

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مؤثر بر رفتار خرید سبز

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت: کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

جمشید سالار - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

سیدمحمد باقری - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

محمدباقر منعمی

زهرا عزیزی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

توجه روزافزون مردم به محیط زیست باعث شده است که تعداد بسیار زیادی از شرکتها به مفاهیم سبز به عنوان منبع اصلی تغییر استراتژیک توجه کنند. هدف از این تحقیق، بررسی عواملی است که بر رفتار خرید محصولات سازگار با محیط زیست نقش دارند. این تحقیق از لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. در این پژوهش پس از بررسی ادبیات تحقیق از طریق مطالعات کتابخانه ای، با استفاده از روش میدانی و با ابزار پرسشنامه به جمع آوری اطلاعات مربوط به سنجش متغیرها پرداخته شده است. اطلاعات از طریق یک نمونه برآوردی در تعدادی از فروشگاه های شهر ساری، جمع آوری شد. 150 نفر برای پاسخگویی انتخاب شدند و از پاسخ دهندگان خواسته شد تا به یک پرسشنامه استاندارد پاسخ دهند. اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از نرم افزارهای PLS و SPSS با روش آماری رگرسیون و مدل سازی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که از میان عواملی که بر تمایل خرید سبز مؤثر هستند، دو عامل تأثیرات اجتماعی و نگرانی زیست محیطی، در خرید محصولات سبز بیشترین تأثیر را دارند.

کلمات کلیدی:

محصولات سبز، رفتار مصرف کننده، بازاریابی سبز، استراتژی های بازاریابی سبز، رفتار خرید سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/306780>

