

تبیین تمایل به استفاده مشتریان از خدمات بانک ملی استان گیلان با تاکید بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی

محمود روح بخش*، دکتر مهدی فدایی،

1396-3-21

ورود فناوری اطلاعات به صنایع مختلف باعث ایجاد تغییرات بسیار زیادی در فرآیندهای مختلف آنها شده است. یکی از مهمترین صنایعی که با ورود فناوری اطلاعات دستخوش تغییرات فراوان شده است، صنعت بانکداری است. در این راستا هدف اصلی تحقیق تبیین تمایل به استفاده مشتریان از خدمات بانک ملی استان گیلان با تاکید بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی است. این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از حیث جمع آوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری تحقیق مشتریان بانک ملی در استان گیلان هستند. با توجه به اینکه جامعه ی مورد مطالعه نامحدود است، به همین دلیل از فرمول کوکران جامعه نامحدود برای انتخاب نمونه استفاده شده است. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع نمونه گیری خوشه ای و غیراحتمالی در دسترس است. روش گردآوری داده ها در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. در این تحقیق برای اندازه گیری روایی از روایی محتوا و همچنین برای اندازه گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر آن برای تمامی متغیرهای مدل بالاتر از 7/0 بدست آمده است. تمامی تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزارهای اس پی اس اس و پی ال اس انجام شده است. برای بررسی فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه ی فرضیه های تحقیق حاکی از تایید تمامی فرضیه های تحقیق بود.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: تمایل به استفاده، تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی، بانک ملی، استان گیلان.