

عنوان مقاله:

عوامل منتخب بر قصد خرید محصولات سبز (مطالعه موردی: بتن سبز)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مهندسی و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

پریسا شعبانی سبزه میدانی - مدرس موسسه آموزش عالی قدیر لنگرود، گروه مدیریت

پیمان شعبانی سبزه میدانی - مهندس عمران، عضو انجمن بتن ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش سعی دارد تا عوامل منتخب بر قصد خرید محصولات سبز را بررسی کند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از شاخه تحقیقات توصیفی با رویکرد علی است. جامعه آماری این تحقیق مهندسين عمران در شهر رشت می باشند. با توجه به مدل مفهومی و از 7 جنبه مورد بررسی قرار می گیرد. جامعه آماری نامحدود است و حجم نمونه 385 نفر محاسبه گردید. ابزارهای اصلی گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است. نتایج تحقیق حاکی از تایید فرضیه ها می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، بتن سبز، محصولات سبز، محیط زیست

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/575948>

