

Дзімін Ху, Шафі Сідек, Азмавані Абд Рахман, Раджа Неріна Раджа Юсоф

Управління впливом: Аналіз впливу атрибутів мікроінфлюенсерів на споживчий вибір у китайських соціальних мережах

Це дослідження має на меті дослідити взаємозв'язок між купівельною поведінкою споживачів та ключовими атрибутами мікроінфлюенсерів, охоплюючи знання, розважальну цінність, довіру та прозорість, у контексті китайських платформ соціальних мереж. У статті застосований кількісний підхід, який використовує моделювання структурних рівнянь методом найменших частинних квадратів (PLS-SEM) для аналізу складних взаємозв'язків між латентними змінними. Респондентами є активні користувачі основних китайських платформ соціальних мереж, таких як Weibo та Xiaohongshu. Для збору первинних даних, 329 респондентів були опитані онлайн, використовуючи зручний метод вибірки в рамках ґеймовірнісної вибірки. Збір даних тривав чотири тижні, і учасники мали можливість відповідати англійською або китайською мовами. Отримані результати свідчать про значний зв'язок між купівельною поведінкою споживачів і атрибутами мікроінфлюенсерів. Зокрема, знання, розважальна цінність, довіра та прозорість мають різний вплив на поведінку споживачів у китайських соціальних мережах. Значення p для H1, H2, H3 і H7 дорівнює 0,000 і показує, що ці зв'язки є дуже значущими, тоді як значення p для H3 (0,019), для H5 (0,001) і для H6 (0,028) показує, що ці зв'язки відіграють помірну роль у запропонованій моделі. Роз'яснення ролі ключових атрибутів дає цінну інформацію маркетологам і компаніям, які прагнуть ефективно використовувати маркетингові стратегії мікроінфлюенсерів у цьому цифровому середовищі, що швидко розвивається.

Ключові слова: мікроінфлюенсери, рішення здійснити покупку, соціальні мережі, реклама, довіра, поведінка китайських споживачів, цифровий вплив, надійність

Класифікація JEL: M31, M37



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.