

عنوان مقاله:

بررسی تجربه جریان در تکنولوژی واقعیت افزوده مبتنی بر تئوری آستانه مجازی (مطالعه موردی: برنامه واقعیت افزوده Wanna Kicks)

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 13، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:

لیلا عمادی صادقی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

سپه‌لا خدای - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

بهاره اصائلو - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر تکنولوژی واقعیت افزوده از دیدگاه تجربه جریان با تکیه بر تئوری آستانه مجازی (لیمینوئید) بررسی می شود. در این پژوهش کوشش شده است تا به این پرسش پاسخ داده شود که آیا جریان القا شده از سوی تئوری آستانه مجازی در سیستم خرید واقعیت افزوده تأثیری در نتایج مصرف کننده، سودمندی اطلاعات، لذت بردن و رضایت دارد؟ برای دستیابی به این هدف و همچنین، برای انجام دادن یک آزمایش شبیه سازی شده با ۳۰۰ شرکت کننده که با روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس انتخاب شده بودند از یک اپلیکیشن در زمینه پوشاک از نوع کفش استفاده شد. از میان ۳۰۰ پرسشنامه استاندارد توزیع شده بین شرکت کنندگان ۲۹۰ پرسشنامه قابل استفاده در دسترس پژوهشگر قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش کلیه دانشجویان دانشگاه خوارزمی واحد تهران-کرج بودند که حداقل یکبار از تکنولوژی واقعیت افزوده در صنعت پوشاک استفاده کرده اند. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. داده ها با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل و روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SmartPLS ۳ انجام شد. نتایج نشان داد که تئوری آستانه مجازی به طور کلی و دو مولفه احساس مالکیت و کنترل مالکیت هر کدام به صورت جداگانه تأثیر مثبت و معناداری بر تجربه جریان دارد؛ ولی تأثیر مولفه تعامل خود اکتشافی به صورت جداگانه بر تجربه جریان تأیید نشد. همچنین، جریان بر دو نتایج مصرف کننده شامل سودمندی اطلاعات و لذت بردن هر کدام به صورت جداگانه تأثیر مثبت و معناداری دارد و در نهایت، دو نتایج مصرف کننده، سودمندی اطلاعات و لذت بردن، هر کدام به صورت جداگانه بر رضایت از تجربه واقعیت افزوده تأثیر مثبت و معناداری دارد. در پایان، پیشنهاد های کاربردی در حمایت از بازاریابان و طراحان برای ایجاد و اجرای فناوری واقعیت افزوده در زمینه های مصرف کننده نیز ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تکنولوژی واقعیت افزوده، تجربه جریان، تئوری آستانه مجازی (لیمینوئید)، احساس مالکیت، کنترل مالکیت، تعامل خود اکتشافی، لذت.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2003402>

