

شناسایی و تبیین آمیخته بازاریابی سبز موثر بر رفتار مصرف کننده

احمد عسکری *

شناسایی و تبیین آمیخته بازاریابی سبز موثر بر رفتار مصرف کننده، استادیار گروه مدیریت، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی،

لامرد، ایران ، askari0048@yahoo.com

چکیده

این پژوهش به شناسایی و تبیین آمیخته بازاریابی موثر بر رفتار مصرف کننده در فروشگاه‌های بزرگ عرضه کننده مواد غذایی در شیراز می‌پردازد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر چگونگی اجرا توصیفی- پیمایشی است. جامعه‌ی آماری مورد نظر این تحقیق عبارت از همه‌ی مشتریان فروشگاه‌های بزرگ عرضه کننده مواد غذایی در شهر شیراز می‌باشد. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی استفاده و ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. ابزار اصلی گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بازاریابی سبز و استاندارد رفتار خرید مشتریان می باشد. روایی محتوایی پرسشنامه‌های با استفاده از نظر متخصصان و آزمون بارتلت مورد تایید قرار گرفته است. پایایی پرسشنامه‌های نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای پرسشنامه بازاریابی سبز ۰.۸۳۸ و برای پرسشنامه تصمیم خرید مشتریان ۰.۸۳۳ محاسبه شد. داده‌های حاصل با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل گردید. نتایج تحقیق نشان داد که بازاریابی سبز بر تصمیم خرید مصرف کنندگان در فروشگاه‌های بزرگ عرضه کننده مواد غذایی در شیراز مؤثر است.

واژگان کلیدی : بازاریابی سبز، رفتار خرید ، محصول سبز ، ترفیع سبز، قیمت سبز، توزیع سبز.