

Шафіг Аль-Хаддад, Дуаа Аззам Аль-Бау, Абдель-Азіз Ахмад Шарабаті, Діана Альтамімі

Як лояльність клієнтів до сталого розвитку впливає на підприємництво?

Сталий розвиток охоплює соціальну, економічну та екологічну відповідальність. У всьому світі зростає стурбованість із приводу сталого розвитку, особливо щодо тих питань, які пов'язані з екологічною сферою. Будь-яка організація, яка бажає вижити та підтримувати свій бізнес, мусить враховувати принципи сталого розвитку у своїй повсякденній діяльності. Отож, це дослідження спрямоване на вивчення того, як ідентифікація споживачів, їхня залученість і прихильність сталому розвитку впливають на підприємництво. У статті використаний кількісний перехресний метод дослідження для збору даних від 400 респондентів у Йорданії. Результати вказують на кореляцію між рівнем залучення споживачів, їхньою ідентифікацією, прихильністю та компонентами сталого розвитку (підприємство, орієнтоване на економіку, підприємство, орієнтоване на суспільство, та підприємство, орієнтоване на екологію). Щобільше, прихильність має найбільший вплив на наміри та поведінку користувачів; ідентифікація має другий за величиною ефект, тоді як залучення не має суттєвого впливу як на наміри, так і на поведінку покупців. У дослідженні рекомендується, щоб усі організації, чим би вони не займалися й де б не вели свій бізнес, враховували основні принципи сталого розвитку у своїх стратегіях і повсякденній практиці. Підприємства, орієнтовані на сталий розвиток, мусять не тільки залучати необхідну сегментацію клієнтів через соціальні мережі, а й розширювати, зміцнювати та залучати їхні почуття ідентифікації, прихильності та приналежності.

Ключові слова: підприємництво, орієнтоване на сталий розвиток, ідентифікація, залучення, прихильність, традиційна причина, соціальна причина, екологічна причина

Класифікація JEL: L31, A13, Q51



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.