

عنوان مقاله:

بررسی فاکتورهای نوآوری مصرف کننده بر رفتار مصرفی سبز

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

عبداله نعیمی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سیدمجید موسوی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران

زهرا صفازاده - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی محصولات سبز در دهه های اخیر باتوجه به زمزمه های محافظت از محیط زیست طبیعی قوت گرفته است. رفتار مصرفی در خرید از این گونه محصولات نشان از نوعی ابراز نگرانی برای محیط زیست تلیقی از احساس آرامش و حس مسیولیت پس از استفاده از این محصولات را دارد. شناسایی عوامل موثر بر رفتار انسان در مورد تمایل به استفاده از محصولات سبز می تواند به بازاریابان در تمرکز بر جنبه های خاص این موضوع کمک کند. نظر به تنوع محصولات سبز و همچنین استفاده رو به افزایش دستگاه های تهویه مطبوع این تحقیق با تاکید بر شناسایی فاکتورهای رفتار مصرف سبز در دستگاه های تهویه مطبوع ساکنین جزیره کیش صورت گرفته است. روش جمع آوری داده ها بصورت میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده و روش تحلیل و آزمون فرضیه ها با استفاده از مدل تحلیل مسیر برنامه SmartPLS 3.2.7 روش حداقل مربعات جزئی صورت پذیرفته است. رفتار مصرفی سبز از برخی فاکتورها مانند نوآوری مصرف کننده، نگرش، قصد خرید، هنجارهای ذهنی، رفتارهای درک شده، نشات می گیرد. تاثیر عوامل فوق بر رفتار مصرفی سبز در دستگاه های تهویه مطبوع مورد تایید قرار گرفت. با توجه با ارزیابی تحلیل مسیر و بارهای عاملی بدست آمده نوآوری مصرف کننده و نگرش مصرف کننده تاثیر بیشتری در قصد خرید و نهایتا رفتار مصرفی سبز را نشان می دهند.

کلمات کلیدی:

نوآوری مصرف کننده، رفتار مصرفی سبز، نگرش، بازاریابی سبز، تهویه مطبوع

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/824503>

