

عنوان مقاله:

بررسی نقش ویژگی های نوآوری خدمات بانکی به قصد استفاده مشتری

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مهرروز عطایی چرمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه فردوسی مشهد

امیر محمد فکور ثقیه - استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

نوآوری به دلیل به وجود آمدن مزیت رقابتی در حیطه های مختلف بحث روز جهانی به شمار می آید. نوآوری فناوری و ابزارهای بی سیم در سال های اخیر پیشرفت چشمگیری داشته است. این نوآوری ها فرصت جدیدی برای ارائه خدمات نوین بانکی تحت عنوان بانکداری همراه به وجود آورده است. با وجود مزایای فراوان این نوآوری مشتریان توجه کنید به این خدمات دارند و با وجود دسترسی به این خدمت، از آن استفاده نمی کنند. با توجه به اینکه عامل مؤثر در موفقیت یک نوآوری استفاده از آن از سوی افراد است و همچنین ترکیب فزاینده دانشمندان بر امکان پیش بینی قصد استفاده مشتریان از طریق ویژگی های نوآوری و آمادگی مشتریان، این پژوهش با هدف بررسی رابطه ویژگی های نوآوری آمادگی مشتری و قصد استفاده آن ها انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش با مشتریان همراه بانک صادرات مشهد مقدس تشکیل می دهند که با استفاده از روش معادلات ساختاری 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. روش تحقیق توصیفی - پیمایشی و از نوع کاربردی است و از روش نمونه گیری قید تصادفی قضاوتی استفاده شده است. همچنین برای سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسش نامه با طیف 5 رتبه ای لیکرت با محتوای 32 سؤال استفاده شده که روایی و پایایی آن با استفاده از روایی صوری و استفاده گردیده و نتایج به دست آمده حاکی از آن AMOS سازه همچنین آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. برای تجزیه تحلیل داده ها از نرم افزار است که ویژگی های نوآوری در تاثیر استفاده پسین معنی داری دارد. همچنین نتایج نشان داد آمادگی مشتری برای پست استفاده تاثیر معناداری دارد. همچنین متغیر آمادگی مشتری به عنوان متغیر میانجی رابطه میان ویژگی های نوآوری و با قصد استفاده را واسطه گری می کند.

کلمات کلیدی:

پست استفاده، آمادگی مشتری، ویژگی های نوآوری، همراه بانک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/442149>

