

## بررسی تأثیر مؤلفه‌های برنامه‌های راهبردی سبز بر عملکرد مالی، بازار و کیفیت خدمات شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدکننده محصولات سبز در استان قزوین

محمد احمدی<sup>۱</sup> بهناز خوش‌طینت<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی مولانا (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد واحد بوئین زهرا

### چکیده

**هدف:** امروزه دانشگاهیان و مدیران با در نظر گرفتن اهمیت استراتژی‌های طراحی‌شده برای تشویق مصرف‌کنندگان به خرید محصولات پایدار و مشارکت در فعالیت‌هایی که منابع فزاینده کمیاب محیط‌زیست را تقویت و حفظ می‌کنند، با یک معضل روبرو هستند. پژوهش حاضر بر مبنای دیدی استراتژیک محور، به بررسی تأثیر نگاه استراتژیک سازمان به مقوله سبز بودن در همه ابعاد (تولید، بازاریابی و بازیافت) بر عملکرد سازمان چه در بعد مالی و چه در بعد کیفیت پرداخت. هدف این تحقیق بررسی تأثیر مؤلفه‌های برنامه‌های راهبردی سبز بر عملکرد مالی، بازار و کیفیت خدمات شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدکننده محصولات سبز بوده است. **روش:** از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی – پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری سطوح مدیریت و کارشناسان بخش مالی شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدکننده محصولات سبز در استان قزوین که از بین ۴۲ شرکت با محصولات مرتبط با حوزه سبز حجم نمونه ۱۳۵ از بین آنها انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمعیت شناختی و استخراج شاخص‌های مرکزی از آمار توصیفی و نرم‌افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم‌افزار Smart PLS3 2 استفاده شده است. **یافته‌ها:** یافته‌های تحقیق حاکی از اثر مثبت و معنی‌دار مؤلفه‌های برنامه‌های راهبردی سبز بر عملکرد مالی، بازار و کیفیت خدمات دارد. همچنین تمرکز استراتژیک محیطی بر عملکرد مالی، عملکرد بازار و کیفیت خدمات تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. **نتیجه‌گیری:** نتایج این مطالعه خواستار شناخت نیاز شرکت‌ها برای اتخاذ برنامه‌های راهبردی سبز است.

**واژه‌های کلیدی:** استراتژی بازاریابی سبز، زمان‌بندی برنامه بازاریابی سبز، استراتژیک محیطی، عملکرد مالی