

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رفتار خرید سبز: دانش، نگرش و برند سبز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علی خوانین زاده - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد

فهیمه دوست حسینی - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد

علیرضا رجبی پور میبدی - استادیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی دانش و نگرش محیط زیستی مشتریان بر رفتار خرید سبز به روش معادلات ساختاری بود. جامعه آماری تحقیق جامعه آماری تحقیق، مشتریان بانک رفاه یزد شعبه مرکزی یزد می باشند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده استفاده شد. تعداد نمونه که طبق محاسبات برابر با ۲۰۰ در نظر گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Spss و Smart PLS ۳ استفاده شد. یافته ها نشان می دهد رابطه میان دانش برند سبز و نگرش، نگرش برند سبز و قصد خرید سبز و نهایتاً رابطه میان نوع دوستی و نگرش محیطی معنادار است.

کلمات کلیدی:

رفتار خرید سبز؛ دانش محیطی؛ نگرش؛ برند سبز؛ قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244888>

