

عنوان مقاله:

بررسی عوامل تاثیرگذار برهنای تعاملی بر گردشگران

محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره 3، شماره 10 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

داود فیض - دانشگاه سمنان

فرشته راستی - دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

امروزه، صنعت گردشگری به عنوان یکی از جذابترین و درآمدزاترین صنایع در دنیا به حساب می آید و تبلیغات در این حوزه نقش به سزایی دارد. یکی از گستردهترین و ارزانترین رسانهها برای تبلیغات، اینترنت است. از طریق تبلیغات اینترنتی می توان با هزینه بسیار کم به مشتریان بالقوه دست یافت و ردیابی مشتریان نیز آسان تر است. با توجه به اندک بودن تعداد تحقیقات درباره ی تبلیغات اینترنتی و صنعت گردشگری، مقاله ای حاضر با ارایه ی مدلی ترکیبی و برگرفته از ادبیات موضوع موجود به بررسی عوامل موثر تبلیغات برهنای تعاملی- که از متداولترین و ارزانترین نوع تبلیغات اینترنتی است- در صنعت گردشگری پرداخته است. با توجه به این که این مقاله به بررسی اثرگذاری تبلیغات برهنای تعاملی برای جذب گردشگران خارجی می پردازد؛ بنابراین جامعه ی آماری، گردشگران بین المللی هستند که تجربه ی استفاده از اینترنت را دارند. برای دسترسی به این جامعه ی آماری، پرسشنامه به شیوه ی اینترنتی و از طریق انجمن های مجازی و فروم های مرتبط با گردشگری توزیع شده است. همچنین، به دلیل اینکه دسترسی به تمام جامعه ی آماری با احتمال یکسان امکان پذیر نیست؛ اما احتمال دسترسی به هر یک از اعضای فروم های انتخاب شده یکسان است، بنابراین پیمایش اینترنتی، مبتنی بر نمونه گیری غیراحتمالی و خودگزینشی است. همچنین، چون فهرست کامل افراد جامعه در دسترس نیست؛ روش نمونه گیری به صورت غیرتصادفی است. در کل، ۳۸۶ پاسخ نامه ی معتبر به دست آمد که با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری، نتایج حاصله نشان داد که متغیرهای «نگرش مثبت به تبلیغات»، «درجه ی درگیری کالا»، «طراحی محتوای تبلیغات» و «وبسایت انتخابی برای نشر تبلیغ» به طور مستقیم و «میزان برخورد و توجه کاربر به تبلیغات» به طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی «نگرش مثبت به تبلیغات» بر «اثرگذاری تبلیغات اینترنتی» تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

اثرگذاری تبلیغات اینترنتی، درجه ی درگیری کالا، طراحی محتوای تبلیغات، نگرش مثبت به تبلیغات، وبسایت انتخابی برای انتشار تبلیغات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1617935>

