

Сурахман, Даданг Лесмана, Деві Напріда, Багус Рай Вібово, Різкі Юдаруддін

Споживча поведінка та намір туристів здійснити екологічну покупку серед споживачів покоління Z: Стримуюча роль екологічної обізнаності

Метою дослідження є розуміння того, як такі чинники, як ставлення до навколишнього середовища, суб'єктивні норми, сприйнятий поведінковий контроль та екологічна обізнаність, впливають на готовність туристів покоління Z в Індонезії робити екологічно чисті покупки. Також досліджується стримуюча роль екологічної обізнаності у взаємозв'язку між ставленням до навколишнього середовища та намірами зробити екологічну покупку. Аналіз зосереджений на респондентах покоління Z, загальна кількість яких становить 543 особи. У роботі використовується метод моделювання структурних рівнянь (SEM). Результати показують, що при індивідуальному розгляді поведінка споживачів, що включає ставлення до навколишнього середовища, суб'єктивні норми та сприйнятий поведінковий контроль, має значний позитивний вплив на наміри зробити екологічну покупку. Ці результати свідчать про те, що ставлення туристів до навколишнього середовища, вплив сім'ї або друзів і здатність контролювати свої дії відіграють ключову роль у формуванні намірів здійснювати екологічні покупки під час подорожі. Крім того, дослідження демонструє значну позитивну кореляцію між екологічною обізнаністю та намірами туристів робити екологічні покупки. На додаток, екологічна обізнаність пом'якшує ставлення до навколишнього середовища, посилюючи його позитивний вплив на наміри туристів здійснювати екологічні покупки. Це підкреслює життєво важливу роль екологічної обізнаності, яка не тільки стимулює прагнення до екологічних покупок, але й мотивує туристів до проекологічної поведінки, вибираючи екологічно чисті продукти.

Ключові слова: економіка споживання, екологічність, мислення, споживання, попит, стійкість, глобальне потепління, екологічний

Класифікація JEL: D11, I12, Q50, M30



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.