

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اعتماد دریافت‌کنندگان پیامک‌های تبلیغاتی از طریق تلفن همراه

منیژه ملائی^۱، مهدی شیرمحمدی^۲، الهه مهدی^۳

۱- کارشناسی ارشد، مدیریت صنعتی، دانشگاه ارشد دماوند

۲- استادیار، دانشگاه ارشد دماوند

۳- کارشناسی ارشد، آمار محض، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی قزوین

چکیده

با توجه به گسترش روزافزون کاربران تلفن همراه، استفاده از روش‌های مختلف تبلیغات و فروش از طریق این وسیله ارتباطی به شدت روبه افزایش است، به گونه‌ای که "تجارت سیار" به یکی از زیربخش‌های مهم تجارت الکترونیکی تبدیل شده است. اعتماد افراد به تبلیغاتی که از طریق تلفن همراه دریافت می‌کنند، عامل کلیدی موفقیت ارسال کنندگان پیامک‌های تبلیغاتی در جلب توجه دریافت‌کنندگان و عدم اعتماد، مهم‌ترین عامل بازدارنده برای مشارکت مشتریان در تجارت تلفن همراه است. از این رو ایجاد اعتماد در مشتریان، یکی از موضوعات مهم مورد توجه فعالان حوزه تجارت سیار محسوب می‌شود. در این پژوهش مبتنی بر بررسی ادبیات و اخذ نظرات خبرگان موضوعی عوامل هفت‌گانه باورپذیری، مزیت ادراکی، کیفیت اطلاعات، مربوط بودن، پشتیبانی از طریق سایر منابع، تجربیات قبلی و اعتبار منبع ارسالی، به عنوان عوامل مؤثر بر اعتماد دریافت‌کنندگان پیامک‌های تبلیغاتی شناسایی شد. همچنین مبتنی بر داده‌های استخراجی از نمونه‌ای شامل ۵۰ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های تهران، اولویت‌بندی عوامل صورت پذیرفت که نتایج نشان دهنده آن بود که به ترتیب مزیت ادراکی، تجربیات قبلی، پشتیبانی سایر منابع، باورپذیری، کیفیت اطلاعات، مربوط بودن پیامک و اعتبار منبع بیشترین تاثیر را در ایجاد اعتماد در دریافت‌کنندگان پیامک‌های تبلیغاتی از طریق تلفن همراه دارا می‌باشند.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیکی، تجارت سیار، اعتماد، پیامک‌های تبلیغاتی.

مقدمه

رشد سریع فناوری ارتباطی بی‌سیم باعث رشد روزافزون تجارت سیار شده است. [۴] در سال‌های اخیر ارائه‌دهندگان سرویس‌های اینترنت، به طور فزاینده‌ای علاقمند به حمایت از فعالیت‌های کاربران در محیط موبایل شده‌اند. با تحولات فناوری در حوزه شبکه و ارتباطات، ابزارهای موبایل ما را قادر می‌سازند تا به اطلاعات در هر زمان و در هر جایی که باشیم بدون نیاز به اتصالات شبکه‌های فیزیکی، دسترسی پیدا کنیم.

ابزارهای موبایل پرسرعت‌ترین ابزارهای مورد استفاده افراد است. ارائه‌دهندگان خدمات تجارت سیار، از طریق بکارگیری ابزار موبایل توانسته‌اند از ویژگی‌های مهمی مانند: همیشه در دسترس بودن، مکان محوری، راحتی، خصوصی سازی و قابلیت شناسایی این فناوری جهت پیشبرد اهداف تجاری استفاده نمایند.