

Мохаммад Рішад Фаріді, Азам Малік, Нур Алам Хан, Асіф Ікбал, Санія Хан

Електронне сарафанне радіо через цифрові канали: порівняння впливу електронної торгівлі та соціальних мереж на купівельні наміри споживачів

У статті зроблено порівняння впливу електронного сарафанного радіо через віртуальні шопінг-сайти та електронного сарафанного радіо від респондентів через соціальні мережі на купівельні наміри покупців смартфонів. Метою дослідження є аналіз впливу електронного сарафанного радіо на ці дві цифрові платформи. В основні моделі дослідження лежать чотири складові електронного сарафанного радіо: надійність джерела електронного сарафанного радіо, якість джерела електронного сарафанного радіо, ставлення до джерела електронного сарафанного радіо та формат джерела електронного сарафанного радіо на купівельні наміри покупців смартфонів. Вплив незалежних змінних було емпірично перевірено за допомогою множинного регресійного аналізу на залежну змінну купівельного наміру клієнта. Дослідження було проведено у провінції Уттар-Прадеш в Індії, де було опитано 362 респонденти. Описова статистика, дисперсійний та регресійний аналіз були використані для інтерпретації вихідних даних. Результати регресійного аналізу мали сильний статистичний вплив зі значенням ймовірності ,000 і R^2 від ,358 відповідно до результатів, що вказує на те, що у моделі було описано частка дисперсії 35,8 і що всі фактори були основними у купівельних намірах споживачів. Це дослідження допоможе цифровим підприємствам у визначенні тенденції у купівельних намірах споживачів через електронне сарафанне радіо на цифрових платформах. У статті запропоновано нову концепцію для розуміння впливу електронного сарафанного радіо на наміри клієнтів купувати з соціальних мереж та порталів електронної торгівлі.

Ключові слова: електронне сарафанне радіо, якість джерела електронного сарафанного радіо, довіра до джерела електронного сарафанного радіо, ставлення до джерела електронного сарафанного радіо, формат джерела електронного сарафанного радіо

Класифікація JEL: M30, 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.