

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر بازاریابی سبز و تاثیر آن بر عملکرد کسب و کار

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

لیلا زهره - دانشجوی دکتری مدیریت حرفه ای کسب و کار، دانشگاه تهران

منصوره نوشانی کوشکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد
الکترونیک

محبوبه مرادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

محمد جعفری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش تحول سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

شرایط محیطی باعث گردید تا سازمانهای خدماتی استراتژی های بازاریابی را براساس اصول سبز فراهم کنند. با افزایش رقابت در بین شرکت های بیمه باعث گردید تا آنها به دنبال سهم بیشتری از بازار باشند، بنابراین مدیران شرکت های بیمه ناگزیر بدنبال راهی برای بهبود عملکرد کسب و کار بیمه هستند. در این میان بازاریابی سبز در بهبود عملکرد بیمه تاثیر زیادی داشته باشد. بنابراین با توجه به اهمیت این موضوع در پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر بر بازاریابی سبز و تاثیر آن بر عملکرد کسب و کار پرداخته شده است. روش پژوهش توصیفی پیمایشی است. از پرسشنامه برای بررسی موضوع پژوهش استفاده شد. پرسشنامه در بین ۱۵۰ نفر از کارکنان و مدیران شرکت بیمه پاسارگاد به روش تصادفی ساده پخش گردید و با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و Smart PLS داده ها تحلیل شد. نتایج نشان می دهد منابع فیزیکی، منابع مالی، منابع تجربی و ارتباط سازمانی بر بازاریابی سبز تاثیر مثبتی دارد. انگیزه ادراک شده و طرح سبز ادراک شده بر نیت رفتاری و بازاریابی سبز بر نیت رفتاری تاثیر مثبتی دارد. همچنین نتایج نشان داد ارتقاء سبز، نوآوری سبز و بازاریابی سبز بر عملکرد کسب و کار تاثیر مثبتی دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، عملکرد کسب و کار، بیمه پاسارگاد، نوآوری سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1241464>

