

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی سبز بر افزایش سهم بازار

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

مهدی ابزری - دانشگاه اصفهان

فرانک صفری شاد - دانشگاه اصفهان

علی اکبر عابدی شریانی - دانشگاه اصفهان

عاطفه پرورشی مراد - دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

[توضیح سیویلیکا: در متن این مقاله یکسری جداول به هم ریخته هستند] به مرور زمان مفاهیمی نظیر بازاریابی سبز - بازاریابی محیطی و اجتماعی برای عمل به مسئولیت اجتماعی بنگاه ها وارد ادبیات بازاریابی شده است . بازاریابی سبز که به آن بازاریابی پایدار نیز می گویند، روندی است که امروزه حتی در کشورهای در حال توسعه نیز اجرا می کنند. مسئله حفظ محیط زیست باعث شده که مصرف کنندگان درباره محصولات که می خرند باز اندیشی کنند. امروزه بسیاری از مصرف کنندگان این آمادگی را دارند که برای حمایت واقعی از محیط زیست برای محصولاتی که استانداردهای محیطی را رعایت می کنند مبلغ بیشتری پرداخت کنند. هدف از این مقاله بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی سبز بر افزایش سهم بازار در شرکتهای تولیدی است . در راستای هدف مزبور یک فرضیه اصلی و دوازده فرضیه فرعی مطرح شد. روش تحقیق مورد استفاده توصیفی - کاربردی است و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته است . جامعه آماری تحقیق حاضر 159 نفر از کارکنان شرکت تولیدی هستند که با استفاده از فرمول آماری کوکران تعداد 100 نفر به عنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفتند . نتایج نشان داد که بین آمیخته بازاریابی سبز و افزایش سهم بازار رابطه ی مثبت و معنا دار وجود دارد و تمامی فرضیات پژوهش مورد تایید واقع شدند. نتایج کاربردی این مقاله می تواند مورد استفاده ی مدیران سازمان های خدماتی و صنعتی ، محققان و پژوهشگران حوزه ی بازاریابی و مدیریت قرار گیرد

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی سبز، بازاریابی سبز، سهم بازار و مسئولیت اجتماعی شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/221568>

