

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر جذب مشتری در صنعت انرژی های تجدید پذیر

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، اقتصاد و حسابداری صنعت محور (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

مرتضی وزیری تبریزی - گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی هاتف، زاهدان، ایران

خلاصه مقاله:

با تغییر سبک زندگی جوامع بشری نیاز انسان به انرژی افزایش یافته و بشر به دنبال تولید بیشتر انرژی به صورت های مختلف می باشد. چنانچه افسار تولید انرژی کماکان در دست سوخت های فسیلی باقی بماند، بحران آلودگی هوا و محیط زیست غیرقابل کنترل خواهد بود. در یک دهه اخیر کاهش تولید کربن و آلاینده های زیست محیطی، به عنوان بزرگ ترین برتری انرژی های تجدید پذیر بر سایر منابع انرژی شناخته می شود. این صنعت فواید اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بسیاری دارد که در این دهه ها با گسترش فناوری انرژی های تجدید پذیر ظاهر شده است. در این مقاله به بررسی وضعیت جهانی صنعت انرژی های تجدید پذیر با رویکرد بازاریابی و جذب مشتری پرداخته شده و به دنبال رتبه بندی عوامل موثر بر مدیریت عرضه و تقاضا در این صنعت خواهیم بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه افراد مرتبط با موضوع با شرط داشتن حداقل یک صفت مشترک (تجربه استفاده از حداقل یک محصول از صنعت انرژی تجدید پذیر) می باشد، که با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر برآورد گردید. در این تحقیق روش نمونه گیری از نوع تصادفی ساده می باشد که از آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده گردیده است. داده های حاصل از طریق پرسشنامه محقق ساخت به دست آمده است. نتایج به دست آمده نشان دهنده این موضوع است که استفاده از انرژی های تجدید پذیر در هر جایی امکان پذیر نیست. انرژی های تجدید پذیر، تمیز (پاک)، فراوان و قابل اعتماد هستند و در صورتی که به طور صحیح توسعه یابند، می توانند به عنوان منابع انرژی پایدار نقش مهمی در رسیدن به اهداف توسعه پایدار داشته باشند. بدون شک استفاده از سیاست های مختلف ترویجی مبتنی بر اقتصاد، فرهنگ جوامع هدف، سیاست داخلی جوامع و ... نقش اساسی در جذب مشتری و افزایش سودآوری در صنعت فوق را در پی خواهد داشت.

کلمات کلیدی:

مدیریت مشتری، صنعت، انرژی تجدید پذیر، رتبه بندی، بازاریابی انرژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1758780>

