

## عنوان مقاله:

مدل مبتنی بر بازی وارسازی در بستر شبکه های اجتماعی به منظور شناخت تفکر افراد: مورد مطالعه تاکسی های اینترنتی در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، دوره 9، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

کامران فرج زاده - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محمدتقی تقوی فرد - استاد، گروه مدیریت عملیات و فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

عباس طلوعی اشلقی - استاد، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

علیرضا رشیدی کمیجان - دانشیار، گروه مهندسی صنایع، دانشکده مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

## خلاصه مقاله:

هدف: جمع آوری داده از کاربران با استفاده از روش های سنتی مرسوم، به جهت رسیدن به یک مقصود خاص، غالباً امری پرهزینه، زمان بر و همراه با معایبی اثرگذار بر نتایج تحقیق است. در این راستا، هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی بر پایه بازی وارسازی جهت جمع آوری داده، به منظور دستیابی به نحوه تفکر افراد، با مطالعه موردی سه اپلیکیشن تاکسی های اینترنتی در ایران (اسنپ، تپسی و کارپینو) می باشد. روش: این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی است. گردآوری داده ها به وسیله پرسشنامه محقق ساخته انجام شد که روایی و پایایی آن، براساس نظر خبرگان و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، مورد تایید قرار گرفت. جامعه آماری، شامل کلیه کاربران اپلیکیشن های مذکور و عضو در شبکه اجتماعی تلگرام بود که با نمونه گیری طبقه ای، تعداد ۱۸۰ نفر به عنوان نمونه آماری تعیین گردید. یافته ها: مقایسه نتایج حاصل برای تعیین محبوبیت برندها در دو روش حضوری و بازی وارسازی تقریباً یکسان بود که نشان دهنده قابل اتکاء بودن روش ارائه شده می باشد، ضمن اینکه هزینه و زمان استفاده از روش پیشنهادی بطور قابل ملاحظه ای کم تر و درصد مشارکت پرسش شونده ها به شدت در این روش افزایش یافت. نتیجه گیری: با ارائه مدل پیشنهادی، محدودیت های روش های رایج جمع آوری داده برطرف شده و از داده های دقیق تر و با کیفیت بالاتر جهت شناخت تفکر افراد استفاده گردید. همچنین قابلیت استفاده از این روش برای تمامی محققین و پژوهشگران وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

بازی وارسازی، شبکه های اجتماعی، ادراک، نحوه تفکر افراد، تاکسی اینترنتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1700358>

