

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل منتخب خرید سبز بر رفتار خرید سبز (مطالعه موردی: مرغ سبز)

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت و آموزش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

بیبا نیک نژاد - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

عبدالحمید ابراهیمی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

توجه روز افزون به محصولات سبز باعث شده که بسیاری از شرکت ها به مفاهیم سبز و بازاریابی سبز به عنوان منبع اصلی تغییر استراتژیک توجه کنند. در این مطالعه به بررسی عوامل موثر خرید سبز همچون دسترسی و قیمت و کیفیت و دانش سبز بر رفتار خرید مصرف کننده مرغ سبز در میان مشتریان فروشگاه زنجیره ای رفاه مرکزی تهران پرداخته شده است. این پژوهش در بین انواع روش های تحقیق توصیفی، از نوع علی و همچنین از حیث هدف، کاربردی است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل کتاب ها، پایان نامه ها، مقالات موجود و اینترنت جهت گردآوری داده های ثانویه و پرسشنامه محقق ساخته، برای کسب داده های اولیه است. برای سنجش پایایی پرسشنامه تحقیق از معیار آلفای کرونباخ استفاده شده که همه بزرگتر از 0/7 بوده است. که نشان دهنده پایایی پرسشنامه می باشد و داده های اولیه از طریق نرم افزار SPSS و LISREL با اعمال آزمون های مدل یابی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت، در این پژوهش، با استفاده از جدول مورگان و کرجسی، تعداد 384 نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی نشان دهنده آن بود که کلیه سؤالات پرسش نامه شاخص هایمناسبی برای سنجش متغیرهای مربوطه می باشند و نتایج حاصل از مدل یابی معادلات ساختاری حاکی از آن بود که دوفرضیه، تأیید و دو فرضیه رد شدند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، رفتارخرید مصرف کننده سبز، قیمت محصولات سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/366045>

