

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تصمیم بخريد سبز با تاكيد بر نقش میانجی اصرار به خرید تکناشی و نگرش به خرید سبز مطالعه ای در میان کاربران اینستاگرام

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

علی طاقه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی) واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

فیروزه حاجی علی اکبری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. (نویسنده مسئول)

خلاصه مقاله:

تغییر و تحولات ایجاد شده در شرایط آب و هوایی کره زمین و آلوده شدن بیش از پیش شهرها بویژه کلان شهرها، لزوم تحول و بازنگری در برنامه های تولید و مصرف را نمایان ساخته و در این میان، تولید و استفاده از محصولات سبز به جای محصولات رایج، یکی از راه های حفظ و بهبود محیط زیست برای نسل های آینده به شمار می رود. تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل موثر در تصمیم بخريد سبز با تاكيد بر نقش میانجی اصرار به خرید تکناشی و نگرش به خرید سبز در میان کاربران اینستاگرام می باشد، این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد علی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کاربران فعال سال ۱۴۰۱ رسانه های اجتماعی اینستاگرام می باشند که نمونه آماری ۳۸۴ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه استاندارد ظفر و همکاران (۲۰۲۱)، می باشد و روایی به شکل صوری و روش تحلیل عاملی با شاخص KMO و همچنین پایایی آنها با گزارش ضریب آلفای کرونباخ کل (۰/۸۹۳) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد، که در تحلیلهای توصیفی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ و در بخش تحلیل های استنباطی و آزمون فرضیه های پژوهش هم از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل ۸/۸ استفاده شد. نتایج پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر نشان می دهند که تبلیغات سبز بر اصرار به خرید تکناشی کاربران تاثیر معناداری دارد همینطور اصرار به خرید (تکانشی) بر تصمیم به خرید سبز تاثیر معناداری دارد همچنین گرایش به خرید سبز رابطه بین تبلیغات سبز و اصرار به خرید (تکانشی) را میانجیگری می کند و در نهایت سبز بر تصمیم به خرید سبز تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

تبلیغات سبز، تصمیم بخريد سبز، اصرار به خرید تکناشی، نگرش به خرید سبز، کاربران اینستاگرام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1657832>

