

عنوان مقاله:

بررسی اثر عوامل جمعیت شناختی در میزان استفاده از موبایل بانک به روش آماری: مطالعه موردی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مرتضی قاسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

بابک تیموریور - استادیار دانشکده مهندسی صنایع و سیستم ها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

امیر البدوی - استاد دانشکده مهندسی صنایع و سیستم ها، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

خلاصه مقاله:

در سالیان گذشته و با ورود بانک های خصوصی به عرصه رقابت با بانک های دولتی هر روزه شاهد افزایش استفاده از فناوری اطلاعات در ارائه خدمات به منظور تسهیل و جذب مشتریان بوده ایم. موبایل بانک یکی از انواع پرکاربرد و رایج کانال های ارتباطی مشتریان و بانک محسوب میشود و انجام عملیات بانکی در مکان های مختلف و با وسیله ای ساده و قابل دسترسی توسط مشتریان را فراهم می سازد. اما متأسفانه در ایران مشتریان به طور موثری با این کانال ارتباط برقرار نکرده اند. در پژوهش حاضر به بررسی چهار فرضیه در مورد ویژگی های جمعیت شناختی سن، جنسیت، وضعیت تاهل و سطح تحصیلات در بین مشتریان فعلی موبایل بانک پرداخته و توسط آزمون آماری صحت فرضیات بررسی شده است. جامعه آماری 219 نفر از مشتریان فعال موبایل بانک، یک بانک در تهران می باشند. نتایج نشان داده است که کانال موبایل بانک در بین جوانان، مجردین، افراد با تحصیلات دانشگاهی و مردان کاربرد بیشتری داشته است.

کلمات کلیدی:

موبایل بانک، مدیریت ارتباط با مشتری، بانکداری الکترونیک، رفتار مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567962>

