

Сянью Бянь, Авіван Панягомет

Вплив сприйманих ESG-принципів та політичних стимулів на намір споживачів придбати нові енергетичні транспортні засоби: Емпіричні дані з Китаю

Індустрія нових енергетичних транспортних засобів набула широкого поширення в умовах глобальної зміни клімату та викликів сталого розвитку. Розуміння чинників, які спонукають споживачів придбати нові енергетичні транспортні засоби, є важливим для подальшого розвитку індустрії нових енергетичних транспортних засобів. Спираючись на теорію сигналів, це дослідження має на меті дослідити значний вплив різних чинників, таких як сприймані ESG-чинники та політичні стимули, на намір китайських споживачів придбати нові енергетичні транспортні засоби, а також дослідити опосередкований ефект іміджу бренду та сприйнятої цінності. Це дослідження використовує методологію кількісного дослідження через збір даних від 860 потенційних споживачів нових енергетичних транспортних засобів у Китаї за допомогою анкетування та аналізу даних через моделювання структурних рівнянь в AMOS 24.0. Результати дослідження показують, що сприйняття споживачами ESG-принципів суттєво впливає на їхній намір придбати нові енергетичні транспортні засоби. Імідж бренду і сприймана цінність опосередковують сприйняття споживачами чинників ESG і їхній намір придбати нові енергетичні транспортні засоби. Позитивне ставлення споживачів підвищить бажання купувати нові енергетичні транспортні засоби. Крім того, державні стимули також мають позитивний і значний вплив на намір придбати нові енергетичні транспортні засоби. Ці результати служать стійким маркетинговим керівництвом для компаній нових енергетичних транспортних засобів, підтверджуючи важливість належних екологічних, соціальних та управлінських показників, хорошого іміджу бренду та сприйманих переваг при здійсненні покупок. Крім того, це дослідження надає емпіричні докази політичної підтримки індустрії нових енергетичних транспортних засобів, тим самим посилюючи її важливість для законотворців.

Ключові слова: ESG, бренд, сприйнята цінність, політика, споживач, намір, новий енергетичний транспорт, Китай

Класифікація JEL: M31, M38, M14



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.