

Гайат Альтрджман, Асаад Хамід Аль-Алі, Раед Ахмад Момні, Халіль Аль-Дауд

Стримуючий вплив розташування та якості рекламних щитів на взаємозв'язок між елементами реклами та її цілями

Метою статті є виявлення відносного впливу основних елементів реклами на досягнення рекламних цілей. Дослідження також спрямоване на визначення того, чи розташування та якість рекламних щитів мають суттєвий стримуючий вплив на ефективність рекламних елементів щодо їхньої здатності досягати бажаних рекламних цілей у країні, що розвивається, на прикладі Йорданії.

Застосована методологія кількісного опитування та онлайн-анкетування для зручної вибірки 450 студентів університету різних навчальних років, а також членів їхніх сімей та знайомих в Аммані, Йорданія, для досягнення цілей дослідження. Для перевірки гіпотез використані IBM SPSS версії 25 і Smart PLS 3. Дослідження виявило статистично значущий вплив ($p \leq 0,05$) трьох елементів рекламних щитів на досягнення цілей просування реклами, а саме: заголовок ($t = 3,483$), колір ($t = 2,308$) і кількість елементів ($t = 2,418$). Проте дослідження не змогло довести ефективність двох інших елементів у досягненні відповідних рекламних цілей. Аналіз не підтвердив стримуючий вплив розташування і якості рекламних щитів на незалежні змінні та маркетингові цілі рекламних щитів. Однак розташування рекламних щитів (незалежна змінна) безпосередньо впливає на досягнення цілей реклами. У результаті дослідження зроблені низка висновків, найважливішим із яких є те, що рекламний щит, як і раніше, має важливий вплив на купівельну поведінку або купівельну здатність клієнтів, незалежно від його місця розташування та якості, що є стримуючою змінною.

Ключові слова: реклама, рекламні щити, ефективність рекламних щитів, цілі реклами, Йорданія, Амман

Класифікація JEL: M30, M37



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.