

من المرجح أن تؤدي المعايير الاجتماعية المرتفعة إلى إضعاف تأثير خلق القيمة الاجتماعية المشتركة على نية المستهلكين في الشراء. نفذت الشركات عددًا متزايدًا من أنشطة خلق القيمة الاجتماعية عبر الإنترنت في حملاتها التسويقية. تظهر النتائج أن المشاركة في خلق القيمة الاجتماعية يمكن أن تحفز نية المستهلك في الشراء.