

## چکیده

مصرف کنندگان نگران محیط زیست محصولات و خدماتی را می‌خرند که می‌پندارند اثر مثبت یا منفی کمتری بر محیط زیست می‌گذارد. رفتار مصرف کننده زیست محیطی شامل تلاش برای صرفه جویی در مصرف انرژی و امتناع کردن از خرید محصولات دارای بسته بندی های نامناسب و غیره... است. از این رو، در تحقیق حاضر به بررسی اثر پایدار سرمایه اجتماعی بر رفتار مصرف کننده زیست محیطی شهروند شهر رشت پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان مناطق جغرافیایی استان گیلان که حداقل یک بار از خدمات یا محصولات مبتنی بر محیط زیست استفاده کرده اند می‌باشند، که با استفاده جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر از بین جامعه آماری تحقیق بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند. این پژوهش از نظر هدف تحقیق، از نوع کاربردی می‌باشد و طرح تحقیق در این پژوهش، توصیفی- تحلیلی از نوع همبستگی است. همچنین از پرسشنامه (Marigold et al, 2015) برای گردآوری داده‌ها کمک گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز آزمون های از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف جهت تعیین نوع توزیع داده‌ها و بهره گیری از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر برازش کلی مدل و آزمون فرضیه‌ها به کمک نرم افزارهای SPSS21 و Smart.PLS.2 استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی بر دانش مسایل محیطی، سرمایه اجتماعی بر نگرش طرفدار محیط زیست، سرمایه اجتماعی بر قابلیت سازگاری با محیط زیست، سرمایه اجتماعی بر رفتار سازگار با محیط زیست، دانش مسایل محیطی بر رفتار سازگار با محیط زیست، نگرش طرفدار محیط زیست بر قابلیت سازگاری با محیط زیست، دانش مسایل محیطی بر قابلیت سازگاری با محیط زیست، نگرش طرفدار محیط زیست بر رفتار سازگار با محیط زیست، نگرش طرفدار محیط زیست بر رفتار سازگار با محیط زیست، دانش مسایل محیطی بر رفتار سازگار با محیط زیست، نگرش طرفدار محیط زیست بر رفتار سازگار با محیط زیست و معناداری دارد. همچنین قابلیت سازگاری با محیط زیست بر رفتار سازگار با محیط زیست تاثیر مثبت و معناداری ندارد. در نهایت براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی برای مدیران و کارشناسان مناطق جغرافیایی استان گیلان ارائه شده است.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، رفتار مصرف کننده، رفتار مصرف کننده زیست محیطی