

## عنوان مقاله:

بررسی جایگاه بازاریابی سبز در رفتار خرید مصرف کنندگان کالاهای ورزشی با استفاده از تاپسیس

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

کافیه ابوالقاسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

جعفر برقی مقدم - عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی جایگاه بازاریابی سبز در رفتار خرید مصرف کنندگان کالاهای ورزشی با استفاده از تاپسیس بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی بوده و به صورت میدانی انجام شده است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری در دسترس برای انتخاب نمونه استفاده شده است. در پژوهش حاضر، با توجه به جدول تعیین حجم نمونه مورگان 384 نفر از جامعه آماری خریداران کالاهای ورزشی شهر تبریز، به صورت در دسترس انتخاب شدند که نهایتاً 325 نفر به پرسشنامه‌ها به طور کامل پاسخ دادند. ابزار پژوهش، پرسشنامه استاندارد اقتباسی رضانیان و همکاران (1389) می‌باشد که محقق روایی محتوایی و صوری آن را به تایید پنجنفر از استادان رشته مدیریت رسانیده و جهت تایید پایایی آن را در یک مطالعه مقدماتی بر روی 20 نفر از مصرف کنندگان کالاهای ورزشی و به روش ضریب آلفای کرونباخ 0.835 محاسبه کرده است. این پرسشنامه دارای 30 گویه می‌باشد برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار تاپسیس استفاده شد. نتایج نشان داد که از نظر مشتریان اولویت مولفه‌های بازاریابی سبز به ترتیب ویژگیهای محصول سبز، قیمت سبز، گواهینامه سبز، دانش و آگاهی زیست محیطی و ارتقا سبز می‌باشد همچنین زیرمولفه‌های هر یک از مولفه‌ها توسط نرم‌افزار تاپسیس رتبه بندی شدند

## کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، مصرف کنندگان، کالاهای ورزشی و تاپسیس

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/521924>

