

## عنوان مقاله:

قصد خرید محصول سبز: بررسی نقش نگرش، هنجار، نگرانی و دانش زیست محیطی

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت سبز پسماند (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

فهیمه دوست حسینی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد

علی خوانین زاده - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد

امیررضا کنجکاو منفرد - استادیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد

## خلاصه مقاله:

در سال های اخیر روند توجه به محیط زیست افزایش یافته و محیط زیست به عنوان پدیده های مهم در سراسر جهان مطرح شده است. مسائل زیست محیطی مانند گرم شدن تدریجی کره زمین و تغییرات آب و هوا تا حد زیادی به میزان مصرف محصولات ناپایدار بستگی دارد. هدف تحقیق حاضر بررسی قصد خرید محصول سبز با توجه به نگرش، هنجار، نگرانی و دانش زیست محیطی به روش معادلات ساختاری بود. جامعه آماری تحقیق، کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه یزد می باشند که تعداد ۳۸۴ نفر از آن ها با استفاده از جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب و به پرسشنامه پاسخ دادند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار spss و Smart PLS<sup>۳</sup> استفاده شد. یافته ها نشان میدهد رابطه میان دانش زیست محیطی با قصد خرید محصول سبز و نگرش نسبت به محصولات سبز مثبت و معنادار است. همچنین نگرش زیست محیطی با قصد خرید محصول سبز و نگرش نسبت به محصولات تاثیر مثبت و معنادار دارد. یافته دیگر بیانگر تاثیر مثبت و معنادار نگرش نسبت به محصولات سبز بر قصد خرید محصول سبز میباشد. نگرانی زیست محیطی با قصد خرید محصول سبز تاثیر مثبت و معنادار داشته اما نسبت به نگرش نسبت به محصولات بی تاثیر بود. نهایتا تاثیر هنجارهای فردی زیست محیطی بر قصد خرید محصول سبز تایید گردید.

## کلمات کلیدی:

قصد خرید، نگرش، نگرانی زیست محیطی، دانش زیست محیطی، هنجار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244008>

