

عنوان مقاله:

بررسی رابطه گیمفیکشن (بازی وارسازی) در بانکداری الکترونیکی و رفتار مشتریان الکترونیکی بانک های خصوصی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع در عصر نوین (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

امیر ضیایی پور - دانشجو دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی

پریا عباس نژاد - کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

گیمیفیکیشن (بازی وارسازی) استفاده از خصوصیت ها و تفکرات بازی گونه است در زمینه هایی که ماهیت بازی ندارند. انگار کردن کار به بازی یا بازی سازی را می توان مفهومی قدیمی دانست که چند سالی است دیدگاهی آکادمیک و منسجم گرفته. مفهوم اولیه بازی سازی را می توان اینطور بیان کرد: استفاده کردن از انگیزاننده های طبیعی برای به حرکت درآوردن مخاطب. تحقیق حاضر بررسی رابطه گیمفیکشن (بازی وارسازی) در بانکداری الکترونیکی و رفتار مشتریان الکترونیکی بانک های خصوصی را مورد سنجش قرار می دهد. این تحقیق از منظر ماهیت توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه مورد مطالعه مشتریان بانک پاسارگاد شعب شیراز در بازه زمانی 6 ماهه از بهمن ماه سال 1397 بوده است. برای انتخاب نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه می باشد که میان مشتریان بانک توزیع گردیده است. نتایج توسط نرم افزار SPSS با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاکی از آن است که گیمفیکشن (بازی وارسازی) در بانکداری الکترونیکی و رفتار مشتریان الکترونیکی تاثیر مستقیم و مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی، طراحی وب تارنما، گیمفیکشن، مشتریان الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916217>

