

## عنوان مقاله:

تاثیر حمایت مدیریت ارشد از اقدامات زیست محیطی بر استراتژی بازاریابی سبز و عملکرد زیست-محیطی کسب و کارهای صنعتی در ایران

## محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 6، شماره 1 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

منیژه حقیقی نسب - دانشگاه الزهرا

حمیدرضا یزدانی - پردیس فارابی قم

فاطمه داورپناه کیاسرای - دانشگاه الزهرا

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر دو متغیر حمایت مدیریت ارشد از اقدامات زیست محیطی و فرهنگ زیست محیطی بر استراتژی بازاریابی سبز و همچنین تاثیر استراتژی بازاریابی سبز بر عملکرد زیست محیطی و عملکرد اقتصادی در کسب و کارهای صنعتی در ایران می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و براساس روش گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، مدیران عالی، میانی و عملیاتی کسب و کارهای صنعتی عضو وزارت صنعت، معدن، تجارت و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۸۰ شرکت از میان کسب و کارهای صنعتی، به عنوان نمونه، تعیین شدند. سپس داده‌ها با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ زیست محیطی در درون کسب و کارهای صنعتی بر اتخاذ استراتژی بازاریابی سبز تاثیر مثبت و معناداری دارد و حمایت مدیریت ارشد از اقدامات زیست محیطی موجب تقویت فرهنگ زیست محیطی در کسب و کارهای صنعتی در ایران می‌شود. اتخاذ استراتژی بازاریابی سبز در کسب و کارهای ایرانی، عملکرد اقتصادی را بهبود می‌بخشد اما با توجه به اینکه موضوع محیط زیست به عنوان یک موضوع استراتژیک در کشور ما در نظر گرفته نمی‌شود و کسب و کارها از استانداردهای به روز استفاده نمی‌کنند، عملکرد زیست محیطی وضعیت نامناسبی دارد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی بازاریابی سبز، فرهنگ زیست محیطی، حمایت مدیریت ارشد از اقدامات زیست محیطی، عملکرد اقتصادی و عملکرد زیست-محیطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207128>

