

چکیده:

افزایش نگرانی آگاهی های عمومی نسبت به سلامت و حفاظت از محیط زیست منجر به این شده است که مصرف کنندگان در خرید های خود مسائل زیست محیطی را مد نظر قرار دهند. همزمان با افزایش اهمیت مسائل زیست محیطی و مفهوم مسئولیت اجتماعی در میان مصرف کنندگان، شناخت عوامل موثر بر قصد خرید محصولات سبز توسط مصرف کنندگان ضروری به نظر می رسد. با توجه به این که قصد خرید به عنوان یک پیش بینی کننده خوب رفتار شناخته می شود هدف این پژوهش بررسی تاثیر ابعاد آگاهی زیست محیطی بر قصد خرید محصولات سبز در استان گیلان می باشد. داده های مورد نیاز پژوهش از طریق توزیع پرسشنامه ساختار یافته میان ۴۵۴ نفر از شهروندانی که از محصولات سبز استفاده می کردند در استان گیلان جمع آوری گردیده و با استفاده از تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزاری SPSS 21 تحلیل شدند. نتایج پژوهش نشان می دهد که عواملی همچون برندهای سبز، فعالیت های ارتباطات بازاریابی، نگرش مبنی بر ارتباطات بازاریابی بیشتر، دانش زیست محیطی و اثربخشی ادراک شده ی مصرف کننده بر قصد خرید سبز او تاثیر گذار می باشد.

**واژگان کلیدی:** آگاهی زیست محیطی، قصد خرید، مصرف کننده، دانش زیست محیطی، محصولات سبز