژیکی مصرف‌کننده	پیرسون	-۰/۰۰۹	۰/۸۹۶

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

در جدول ۱۳ رابطه بین رفتار سبز و ابعاد آن مورد بررسی قرار گرفت. مطابق جدول بین ابعاد و رفتار سبز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در بین ابعاد رفتار سبز، «دانش زیست محیطی» با همبستگی ۰/۹۱۷/ رابطه بسیار قوی با رفتار سبز دارد (Sig = 0/000). لذا با تقویت دانش زیست محیطی، رفتار اکولوژیکی/سبز مصرف در خانوارهای روستایی با شدت بسیار قوی افزایش خواهد یافت.

جدول (۱۳). نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین ابعاد و سازه مصرف سبز در خانوارهای روستایی

سازه رفتار سبز و ابعاد تشکیل دهنده آن	همبستگی	دانش زیست محیطی	ارزش زیست محیطی	درک منافع زیست محیطی
ارزش زیست محیطی	ضریب پیرسون Sig.	**۰/۴۶۷ ۰/۰۰۰		
درک منافع زیست محیطی	ضریب پیرسون Sig.	**۰/۶۴۳ ۰/۰۰۰	**۰/۴۴۲ ۰/۰۰۰	
رفتار مصرف کننده	ضریب پیرسون Sig.	**۰/۹۱۷ ۰/۰۰۰	**۰/۵۲۵ ۰/۰۰۰	**۰/۶۰۹ ۰/۰۰۰

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

به منظور مقایسه و بررسی میانگین ابعاد رفتار مصرف کننده از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد. با توجه به اینکه مقیاس متغیر رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف کننده (به دلیل ترکیب شاخص‌ها) از رتبه‌ای به فاصله‌ای ارتقا یافت؛ جهت بررسی نرمال بودن توزیع از ضرایب چولگی و کشیدگی استفاده گردید با توجه به ضرایب به دست آمده (1- ≤ SK & KU ≤ +1) سازه مورد بررسی و ابعاد آن دارای توزیع نرمال هستند.

جدول ۱۴ - نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای (One Samples T-Test) در مورد ابعاد رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف کننده

روستایی		میانگین			ابعاد	
آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت از حد مطلوب	میان نظری = ۳	ضریب اطمینان % ۹۵	حد بالا
۸/۹۳۵	۲۳۴	۰/۰۰	۰/۳۲۰۰	۰/۲۴۹۵	۰/۳۹۰۶	۰/۳۲۰
۸/۵۴۸	۲۳۴	۰/۰۰	۰/۲۲۸۶	۰/۱۷۶۰	۰/۲۸۱۴	۳/۲۲۸
۱۶/۳۵۳	۲۳۴	۰/۰۰	۰/۵۰۳۶	۰/۴۴۳۶	۰/۵۶۳۶	۳/۵۰۳
۸/۹۳۸	۲۳۴	۰/۰۰	۰/۳۰۳۰	۰/۲۳۶۲	۰/۳۶۹۸	۳/۳۰۳

در این آزمون فرض صفر ناظر بر برابری میانگین ابعاد سه گانه و سازه رفتارهای اکولوژیکی مصرف با میان نظری و فرض یک ناظر بر عدم برابری میانگین با میان نظری است.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

با توجه به سطح معنی داری به دست آمده (Sig = 0/000) تفاوت معناداری بین میانگین سازه مورد بررسی و ابعاد آن با میان نظری (عدد ۳) وجود دارد. به طوری که میانگین بعد دانش زیست محیطی مصرف با ۳/۳۲۰ و ارزش زیست محیطی مصرف با ۳/۲۲۸ و درک منافع زیست محیطی مصرف با ۳/۵۰۳ بالاتر از میان نظری (عدد ۳)

می‌باشد. همچنین میانگین سازه رفتارهای اکولوژیکی مصرف با ۳/۳۰۳ بالاتر از سطح مطلوب میانگین عددی ۳ بوده و در حد متوسط تا مطلوب سنجش شده است.

تغییر رفتار به خودی خود صورت نخواهد پذیرفت و نیاز به پیش‌شرط‌هایی دارد؛ بدین منظور، دانش عموماً پیش‌شرط لازم برای رفتار به حساب می‌آید (Salehi & Karimzadeh, 2011). در واقع هر چه افراد نسبت به محیط‌زیست آگاه‌تر باشند، احتمال اینکه رفتار همسوتری با آن داشته باشند، بیشتر می‌شود (Farahmand et al., 2014). یکی از پیش‌فرض‌های اساسی در مطالعات محیط‌زیست این است که بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی را می‌توان با افزایش دانش و آگاهی عمومی در مورد محیط‌زیست برطرف کرد (Salehi, 2008; Farahmand et al., 2014). به عبارت دیگر اعتقاد بر این است که آگاهی زیست‌محیطی کلید حل بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی است (Salehi & Emam-Gholi, 2012).

۵. بحث و نتیجه‌گیری

بحران زیست‌محیطی فقط یک مسأله ساده اکولوژیکی نیست، بلکه یک مسأله اجتماعی نیز می‌باشد (Dehzad, 2003). انسان و رفتارهای او به عنوان یکی از عوامل اصلی، حافظ منافع زیست‌محیطی و عامل تقویت کیفیت محیط‌زیست است. مالونی بر بحران زیست‌محیطی به‌عنوان بحران رفتار ناهنجار تأکید کرد. به عبارت دیگر، الگوهای خاصی از مصرف و استفاده از زمین در درازمدت، ناسازگار با بقای فرد، طبیعت و زمین است (Khoshfar et al., 2012). لذا تغییرات عظیم در شیوه زندگی و فرهنگ غالب بر انسان در عصر حاضر و رسیدن به سطح سازگار با محیط‌زیست و همچنین فراهم کردن فرصت‌هایی برای حل مشکلات زیست‌محیطی باید موردتوجه بیشتری قرار گیرند. با توجه به اهمیت مسائل زیست‌محیطی و نقش اساسی رفتارهای انسان در حفظ یا تخریب آن، لازم است که رفتار انسان مدنظر قرارگیرد (Salehi, 2008). بر این اساس امروزه جوامع انسانی و مجامع بین‌المللی و نویسندگان زیست‌محیطی، به‌طور عمده راه خروج از بحران‌های محیطی را در تغییر در نگرش انسان به پدیده مصرف دانسته‌اند (Rifkin & Hovard, 1989). رفتار زیست‌محیطی، رفتار مثبت در برابر محیط‌زیست است که در آن کنشگر اگر از محیط‌زیست حفاظت نمی‌کند، حداقل به آن آسیبی نمی‌رساند. تبیین رفتارهای افراد در قبال محیط‌زیست یکی از مسائل مهم در جامعه‌شناسی زیست‌محیطی است که به دلایل متعدد علاوه بر مسأله‌ای نظری، اهمیت کاربردی بسیاری نیز دارد. ضرورت اجتناب از آلودگی محیط‌زیست، تأثیر برخی رفتارهای مناسب زیست‌محیطی بر ارتقای کیفیت زندگی، ضرورت کاهش برخی آلاینده‌های مهم به کمک درپیش گرفتن رفتارهای زیست‌محیطی مناسب و تغییر شیوه‌های مصرف با الهام از این رفتارهای مناسب، و همچنین ارتباط بسیار مهم میان رفتارهای زیست‌محیطی و حوزه مصرف انرژی، نمونه مواردی هستند که تبیین رفتار زیست‌محیطی را مهم ساخته‌اند (Fazeli & Jafar, 2013).

در مطالعه حاضر رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف‌کننده در سه بعد مورد بررسی قرار گرفت: ۱- دانش زیست‌محیطی، میزان آگاهی است که انسان در مورد مسائل محیط‌زیستی دارد. ۲- ارزش‌های زیست‌محیطی، نظامی از نگرش‌هاست که رفتار فرد در برابر محیط‌زیست را تعیین می‌کند. ۳- درک منافع زیست‌محیطی، به معنای تقبل هزینه‌های زیست‌محیطی توسط انسان برای جلوگیری از صدمه دیدن منابع زیست‌محیطی است.

نتایج بررسی نشان داد که رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف‌کننده در بین پاسخگویان تشیع مذهب بیشتر از پاسخگویان با مذهب تسنن است. اما تفاوت معناداری بین جنسیت، وضعیت تأهل و شغل با رفتار سبز/ اکولوژیکی مصرف مشاهده نگردید. همچنین رابطه معناداری بین متغیرهای تعداد افراد خانوار، فاصله محل سکونت از

شهرستان و سن با رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف‌کننده مشاهده نشد. اما بین تعداد سال‌های تحصیل و رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف رابطه معناداری وجود دارد و بر اساس رابطه به‌دست‌آمده با بالا رفتن تعداد سال‌های تحصیل روستاییان، میانگین رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف‌کنندگان روستاهای مورد مطالعه بالاتر است.

نتایج حاصل از آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد که میانگین متغیر رفتارهای سبز/اکولوژیکی مصرف در بین خانوارهای روستایی ۳.۳۰۳ می‌باشد که اگرچه بالاتر از سطح مطلوب میانگین عددی ۳ است؛ اما میزان پایبندی خانوارهای روستایی نسبت به انجام رفتارهای سبز/اکولوژیکی مصرف در حد زیادی بالا نیست.

میزان آگاهی روستاییان از مسائل زیست‌محیطی در تحقیق Khoshfar et al., (2015) در حد متوسط بوده است که تا حد زیادی با مقاله حاضر همخوانی دارد. در ویژگی‌های فردی بین سن و میزان تحصیلات افراد با میزان آگاهی آن‌ها از محیط‌زیست رابطه معناداری وجود داشت که در تحصیلات با یکدیگر مشابه و در سن متفاوت هستند. در تحقیق Aghayarihir et al., (2016) نیز مانند تحقیق حاضر رابطه مستقیمی بین سواد زیست‌محیطی و مصرف مسئولانه و پایدار وجود دارد. عباس‌زاده و همکاران در مقاله خود به این نکته اشاره کرده‌اند که نگرش زیست‌محیطی بر رفتار مسئولانه محیطی مؤثر است. (Darvish Nuri, Karimi & Morabbi Heravi (2019) اذعان داشته‌اند که آگاهی زیست‌محیطی ۲۰ درصد، نگرش زیست‌محیطی ۳۰ درصد و رفتارهای زیست‌محیطی ۵۰ درصد در ایجاد رفتارهای مسئولانه نسبت به محیط مؤثر بوده است. تحصیلات ۳۰ درصد باعث افزایش مسئولیت‌پذیری افراد نسبت به محیط‌زیست شده است. تحقیقات Chiu (2009) و Wang, Liu & Qi (2014) نیز مانند تحقیق حاضر نشان دهنده اهمیت دانش، ارزش و نگرش زیست‌محیطی در بروز رفتار مسئولانه و سبز می‌باشد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و شناخت تنگناهای منطقه می‌توان تقویت رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف در بین خانوارهای روستایی مورد بررسی، موارد زیر را پیشنهاد نمود:

۱. خانواده جایگاه اول را از نظر گروه اجتماعی تأثیرگذار دارد و رفتارهای سازگار با محیط‌زیست باید توسط خانواده تقویت شود، پژوهشگران بعدی می‌توانند به شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر رفتار سبز/اکولوژیکی مصرف خانوارهای روستایی بپردازند.

۲. برای تحقق پایداری در توسعه و حفظ محیط‌زیست، تقویت اخلاق زیست‌محیطی ضروری است، اخلاقی که ارتباطات پیچیده و در حال تغییر بین انسان و طبیعت را شناسایی کرده و با حساسیت به آن پاسخ دهد. به منظور پدیدارشدن چنین اخلاقی، بازنگری در روش‌ها و نظام‌های آموزشی ضروری است. پیشنهاد می‌شود مجموعه‌ای از رفتارهای زیست‌محیطی به عنوان راهنمای تعامل انسان با طبیعت تنظیم شده و به مردم و دانش‌آموزان آموزش داده شود. آموزش باید در راستای حفظ محیط‌زیست و توسعه پایدار، بالاخص رفتارهای سازگار و مسولانه با محیط‌زیست باشد.

۳. تبلیغ مدل‌های پایداری موفقیت‌های مردم، دولت‌ها و تشکیلات خصوصی که برپایه مسئولیت‌شان نسبت به جنبه‌های زیست‌محیطی به فعالیت در خورتوجهی دست زده‌اند، در رسانه‌های جمعی، می‌تواند الهام‌بخش افرادی باشد که می‌خواهند کاری انجام دهند. مثلاً افزایش آگاهی مردم در مورد خرید مطابق با شاخص‌های زیست‌محیطی از طریق رسانه جمعی و ... همچنین لازم است رسانه‌ها از جمله صدا و سیما، نشریات و مجلات، به ویژه در مواقع خاصی از سال مانند ایام نوروز که احتمال صدمه به محیط‌زیست بیشتر است برنامه‌ها و اطلاع‌رسانی ویژه و گسترده‌تری داشته باشند.

۴. توجه بیشتر مسئولان به محیط‌زیست: مسئولان باید اندیشه افزون‌طلبی و سودجویی افراطی را که موجب نادیده‌انگاشتن تعادل محیط‌زیست است را کنار بگذارند.

۵. آگاه کردن مردم در مورد خطرات و تهدیدات زیست محیطی از طریق روحانیون در مساجد و ریش سفیدان و افراد بانفوذ.

منابع

- ادهمی، عبدالرضا؛ اکبرزاده، الهام (۱۳۹۰). بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر حفظ محیط زیست شهر تهران (مطالعه موردی: مناطق ۱۸ و ۵ تهران)، *تخصصی جامعه شناسی*، ۱ (۱)، ۳۷-۶۲.
- اژدری، افسون (۱۳۸۲). نگرش کلی بر ساختار و وضعیت محیط زیست در برخی از کشورهای مختلف جهان و جمهوری اسلامی ایران، *فناوری محیط زیست*، دفتر پژوهش.
- آقایاری هیر، توکل؛ هنرور، حسین؛ علیزاده اقدم، محمد باقر (۱۳۹۶). نقش واسطه‌ای مصرف گرایی در ارتباط بین مادیگرایی و ردپای اکولوژیک (مورد مطالعه: شهروندان ارومیه)، *آموزش محیط زیست و توسعه پایدار*، ۶ (۱)، ۹-۱۸.
- بنسون، جان (۱۳۸۲). اخلاق محیط زیست، مقدمات و مقالات، ترجمه: عبدالحسین وهاب زاده، مشهد: *انتشارات جهاد دانشگاهی*.
- حاجی‌زاده‌میمندی، مسعود؛ فلک‌الدین، زهرا (۱۳۹۶). بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر رفتارهای زیست محیطی مسئولانه (مورد مطالعه: شهروندان شهر خرم آباد)، *توسعه اجتماعی*، ۱۲ (۴۵)، ۷-۳۶.
- خوشفر، غلامرضا؛ صالحی، صادق؛ امام‌قلی، لقمان (۱۳۹۱). بررسی رفتار مردم نسبت به محیط زیست، مطالعه موردی: مناطق شهری و روستایی استان کردستان، *دانشگاه مازندران*، ۱-۲۸.
- خوشفر، غلامرضا؛ صالحی، صادق؛ وصال، زینب؛ عباس‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر آگاهی‌های زیست محیطی روستاییان (مطالعه موردی: دهستان جعفرق شهرستان بینالود)، *پژوهش‌های روستایی*، ۶ (۱)، ۱۳۷-۱۵۸.
- خوئی، راحیل (۱۳۹۳). بررسی جایگاه دانش زیست محیطی و بازاریابی سبز در رفتار خرید کنندگان در استان مازندران، *کنفرانس ملی اقتصاد سبز*، دانشگاه مازندران. ۱-۱۰.
- درویش‌نوری، سیمین؛ کریمی، مرضیه؛ مربی‌هروی، هلن (۱۳۹۷). بررسی تاثیر ویژگی‌های فردی و طبقه اجتماعی در رفتار مسئولانه زیست محیطی، *مدیریت محیط زیست و توسعه پایدار*، ۲ (۳).
- دهزاد، بهروز (۱۳۸۲). انسان و محیط زیست: مباحثی پیرامون اکولوژی و آلودگی‌های محیط زیست ... مفاهیم توسعه پایدار، *انتشارات موج سبز*.
- رستگار، عباسعلی؛ هاشمیان، سیدمحمدحسین؛ علوی، سیدصفر (۱۳۹۶). ارزش‌های زیست محیطی و سبک زندگی عوامل تعیین کننده رفتار (بوم شناختی) مصرف کننده، *فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۵ (۸۳)، ۶۹-۹۲.

رهبر، فرهاد؛ متوسلی، محمود؛ امیری، میثم (۱۳۹۲). اقتصاددانان رفتاری و نظریه های آنها. برنامه ریزی و بودجه، ۱۸ (۱): ۱۳۳-۱۶۵.

ریف‌کین، جرمی و هوارد (۱۳۷۴). جهان در سراشیبی سقوط، ترجمه: محمود بهزاد، تهران: سروش.

زارعی، عظیم؛ ناصری‌اشترانی، زهره (۱۳۹۷). بررسی تأثیر موقعیت رفتار مصرف‌کننده بر واکنش‌های رفتاری با میانجی‌گری ارزش ادراک شده و پاسخ‌های هیجانی (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان روغن لادن در شهر تهران)، دو فصلنامه مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۵ (۲)، ۱-۲۰.

ساتون، فیلیپ و دبلیو (۱۳۹۲). درآمدی بر جامعه‌شناسی محیط زیست، ترجمه صادق صالحی، انتشارات سمت، تهران

سلیمانی، معصومه؛ بوذرجمهری، خدیجه؛ جوان، جعفر؛ عنابستانی، علی‌اکبر (۱۳۹۴). تبیین عوامل مؤثر بر ناپایداری سکونتگاه‌های روستایی در ایران، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴ (۱۱)، ۳۸-۲۱.

صالحی، صادق؛ امام‌قلی، لقمان (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتارهای زیست محیطی مطالعه موردی: استان کردستان، جامعه‌شناسی ایران، ۱۳ (۴)، ۹۰-۱۱۵.

صالحی، صادق؛ کریم‌زاده، سارا (۱۳۹۰). بررسی رابطه دانش زیست محیطی و رفتارهای زیست محیطی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۷ (۲۴)، ۱۵۹-۱۷۸.

صمدی، منصور (۱۳۸۲). رفتار مصرف‌کننده، تهران: انتشارات آبیژ، چاپ اول.

عابدی‌سروستانی، احمد؛ شاه‌ولی، منصور (۱۳۹۱). تعامل انسان با طبیعت: یک واکاوی هنجاری، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۷ (۱۰۷).

عابدی‌سروستانی، احمد؛ شاه‌ولی، منصور (۱۳۸۸). نقش ترویج کشاورزی در ارتقاء اخلاق زیست محیطی کشاورزان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۴ (۱-۲).

عباس‌زاده، محمد؛ بنی‌فاطمه، حسین؛ علیزاده‌اقدم، محمداقرا؛ علوی، لیلا (۱۳۹۵). تأثیر مداخله‌ای نگرش مسئولانه زیست محیطی بر رابطه بین دلبستگی مکانی و رفتار مسئولانه زیست محیطی، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۷ (۶۲)، ۶۱-۸۰.

عباس‌زاده، محمد؛ علوی، لیلا؛ بنی‌فاطمه، حسین؛ علیزاده‌اقدم، محمداقرا (۱۳۹۵). مدل یابی ساختاری تأثیر تجربه زیست محیطی و نگرش زیست محیطی بر رفتار زیست محیطی، دو فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۳ (۱)، ۱۷۱-۱۹۶.

عباسی‌اسفنجانی، حسین؛ خدایی‌گرگری، محمدتقی (۱۳۹۶). تأثیر عوامل اجتماعی و روانشناختی بر رفتار مصرف‌کننده سبز با نقش میانجی رفتارهای زیست محیطی و قصد خرید سبز، بررسی‌های بازرگانی، ۱۵ (۸۶-۸۷)، ۴۵-۵۸.

علیزاده‌اقدم، محمداقرا؛ بنی‌فاطمه، حسین؛ عباس‌زاده، محمد؛ سلطانی‌بهرام، سعید (۱۳۹۶). شهروندی بوم‌شناختی و هوش معنوی (مورد مطالعه: شهروندان شهر تبریز)، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۸ (۶۷)، ۹۸-۷۹.

فاضلی، محمد؛ جعفرصالحی، سحر (۱۳۹۲). شکاف نگرش، دانش و رفتار زیست‌محیطی گردشگران، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، ۸ (۲۲)، ۱۶۱-۱۳۷.

فراهانی‌فرد، سعید (۱۳۸۸). اصلاح الگوی مصرف و محیط زیست، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، ۹ (۳۴)، ۹۷-۱۲۳.

فردوسی، سیما؛ مرتضوی، شهرناز؛ رضوانی، نعیمه (۱۳۸۶). رابطه بین دانش زیست‌محیطی و رفتارهای محافظت از محیط، پژوهشنامه علوم انسانی، شماره ۵۳، ۲۶۶-۲۵۳.

فرهمند، مهناز؛ شکوهی‌فر، کاوه؛ سیارخلج، حامد (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتارهای زیست‌محیطی (مورد مطالعه: شهروندان شهر یزد). فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری (مطالعات شهری)، ۴ (۱۰)، ۱۰۹-۱۴۱.

کردبچه، حمید (۱۳۸۷). اقتصاد کلان، تهران: مرکز پژوهش‌های اقتصادی بهین.

کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۲). مدیریت بازاریابی، ترجمه فروزنده، انتشارات آموخته، چاپ دهم. تهران

کاستلز، مانوئل (۱۹۹۷). پایان هزاره، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ مطالعات فرهنگی، انتشارات بلکول، ترجمه حسن چاوشیان، ویرایش چهارم

محرمنژاد، ناصر (۱۳۸۲). مدیریت محیط زیست، تهران: سازمان حفاظت محیط زیست.

مختاری‌ملک‌آبادی، رضا؛ عبداللهی، عظیمه‌السادات؛ صادقی، حمیدرضا (۱۳۹۳). تحلیل و بازشناسی رفتارهای زیست‌محیطی شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان، سال ۱۳۹۱)، پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۵ (۱۸).

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). سرشماری عمومی نفوس و مسکن. شناسنامه آبادی.

میرزایی، زینب (۱۳۹۳). اخلاق زیست‌محیطی راهکاری در جهت توسعه پایدار زیستی، همایش ملی زیست‌بوم پایدار و توسعه، اراک.

هانیکان، جان (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی محیط زیست، ترجمه موسی عنبری و انور محمدی و میلاد رستمی، انتشارات دانشگاه تهران.

هاوکینز، دل و بست، راجر (۱۳۸۵). رفتار مصرف، ترجمه احمد روستا، انتشارات سارگل، تهران.

References

- Abaszade. M., Bani-Fateme. H., Alizade Aghdam, M.B., & Alavi. L. (2018). the Interventional Effect of Environmental Responsible Attitude on the Relationship between Spatial Attachment and Environmental Responsible Behavior, *Applied Sociology*. Twenty-Seventh Year, 62(2), 61-80. (in Persian)
- Abbasi-Esfanjani, H., & Khodayi Gargari, M.T. (2019). The Impact of Social and Psychological Factors on Green Consumer Behavior with the Mediating Role of Environmental Behaviors and Green Buying Intent. *Business Reviews*. Number 86-87. 45-58. (in Persian)

- Abbas-Zadeh, M., Alawi, L., Bani-Fatemeh, H., & Alizadeh-Aghdam, M.B. (2016). Structural Modeling of Environmental Attitude and Experience Impact on Environmental Behavior. *Journal of Social Sciences (Biannual)*, 13(1), 171-196. (in Persian)
- Abedi-Sarvestani, A., & Shahvali, M. (2012). Human interaction with nature: a normative analysis. *Quarterly journal of geographic research*. 27(107), 1-32. (in Persian)
- Abedi-Sarvestani, A., & Shahvoli, M. (2009). The role of promoting agriculture in promoting the environmental ethics of farmers. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 4 (1-2). 120-130. (in Persian)
- Abedi-Sarvestani, A., Shahvali, M., & Mohaghegh-Damad, M. (2007). The nature and perspectives of environmental ethics with an emphasis on Islamic vision. *Journal of Ethics in Science and Technology*. 2 (1-2), 59-72. (in Persian)
- Adhami, A., & Akbarzadeh. E. (2011), Investigating the Cultural Factors Affecting Environmental Protection in Tehran (Case Study: Tehran 18 and 5 Regions), *Journal of Sociology*, 1 (1), 137-62. (in Persian)
- Aghayarihir, T., Alizadehaghdam, M.B., & Honarvar, H. (2016), the relationship between Environmental literacy and Responsible-Sustainable Consumption (The Case of Urmia Citizens), *Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, 5 (1), 53-65. (in Persian)
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In Action control, Springer Berlin Heidelberg, 11-39.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, Mass., Addison-Wesley Pub.co.
- Alizadeh-Aghdam, M. B., Bani Fatemeh, H., Abbas Zadeh, M., & Soltani, B. (2017), Ecological Citizenship and Spiritual Intelligence (Case Study: Citizens of Tabriz City), *Applied Sociology*, 28 (67), 98-79. (in Persian)
- Anbari, M., Firozabadi, A., & Sorosh, S. (2014). The effect of material and dignity competition on rural consumerism, *Iranian Social Studies*, 7 (4), 110-136.
- Azhdari, A. (2003). A General Attitude toward the Structure and Condition of the Environment in Some Different Countries of the World and the Islamic Republic of Iran, Environmental Technology, Research Office. (in Persian)
- Barr, S. (2003). Strategies for sustainability: citizens and responsible environmental behaviour. *Area*, 35(3), 227-240.
- Benson, J. (2003). *Environmental Ethics, Preconditions and Articles*, Translation: Abdolhossein Vahabzadeh, Mashhad: Jahad University Press. (in Persian)
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). Consumer behavior 9th. South-Western Thomas Learning. Mason, OH.
- Bray, J. P. (2008). *Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models*.
- Bray, J. P. (2011). *A Critical evaluation into the role of ethics in clothing purchase decisions* (Doctoral dissertation, Bournemouth University).

- Carrete, L., Castaño, R., Felix, R., Centeno, E., & González, E. (2012). Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility. *Journal of consumer marketing*, 29(7), 470-481.
- Castells, M. (1997). *End of Millennium: The Information Age: Economy, Society and Culture*. Blackwell Publishers, Inc, Translated by: Hassan Chavashian, fourth edition. (in Persian)
- Chiu, S. (2009). *Going Green? Urban vs. Rural Residency and Pro-Environmental Attitudes in China* (Doctoral dissertation).
- Conraud-Koellner, E., & Rivas-Tovar, L. A. (2009). Study of green behavior with a focus on Mexican individuals. *IBusiness*, 1(02), 124.
- Darvish Nuri, S. Karimi, M., & Morabbi Heravi, H. (2019). The effect of individual characteristics and social class on environmentally responsible behavior, Environmental Education, *Sustainable Development*, 2(3). (in Persian)
- Dehzad, B. (2003). Assessment of rural development in the County of Torbat Heydarieh, 1997-1999, *Geographical Research*. 35(44), 41-54. (in Persian)
- Dunlap, R.E., & Jones, R.E. (2002). Environmental concern: Conceptual and measurement issues. *Handbook of environmental sociology*, 3(6), 482-524.
- Eysenck, M. W. (2000). *Psychology: A student's handbook*. Taylor & Francis.
- Farahani-Fard, S. (2009). Reforming the Pattern of Consumption and Environment, *Journal of Islamic Economics*, 9 (34), 123-97. (in Persian)
- Farahmand, M., Shokouhi-Far, K., & Sayarkhalaj, H. (2014). Investigation of Social Factors Affecting Environmental Behaviors (Case Study: Citizens of Yazd City). *Quarterly Journal of Urban Sociological Studies (Urban Studies)*, 4 (10), 141-109. (in Persian)
- Fazeli, M., & Jafar-Salihi, S. (2013). the Attitude, Knowledge and Behavior of Environmentalists of Tourists, *Journal of Tourism Management Studies*, 8 (22), 161-137. (in Persian)
- Ferdowsi, S., Mortazavi, Sh., & Rezvani, N. (2002). the Relationship between Environmental Knowledge and Environmental Protection Behaviors, *Journal of Humanities Research*, No. 53, 266-253. (in Persian)
- Fotis, J.N. (2015). *The Use of social media and its impacts on consumer behaviour: the context of holiday travel* (Doctoral dissertation, Bournemouth University).
- Foxall, G. (1990). *Consumer psychology in behavioral perspective*. Beard Books.
- Foxall, G.R. (2015). Consumer behavior analysis and the marketing firm: bilateral contingency in the context of environmental concern. *Journal of Organizational Behavior Management*, 35 (1-2), 44-69.
- Gurău, C., & Ranchhod, A. (2005). International green marketing: a comparative study of British and Romanian firms. *International marketing review*, 22(5), 547-561.
- Haji-Zade Meymanadi, M. & Falakeddin, Z. (2018). Investigating the Socio-Cultural Factors Affecting Responsible Environmental Behaviors (Case Study: Khorramabad Citizens). *Social Development Quarterly (Former Human Development)*, 12 (1), 7-36. (in Persian)

- Handriana, T., & Ambara, R. (2016). Responsible environmental behavior intention of travelers on ecotourism sites. *Tourism and hospitality management*, 22(2), 135-150.
- Hannigan, J. (2014). *Environmental sociology*. Routledge, Translated by: Musa Anbari, Anwar Mohammadi and Milad Rostami. Tehran: Tehran University. (in Persian)
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2010). *Consumer behavior*. NY: McGraw-Hill. Translated by: Ahmad Rousta and Attiyeh Bhtoei. Tehran. Sargol Publications. First Edition. (in Persian)
- Irwin, A. (2013). *Sociology and the environment: a critical introduction to society, nature and knowledge*. John Wiley & Sons, Translated by: Sadeq Salehi. Mazandaran University Press. (in Persian)
- Kaufmann, H. R., Panni, M. F. A. K., & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behavior: An integrated conceptual framework. *Amfiteatru Economic Journal*, 14(31), 50-69.
- Khooei, R. (2014). The Status of Environmental Knowledge and Green Marketing in Consumer Shopping Behavior in Mazandaran Province, National Green Economy Conference. Mazandaran University. *One hundred and one*. (in Persian)
- Khoshfar, G., Salehi, S., & Imam Gholi, L. (2012). *an Investigation of the Behavior of the People towards the Environment, Case Study: Urban and Rural Areas of Kurdistan Province*, Mazandaran University, 1-28. (in Persian)
- Khoshfar, G., Salehi, S., Vesal, Z., & Abaszadeh, M. R. (2015). The Study of Social Factors Affecting Environmental Knowledge of Villagers (Case Study: Jaghez Village of Binaloud County), *Rural Research*, 6 (1), 137-158. (in Persian)
- Kotler, P. (2013). *Marketing Management*, 10th Ed., (B. Forouzandeh, Trans). Tehran: Amoukhteh Publications. (in Persian)
- Kurdbacheh, H. (2008), *Macroeconomics*, Tehran: Center for Best Economic Research. (in Persian)
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, 18(6), 503-520.
- Madikwe, O. M. (2016). Customer satisfaction in the airline industry: the role of service quality, brand image and customer value.
- Mirzaei, Z. (2014), Environmental Ethics of a Strategy for Sustainable Biomass Development, *National Conference on Sustainable and Developmental Biomass*, Arak. (in Persian)
- Mohammad-Nezhad, N. (2003), *Environmental Management*, Tehran: Environmental Protection Agency. (in Persian)
- Moital, M. (2006). *An evaluation of the factors influencing the adoption of e-commerce in the purchasing of leisure travel by the residents of Cascais*, Portugal (Doctoral dissertation, Bournemouth University).
- Mokhtari-Malekabadi, R., Abdollahi, A., & Sadeghi, H. R. (2014). Analysis and Recognition of Urban Environmental Behaviors (Case Study: Isfahan City, 2012). *Journal of Urban Research and Planning*. 5 (18). (in Persian)

- Nisbet, E. K., Zelenski, J. M., & Murphy, S. A. (2009). The nature relatedness scale: Linking individuals' connection with nature to environmental concern and behavior. *Environment and behavior*, 41(5), 715-740.
- Peattie, K. (2010). Green consumption: behavior and norms. *Annual review of environment and resources*, 35, 195-228.
- Rahbar, F., Motavasseli, M., & Amiri, M. (2013). Behavioral economists and their theories. *The Journal of Planning and Budgeting*, 18 (1), 133-165. (in Persian)
- Rastegar, A. A., Hashemian, M. H., & Alavi, S. (2017), Environmental and lifestyle values of determinants of consumer behavior, *Journal of Research on Improvement and Management*, 25 (83), 92-69. (in Persian)
- Rifkin, J., & Howard, T. (1989). *Entropy into the greenhouse world*. Translated by: Mahmoud Behzad, Tehran: Soroush.
- Salehi, S. (2008). *A Study of Factors Underpinning Environmental Attitudes and Behaviours*, Phd. The University of Leeds. 1-28.
- Salehi, S., & Emam-Gholi, L. (2012), Investigating the Impact of Social Capital on Environmental Behavior Case Study: Kurdistan Province, *Iranian Journal of Sociology*, 13 (4), 115-90. (in Persian)
- Salehi, S., & Karimzadeh, S. (2011), The Relationship between Environmental Knowledge and Environmental Behavior, *Quarterly Journal of Iranian Association for Cultural and Communications Studies*, 7 (24), 159-178. (in Persian)
- Samadi, M. (2003), *Consumer Behavior*, Tehran: Ayezh Publishing, First Edition. (in Persian)
- Satin, P. (2013). Income on environmental sociology. Translated by: Sadegh Salehi, Tehran: Organization for the Study and Compilation of Humanities Books of Universities (SAMT). *Center for Human Sciences Research and Development*. (in Persian)
- Shahvali, M. (2006). A research epistemology and time scale for the conservation of environment. In *International Conference on Research Methodologies in Science, Engineering and Technology*. Imam Hossein University, Tehran.
- Siringi, R. (2012). Determinants of green consumer behavior of post graduate teachers. *Journal of Business and Management*, 6(3), 19-25.
- Soleimani, M., Buzarjomehri, K. Javan, j., & Anabestani, A. A. (2015), Explaining the Factors Affecting the Instability of Rural Settlements in Iran, *Rural Planning and Research*, 4 (11), 38- 21. (in Persian)
- Statistical Center of Iran, General Census of Population and Housing, Personal settlements. (2017). <https://www.amar.org.ir/>. (in Persian)
- Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of environmental psychology*, 29(3), 309-317.
- Taujanskaite, K., Milcius, E., & Rutkauskas, A. V. (2015). Integrated Cross Disciplinary Approach to Household Expenditure Management. *Engineering Economics*, 26 (5), 489-499.

- Udo-Imeh, P. T. (2015). Influence of Personality on the Buying Behaviour of Undergraduate Students in Universities in Cross River State, Nigeria. *International Journal of Marketing Studies*, 7 (4), 64.
- Wang, P., Liu, Q., & Qi, Y. (2014). Factors influencing sustainable consumption behaviors: a survey of the rural residents in China. *Journal of Cleaner Production*, 63, 152-165.
- Whitmarsh, L., & O'Neill, S. (2010). Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305-314.
- Zareyi, A., & Naseri-Ashtarani, Z. (2018), The Effect of Consumer Behaviour Situation on the Behavioral Response with the Mediation of Perceived Value and Emotional Responses (Case Study: Consumers of Ladan Oil in Tehran City), *Consumer behavior studies*, 5 (2), 1-20. (in Persian)

نویسندگان این مقاله

الهه دلیر تیزابی؛ دانش آموخته مقطع کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی از دانشگاه فردوسی مشهد گرایش مدیریت توسعه پایدار روستایی می‌باشند. ایشان دارای چندین مقاله علمی-پژوهشی و مقالات ارائه‌شده در مجامع علمی ملی و بین‌المللی هستند. در حال در مدارس شهرستان خواف تدریس می‌کنند و در پژوهش‌های دانشگاهی نیز مشارکت دارند. حوزه تخصصی ایشان برنامه‌ریزی روستایی با تاکید بر مسائل زیست‌محیطی و اخلاق سبز می‌باشد.



مریم قاسمی؛ دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی و استادیار گروه جغرافیا در دانشگاه فردوسی مشهد هستند. ایشان دارای بیش از ۴۰ مقاله علمی-پژوهشی چاپ‌شده در مجلات مورد تایید وزارت علوم و ۶۰ مقاله ارائه‌شده در مجامع بین‌المللی و ملی و همکار چند طرح پژوهشی در سطوح منطقه‌ای و محلی و دارای یک کتاب می‌باشند. حوزه تخصصی ایشان برنامه‌ریزی روستایی با تاکید بر اقتصاد (گردشگری روستایی، تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی و ...) است.