

Альхамза Ф. Аббас, Ахмад Джусох, Адавія Масод, Ахмед Х. Альшаріф, Джавед Алі

## **Вплив внутрішніх і зовнішніх мотивацій на мавенізм на кіберринку та їхня роль у практиці обміну інформацією**

Мета статті – дослідити зв'язок між змінними внутрішньої та зовнішньої мотивації, мавенізмом на кіберринку та практикою обміну інформацією серед користувачів соціальних мереж в Іраку.

Дослідження ґрунтується на кількісному методі перевірки змінних. Вибірка складається з 388 клієнтів або користувачів, які використовують сайти соціальних мереж для обміну інформацією про різні продукти та послуги. Під час дослідження проводиться цілеспрямована вибірка для визначення характеристик користувачів, які мають у своєму розпорядженні великий обсяг інформації про різні продукти та послуги. На основі результатів попередніх досліджень розроблено анкету, яку було поширено серед учасників. Програма статистичного аналізу (SPSS) для складання описової статистики та PLS-SEM використано для аналізу вимірювань і структурних моделей, аби перевірити гіпотези.

Результати дослідження показали, що альтруїзм, моральні зобов'язання та самоефективність, як внутрішні мотиви, впливають на розвиток мавенізму на кіберринку. Однак самозадоволення, мабуть, ніяк не впливає на нього. На додаток, репутація та соціальна взаємодія також впливають на мавенізм на кіберринку. Крім того, взаємність і приналежність не мають жодного впливу на іракських користувачів. Отож, мавенізм на кіберринку відіграє значну роль у практиці обміну інформацією. Причиною цього може стати створення конкурентної переваги для маркетологів через розуміння поведінки ринкового мавенізму у соціальних мережах.

**Ключові слова:** внутрішня мотивація, зовнішня мотивація, ринковий мавенізм, практика обміну інформацією, моделювання структурними рівняннями

**Класифікація JEL:** C83, M15, 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.