

Тран Тхі Нгок Лан, Тран Тхань Чунг

Споживчий етноцентризм, космополітизм, судження про продукт і намір придбати іноземний товар: емпіричне дослідження у В'єтнамі

Це дослідження має на меті визначити взаємозв'язок між споживчим етноцентризмом, споживчим космополітизмом, судженнями про імпортні товари та наміром придбати іноземні продукти у В'єтнамі. Є спроба використати емпіричний підхід до представлення результатів, які можуть бути корисні під час розроблення стратегії розвитку купівельної поведінки в'єтнамських споживачів щодо іноземних товарів для посилення конкуренції з боку компаній роздрібною торгівлі у В'єтнамі. Використано анкетування із цілеспрямованою випадковою вибіркою 311 покупців у В'єтнамі. Аналіз проведено за допомогою кількісного описового підходу, вимірювання змінних анкети за допомогою семибальної шкали Лайкерта та моделювання структурних рівнянь методом часткових найменших квадратів (PLS-SEM) для перевірки гіпотез. Виявлено, що судження про імпортні товари, споживчий космополітизм, соціальний вплив та сприйнятий поведінковий контроль позитивно впливають на намір придбати іноземний продукт, тоді як споживчий етноцентризм негативно впливає на цей намір. Зв'язок між споживчим космополітизмом і наміром придбати іноземний продукт опосередковується судженням про імпортний товар та етноцентризмом споживача. Водночас національна ідентичність не вплине на етноцентризм споживачів і наміри купувати іноземні товари. У дослідженні запропоновано кілька рекомендацій для маркетологів при прийнятті рішень, пов'язаних із купівельною поведінкою в'єтнамських споживачів іноземних товарів, для посилення конкуренції на внутрішньому ринку.

Ключові слова: етноцентризм, національна ідентичність, соціальний вплив, іноземний продукт, сприйнятий поведінковий контроль, намір зробити покупку

Класифікація JEL: M10, M19, 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.