

عنوان مقاله:

بررسی نگرش مصرف کنندگان به محصولات سازگار با محیط زیست و قصد خرید آنان در بخش محصولات مصرفی بی دوام مطالعه موردی شهرستان زنجان

محل انتشار:

کنفرانس سراسری الکترونیکی محیط زیست و انرژی ایران (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسین عابدی - موسسه آموزش عالی کار،

الهام حسنی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با توجه به نگرانی جهانی نسبت به حفاظت از زمین و محیط زیست در زمینه بازاریابی سبز می باشد. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر آمیخته بازاریابی، ارتباطات شفاهی و رضایت بر نگرش مصرف کنندگان نسبت به محصولات سازگار با محیط زیست و قصد خرید آنان به طور خاص در بخش کالاهای مصرفی بی دوام می باشد. جامعه آماری این پژوهش مردم شهر زنجان بودند که طبق فرمول کوکران نمونه ای مشتمل بر 483 نفر بر اساس میزان دسترسی انتخاب شد. پس از تشریح مبانی نظری و پژوهشی مربوط به بازاریابی سبز، جمع آوری داده ها با استفاده از مصاحبه و توزیع پرسشنامه صورت گرفته و تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار آماری spss انجام شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد بین آمیخته بازاریابی، ارتباطات شفاهی و رضایت با نگرش مصرف کنندگان و قصد خرید آنان رابطه وجود دارد

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، نگرش مصرف کننده، ارتباطات شفاهی، رضایت، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/345570>

