

عنوان مقاله:

ارایه مدلی جهت پذیرش سیستم های پیشنهاددهنده در وب سایت های تجارت الکترونیکی مبتنی بر محاسبات ابری

محل انتشار:

کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مهدی قربانی - گروه مدیریت کسب و کار، موسسه آموزش عالی فاران

علیرضا جلالی - گروه مدیریت کسب و کار، موسسه آموزش عالی فاران

خلاصه مقاله:

امروزه اینترنت باعث دسترسی سریع به اطلاعات شده است و افزایش این اطلاعات باعث گردیده تا جهان با باراضافی اطلاعات مواجه شود. سیستم های پیشنهاددهنده در تجارت الکترونیکی به ارایه دهندگان خدمات الکترونیکی به عنوان یک ابزار به کاربران آنها کمک زیادی می نماید تا با اتخاذ یک تصمیم و با حداقل تلاش ممکن و اعتماد به نفس کامل در زمان کم به اطلاعات مناسب با توجه به نیازهای شان دسترسی یابند. هدف سیستم پیشنهاددهنده این است که محصولات فروشگاه های آنلاین را با توجه به سلیقه مشتری غربال کند. سیستم های پیشنهاد دهنده به عنوان یک برنامه تلاش می کنند تا مناسب ترین توصیه از بین محصولات و یا خدمات را به کاربران خاص با توجه به علاقه آنها درباره یک آیتم بر اساس اطلاعات مرتبط در مورد آن آیتمها پیشنهاد نمایند. این مطالعه با هدف بررسی میزان رضایت کاربران نسبت به پذیرش سیستم های پیشنهاد دهنده در وب سایت های تجارت الکترونیکی مبتنی بر مدل پذیرش فناوری TAM صورت گرفته است که تاکنون سیستم های پیشنهاد دهنده وب سایت های تجارت الکترونیکی در ایران از منظر رضایت مشتری مورد ارزیابی قرار نگرفته است. ابزار تحقیق جهت بررسی پرسشنامه ای با طیف لیکرت است که برای اطمینان از روایی آن به افراد صاحب نظر در زمینه سیستم های پیشنهاد دهنده مراجعه شده است و پایایی آن با استفاده از آزمون همسانی درونی آلفای کرونباخ به میزان 0.161 احراز گردیده است. جامعه آماری این پژوهش جهت تکمیل پرسشنامه ها را نیز 150 نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد و اساتید دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی تشکیل داده اند که با استفاده از نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند. در این پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری SEM جهت بررسی مدل و فرضیه ها استفاده شد. تمامی فرضیات پیشنهاد شده در این مطالعه بطور کامل مورد تایید قرار گرفت. مقدار t بر ای هر فرضیه بالای 19.6 و همچنین میانگین واریانس استخراج شده AVE بیشتر از 0.95 بوده است. بنابراین در این مدل اندازه گیری میزان رضایت کاربران و استفاده آنها از سیستم های پیشنهاد دهنده موفقیت آمیز بوده است و با توجه به اینکه مباحث مربوط به سیستم پیشنهاددهنده جدید می باشد. این تحقیق می تواند برای سازمانها و وب سایت های تجارت الکترونیکی مبتنی بر محاسبات ابری چنانچه تمایل دارند تا یک سیستم توصیه گر مبتنی بر محاسبات ابری ایجاد نمایند، مفید باشد

کلمات کلیدی:

محاسبات ابری، سیستم پیشنهاد دهنده، رضایت مشتری TAM، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825221>

