

Луан Нгуєн, Тьєн Фам Хуйун

Чинники, що впливають на наміри придбати продукцію з маркуванням вуглецевого сліду: Тематичне дослідження у В'єтнамі

Метою цього дослідження є вивчення наміру студентів університетів купувати продукти з маркуванням вуглецевого сліду в місті Кантхо, В'єтнам, а також основних причин, що викликають бажання купувати продукти з таким маркуванням. Опитування було проведено за допомогою кількісного аналітичного методу, і 234 відповіді були отримані за допомогою платформи онлайн-опитування у першому кварталі 2023. Перш ніж опитати студентів, десять експертів з питань освіти розробили та проаналізували опитувальник, який складався з трьох частин. Для оцінювання даних використовуються методи моделювання структурних рівнянь (SEM) та SPSS. У цьому дослідженні були проаналізовані незалежні змінні, такі як звички сталого споживання, ефект зеленого ореолу, видимість маркування вуглецевого сліду та обізнаність про клімат, щоб розглянути їхній вплив на залежну змінну, намір зробити покупку. Щоб гарантувати надійність цих змінних, була використана альфа Кронбаха з пороговим значенням 0,60. Отримані результати демонструють порівняно низький рівень розуміння в'єтнамськими студентами питань маркування вуглецевого сліду. Лише 45,7% з 234 учасників опитування стверджують, що чули про вуглецеве маркування, тоді як 54,3% заявили, що ніколи не чули про нього. На додаток, звички сталого споживання та ефект зеленого ореолу безпосередньо впливають на наміри придбання продуктів із маркуванням вуглецевого сліду, де звички сталого споживання відіграють найважливішу роль. Видимість маркування вуглецевого сліду та обізнаність про клімат безпосередньо не впливають на намір зробити покупку, але ці чинники сприяють збільшенню наміру зробити покупку.

Ключові слова: маркування вуглецевого сліду, споживач, екологічна обізнаність, маркетинг, стале споживання, сталий розвиток, викиди, зміна клімату

Класифікація JEL: D20, F60, A10, M10



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.