

بررسی میزان رعایت شرکت از الزامات محیط‌زیستی و بازاریابی سبز و رابطه آن با اعتبار شرکت از دیدگاه مشتریان

زهرا لیاقت‌زاده*^۱ و رضا شافعی^۲

۱ کارشناس ارشد، دانشگاه کردستان، گروه مدیریت، سنندج، ایران (مسئول مکاتبات)

* z.liaghatzadeh@gmail.com

۲ دانشیار، دانشگاه کردستان، گروه مدیریت، سنندج، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان رعایت شرکت از الزامات محیط‌زیستی و بازاریابی سبز و رابطه آن با اعتبار شرکت از دیدگاه مشتریان صورت گرفته است. براین اساس، نمونه‌ای شامل ۵۰ شرکت صنایع مواد غذایی در شهرستان مرودشت انتخاب گردید؛ همچنین از بین تمام شهروندانی که در فاصله زمانی دو ماه از ابتدای مرداد ۹۶ تا انتهای شهریور ۹۶ به فروشگاه رفاه در شهرستان مرودشت مراجعه می‌کردند تعداد ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه به طور تصادفی انتخاب گردید و بررسی شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شد و در نهایت داده‌ها با استفاده از روش رگرسیون و تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای لیزرل و اس پی اس تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که آگاهی از بازاریابی سبز، مسئولیت اجتماعی و اعتبار شرکت بر میزان رعایت شرکت از الزامات محیط‌زیستی و بازاریابی سبز تاثیرگذار است و تصویر محصول و تمایل به خرید بر اعتبار شرکت از دیدگاه مشتریان تاثیرگذار است. آگاهی از بازاریابی سبز بیشترین تاثیر را بر رعایت شرکت از الزامات زیست-محیطی و بازاریابی سبز، و تمایل به خرید بیشترین تاثیر را بر اعتبار شرکت از دیدگاه مشتریان نشان می‌دهد. همچنین میزان رعایت شرکت از الزامات محیط‌زیستی و بازاریابی سبز با اعتبار شرکت از دیدگاه مشتریان رابطه معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی سبز، مسئولیت اجتماعی، اعتبار شرکت، تمایل به خرید، آگاهی از بازاریابی سبز