

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر انگیزه ترویج مصرف محصولات سبز (مطالعه موردی: نگرش مصرف کنندگان کاغذ در شهر تهران)

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

علی اصغر تشکری - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

میرزا حسن حسینی - استاد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران

علی اکبر جوکار - دانشیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور

مهدی گلچین - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

درک انگیزه مصرف کنندگان برای خرید محصولات سبز می تواند به ترویج تفکرات زیست محیطی منجر شود به ویژه اینکه سهم بازار مصرف، برای محصولات سبز در حال حاضر کمتر از 4 % در سراسر جهان است. هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل موثر بر مصرف محصولات سبز و ایجاد انگیزه در مصرف این محصولات می باشد. داده های مورد نیاز پژوهش از طریق توزیع پرسشنامه های استاندارد میان نمونه ای 384 نفری از مصرف کنندگان کاغذ در شهر تهران جمع آوری گردید و با استفاده از تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزارهای LISREL8,8 و SPSS24 تحلیل شدند. ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین شاخص اجتماعی، کیفیت زندگی اطلاعات و دانش، آگاهی از محیط زیست، کیفیت و قیمت با مصرف محصولات سبز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد همچنین فرهنگ و اقتصاد نقش مهمی را در اثرات زیست محیطی بازی کرده و مصرف محصولات سبز را تحت تاثیر قرار می دهد و اطلاعات در مورد این محصولات و در دسترس بودن آنها نکته ای برجسته در فروش و افزایش فروش محصولات سبز می باشد. نتیجه این تحقیق نشان داد که آموزش به افزایش مصرف، تصمیم گیری و درک در مورد انتخاب و خرید این محصولات کمک می کند.

کلمات کلیدی:

انگیزه ترویج، محصولات سبز، مصرف کنندگان کاغذ، کاغذ سنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986743>

