

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر مسیولیت اجتماعی، تصویر ذهنی و رضایت مشتریان (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای اتکا)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

مهدی نوبختی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین- پیشوا، تهران، ایران

سیدعلی اکبر هاشمی راد - عضو هیئت علمی مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین- پیشوا، تهران، ایران

هادی مرشدی - عضو هیئت علمی مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین- پیشوا، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به مشکلات به وجود آمده برای جهان (مانند گرم شدن کره زمین، تخریب محیط زیست، تخریب زیستگاه های موجودات زنده، آلودگی آب و هوا، کاهش منابع طبیعی و ...) مشتریان در خریدهای خود توجه بیشتری به گزینه های سبز و سالم می کنند تا از این طریق بتوانند به خوبی از محل زندگی خود حفاظت کنند. همچنین، شرکت ها به منظور پاسخگویی به این آسیب های محیطی، باید از استراتژی های جدیدی مانند بازاریابی سبز استفاده کنند که می تواند به طور کامل سلامت محیط زیست را ضمانت کند. در این راستا، هدف اصلی این پژوهش، بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر رضایتمندی مشتریان فروشگاه های زنجیره ای اتکا است. روش تحقیق این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان فروشگاه های زنجیره ای اتکا بوده که پرسشنامه های این پژوهش به طور تصادفی در میان 384 نفر از آنها توزیع و جمع آوری شد. در این پژوهش به منظور پاسخگویی به فرضیه های تحقیق از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که بازاریابی سبز تاثیر مثبتی بر روی رضایتمندی مشتری، مسیولیت اجتماعی و تصویر ذهنی مشتری از فروشگاه زنجیره ای اتکا دارد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، رضایتمندی مشتری، مسیولیت اجتماعی، تصویر ذهنی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756290>

