

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر گرایش مشتریان به استفاده از خدمات موبایل بانک

محل انتشار:

دومین کنفرانس خدمات ارزش افزوده تلفن همراه در ایران (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

امین محمدی آلمانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، باشگاه پژوهشگران جوان، رشت، ایران

مجید قنبری نژاداسفغن سری

مصطفی خمری علی آبادی

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر گرایش مشتریان به استفاده از خدمات موبایل بانک می باشد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه مشتریانی است که در شعب بانک های استان گیلان از خدمات موبایل بانک استفاده می کنند. برای انتخاب نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است و همچنین برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه و به منظور تحلیل داده ها و همچنین آزمون فرضیه های تحقیق از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. پژوهش حاضر از نظر روش و ماهیت، از جمله تحقیقات علی است؛ و به لحاظ اجرا، پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی می باشد. نتایج حاصل از پژوهش گویای این مساله است که تبلیغات شفاهی مثبت، اعتماد، امنیت ادراک شده، ریسک ادراک شده، سهولت ادراک شده و سودمندی ادراک شده و هزینه ادراک شده عوامل تاثیر گذار بر گرایش مشتریان به استفاده از خدمات موبایل بانک به شمار می روند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، موبایل بانک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/166754>

