

عنوان مقاله:

فهم شناختی از عناصر رضایت مشتری در بازی های موبایلی؛ با استفاده از تکنیک مصاحبه نردبانی در روش شناسی شبکه خزانه

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 8، شماره 2 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

کبری بخشی زاده برج - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

خدیجه عبداللهی - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

رضایت مشتری در هر صنعتی جزء عوامل مهم و اساسی در موفقیت و پایداری آن صنعت به شمار می رود؛ به گونه ای که بدون جلب رضایت مشتری نمی توان به سودآوری و استمرار آن امید داشت. صنعت بازی های موبایلی جزء صنایع نوپا و در حال رشد در ایران است که بر اساس آمارهای موجود، مصرف کنندگان ایرانی از آن استقبال بسیاری کرده اند. بدین منظور با استفاده از روش شبکه خزانه، با ۱۱ بازیکن حرفه ای بازی های موبایلی مصاحبه عمیق با تکنیک نردبانی انجام شد تا ویژگی ها و انتظارات آنها در زمینه بازی های موبایلی که به رضایت از این بازی ها منجر می شود، کشف و استخراج شود. در مرحله نخست برای کشف سازه ها، عناصر به صورت مقایسه های سه تایی در اختیار مصاحبه شونده ها قرار گرفت و سپس در مرحله بعدی درجه بندی سازه ها با استفاده از مقیاس لیکرت به کمک مشارکت کننده انجام شد. انجام مقایسه های سه تایی و بیان تفاوت ها و شباهت ها به استخراج ۱۸۹ سازه اولیه منجر شد که در مرحله بعد با استفاده از تحلیل محتوا این سازه ها به ۳۰ سازه ثانویه کاهش یافت. با استفاده از نمودار دوندوگرام تحلیل خوشه های شبکه خزانه جمعی بر اساس مشابهت آماری در ۶ خوشه مجزا شامل چالشی بودن، قیمت مناسب، جدی بودن، خلاقیت، تعاملی بودن و طراحی مناسب دسته بندی شدند که با عنوان ابعاد اصلی و اولیه معنابخشی مفهوم رضایت مشتریان از بازی های موبایلی استخراج شد.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، صنعت بازی های موبایلی، شبکه خزانه جمعی، خلاقیت، چالشی بودن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1206978>

