

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر حمایت مصرف کننده از کسب و کارهای سبز در منطقه آزاد اروند با تکنیک TOPSIS

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت سبز، دوره 3، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

فریدون امیدی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: افزایش آگاهی زیست محیطی در میان مصرف کنندگان، آنها را بر آن می دارد تا توجه بیشتری به کسب و کارهای سبز داشته باشند. هدف اصلی از اجرای این پژوهش شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر حمایت مصرف کننده از کسب و کارهای سبز در منطقه آزاد اروند با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تکنیک تاپسیس بود. روش: این پژوهش توصیفی و از حیث هدف کاربردی است. جامعه مورد مطالعه مصرف کنندگان مشاغل خانگی در منطقه آزاد اروند بوده که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۵ نفر با روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. یافته ها: یافته های پژوهش نشان می دهد که، اقدامات خیرخواهانه کسب و کار، ارزش دادن کسب و کار به طبیعت، اخلاق در کسب و کار، کیفیت ادراک شده محصول به عنوان عوامل اثر گذار بر حمایت مصرف کننده از کسب و کارهای سبز در منطقه آزاد اروند هستند. نتیجه گیری: نتایج حاصل از رتبه بندی گزینه ها با تکنیک تاپسیس حاکی از این است که گزینه ی منافع ارائه شده از محصولات کسب و کار سبز از اولویت برتری نسبت به سایر گزینه ها برخوردار است، به همین ترتیب رتبه سایر معیارها نیز مشخص شده است.

کلمات کلیدی:

کسب و کارهای سبز، مصرف کنندگان، تحلیل عاملی اکتشافی، تاپسیس، منطقه آزاد اروند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1684960>

