

عنوان مقاله:

شناسایی پیشران های قصد خرید سبز با تاکید بر رعایت اخلاق زیست محیطی

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 16، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

رسول عباسی

فاطمه جاویدی

کریم گل محمدی

خلاصه مقاله:

زمینه: امروزه توجه به محیط زیست و مسائل اخلاقی پیرامون آن، بیش از پیش اهمیت پیدا کرده است. همچنین توجه به مسائل اخلاقی در زمینه محیط زیست و تولید و فروش محصولات سبز، به عنوان منبع اصلی تغییر استراتژیک، یکی از الزامات حیاتی برای سازمان ها است تا در فعالیت ها، تأثیرات منفی زیست محیطی خود را به حداقل برسانند. هدف از این پژوهش، شناسایی پیشران های قصد خرید سبز با تاکید بر رعایت اخلاق زیست محیطی می باشد. روش: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است و از نظر نحوه جمع آوری داده ها کمی است. جامعه آماری تحقیق، شهروندان تهرانی هستند. با توجه به این که جامعه آماری تحقیق نامحدود می باشد، تعداد نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران در خطای ۵ درصد بایستی حداقل ۳۸۵ نفر باشد. در این پژوهش ۳۹۰ نفر به روش در دسترس مورد مطالعه قرار گرفته اند. ابزار تحقیق، پرسشنامه های استاندارد است. در تحلیل مدل مفهومی از روش معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. در بخش آمار استنتاجی، پایایی، روایی، آزمون فرضیات و ضریب مسیر انجام شد. برای تحلیل آماری از نرم افزارهای SPSS و SmartPLS استفاده شده است. یافته ها: نتایج تحلیل آماری نشان می دهد روابط بین دانش زیست محیطی، نگرانی زیست محیطی، تصویر سبز سازمان و کیفیت ادراک شده سبز محصول با قصد خرید سبز مورد تایید است ولی قیمت و کیفیت ادراک شده محصول در رابطه دانش زیست محیطی، نگرانی زیست محیطی و تصویر سبز سازمان با قصد خرید سبز مشتریان، نقش تعدیل گری ندارد. نتیجه گیری: قصد خرید سبز مشتریان از دانش زیست محیطی، نگرانی زیست محیطی، تصویر سبز سازمان و کیفیت ادراک شده سبز محصول متاثر می شود.

کلمات کلیدی:

Ethics, Environmental ethics, Green product, Green purchase intention

اخلاق، اخلاق زیست محیطی، محصول سبز، قصد خرید سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1271048>

