

عنوان مقاله:

تحلیل تاثیر بازاریابی سبز و آمیخته های آن بر مدیریت زنجیره تامین در بازارهای صنعتی (مطالعه شهرک صنعتی بوشهر)

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه شهری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

جمشید مسگر

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: امروزه بازاریابی سبز و زنجیره تامین سبز، به عنوان یک مفهوم عمومی طرح شده است. این پژوهش حاضر با هدف تحلیل تأثیر بازاریابی سبز و آمیخته های آن بر مدیریت زنجیره تامین در بازارهای صنعتی انجام شده است. روش: مطالعه حاضر با روش همبستگی اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان بازاریابی شهرک صنعتی بوشهر بوده که از بین آنها با روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی 120 نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل دو پرسشنامه آمیخته های بازاریابی سبز و پرسشنامه مدیریت زنجیره تامین بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات و مدل از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) و تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده شد. یافته ها: یافته ها نشان داد که آمیخته های بازاریابی سبز شامل محصول، قیمت، ترفیع و تبلیغ بر مدیریت زنجیره تامین در بازار شهرک صنعتی اثر مستقیم دارد. نتیجه گیری: شرکت ها باید فعالیت های خود را در تولید، توزیع، تبلیغ و قیمت گذاری محصولات به گونه ای انجام دهند که ضمن حداقل نمودن زیان های زیست محیطی، مصرف کنندگان را نیز به سوی رفتاری محیط زیست دوستانه سوق دهند.

کلمات کلیدی:

عوامل شخصیتی، بهبود و تحول سازمانی، کارکنان تامین اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/563130>

