

عنوان مقاله:

بررسی و مقایسه چارچوبها و مدل‌های ارزیابی اعتماد در حوزه تجارت الکترونیک

محل انتشار:

دومین همایش فناوری اطلاعات، حال، آینده (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

محمود عالمی بایگی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

مهدی رواخواه

خلاصه مقاله:

افراد معمولا در مواجهه با عدم قطعیتی که در طبیعت و جامعه وجود دارد از اعتماد و شهرت استفاده می کنند در حال حاضر در علوم کامپیوتر تحقیق در زمینه اعتماد در سه حوزه به طور گسترده در حال انجام است حوزه اول مبتنی بر سیاست می باشد که با استفاده از روشهایی نظیر امضای دیجیتالی و احراز هویت انجام می شود حوزه دوم نیز به عنوان مبتنی بر شهرت شناخته می شود که در آن از ابزارهایی نظیر شبکه های اجتماعی استفاده میشود حوزه سوم نیز با استفاده از دو حوزه قبل سعی در مدلسازی و تعریف اعتماد پیش نیازها شرایط مولفه ها و نتایج مربوط به اعتماد دارد این مدلها برای تصمیم گیری و تحلیل اعتماد توسط عوامل انسانی و یا ماشینی به کار می روند برای آنکه یک عامل الکترونیکی یا انسانی بتواند به ارزیابی رفتار سایرعاملها در جهت بهبود تعاملات اجتماعی با آنها بپردازد چارچوبها و مدل‌های اعتماد محاسباتی و شهرت فراوانی توسعه یافته اند. در این مقاله سعی داریم برخی از مهمترین چارچوبها و مدل‌های اعتماد محاسباتی و شهرت مختلف در حوزه تجارت الکترونیک را گردآوری و از نظر ویژگیهای مختلف با یکدیگر مقایسه نماییم.

کلمات کلیدی:

اعتماد، تجارت الکترونیک، چارچوب اعتماد، شهرت، مدل محاسباتی اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/130618>

