

Іда Фаріда Есман, Діана Сарі, Аріф Хелмі, Ріта Комаладеві

Аналіз факторів впливу на бажання споживачів платити більше за екологічні чисті продукти в Індонезії

Ведення екологічного способу життя потребує купівлі більш дорогих екологічно чистих продуктів. Метою дослідження є аналіз факторів впливу на бажання споживачів платити більше за екологічно чисті продукти. На їх бажання можуть впливати ставлення споживачів, екологічний спосіб життя та намір здійснити покупку. В опитуванні взяли участь 225 осіб, які придбали екологічно чисті продукти на оптових базах у містах Бандунг і Джакарта. Вибірку було сформовано за допомогою кластерної випадкової вибірки, яка включала в себе вибір груп чи регіонів для вибірки. Дані було оброблено за допомогою програми SEM-LISREL. Результати дослідження вказують на вплив екологічного способу життя на бажання платити більше за екологічно чисті товари та непрямий вплив ставлення споживачів. Намір здійснити покупку є важливим фактором бажання споживачів платити більше. Більшість респондентів згодні платити в середньому на 10-25% більше за екологічно чисті продукти. Водночас значний вплив мають ставлення споживачів, екологічний спосіб життя та намір здійснити покупку. Результати дослідження можуть бути використані для розробки маркетингових стратегій продажу екологічно чистих продуктів на оптових базах у Індонезії за рахунок забезпечення довіри до виробників, що заохотить споживачів платити найвищу ціну.

Ключові слова: екологічно чистий продукт, споживча поведінка, оптові бази

Класифікація JEL: D12, L81, M31



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.