

عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی سبز بر مدیریت زنجیره تامین سبز در بازارهای صنعتی ایران

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مریم رستمی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، تهران

سیدعبداله حیدریه - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، تهران

خلاصه مقاله:

بازاریابی سبز زنجیره تامین سبز توجه دانشگاهیان کارورزان را در دهه های اخیر بخود جلب کرده است. با این وجود، هیچ چارچوب جامعی در مورد نحوه ایجاد برند های صنعتی سبز برندهای صنعتی توسعه داده نشده است. لذا هدف از تحقیق حاضر تعیین تاثیر بازاریابی سبز بر مدیریت زنجیره تامین سبز در بازارهای صنعتی ایران می باشد. تحقیق حاضر از لحاظ روش تحقیق توصیفی پیمایشی از لحاظ هدف از نوع کاربردی است. جامعه آماری، شرکتهای صنعتی شهر تهران میباشد از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران 160 نفر مشخص گردیده است. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد براساس مدل کوانگ کیم (2013 دارای 15 گویه استفاده شده که در تحقیقات قبلی نیز استفاده شده دارای روایی می باشند، پایایی آنها نیز با کمک ضریب آلفای کرونباخ اندازه گیری شده است. پرسشنامه های فوق دارای طیف پنج گزینهای مقیاس لیکرت هستند. داده های گردآوری شده از طریق پرسشنامه، وارد سیستم نرم افزار spss19 گردید. برای تحلیل استنباطی متغیرها به منظور تجزیه تحلیل آماری داده ها از آزمون های مختلف آماری شامل آزمون کلموگروف اسمیرنوف رگرسیون خطی ضریب همبستگی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد، فرضیه اصلی یعنی بازاریابی سبز بر مدیریت زنجیره تامین سبز تاثیر معناداری دارد همچنین ابعاد بازاریابی سبز (محصول سبز، توزیع سبز، ترفیع سبز، قیمت سبز بر مدیریت زنجیره تامین سبز تاثیر معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی سبز، مدیریت زنجیره تامین، مدیریت زنجیره تامین سبز، بازارهای صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/842704>

