

## عنوان مقاله:

تاثیر قصد خرید محصولات سبز بر خرید واقعی محصولات با تعدیلگری درآمد

## محل انتشار:

دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره 12، شماره 24 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

## نویسندگان:

فرشته قویدل - دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، رشت، ایران

علی قلی پورسلیمانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، رشت، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، بررسی عوامل انگیزشی موثر بر قصد خرید و خرید واقعی محصولات سبز و تبیین نقش تعدیلگری درآمد در این رابطه است. پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل انگیزشی چه تاثیر مثبت بر قصد خرید و خرید واقعی مصرف کنندگان محصولات سبز دارند؟ متغیر درآمد چه نقشی در تعدیل این رابطه دارد؟ پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی می باشد و به لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش مصرف کنندگان محصولات سبز در شهر رشت بوده که تعداد ۳۸۴ پرسشنامه به روش نمونه گیری در دسترس و گلوله برفی تکمیل گردید. بررسی و تحلیل داده ها با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری و با توجه به نرمال نبودن توزیع متغیرهای پژوهش به روش حداقل مربعات جزئی و با کمک نرم افزار "اس.پی.اس.اس" و "اسمارت پی.ال.اس" انجام گردید. نتایج این مطالعه نشان داد که کیفیت زندگی، آگاهی زیست محیطی، کیفیت و قیمت، اطلاعات و دانش، زمینه اجتماعی و شرکت های سبز تاثیر مثبتی بر قصد خرید محصولات سبز دارند. همچنین قصد خرید تاثیر مثبت بر خرید واقعی دارد. علاوه بر این نتایج نشان داد که درآمد فقط نقش تعدیلگر در رابطه بین کیفیت زندگی و همچنین دانش و اطلاعات محصول سبز با قصد خرید دارد.

## کلمات کلیدی:

عوامل انگیزشی مصرف سبز، قصد خرید محصولات سبز، خرید واقعی محصولات سبز، محصولات سبز

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1258878>

