

## چکیده

امروزه مسایل زیست محیطی و حفظ محیط زیست یکی از مهمترین معیارهایی است که مصرف کنندگان هنگام خرید آن را مدنظر قرار می دهند. اما با گذر زمان و ارتقا جایگاه بازاریابی سبز، توجه بیشتری به رفتار خرید سبز و عوامل تاثیرگذار بر آن شد و محققان بیشتری به بررسی آن پرداختند. در این راستا هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر مولفه های نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده بر تمایل به خرید محصولات سبز جوانان در استان گیلان بود. روش پژوهش همبستگی و جامعه ی آماری تحقیق افراد جوان زیر ۴۰ سال در استان گیلان که از محصولات سبز استفاده می کنند، بود. همچنین روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع روش نمونه گیری خوشه ای و غیر احتمالی در دسترس بود. تعداد نمونه مورد مطالعه شامل ۳۸۸ مشتری بود. پس از جمع آوری داده ها به وسیله پرسشنامه های استاندارد، جهت ارزیابی روابط بین متغیرها از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر نگرانی زیست محیطی بر تمایل به خرید مصرف کنندگان محصولات سبز، نگرانی زیست محیطی، دانش محیطی بر نگرش مصرف کنندگان محصولات سبز؛ دانش محیطی و نگرش بر تمایل به خرید مصرف کنندگان محصولات سبز؛ هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده بر تمایل به خرید مصرف کنندگان محصولات سبز داشت.

واژگان کلیدی : تمایل به خرید سبز، نگرش سبز، نگرانی زیست محیطی، دانش محیطی، هنجارهای ذهنی.