

تاثیر تولید سبز و خلاقیت بر مزیت رقابتی از طریق تصویر برند سبز (نمونه موردی: مخازن پلی اتیلن)

بهنام دربان^۱، علی نوروزی مبارکه^۲، محمدمهدی دوالی^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (M.A)، دانشگاه پیام نور مرکز قشم، قشم، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور کیش، کیش، ایران

^۳ استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، واحد گندمان، گندمان، ایران

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تاثیر تولید سبز و خلاقیت بر مزیت رقابتی از طریق تصویر برند سبز (نمونه موردی مخازن پلی اتیلن) انجام شد این تحقیق بر اساس استراتژی پژوهش به صورت کمی و از حیث هدف یک تحقیق کاربردی به شمار می رود که جامعه آماری آن مصرف کنندگان شرکت مخازن پلی اتیلن در شهر بندرعباس بودند. با توجه به فرمول کوکران نمونه آماری ۳۸۵ نفر تعیین شد روش نمونه گیری به صورت در دسترس و همچنین روش توزیع پرسشنامه ها به صورت الکترونیکی بود. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه استاندارد برای هر یک از متغیرهای تحقیق بود و بر اساس نظرات ۸ نفر از خبرگان و متخصصان روایی پرسشنامه تایید گردید و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی و تایید گردید. داده های گردآوری شده با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی در نرم افزار AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته ها نشان داد که خلاقیت سبز بر تولید سبز تاثیر مثبتی دارد و خلاقیت و تولید سبز بر تصویر برند سبز تاثیر مثبت و معنی داری می گذارند از طرفی دیگر تولید سبز، خلاقیت و تصویر برند سبز بر مزیت رقابتی سبز تاثیر مثبت دارند و نهایتاً مشخص شد که تاثیر تولید سبز بر مزیت رقابتی از طریق تصویر برند سبز معنی دار است. همچنین تاثیر خلاقیت بر مزیت رقابتی از طریق تصویر برند سبز نیز مثبت و معنی دار شد. بر اساس نتایج بدست آمده شرکت های تولیدی مخازن پلی اتیلن بجای اینکه صرفاً بر مدل توسعه تولید در راستای رشد اقتصادی متکی باشند باید عوامل زیست محیطی را در تمام جنبه های چرخه عمر محصول خود بگنجانند، محصولات دوستدار محیط زیست ارائه دهند در تولید محصولات سبز نوآوری داشته باشند تا توسعه پایدار شرکت تضمین شود.

واژه های کلیدی: تولید سبز، خلاقیت سبز، مزیت رقابتی، تصویر برند سبز

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۹، صفحات ۲۸-۴۱