1. Гипотеза№1: Интерактивно-развлекательный формат публикации, который предполагает взаимодействие пользователя с ней мотивирует потенциального потребителя к приобретению продукции бренда

Для проверки этой гипотезы рассмотрим ответы респондентов на вопросы про готовность купить продукцию конкретного товара до иллюстрации интерактивно-развлекательных публикакий и после.

Произведем проверку для каждого исследуемого бренда. Тогда проанализируем зависимости следующий переменных: F и H, L и N, R и T, а также X и Z.

Проверим зависимости каждой пары, определим применима ли нулевая гипотеза к этим переменным или нет с помощью хи-квадрата, а также определим тип зависимости при помощи коэффициента Пирсона.

Хи-квадрат: для исследования нам понадобится таблица сопряженности по 2 переменным, а также таблица ожидаемых частот. Тогда с помощью функции ХИ2.ТЕСТ мы найдем значение P-value, а именно уровня значимости переменных. Уровень значимости нашего исследования равен 5% или же 0,05. Для опровержения нулевой гипотезы P-value должен быть меньше уровня значимости исследования, следовательно P-value < 0,05. Если это условие не выполняется, то нулевая гипотеза принимается, что обозначает независимость переменных.

Критерий Пирсона: выпишем ответы респондентов в отдельные столбцы, после чего с помощью функции PEARSON посчитаем коэффициент корреляции Пирсона, который обозначает линию зависимости между переменными. Иными словами, если число положительно, то зависимость благоприятная, если нет – то нет, соответственно.

F и H:

P-value = 9,4 \* 10-39 < 0,05

Пирсон = 0,66 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

L и N:

P-value = 2,53 \* 10-26 < 0,05

Пирсон = 0,58 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

R и T:

P-value = 1,24 \* 10-22 < 0,05

Пирсон = 0,6 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

X и Z:

P-value = 1,35 \* 10-17 < 0,05

Пирсон = 0,62 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

Все переменные зависимы друг с другом, а также эта зависимость положительная. Исходя из этого можем сделать вывод, что гипотеза 1 подтверждается

**Итог: гипотеза 1 подтверждается**

1. Гипотеза№2: Публикация в социальных сетях имиджевого контента через повествование о том, как развивается бренд мотивирует потребителя к приобретению продукции бренда.

Для проверки этой гипотезы нам необходимо рассмотреть ответы респондентов на вопросы про отношение к покупке товара определенного бренда до показа публикации из социальных сетей имиджевого контента и после. Для этого необходимо рассмотреть следующие переменные: F и J, L и N, R и V, X и AB.

F и J:

P-value = 3,04 \* 10-28 < 0,05

Пирсон = 0,7 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

L и P:

P-value = 3,25 \* 10-18 < 0,05

Пирсон = 0,58 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

R и V:

P-value = 1,1 \* 10-16 < 0,05

Пирсон = 0,53 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

X и AB:

P-value = 1,57 \* 10-17 < 0,05

Пирсон = 0,63 > 0

Получаем, что переменные зависимы по хи-квадрату, и зависимость положительная по Пирсону.

Все переменные зависимы друг с другом, а также эта зависимость положительная. Исходя из этого можем сделать вывод, что гипотеза 2 подтверждается

**Итог: гипотеза 2 подтверждается**