

КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕШЕНИЕ О ПЕРЕХОДЕ НА ЭЛЕКТРОМОБИЛИ

А.О. ПРАНОВИЧ, Ю.С. САВЧЕНКО

*Научный руководитель – С.Л. Тришина
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь*

Бесконтрольный рост, потребительская избыточность и неэффективное использование ресурсов оказывают крайне негативное воздействие на окружающую среду и противоречат целям устойчивого развития. Загрязнение воздуха и воды имеет решающее значение для глобального потепления, которое приводит к повышению уровня мирового океана и угрожает выживанию человечества на планете. Транспортный сектор является значительным источником этих процессов.

Основной источник выбросов – автомобили, которые отвечают за большинство глобальных выбросов углекислого газа и загрязнения воздуха в городах.

Электромобили способствуют решению проблем загрязнения воздуха, снижая выбросы парникового газа до нуля. Они являются экономичными, простыми в использовании и менее шумными, но несмотря на ряд плюсов, попытки превращения их в предмет жизни до сих пор не принесли значительного успеха. Экологически устойчивое потребление требует изменений в способах приобретения и использования обычных товаров. В поисках средств борьбы с глобальным потеплением различные страны обращаются к устойчивому потреблению, которое набирает популярность среди общественности.

Цель данного исследования – оценить влияние пяти ключевых черт личности на принятие решения по поводу перехода на электромобили.

Мужчины и женщины различаются в принятии решений относительно использования и восприятия развития информационных технологий.

Аналогичные различия ожидаются и в отношении перехода на электромобили.

В данном исследовании попытались выявить различия с точки зрения влияния пяти ключевых черт личности на намерение перейти на электромобили.

К основным чертам личности относятся доброжелательность, открытость опыту, экстраверсия, добросовестность и эмоциональность.

Люди с большим уровнем доброжелательности обладают рядом качеств: сотрудничеством, способностью делиться, помогать, сочувствовать, заботиться об окружающей среде. Все вышеперечисленные призывает к экологическому поведению.

Люди с высоким уровнем открытости всегда готовы на перемены, не бояться ошибиться, готовы экспериментировать. Как результат, они будут рассматривать возможность использования электромобилей.

Экстраверты обычно открыты к риску и готовы продемонстрировать экологическое поведение поэтому скорее перейдут на электромобили.

Добросовестные люди всегда реагирует на определенные экологические призывы.

Личностная характеристика «Эмоциональность» также оказывают существенное влияние на переход к использованию электромобилей.

Мужчина и женщины по-разному интерпретируют ожидания и ценности общества. В данном исследовании гендерный аспект был продемонстрирован с точки зрения влияния пяти черт личности на решение перехода к электромобилям.

Исследование качеств потребителей, оказывающих влияние на переход ими на использование электромобилей, проводилось при помощи структурированной анкеты. Обследование выполнялось через Интернет среди респондентов из Республики Беларусь методом удобной выборки. Ссылки на Google Form с анкетой были размещены в социальных сетях.

В анкетировании приняли участие 100 респондентов, из них 50% составили мужчины. Из числа ответивших 28% хотя бы единожды управляли электромобилем.

В результате проведения анализа полученных результатов, выявилась тенденция воздействия определенных характеристик на формирование у потребителей самого намерения перейти на электромобиль. В ходе исследования не было выявлено значимых различий в принятии данного решения на основе гендерных различий. За исключением

эмоциональности, все основные психологические качества (доброжелательность, экстраверсия, открытость, добросовестность) ощутимо и положительно влияют на готовность предпочесть электромобиль.

Респонденты, принадлежащие к добросовестному типу личности, обладают и осторожностью, и ответственностью. Результаты исследования подтверждают это, демонстрируя склонность их приобретать электромобили, объясняя это личностными характеристиками ответственного отношения к окружающей среде. Подобную же склонность показывают потребители-экстраверты: общительные и экспрессивные, они, стремясь к общественному признанию, с большой вероятностью предпочтут электромобили. Помимо этого, они надеются получить признание общественности за защиту окружающей среды, используя экологичный транспорт. Доброжелательные респонденты обладают приветливостью, сочувствием, готовностью сотрудничать. Результаты анкетирования подтверждают: доброжелательные потребители предпочитают электромобили из-за стремления к сотрудничеству и заботы об окружающей среде.

Потребители открытого психотипа аналогично декларировали переход на электромобили, подтверждая утверждение, что люди, открытые к переменам, новому опыту, как правило, предпочитают и экологичное потребление. Они рассматривают ее, как творческое выражение собственной личности. Отсутствие готовности перейти на электромобили проявили эмоциональные потребители (невротики). Ранее исследования уже указывали на то, что подобные респонденты не уверены в себе, избегают нести личную ответственность. Переход на электромобиль относится именно к данным ситуациям: человек не хочет нести ответственность, выбирая подобный способ передвижения, который может вызвать критику со стороны семьи или друзей. При таких условиях невротики ощущают себя крайне неуютно и, соответственно, избегают оригинальности, следуя традиционным, одобренным ранее социумом продуктам.

Таким образом, в данном исследовании рассматривалась роль пяти главных личностных характеристик в решении о переходе на электромобили в Республике Беларусь. Результаты исследования подтвердили, что такие характеристики как доброжелательность, открытость, экстраверсия и добросовестность наиболее значительно влияют на решения о переходе на электромобили.