

اسلاید ۱ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

مصرف پایدار برای زندگی بهتر

مقاله در تقاطع رفتار مسئولانه مصرف‌کننده (CRB) و بهزیستی مصرف‌کننده (CWB) قرار دارد. مسئله اصلی، سازگاری پایداری با زندگی خوب است. اگر کاهش مصرف فقط به عنوان محرومیت تجربه شود، ترویج پایداری دشوار خواهد بود. اما مصرف همسو با ارزش‌ها، انتخاب خودمختار و تجربه معنادار می‌تواند مسیر متفاوتی ایجاد کند. این مرور، نقشه شواهد و نظریه‌ها را ترسیم می‌کند و اندازه اثر تجمیعی یا اثبات علی واحدی ارائه نمی‌دهد.

اتصال به اسلاید بعد:

ابتدا مسئله اصلی و معنای زندگی خوب را روشن می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

معناگرایی در مصرف و زندگی خوب

پرسش اصلی، رابطه مصرف با تجربه زندگی خوب است. در خوانش معناگرایانه، یک انتخاب زمانی اهمیت پیدا می‌کند که با ارزش‌ها، هویت و هدف فرد هماهنگ باشد. مقاله مسیرهایی مانند خودمختاری، ارتباط و احساس مشارکت را توضیح می‌دهد. این تبیین را نباید وعده قطعی شادی دانست؛ باید دید انتخاب در چه شرایطی و برای چه کسی معنادار است.

اتصال به اسلاید بعد:

برای این بحث، باید چند مفهوم نزدیک را از هم جدا کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

مرزبندی مفاهیم بهزیستی

بهزیستی لذت جویانه بر لذت و کاهش رنج تمرکز دارد؛ بهزیستی شکوفایی محور با معنا، فضیلت، رشد و تحقق ظرفیت ها پیوند می خورد. رضایت از زندگی، هیجان مثبت و کیفیت عینی زندگی نیز مفاهیم هم ارز نیستند. نقد فلسفی ما این است که لذت جویی را نباید با مصرف بی فکر یا مصرف گرایی یکی دانست. همچنین سادگی داوطلبانه با کم مصرفی اجباری یکسان نیست. شرط اختیار، تأمین نیازهای پایه و محدودیت اقتصادی باید در تفسیر پیامدهای مثبت لحاظ شود.

اتصال به اسلاید بعد:

اکنون نقش ارزش های شخصی را بررسی می کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

نظریه ارزش های شخصی

همخوانی انتخاب مصرفی با ارزش های فرد می تواند رضایت ایجاد کند. تنش میان مادی گرایی و ارزش های محیط زیستی ممکن است بهزیستی را کاهش دهد. فردی که حفظ طبیعت را ارزش محوری می داند، ممکن است از استفاده طولانی تر از یک کالا احساس سازگاری با خود بگیرد. شمارش کاربرد با آزمون موفق نظریه یا قدرت اثر برابر نیست.

اتصال به اسلاید بعد:

پس از ارزش ها، کیفیت انگیزش و اختیار اهمیت پیدا می کند.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۲.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۵ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

نظریه خودتعیین‌گری

خودمختاری، شایستگی و ارتباط، سه نیاز اصلی‌اند. کیفیت انگیزش و انتخاب آزادانه در تبیین بهزیستی اهمیت دارند. سادگی داوطلبانه می‌تواند با حس کنترل همراه باشد؛ کاهش مصرف ناشی از فقر الزاماً همان تجربه را ایجاد نمی‌کند.

اتصال به اسلاید بعد:

این مبانی را به تفاوت انگیزه‌های بازار پیوند می‌دهیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۲.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۶ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

بخش‌بندی بازار بر پایه انگیزه

از مرور نمی‌توان یک نسخه واحد برای همه بازارها استخراج کرد. دو مشتری ممکن است محصول بادوام بخرند، اما یکی برای کاهش هزینه و دیگری برای مسئولیت محیط‌زیستی. پیشنهاد تحلیلی این است که ارزش‌ها و انگیزه‌های واقعی را در مصاحبه و سنجش رفتار شناسایی کنیم. این بخش‌بندی، کاربرد پیشنهادی چارچوب مقاله است و داده تازه بازار نیست.

اتصال به اسلاید بعد:

اولین نمونه تطبیق را در بازار غذا می‌بینیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۰.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۷ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تطبیق بازار غذا

در بازار غذا، مخاطب ممکن است به سلامت خانواده، کاهش اتلاف یا عدالت در تولید اهمیت بدهد. مقاله غذا را با هشت مطالعه، پرچهرترین صنعت معرفی می‌کند. کاربرد پیشنهادی، آزمون پیام‌هایی متناسب با انگیزه مخاطب و سنجش دورریز واقعی، تداوم رفتار و فشار مالی است. قیمت بالاتر یا برچسب سبز به خودی خود بهزیستی را تضمین نمی‌کند.

اتصال به اسلاید بعد:

همین منطق را با تفاوت‌هایی در پوشاک بررسی می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۵.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۸ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تطبیق بازار پوشاک

در پوشاک، می‌توان به جای تکیه انحصاری بر تازگی، تجربه استفاده طولانی، تعمیر و هویت شخصی را بررسی کرد. چهار مطالعه در جدول صنعت به پوشاک اختصاص دارد. پیشنهاد بازار این است که پیام دوام با کیفیت قابل سنجش و خدمت تعمیر همراه شود. شاخص موفقیت فقط فروش اولیه نیست؛ میزان استفاده، رضایت پس از زمان و تمایل به نگهداشت نیز مهم‌اند.

اتصال به اسلاید بعد:

در الکترونیک، شواهد محدودتر و فرصت پژوهش بیشتر است.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۵.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۹ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تطبیق بازار الکترونیک

مقاله وسایل الکترونیکی را فرصت پژوهشی آینده می‌داند، نه حوزه‌ای با اثر اثبات‌شده بر بهزیستی. برای این بازار می‌توان آزمود که تعمیرپذیری، خدمات نگهداشت و هزینه کل مالکیت چگونه با اختیار و رضایت مرتبط می‌شوند. کاربرد پیشنهادی باید در برابر محدودیت بودجه و نیاز واقعی به کارکرد سنجیده شود. کاهش خرید همیشه گزینه عملی یا مطلوب همه مصرف‌کنندگان نیست.

اتصال به اسلاید بعد:

برای انتقال این پیشنهادها، زمینه اقتصادی و فرهنگی را لحاظ می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۰.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۰ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تطبیق فرهنگی و توان خرید

انتقال یک پیام از یک بازار به بازار دیگر، به ترجمه واژه‌ها محدود نمی‌شود. در بازاری که نیاز پایه و قیمت مانع اصلی است، پیام باید امکان انتخاب واقعی را در نظر بگیرد. در گروهی دیگر، هویت، تجربه یا مسئولیت می‌تواند برجسته‌تر باشد. این تفاوت‌ها فرض‌های قابل‌آزمون‌اند و نباید با کلیشه درباره کشورها یا گروه‌های درآمدی جایگزین پژوهش مشتری شوند.

اتصال به اسلاید بعد:

اکنون این تفاوت‌ها را به یک ارزش پیشنهادی تبدیل می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۰.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۱ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

از معنا به ارزش پیشنهادی بازار

معناگرایی در بازاریابی زمانی قابل دفاع است که به کارکرد واقعی وصل شود. اگر مخاطب مراقبت از منابع را ارزش می‌داند، دوام یا تعمیر باید واقعاً قابل ارائه باشد. اگر کنترل مالی مهم است، هزینه در طول استفاده اهمیت پیدا می‌کند. این یک چارچوب کاربردی پیشنهادی است؛ مقاله رابطه مشخصی میان این بسته‌های بازاریابی و افزایش فروش را برآورد نکرده است.

اتصال به اسلاید بعد:

برای سنجش اعتبار این کاربردها، به پرسش‌های خود مقاله برمی‌گردیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۲.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۲ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

چهار پرسش پژوهش

پرسش نخست به مجله‌ها و نویسندگان اثرگذار، پرسش دوم به تحول مضامین، پرسش سوم به نظریه‌ها و زمینه‌ها و سازه‌ها و روش‌ها، و پرسش چهارم به فرصت‌های پژوهشی مربوط است. SPAR-۴-SLR مسیر تصمیم‌گیری مرور را نظم می‌دهد؛ SciMAT ساختار و تحول مفهومی را از فراداده می‌کاود؛ TCCM چارچوب سازمان‌دهی محتوای مطالعات است. این سه ابزار سه مطالعه تجربی مستقل نیستند و هرکدام به نوع متفاوتی از پرسش پاسخ می‌دهند.

اتصال به اسلاید بعد:

سه ابزار مقاله، هرکدام بخشی از این پرسش‌ها را پوشش می‌دهند.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۳.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۳ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تقسیم کار ابزارهای مرور

پرسش نخست به مجله‌ها و نویسندگان اثرگذار، پرسش دوم به تحول مضامین، پرسش سوم به نظریه‌ها و زمینه‌ها و سازه‌ها و روش‌ها، و پرسش چهارم به فرصت‌های پژوهشی مربوط است. SPAR-۴-SLR مسیر تصمیم‌گیری مرور را نظم می‌دهد؛ SciMAT ساختار و تحول مفهومی را از فراداده می‌کاود؛ TCCM چارچوب سازمان‌دهی محتوای مطالعات است. این سه ابزار سه مطالعه تجربی مستقل نیستند و هرکدام به نوع متفاوتی از پرسش پاسخ می‌دهند. این‌ها سه مطالعه مستقل با نمونه‌های انسانی نیستند. هر ابزار به بخشی از پرسش‌های مرور پاسخ می‌دهد.

اتصال به اسلاید بعد:

حالا مسیر واقعی ورود و حذف منابع را دنبال می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۳.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۴ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

مسیر انتخاب منابع

جست‌وجو در WoS و Scopus با ترکیب اصطلاحات بهزیستی و مصرف مسئولانه انجام شد. ۱۸۳۴ رکورد اولیه پس از فیلترهای موضوع، زبان، نوع مدرک و رتبه مجله به ۴۰۷ رکورد رسید. حذف ۸۰ تکراری، ۳۲۷ مقاله یکتا باقی گذاشت. ارزیابی مستقل سه نویسنده و توافق درباره حذف موارد نامرتب، مجموعه نهایی ۷۹ مقاله را شکل داد. افت از ۳۲۷ به ۷۹ برابر ۲۴۸ حذف است که در این گزارش محاسبه شده، نه شمارش تازه از داده خام.

اتصال به اسلاید بعد:

پس از انتخاب منابع، تحلیل واژه‌ها و شبکه انجام شده است.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۵.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۵ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

الگوریتم SciMAT

پس از ورود فراداده، واژگان با خوشه‌بندی خودکار و اصلاح دستی نرمال شدند و تعداد اصطلاحات از ۱۹۲۴ به ۱۶۶۹ رسید. واحد تحلیل «واژه»، شبکه بر پایه هم‌وقوعی، شاخص شباهت «هم‌ارزی»، الگوریتم خوشه‌بندی simple centers و اندازه خوشه ۳ تا ۱۲ واژه بود. مقاله Jaccard را برای تحول و inclusion را برای همپوشانی گزارش می‌کند. تفاوت دقیق کاربرد این شاخص‌ها باید با فایل پروژه روشن شود. بازتولید مستلزم واژه‌نامه نرمال‌سازی، آستانه‌ها و خروجی شبکه است.

اتصال به اسلاید بعد:

برای فهم خروجی شبکه، باید دو محور نقشه را بشناسیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۸.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۶ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

خواندن نقشه راهبردی

مرکزیت، اتصال یک مضمون به سایر مضمون‌ها را نشان می‌دهد و چگالی، انسجام درونی آن را. مرکزیت و چگالی بالا، مضمون محرک می‌سازند؛ چگالی بالا با مرکزیت پایین به مضمون تخصصی یا حاشیه‌ای اشاره دارد. چگالی و مرکزیت پایین می‌تواند هم نشانه ظهور و هم افول باشد؛ یک نما به‌تنهایی این دو را جدا نمی‌کند. مرکزیت بالا با چگالی پایین، مضمون پایه و عرضی را نشان می‌دهد. جایگاه شبکه‌ای شاهد قدرت اثر رفتاری نیست.

اتصال به اسلاید بعد:

حالا نقشه را در گذر سه دوره زمانی می‌خوانیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۸.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۷ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تحول موضوعی در سه دوره

نقشه‌های موضوعی نشان می‌دهند توجه حوزه به مرور از پیوندهای اولیه روان‌شناختی و محیط‌زیستی به پرسش‌های ارزش، سبک زندگی و معنا گسترش یافته است. این تفسیر، تحول محتوای ادبیات است، نه روند تغییر رفتار کل بازار. دوره‌ها طول برابر ندارند و سال ۲۰۲۵ فقط تا مارس را پوشش می‌دهد؛ مقایسه استناد خام نیازمند احتیاط است.

اتصال به اسلاید بعد:

در ادامه می‌بینیم این شواهد از چه جغرافیایی آمده‌اند.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۰.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۱۸ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

زمینه جغرافیایی و تعمیم

این شمارش‌ها همپوشان‌اند و نباید سهم‌های یک نمودار دایره‌ای تلقی شوند. جدول ۵ مجموعاً ۲۶ مطالعه صنعت‌محور نشان می‌دهد. در بخش بحث منابع حذف‌شده، دو مقاله مصر ذکر شده است. بنابراین نبود آفریقا ویژگی مجموعه نهایی پس از فیلتر است، نه اثبات نبود پژوهش در آن قاره.

اتصال به اسلاید بعد:

علاوه بر کشور، صنعت مورد مطالعه هم بر تعمیم اثر دارد.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۵.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

صنعت‌های مورد مطالعه

جدول ۳، ارزش‌های شخصی با ۱۲ مقاله و خودتعیین‌گری با ۱۱ مقاله را برجسته می‌کند. رفتار برنامه‌ریزی شده ۱۰، احساس خوشایند کمک‌کردن ۸، گسترش و ساخت هیجان مثبت ۷ و سازگاری لذت‌جویانه ۳ مقاله دارند. این شمارش‌ها گروه‌های انحصاری نیستند. در زمینه پژوهش، اروپا ۳۶، آسیا ۲۲، آمریکا ۱۰ و اقیانوسیه ۲ مطالعه گزارش شده‌اند. شمارش منطقه‌ای و چندکشوری همپوشان است. از ۷۹ مقاله، ۵۳ مورد صنعت مشخص ندارند و ۲۶ مورد صنعت‌محورند. جدول ۵، غذا را با ۸، گردشگری با ۵ و پوشاک با ۴ مطالعه ثبت می‌کند.

اتصال به اسلاید بعد:

اکنون نقش سازه‌ها در مدل‌های پژوهشی را جدا می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۵.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

نقش سازه‌ها در چارچوب TCCM

نگرانی محیط‌زیستی، مادی‌گرایی، هنجارها و کنترل رفتاری از پیشایندهای متداول‌اند. رضایت، هیجان، ذهن‌آگاهی و قصد رفتاری می‌توانند میانجی باشند و توانمندی، فرهنگ، نوع کالا و دینداری نقش تعدیل‌گر بگیرند. نقش یک سازه میان مطالعات ثابت نیست؛ بهزیستی در برخی مدل‌ها پیامد و در برخی پیشایندهای مصرف مسئولانه است. تعلق به طبیعت یا منابع اجتماعی نیز ممکن است هر دو را توضیح دهند. مدل‌های رقیب و ترتیب زمانی برای داوری جهت رابطه لازم‌اند.

اتصال به اسلاید بعد:

قدرت این مدل‌ها به طراحی و گردآوری داده وابسته است.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۷.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۱ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

روش گردآوری و طراحی مطالعه

جدول ۸ شامل ۴۷ پیمایش، ۹ مقاله نظری، ۶ روش آمیخته، ۱۰ طرح آزمایشی، ۳ کیفی، ۳ داده ثانویه و ۱ فراتحلیل است. بیشتر پیمایش‌ها مقطعی‌اند و همه آزمایش‌ها تخصیص تصادفی ندارند. مرور حاضر خودش فراتحلیل نیست. بنابراین p تجمیعی، فاصله اطمینان اثر کلی، I^2 ، آلفای ابزار واحد یا HTMT کلی برای این مرور قابل مطالبه نیست. نقد باید متوجه انتخاب شواهد، کدگذاری و ادعاهای علی باشد؛ پیچیدگی SEM به‌تنهایی علیت ایجاد نمی‌کند.

اتصال به اسلاید بعد:

پس از طراحی، تکنیک‌های تحلیل را بررسی می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۸.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۲ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

تکنیک‌های تحلیل داده

جمع جدول ۸ برابر ۷۹ و درصدهای منتشرشده آن برابر ۱۰۰ است؛ ۴۷ تقسیم بر ۷۹ حدود ۵۹٫۵٪ می‌شود. با وجود این، متن برای سه مطالعه کیفی ۶٪ نوشته، درحالی‌که جدول ۴٪ و محاسبه ۳٫۸٪ است. متن در جایی از ۷۱ مقاله تجربی می‌گوید، اما ۷۹ منهای ۹ نظری برابر ۷۰ است. مجموع فراوانی‌های جدول ۹ برابر ۶۸ است و مخرج و قواعد چندکدگذاری آن باید توضیح داده شود.

اتصال به اسلاید بعد:

در شمارش این روش‌ها چند نکته نیازمند ممیزی است.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۹.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۳ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

ممیزی ناسازگاری‌های عددی

جمع جدول ۸ برابر ۷۹ و درصدهای منتشرشده آن برابر ۱۰۰ است؛ ۴۷ تقسیم بر ۷۹ حدود ۵۹٫۵٪ می‌شود. با وجود این، متن برای سه مطالعه کیفی ۶٪ نوشته، درحالی‌که جدول ۴٪ و محاسبه ۳٫۸٪ است. متن در جایی از ۷۱ مقاله تجربی می‌گوید، اما ۷۹ منهای ۹ نظری برابر ۷۰ است. مجموع فراوانی‌های جدول ۹ برابر ۶۸ است و مخرج و قواعد چندکدگذاری آن باید توضیح داده شود.

اتصال به اسلاید بعد:

این ابهام‌ها ما را به محدودیت فیلتر منابع می‌رساند.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۱۸.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۴ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

فیلترها و هزینه انتخاب

غربال ABDC-۲۰۲۲ و Q۱/Q۲ در ص. ۵ و بحث حذف‌ها در ص. ۱۸-۱۹. اعتبار درونی شواهد با اعتبار مجله یکی گرفته می‌شود و پژوهش‌های زمینه‌های کم‌نماینده ممکن است حذف شوند. ارزیابی خطر سوگیری متناسب با طراحی هر مطالعه و تحلیل حساسیت با منابع حذف‌شده. روان‌شناسی، سلامت عمومی و دانش بومی ممکن است ناقص بازنمایی شوند.

اتصال به اسلاید بعد:

نقدهای اصلی را در یک ماتریس منظم جمع می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۵.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

ماتریس نقد مرور

توافق نهایی به تنهایی میزان اختلاف اولیه و ثبات مرزبندی را نشان نمی‌دهد. انتشار واژه‌نامه و پروژه SciMAT، آزمون آستانه‌ها و قواعد ادغام جایگزین. SPAR-۴-SLR برای فرایند، TCCM برای ترکیب و اجزای مرتبط PRISMA برای شفافیت می‌توانند مکمل باشند [۲]. انتشار فهرست ۷۹ مقاله، داده پاک‌شده، کدنامه و فایل پروژه با رعایت مجوز پایگاه‌ها.

اتصال به اسلاید بعد:

حساس‌ترین مرز نتیجه‌گیری، جهت رابطه و علیت است.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۳.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

جهت رابطه و محدودیت علیت

نگرانی محیط‌زیستی، مادی‌گرایی، هنجارها و کنترل رفتاری از پیشایندهای متداول‌اند. رضایت، هیجان، ذهن‌آگاهی و قصد رفتاری می‌توانند میانجی باشند و توانمندی، فرهنگ، نوع کالا و دینداری نقش تعدیل‌گر بگیرند. نقش یک سازه میان مطالعات ثابت نیست؛ بهزیستی در برخی مدل‌ها پیامد و در برخی پیشایندهای مصرف مسئولانه است. تعلق به طبیعت یا منابع اجتماعی نیز ممکن است هر دو را توضیح دهند. مدل‌های رقیب و ترتیب زمانی برای داوری جهت رابطه لازم‌اند. طبقه‌بندی جداگانه پیامدها، مدل‌های رقیب، طرح چندموجی و سنجش مخدوش‌گرها.

اتصال به اسلاید بعد:

با توجه به این محدودیت، پژوهش بعدی را طراحی می‌کنیم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۲.

زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۷ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

دستورکار پژوهش بعدی

کاربرد محتاطانه، تأکید بر دوام، تعمیر، تجربه معنادار و سازگاری با ارزش‌هاست، نه وعده شادی قطعی با خرید سبز. پژوهش بعدی می‌تواند سادگی داوطلبانه را از محرومیت اقتصادی جدا کند، پیامد فردی را با شکوفایی اجتماعی پیوند دهد و الکترونیک، خودرو و انرژی را بررسی کند. طرح طولی چندفرهنگی با سنجش خرید یا استفاده واقعی، آزمون ناوردایی و کنترل پیشایندهای مشترک از افزودن صرفِ مسیرهای بیشتر به یک مدل مقطعی ارزشمندتر است. نمونه پرسش پیشنهادی: استفاده طولانی‌تر و تعمیر وسایل الکترونیکی تحت چه شرایطی با معنا و خودمختاری مرتبط است؟

اتصال به اسلاید بعد:

این مسیر پژوهشی چه کاربرد محتاطانه‌ای برای بازار دارد؟

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۱.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۸ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

پیامد برای بازاریابی و سیاست‌گذاری

کاربرد محتاطانه، تأکید بر دوام، تعمیر، تجربه معنادار و سازگاری با ارزش‌هاست، نه وعده شادی قطعی با خرید سبز. پژوهش بعدی می‌تواند سادگی داوطلبانه را از محرومیت اقتصادی جدا کند، پیامد فردی را با شکوفایی اجتماعی پیوند دهد و الکترونیک، خودرو و انرژی را بررسی کند. طرح طولی چندفرهنگی با سنجش خرید یا استفاده واقعی، آزمون ناوردایی و کنترل پیشایندهای مشترک از افزودن صرفِ مسیرهای بیشتر به یک مدل مقطعی ارزشمندتر است. توصیه‌ها باید با توان مالی مصرف‌کننده و اثر واقعی محصول بر محیط‌زیست سنجیده شوند.

اتصال به اسلاید بعد:

برای تصمیم‌گیری، به یک آزمون مشخص نیاز داریم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۲.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۲۹ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

طرح آزمون برای تطبیق بازار

برای آزمون کاربرد بازار، می‌توان یک پیام معنامحور را با پیام کارکردی مقایسه کرد، درحالی‌که محصول و قیمت ثابت‌اند. نمونه باید گروه‌های متفاوت از نظر توان خرید و انگیزه را پوشش دهد. پیامدها می‌توانند فهم ادعا، اعتماد، انتخاب واقعی، استفاده و رضایت در پیگیری باشند. این طرح پیشنهادی است؛ اندازه نمونه و اثر باید پیش از اجرا با برنامه آماری تعیین شوند.

اتصال به اسلاید بعد:

در پایان، پیام نظری و کاربردی را کنار هم می‌گذاریم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۱.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.

اسلاید ۳۰ از ۳۰ | متن پیشنهادی پرزنت

جمع‌بندی و پشتوانه علمی

پیام نهایی این است که مصرف مسئولانه می‌تواند برای بعضی مصرف‌کنندگان از مسیر معنا، اختیار و همخوانی با ارزش‌ها اهمیت پیدا کند. کاربرد بازاریابی زمانی معتبر است که این معنا با محصول و خدمت واقعی و توان انتخاب مخاطب هماهنگ باشد. مرور حاضر نقشه‌ای از ادبیات منتخب است، نه تضمین اثر برای همه بازارها. گام بعد، آزمون زمینه‌مند و سنجش رفتار و بهزیستی در طول زمان است.

اتصال به اسلاید بعد:

با این جمع‌بندی، پرسش‌ها و نقدهای ارائه را می‌شنویم.

پشتوانه: مقاله اصلی، ص. ۲۳.
زمان پیشنهادی: ۴۵ تا ۷۵ ثانیه.