

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رفتار خرید محصولات سبز در مصرف کنندگان تهرانی

محل انتشار:

دومین همایش ملی بررسی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمانها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

هما دروددی - استادیار عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان دانشکده علوم انسانی

ساناز جهانگیریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

خلاصه مقاله:

افزایش نگرانی و آگاهی های عمومی نسبت به سلامت جامعه و حفاظت از محیط زیست منجر به پیدایش گروه جدیدی از مشتریان به نام مصرف کننده سبز شده است همزمان با افزایش آگاهی این مشتریان شناخت عوامل موثر بر قصد خرید محصولات توسط مصرف کنندگان ضروری به نظر می رسد هدف این پژوهش بررسی تاثیر عوامل موثر بر رفتار خرید سبز مصرف کنندگان می باشد داده های مورد نیاز پژوهش از طریق توزیع پرسشنامه ای ساختاریافته میان نمونه ای 170 نفری از مشتریان سبز شهر تهران جمع اوری گردید و با از مون همبستگی جزئی و تفکیک و نرم افزار SPSS تحلیل شدند و در نهایت این عوامل رتبه بندی میگردد نتایج پژوهش نشان میدهد که افزایش آگاهی اعتبار برند سبز و نگرش به تبلیغات بر رفتار خرید سبز تاثیر گذار می باشد ولی ارتباط تبلیغات با زندگی روزمره مشتری نقشی در رفتار خرید سبز مصرف کنندگان ندارد

کلمات کلیدی:

ارتباط تبلیغات با زندگی روزمره، نگرش به تبلیغات سبز، کسب اطلاعات از پیام تبلیغات سبز، اعتبار برند سبز و رفتار خرید سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/242439>

