

مدل سازی عوامل مؤثر بر پذیرش خرید از طریق گوشی های هوشمند مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه زابل

حسین بدیع برزین^۱، محمد علی کریمیان^۲، زهرا غفاری مقدم^۳، ابوذر پرهیزکاری^۴*

۱ و ۲ - عضو هیات علمی پژوهشکده کشاورزی دانشگاه زابل

۳ و ۴ - نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری دانشگاه پیام نور تهران، parhizkari@yahoo.com

چکیده

امروزه خرید سیار (موبایلی) به روشی جایگزین جهت خرید محصولات در بسیاری از کشورها تبدیل شده است، اما تحقیقات در این زمینه اندک بوده و محدود به چند کشور خاص است. با در نظر گرفتن گسترش استفاده از گوشی های هوشمند و تأثیر استفاده از این گوشی ها بر رفتار خرید مصرف کنندگان، هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش خرید از طریق گوشی هوشمند در بین مصرف کنندگانی است که تجربه خرید از طریق این گوشی ها را دارند. بدین منظور از مدل اصلاح شده پذیرش تکنولوژی استفاده شده که در آن دو سازه اعتماد و لذت درک شده به مدل سنتی پذیرش تکنولوژی اضافه شده است. داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه از بین ۳۸۴ نفر از دانشجویان دانشگاه زابل جمع آوری شده است. داده های به دست آمده با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان می دهد که سازه های اعتماد و سودمندی درک شده بر قصد افراد برای استفاده از خدمات خرید سیار اثر مستقیم و معنی داری دارند، ولی سازه های لذت درک شده و سادگی استفاده درک شده بر قصد افراد تأثیر مستقیم و معنی داری ندارند.

واژگان کلیدی: خرید سیار - مدل پذیرش تکنولوژی - تلفن همراه هوشمند - مدل یابی معادلات ساختاری، دانشگاه زابل.

۱. مقدمه

با رشد چشمگیر تعداد کاربران اینترنت همراه، پیشرفت های صورت گرفته در تکنولوژی اینترنت سیار، فرصت های ارزشمندی را برای کسب و کارها به وجود آورده است (یانگ^۱، ۲۰۱۰). از زمانی که تکنولوژی گوشی همراه در همه ابعاد زندگی روزانه ما نفوذ کرده است، خرید از طریق این وسیله به یک شیوه جایگزین جهت جستجو، وب گردی، مقایسه و خرید کالاها و خدمات به صورت آنلاین از فروشگاه های متعدد در هر زمان و مکان تبدیل شده است (هولمز^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). البته ایده خرید از طریق گوشی همراه یک پدیده جدید نبوده و بیش از یک دهه از عمر آن می گذرد (جیح و لی^۳، ۲۰۰۴)، ولی می توان گفت گسترش و رشد واقعی آن با ظهور گوشی های هوشمند صورت گرفت (نیلسن^۴، ۲۰۱۳).

¹ Yang

² Holmes

³ Jih and Lee

⁴ Nielsen