

## عنوان مقاله:

بررسی رفتار مصرف کنندگان سبز بر اساس متغیرهای جمعیتی و نگرشی، مطالعه موردی تهران

## محل انتشار:

دوماهنامه بررسی های بازرگانی، دوره 11، شماره 61 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

فریبا نوده فراهانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

پژمان جعفری - استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

فرهاد غفاری - استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

در این مطالعه رفتار مصرف کنندگان در خرید کالاها و خدماتی که برای تولید و عرضه آن ها به مسائل و موضوعات زیست محیطی توجه شده و تحت عنوان مصرف کنندگان سبز شناخته می شوند، از منظر متغیرهای جمعیت شناختی، ارزش ها، نگرش ها و در کل رفتار مصرفی آنان بررسی شده است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، پیمایشی و از نوع کاربردی است که به این منظور باتوجه به سوالات مطالعه، پرسشنامه ای تدوین و به تعداد ۳۲۳ پرسشنامه بین جامعه آماری این تحقیق که از مناطق شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز کلان شهر تهران به صورت تصادفی انتخاب شده اند، توزیع و جمع آوری شده است. لازم به ذکر است در تحلیل داده ها مطالعه حاضر از روش رگرسیون لجستیک و با استفاده از نرم افزارهای آماری مربوطه، فرضیات تحقیق، بررسی شده است. عمده ترین نتایج آزمون فرضیات این پژوهش از این قرار است که افرادی که به جهان پاک و ایمن اهمیت می دهند، افرادی که معتقدند دوستدار محیط زیست بودن در دسرساز نیست، افرادی که معتقدند شرکت ها مسئولیت پذیرانه در قبال محیط زیست عمل نمی کنند و در نهایت افرادی که خرید خود را با لحاظ مباحث زیست محیطی انجام می دهند، تمایل بیشتری به پرداخت هزینه بالاتری برای خرید محصولات سبز نسبت به محصولات غیرسبز دارند. همچنین بر خلاف انتظار (البته با توجه به نتایج پژوهش های انجام شده در کشورهای دیگر)، عواملی مانند جنسیت، وضعیت تاهل و داشتن فرزند، تاثیری بر تمایل مصرف کنندگان به پرداخت مبلغ بالاتر بابت تهیه محصولات سبز در شهر تهران ندارند.

## کلمات کلیدی:

مصرف کننده سبز / کالای سبز / متغیرهای جمعیت شناختی / ارزش ها / نگرش ها / رفتار مصرفی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1379302>

