

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های مصرف کنندگان سبز بر هنجارهای شخصی و قصد خرید کالاهای سبز

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مرتضی احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

فیروزه حاجی علی اکبری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این مطالعه بررسی تاثیر ویژگیهای مصرف کنندگان سبز بر هنجارهای شخصی و قصد خرید کالاهای سبز می باشد. روش این پژوهش، بر حسب نوع هدف، کاربردی و برحسب روش توصیفی- تحلیلی به شیوه پیمایشی با رویکرد علی است. از روشکتابخانه ای در تدوین مبانی نظری و در بررسی پیمایشی از پرسشنامه استاندارد مانراه و همکاران (۲۰۲۱)، استفاده شده است، کهروایی آن به شکل تحلیل عاملی تأییدی به میزان (۰/۸۹۱) و پایایی پرسشنامه نیز از طریق روش آلفای کرونباخ به میزان (۰/۹۴۰) به تایید رسیده است. جامعه آماری در این پژوهش مصرف کنندگان محصولات سبز در سطح استان زنجان می باشند و از روش تصادفی ساده و توزیع آنلاین جهت جمع آوری نمونه آماری بهره گرفته شده، و برای تعیین حجم آن نیز از فرمول کوکران مربوط به جامعهنامحدود استفاده شده است که براساس محاسبه ۳۸۴ پرسشنامه توزیع و جمع آوری گردید. همچنین در تجزیه و تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و آمار استنباطی شامل معادلات ساختاری با کمک نرم افزارهای spss و Lisreal کمک گرفته شده است. نتایج پژوهش نشان داد که آگاهی از عواقب بر هنجار شخصی و قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. مسئولیت پذیری فردی بر هنجار شخصی و قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. کارایی بر هنجار شخصی و قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. هنجار اجتماعی بر هنجار شخصی و قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. ابتکارات شرکت های زیست محیطی بر هنجار شخصی و قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. هنجار شخصی بر قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد. آگاهی از عواقب، مسئولیت پذیری فردی، کارایی، هنجار اجتماعی و ابتکارات شرکت های زیست محیطی با میانجیگری هنجارهای شخصی بر قصد خرید سبز تاثیر معناداری دارد و درپایان با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

ویژگی های مصرف کنندگان سبز، هنجارهای شخصی، قصد خرید کالاهای سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1303702>

