

## عنوان مقاله:

رابطه بازی وارسازی با کیفیت تجربه کاربری با تعدیل گری استراتژی های قیمت گذاری در پلتفرم ها

## محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 19، شماره 43 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

شهرام خلیل نژاد - دانشگاه علامه طباطبائی

میلاذ قنبری - دانشگاه علامه طباطبائی

محدثه رضائیان آستانه - دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

هدف: پژوهش پیش رو به دنبال آن است که نشان دهد کیفیت تجربه کاربری پلتفرم ها تا چه میزان تحت تاثیر بازی وارسازی و استراتژی قیمت گذاری آن ها است. روش: جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۱۴ پلتفرم ایرانی و خارجی و نمونه آماری شامل ۸۸ پلتفرم بر اساس رتبه بندی آکسا است. برای تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری و از نرم افزار SMART-PLS<sup>۳</sup> استفاده شده است. یافته ها: نتایج حاصل حاکی از این است که بازی وارسازی اثر مثبت و معناداری بر روی کیفیت تجربه کاربری ندارد. و طبق بررسی های انجام شده تاثیر تعدیلی استراتژی های قیمت گذاری بر رابطه بین بازی وارسازی و کیفیت تجربه کاربری تایید شد. نتیجه گیری: استفاده از ابزار بازی وارسازی در پلتفرم ها به خودی خود باعث بهبود و یا افزایش کیفیت تجربه کاربری نمی شود. پلتفرم ها و شرکت ها یا سازمان هایی که مدل کسب و کار پلتفرمی دارند در صورتی می توانند از بازی وارسازی برای افزایش کیفیت تجربه کاربری استفاده کنند که از استراتژی های قیمت گذاری مناسب و صحیحی استفاده کنند.

## کلمات کلیدی:

بازی وارسازی، کیفیت تجربه کاربری، استراتژی های قیمت گذاری، پلتفرم

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1267808>

