

عنوان مقاله:

تاثیر هیجانات مثبت و منفی در نگرش نسبت به تبلیغات مبتنی بر تلفن همراه با نقش میانجی احساسات (مورد مطالعه: کاربران تلگرام در مشهد)

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 7، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

سید مرتضی غیور باغبانی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

مرتضی رجوعی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

عارف خوش اندام - گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

علی پورنگ - گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی تاثیرات هیجانات مثبت و منفی و احساسات کاربران شبکههای اجتماعی در ایجاد نگرش نسبت به تبلیغات انجام پذیرفته است. همچنین نقش احساسات به عنوان متغیر میانجی در تاثیر هیجان بر نگرش بررسی شده است. این تحقیق از نوع کاربردی و از نظر ماهیت پیمایشی - علی میباشد. ابزار گردآوری در این تحقیق پرسشنامه میباشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کاربران شبکه مجازی تلگرام در شهر مشهد بودند. با توجه به در اختیار داشتن بانک کاربران همراه اول دارای تلگرام با پیشوند شماره ۹۱۵، پرسشنامه الکترونیکی برای حدود ۴۰۰۰ کاربر به صورت تصادفی ارسال گردید که در نهایت ۴۰۲ پرسشنامه به عنوان نمونه آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ سنجیده شد که نتایج برای همه متغیرها بالاتر از ۰.۷ بود و روایی آن به روش تحلیل سازه بررسی گردید. همچنین تجزیه و تحلیل دادهها به روش مدلیابی معادلات ساختاری و به وسیله نرمافزار Smart PLS انجام پذیرفت. براساس نتایج بهدستآمده اثر هیجانات مثبت و احساسات بر نگرش نسبت به پذیرش تبلیغات در تلفن همراه معنادار بود. همچنین مشخص شد اثر مستقیم هیجانات مثبت بر نگرش بیش از سایر متغیرها است. در عینحال اثر هیجانات منفی بر شکلهی احساسات و نگرش نسبت به تبلیغات مبتنی بر تلفن همراه تأیید نگردید. در این تحقیق اثر نگرش بر ایجاد قصد پذیرش نیز مثبت ارزیابی شد.

کلمات کلیدی:

هیجانات مثبت و منفی، شبکههای اجتماعی، نگرش، تبلیغات مبتنی بر تلفن همراه، احساسات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1190176>

