

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ارزش و ریسک ادراک شده سبز بر رفتار خرید سبز با نقش میانجی اعتماد سبز (مورد مطالعه مشتریان فروشگاه های زنجیره ای یک دو سه اهواز)

محل انتشار:

دومین همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

سیده اسماء شرفاء - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، اهواز، ایران

مریم درویشی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد امیدیه، امیدیه، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

رفتار خرید سبز یکی از مهمترین فاکتورها در برنامه ریزی و پیشبرد اهداف هر سازمانی بشمار می آید، لذا شناسایی و تعیین عوامل تاثیرگذار بر آن برای مدیران ارشد و تصمیم گیرندگان اصلی سازمان ها مهم است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی تاثیر ارزش و ریسک ادراک شده سبز بر رفتار خرید سبز با نقش میانجی اعتماد سبز در مشتریان شعب فروشگاه های زنجیره ای یک دو سه در سطح شهر اهواز می باشد. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی محسوب می شود. جامعه آماری این تحقیق پژوهش کلیه مشتریان شعب فروشگاه یک دو سه در شهر اهواز بوده لذا حجم جامعه نامحدود در نظر گرفته شد و با توجه به فرمول کوکران تعداد 384 پرسشنامه توزیع و گردآوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS و lisrel استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان می دهد که ارزش ادراک شده سبز بر اعتماد سبز و رفتار خرید سبز و همچنین ریسک ادراک شده سبز بر اعتماد سبز و رفتار خرید سبز تاثیر معناداری دارد. اعتماد سبز نیز تراثیر معناداری بر رفتار خرید سبز دارد. همچنین معنا داری تاثیر متغیر میانجی اعتماد سبز بین متغیرهای مدل مفهومی تایید گردید.

کلمات کلیدی:

رفتار خرید سبز، ریسک ادراک شده سبز، اعتماد سبز، ارزش ادراک شده سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/974473>

