

عنوان مقاله:

رابطه معیارهای اخلاقی تولیدکنندگان با رفتار مصرف کنندگان

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 10، شماره 2 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

خلاصه مقاله:

زمینه: کسب و کارهای موفق پیوسته به دنبال افزایش رضایت مشتریان و سایر برخورداران خود بوده و راه رسیدن به این هدف را در به اجرا گزاردن معیارهای اخلاقی یافته اند. رعایت اخلاقیات از سوی تولیدکنندگان می تواند عامل مهمی در مهم ترین سرمایه تجارت، یعنی اعتماد مشتریان باشد. این پژوهش در صدد بوده که رعایت ارزش های اخلاقی همچون (مسئولیت اجتماعی، تولید محصول سبز، صداقت، شفافیت و رقابت سالم با رقبا) از سوی تولیدکنندگان و رابطه آن با رفتار مصرف کنندگان را مورد بررسی قرار دهد. روش: با توجه به ماهیت پژوهش، تحقیق حاضر توصیفی از نوع رابطه ای است. جامعه در این تحقیق تمامی مصرف کنندگان محصولات سامسونگ در شهر کرمانشاه بوده که ۳۸۴ نفر از مشتریان محصولات شرکت سامسونگ به عنوان حجم نمونه انتخاب شده اند، نمونه گیری به روش تصادفی طبقه ای انجام گرفته است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. در این تحلیل از ضریب همبستگی اسپیرمن برای پاسخ گویی به سوالات پژوهش، از مدل رگرسیون برای بررسی رابطه میان متغیرها و از آزمون فریدمن برای رتبه بندی مولفه ها (در نرم افزار SPSS) استفاده شد. یافته ها: نتایج نشان داد که رعایت ارزش های اخلاقی از سوی تولیدکنندگان رابطه مثبت و مستقیم بر روی رفتار مصرف کنندگان دارد و در رتبه بندی مولفه های اخلاقی اصل صداقت بیشترین رابطه را با رفتار مصرف کنندگان دارد. نتیجه گیری: رعایت ارزش های اخلاقی از سوی شرکت سامسونگ بر روی رفتار مصرف کنندگان تاثیرگذار است به طوری که می تواند مصرف کنندگان را در انتخاب برند سامسونگ ترغیب کند.

کلمات کلیدی:

Ethic, Ethic Values, Consumers\ Behavior, Manufacturers\ اخلاق، ارزش های اخلاقی، رفتار مصرف کنندگان، تولیدکنندگان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1725194>

