

عنوان مقاله:

نقش ابزارهای بازاریابی سبز در رفتار خرید سبز مصرف کنندگان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مهندسی محیط زیست و منابع طبیعی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

احمد رستگار - دانشیار علوم تربیتی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

سید حبیب جلائی اسفندآبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش محیط زیست، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

شرکت های تولید کننده کالاهای حامی محیط زیست هر ساله هزینه های زیادی را صرف بازاریابی محصولات خود می کنند. شناسایی ابزارهای بازاریابی سبز تاثیرگذار بر رفتار گروه های مختلف مصرف کنندگان می تواند علاوه بر کاهش هزینه های شرکت و تحصیل سود بیشتر، افزایش سهم بازار و مزیت رقابتی را نیز برای شرکت ایجاد نماید. مقاله حاضر با هدف بررسی اندازه گیری تاثیر ابزارهای بازاریابی سبز بر رفتار خرید مصرف کنندگان انجام گرفته است. از میان ابزارهای بازاریابی سبز تاثیرگذار بر رفتار مصرف کننده، برند محیط زیستی، تاثیرگذارترین ابزار است که بیشترین تاثیر را بر رفتار گروه سبزه های متعصب و پس از آن گروه جوانه های سبز دارد. هر یک از ابزارهای بازاریابی سبز، تاثیر متفاوتی بر رفتار گروه های مختلف مصرف کنندگان دارند. لذا بازاریابان باید پس از شناسایی و تعیین بازار هدف خود، از ابزارهای مناسب تر برای بازار هدف خاص استفاده نموده و فعالیت های سبز خود را بر آن اساس جایگاه یابی کنند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، مصرف کننده، خرید مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/934062>

