

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر متغیرهای بازاریابی سبز بر قصد خرید مصرف کنندگان (مورد مطالعه: محصولات کلانا)

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی علوم انسانی و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمود مومن برمی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

مهدی جلالی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر متغیرهای بازاریابی سبز بر قصد خرید مصرف کنندگان بوده است. جامعه آماری تحقیق را مشتریان محصولات کلانا تشکیل می دهند که تعداد آنها نا محدود می باشد با استناد به جدول مورگان تعداد 384 نفر از مشتریان انتخاب شدند. ابزار این پژوهش، پرسشنامه می باشد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از 0 / 7 محاسبه شد. برای تعیین روایی این ابزارها از نظر متخصصان و استاد راهنما استفاده شد. بکرای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون مدل معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شد نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که تاثیر متغیرهای بازاریابی سبز بر قصد خرید مصرف کنندگان در میان مشتریان محصولات کلانا مورد تایید است

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، قصد خرید، محصولات کلانا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/938824>

