

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر کسب مزیت رقابتی (مطالعه موردی: شرکت بهنوش)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

مونا علیزادگان - کارشناس ارشد مدیریت شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

زاداله فتحی - استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

محمدرضا کاباران زاده قدیم - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

خلاصه مقاله:

یکی از موضوعاتی که در سالهای اخیر مورد توجه محققان رشته مدیریت قرار گرفته است، توجه به محیط زیست و مدیریت سبز میباشد که تاکید ویژه‌ای بر حفظ محیط زیست دارد. یکی از متغیرهایی که در این راستا در بسیاری از تحقیقات به آن اشاره شده است، بازاریابی سبز میباشد. هدف از نگارش تحقیق حاضر، بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر کسب مزیت رقابتی میباشد. تحقیق حاضر توصیفی-پیمایشی بوده ابزار گردآوری داده ها نیز پرسشنامه می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر، 597 نفر از کارکنان شرکت بهنوش میباشد که با بهره‌گیری از فرمول حجم نمونه 234 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای سنجش بازاریابی سبز نیز از ابعاد محصول سبز و قیمت سبز استفاده شد. نتایج حاصل از بکارگیری آزمونهای همبستگی پیرسون و رگرسیون بیانگر تاثیر مثبت و معنادار بازاریابی سبز و ابعاد آن بر کسب مزیت رقابتی شرکت بهنوش بود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، محصول سبز، قیمت سبز، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914912>

