

عنوان مقاله:

مقایسه جایگاه ویژگی های محصول سبز و رفتار مصرف کننده در رفتار خرید مصرفکنندگان کالاهای ورزشی با استفاده از تاپسیس

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

کافیه ابوالقاسمی - علوم تربیتی، کارشناس مسئول آموزش، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، ایران

رضا خدایارلو - علوم تربیتی، کارشناس آموزش، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، ایران

نازیلا وحیدمهدی نیا - آموزش و پرورش استان آذربایجانشرقی، تبریز

محمد ذوالفقارنژاد - علوم تربیتی، معاون اداری و مالی، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی جایگاه بازاریابی سبز بر میزان بهره وری و ارتقاء کیفیت در رفتار خرید مصرف کنندگان کالاهای ورزشی بااستفاده از تاپسیس بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی بوده و به صورت میدانی انجام شده است. در ایتتحقیق از روش نمونه گیری در دسترس برای انتخاب نمونه استفاده شده است. در پژوهش حاضر، با توجه به جدول تعیین حجم نمونه مورگان 384 نفر از جامعه آماری خریداران کالاهای ورزشی شهر تبریز، به صورت در دسترس انتخاب شدند که نهایتاً 325 نفر به پرسشنامه ها به طور کامل پاسخ دادند. ابزار پژوهش، پرسشنامه استاندارد اقتباسی رضائیان و همکاران (1389) می باشد که محقق رواییمحتوایی و صوری آن را به تایید پنج نفر از استادان رشته مدیریت رسانیده و جهت تایید پایایی آن را در یک مطالعه مقدماتی بر روی 20 نفر از مصرفکنندگان کالاهای ورزشی و به روش ضریب آلفای کرونباخ 0,835 محاسبه کرده است. این پرسشنامه دارای 30 گویه می باشد برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار تاپسیس استفاده شد. نتایج نشان داد که از نظر مشتریان اولویت مولفه های بازاریابی سبزه ترتیب ویژگی های محصول سبز و رفتار مصرف کننده می باشد همچنین زیرمولفه های هر یک از مولفه ها توسط نرم افزار تاپسیسرتبه بندی شدند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، مصرف کنندگان ، کالاهای ورزشی و تاپسیس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/507499>

