

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر نگرش زیست محیطی مصرف کننده و خرده فروشان بر تصمیم خرید سبز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

الهام بهمیار - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده پردیس، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

مجید اسماعیل پور - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

منیجه بحرینی زاده - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

از زمان ایجاد انقلاب صنعتی تا کنون، به تدریج نگرانیهای زیست محیطی در همه اقشار و جوامع گسترش زیادی پیدا کرده است. انواع آلودگیهایی که منابع زیست محیطی و حیات گیاهان، حیوانات و بشر را به خطر انداخته است، در مباحث مربوطه این زمینه قرار می گیرد. یکی از مهمترین عوامل این خطرات، شرکتها و تولیدات و همچنین روشهای تولیدی آنها است. انواع محصولاتی که تناسب چندانی با محیط زیست ندارند و روشهایی که به این محیط آسیب وارد می کنند، از نظر مصرف کنندگان و دوستداران محیط زیست مورد توجه قرار گرفته است. این امر باعث توجه شدید شرکت ها به مفهومبازاریابی سبز شده است هدف این پژوهش، بررسی تأثیر نگرش زیست محیطی مصرف کننده و خرده فروش بر تصمیم خرید سبز است این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از منظر گردآوری داده ها یک پژوهش توصیفی می باشد. در این پژوهش پس از بررسی پژوهشهای انجام شده داخل و خارج از کشور، در زمینه خرید محصول سبز و نگرش زیست محیطی و بازاریابی سبز، متغیرهای مدل پژوهش تعیین و مدل مفهومی پژوهش طراحی شد. با بررسی متغیرها و مطالعه پیشینه پژوهش، مشخص شد که نگرش زیست محیطی مصرف کنندگان بر اهمیت قائل شده برای محصولات سبز و در نتیجه تصمیم خرید محصول سبز اثرگذار است. همچنین نگرش زیست محیطی مصرف کننده بر نگرانی زیست محیطی آنها تأثیرگذار است. و در نهایت اینکه نگرانی زیست محیطی بر تصمیم خرید محصول سبز اثرگذار است.

کلمات کلیدی:

نگرانی زیست محیطی، محصولات سبز، مصرف کننده سبز، نگرش زیست محیطی، خرید سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/483991>

