

عنوان مقاله:

ارزیابی جایگاه بازاریابی سبز در رفتار مصرفی گردشگران

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حدیث نوروزی - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی

منا اکبری - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی

حمیده مربی - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

جنبش بازاریابی سبز از دهه 1980 به شکلی گسترده مورد توجه سازمان ها و مصرف کنندگان قرار گرفته است. گردشگری و سفر بخش مهمی از اقتصاد جهانی، بخصوص اقتصاد کشورهای در حال توسعه است. این صنعت راهی موثر در توزیع مجدد ثروت، عامل سرعت دهنده در برابر حفظ فرهنگ و حفاظت از محیط زیست است که این عامل از اهداف توسعه هزاره سازمان ملل متحد نیز می باشد. بنگاه های گردشگری می توانند با هدایت و کنترل مصرف کننده و با استفاده از شیوه های بازاریابی سبز بر نحوه مصرف و اثرات زیست محیطی تاثیرگذار باشند. در این راستا مقاله حاضر به دنبال آگاهی از سطح حساسیت گردشگران به مسایل زیست محیطی، میزان مشارکت در برنامه های اجتماعی مرتبط با بازاریابی سبز و سطح توجه و رعایت مسایل زیست محیطی در مصارف خود می باشد لذا نوع مقاله از نوع توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه مورد بررسی گردشگرانی هستند که در عید سال 1393 به تهران مسافرت کرده بودند و حجم نمونه 99 نفر تعیین گردید. نتایج به دست آمده حکایت از آن دارد که گردشگران به محیط زیست و مسایل ناشی از آن حساسیت داشته و به برنامه ها و طرح های اجتماعی مرتبط با بازاریابی سبز توجه نموده و در آنها مشارکت می نمایند اما در رفتار خرید و مصرفی خود مسایل زیست محیطی را در نظر نمی گیرند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، بازاریابی سبز، گردشگران سبز، کالای سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/356710>

