

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مسئولیت های اجتماعی، تحول در محصولات و آگاهی از برند با قصد خرید مصرف کنندگان لوازم خانگی برقی سامسونگ در شهر گرگان

محل انتشار:

دومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

مهدی زنگانه - باشگاه پژوهشگران و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)

حمیده فیض آبادی - باشگاه پژوهشگران و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

فائزه فندرسکی - باشگاه پژوهشگران و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

فریبا خمر - باشگاه پژوهشگران و نخبگان، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

خلاصه مقاله:

عوامل مختلفی، سالها طرفداران محیط زیست را به خارج از صحنه رهنمون کرد، در این دوران، طرفداری از محیط زیست به عنوان یک عمل ضد فرهنگی دیده می شد اما آلودگی آب و هوا، نابودی جنگلهای استوایی و مضرات آفت کش ها و ... در نهایت، توده های سبز، با فشار بسیاری از شرکت ها، توجه زیادی را به خود جلب کردند چرا که شرکت ها متوجه شدند، برای ادامه حیات خود نیاز دارند به مسئولیت های اجتماعی خود برای حفاظت از محیط زیست عمل کنند و این نیاز به تغییر و اصلاح در سیستم تولید و ارائه خدمات دارد تا بتوانند مشتریان خود را حفظ کنند و از طرفی آگاهی از برند می تواند برای برندها ارزش ایجاد کند و برای شرکت سودآوری ایجاد کند، لذا این تحقیق به بررسی رابطه بین مسئولیت های اجتماعی، تحول در محصولات و آگاهی از برند با قصد خرید مصرف کنندگان لوازم خانگی برقی سامسونگ در شهر گرگان در شش ماه اول سال 1394 با یک نمونه 384 نفری می پردازد. بعد از انجام تحقیق مشخص شد که عمل به مسئولیت های اجتماعی و تحول در محصولات و آگاهی از برند با قصد خرید مصرف کنندگان ارتباط معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

مسئولیت های اجتماعی، تحول در محصول، آگاهی از برند، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/467753>

