

Раджендра П., Моханасундарам Т.

Вплив мотивації та сприйняття споживачів на впровадження розумних, екологічних та стійких будівельних матеріалів

Мета цього дослідження – проаналізувати бар'єри для широкого використання розумних, екологічних та стійких будівельних матеріалів у будівельній сфері, зосередившись на сприйнятті, мотивації, стратегіях та проблемах, з якими стикаються споживачі. Для аналізу використана дослідницька методологія та опитані 385 респондентів у Бангалорі, Індія. Результат дослідження показує значну позитивну часткову кореляцію ($r = 0,629$, $p = 0,001$) між проблемами прийняття та загальними чинниками, що впливають на прийняття, після врахування річного доходу як контрольної змінної. Вищий середній бал для особистісних цінностей та етики становить 4,25, що вказує на те, що моральні цінності та етика впливають на рішення щодо використання будівельних матеріалів. Результати множинної регресії з робастною стандартною похибкою показали, що сприйняття ефективності розумних, зелених та стійких будівельних матеріалів краще, порівнюючи з традиційними будівельними матеріалами (p -значення = 0,001), чинниками, що позитивно впливають на впровадження (p -значення = 0,004), мотиваційними чинниками впровадження (p -значення = 0,001) та стратегіями, що заохочують впровадження розумних, зелених та стійких будівельних матеріалів (p -значення = 0,001). Все це має значний вплив на те, як респонденти оцінюють зусилля уряду щодо розширення впровадження таких матеріалів. Однак труднощі впровадження мають негативний коефіцієнт ($-0,049$) і робастну стандартну похибку 0,024 (p -значення = 0,048), що свідчить про негативний вплив на сприйняття. Це дослідження слугує дороговказом для політики зеленого будівництва, вивчаючи споживчі мотивації та сприйняття екологічно чистих будівельних матеріалів для сталого майбутнього.

Ключові слова: сталий розвиток, зелені матеріали, розумні матеріали, виклики, споживче сприйняття, чинники прийняття, мотивація споживачів

Класифікація JEL: M00, M30, M31, L74, Q01



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.