

عنوان مقاله:

تاثیر ارزش ادراک شده سبز و کیفیت ادراک شده سبز بر وفاداری سبز با توجه به نقش رضایتسبز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

محمد طالقانی - دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

نرگس دل افروز - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

زهرا داداش زاده نمین - دانش اموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی مرکز آموزش عالی کوشیار

خلاصه مقاله:

امروزه وفاداری مشتری به یک محصول یا برند خاص حایز اهمیت فراوانی است تا حدی که می تواند عملکرد شرکت را تحت تاثیر قرار دهد. از سویی، افزایش نگرانی عمومی نسبت به سلامت و حفاظت از محیط زیست باعث شده که مشتریان در خریدهای خود مسایل زیست محیطی را مدنظر قرار دهند و درباره محصولات که خریداری می کنند، باز اندیشی نمایند. باتوجه به اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ارزش و کیفیت ادراک شده سبز و وفاداری سبز با واسطه رضایت سبز، در نظر گرفته شد پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربرد یو به لحاظ گردآوری اطلاعات توصیفی همبستگی است بدین منظور مطالعات کتابخانه ای انجام گرفت و ضمن مروری بر ادبیات تحقیق، مدلی مفهومی در قالب 7 فرضیه ارایه شد جهت گردآوری داده ها پرسشنامه ای با 4 سوال جمعیت شناختی و 26 سوال استاندارد به روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع سهمیه ای میان دانشجویان موسسه آموزش عالی کوشیار توزیع و تعداد 322 پرسشنامه گردآوری شد. روایی پرسشنامه به روش محتوا و صوری و پایایی کل آن با بهره گیری از نرم افزار SPSS و با آلفای کرونباخ 92/2 درصد تایید شد. همچنین به منظور آزمون مدل از روش مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار Amos بهره گرفته شد. نتایج آزمون مدلها نشان داد که شاخصهای برازش مدلهای اندازه گیری و مدل ساختاری کل از برازش مناسبی برخوردار است نتایج تحلیل مسیر نیز نشان داد که تاثیر مستقیم و غیر مستقیم با واسطه رضایت سبز کیفیت ادراک شده سبز بر وفاداری سبز معنادار است اماتاثیر مستقیم ارزش ادراک شده بر وفاداری سبز معنادار نشد در صورتی که تاثیر غیر مستقیم آن با واسطه رضایت سبز بر وفاداری سبز مثبت و معنادار تخمین زده شد همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان داد که تاثیر ارزش و کیفیت ادراک شده سبز بر رضایت سبز و همچنین تاثیر رضایت سبز بر وفاداری سبز تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

ارزش ادراک شده، کیفیت ادراک شده، رضایت سبز، وفاداری سبز، موسسه آموزش عالی کوشیار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/626220>

