

## عنوان مقاله:

تاثیر ابزارهای بازاریابی سبز بر رفتار مصرف کنندگان (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه های لوازم خانگی شهرستان کرمانشاه)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت، حسابداری و اقتصاد، دوره 1، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسنده:

احسان حسینی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، شناسایی تاثیر ابزارهای بازاریابی سبز بر رفتار مصرف کنندگان در میان مشتریان فروشگاه های لوازم خانگی شهرستان کرمانشاه است. روش پژوهش توصیفی - همبستگی است جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان فروشگاههای لوازم خانگی شهرستان کرمانشاه میباشد که تعداد ۳۳۱ نفر به عنوان نمونه آماری آماری به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند به منظور گردآوری داده ها از پرسشنامه ابزارهای بازاریابی راهبر و عبدالوحید (۲۰۱۱) با ۸ شاخص و پرسشنامه رفتار مصرف کنندگان راهبر و عبدالوحید (۲۰۱۱) با ۱۳ گویه استفاده شد جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و در سطح آمار استنباطی از (آزمون اسمیرنوف کولموگروف، آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده گردید. یافته های پژوهش نشان داد که بین ابزارهای بازاریابی سبز و رفتار مصرف کنندگان ارتباط معناداری وجود دارد از بین ابزارهای بازاریابی سبز برچسب محیط زیستی با ضریب (۰/۳۵۸) بیشترین میزان تاثیر را بر رفتار مصرف کنندگان داشته و در رتبه اول قرار گرفته است. بعد برند محیط زیستی با ضریب (۰/۳۴۴) در رتبه دوم و بعد تبلیغ محیط زیستی با ضریب (۰/۲۱۴) در رتبه سوم قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

ابزارهای بازاریابی سبز، رفتار مصرف کنندگان، فروشگاه های لوازم خانگی، شهرستان کرمانشاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1503167>

