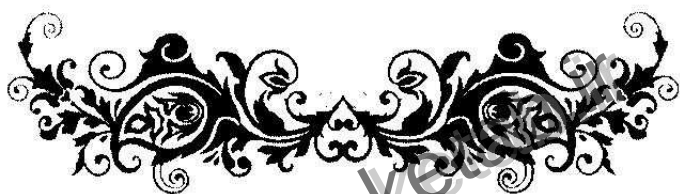




"همراه بانک" همه فن حریف آرام



نسرین لزومی

سرشناسه	: لزومی، نسرين، ۱۳۶۴-
عنوان و نام پدیدآور	: "همراه بانک" همه فن حریف آرام/ نسرين لزومي.
مشخصات نشر	: تهران: سخنکده، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهري	: ۹۹ ص.: جدول، نمودار (رنگی)؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ سم.
شابک	: 978-600-7742-92-1: ۴۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۹۸] - ۹۹.
موضوع	: بازرگانی یا تلفن همراه
موضوع	: Mobile commerce
موضوع	: بانک و بانکداری سیار
موضوع	: Banks and banking, Mobile
موضوع	: بانک و بانکداری -- نوآوری
موضوع	: Banks and banking -- Technological innovations
رده بندی کنگره	: HF۵۵۴۸/۳۴
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۷۱۶۲۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا



"همراه بانک" همه فن حریف آرام

مولف: نسرين لزومي

ناشر: سخنکده

ناظر فنی چاپ: علی اکبر کرمی

شابک: ۱-۹۲-۷۷۴۲-۶۰۰-۹۷۸

ویراستار: اسماعیل صمیمی پور

طراح جلد: فاطمه بابایی

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

تیراژ: ۲۰۰ جلد

تهران: میدان انقلاب - بازار بزرگ کتاب - طبقه همکف - واحد ۱

۰۲۱-۶۶۹۶۲۰۵۱

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار.....
۹	فصل اول کلیات پژوهش.....
۱۰	۱-۱ مقدمه.....
۱۰	۱-۲ بیان موضوع.....
۱۳	۱-۳ ضرورت و اهمیت موضوع.....
۱۴	۱-۴ اهداف پژوهش.....
۱۴	۱-۵ سوال اصلی پژوهش.....
۱۴	۱-۶ چهارچوب نظری پژوهش.....
۱۸	۱-۷ فرضیه‌های تحقیق.....
۱۸	۱-۸ تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها.....
۱۹	۱-۹-۱ متغیر وابسته.....
۱۹	۱-۹-۲ متغیر مستقل.....
۲۳	فصل دوم مروری بر ادبیات موضوع تحقیق.....
۲۴	بخش اول: بانکداری موبایلی.....
۲۴	۲-۱-۱ مقدمه.....
۲۴	۲-۱-۲ تعریف تجارت موبایل.....
۲۹	۲-۱-۳ تحولات فناوری در شبکه‌های موبایل.....
۳۱	۲-۱-۴ سیستم‌های پرداخت موبایل.....
۳۲	۲-۱-۵ موبایل.....
۳۳	۲-۱-۶ بانکداری موبایلی و تعریف آن.....
۳۴	۲-۱-۷ مسیر حرکت بانکداری موبایلی.....

- ۳۱-۹-۲) جایگاه بانکداری موبایلی در بانکداری الکترونیکی.....
- ۳۳-۱۰-۲) انواع خدمات بانکداری موبایلی.....
- ۴۰-۱۱-۲) اجراء و پیاده سازی بانکداری موبایلی.....
- ۴۱-۱۱-۲-۱) یک یا چند برنامه (نرم افزار) کاربردی.....
- ۴۳-۱۱-۲-۲) سخت افزار.....
- ۴۴-۱۱-۲-۳) شرکت ارائه دهنده ی خدمات بی سیم.....
- ۴۶-۱۱-۲-۴) یکپارچه شدن با رابطه های سیستم بانکداری.....
- ۴۷-۱۲-۲) روش های ارائه خدمات بانکداری موبایلی.....
- ۴۸-۱۲-۱) بانکداری SMS.....
- ۴۹-۱۲-۲) بانکداری WAP.....
- ۵۱-۱۳-۲) بانکداری موبایلی با PDA.....
- ۵۲-۱۲-۴) بانکداری موبایلی با کیت اجراء - SIM.....
- ۵۳-۱۲-۵) بانکداری موبایلی با جاوا.....
- ۴۵-۱۳-۲) ایجاد مزیت رقابتی در بانکداری موبایلی.....
- ۵۰-۱۳-۱) مشتری.....
- ۵۳-۱۴-۲) مزایای بانکداری موبایلی.....
- ۵۵-۱۵-۲) معایب بانکداری موبایلی.....
- ۵۶-۱۶-۲) وضعیت بانکداری موبایلی در ایران.....
- ۵۳-۱۷-۲) قصد رفتاری در بانکداری موبایلی.....
- ۵۴-۱۸-۲) سودمندی ادراک شده.....
- ۵۵-۱۹-۲) سهولت استفاده ادراک شده.....
- ۵۷-۲۰-۲) اعتماد.....
- ۴۶-۲۱-۲) عوامل تعیین کننده اعتماد.....

پیشگفتار

در این تحقیقات انجام شده بیانگر این مطلب هستند که ویژگی‌های منحصر به فرد بانکداری موبایلی نظیر سودمندی، سهولت و راحتی و سرعت بالا مسبب شده تا مشتریان تمایل خود را برای استفاده از موبایل جهت انجام امور بانکی نشان دهند. برای ارتقای خدمات موجود بانکداری موبایلی در ایران به نظر می‌رسد موانعی وجود دارد که موجب شده تا کنون بانکداری موبایلی در ایران به جایگاه واقعی خود نرسد. برخی از مشکلات به استفاده کنندگان از این خدمات بر می‌گردد، در صورتی که کاربران به درستی ندانند چگونه بایستی از این خدمات بهرمند شوند بایستی انتظار پاداشی خوب از این نظام را داشت. مشتریان از این که استفاده از خدمات بانکداری موبایلی چه مزایایی برای آن‌ها دارد و چگونه می‌توانند از آن استفاده کنند آگاهی ندارند. بنابراین در این تحقیق به بررسی عوامل مرتبط با قصد رفتاری مشتریان شعب بانک صادرات استان گیلان می‌پردازیم. مدل این تحقیق مطابق با مدل گو و همکارانش در سال ۲۰۰۹ طراحی گردیده است که بر اساس مدل پذیرش تکنولوژی دیویس می‌باشد. برای تکمیل مدل ذکر شده از تحقیقات لی و چن استفاده کردیم. البته به دلیل اهمیت اطلاعات در کشور ما متغیر کیفیت اطلاعات به مدل اضافه شده که علاوه بر سودمندی، سهولت و اعتماد به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند. متغیر وابسته در این تحقیق قصد رفتاری استفاده از بانکداری موبایلی می‌باشد. قصد رفتاری به میزان استفاده از نظام بانکداری موبایلی توسط افراد اشاره دارد. مولفه اندازه‌گیری این متغیر میزان تمایل به استفاده از بانکداری موبایلی در آینده می‌باشد. با توجه به مطالب ذکر شده جامعه آماری در تحقیق حاضر مشتریان بانک صادرات استان گیلان می‌باشند. که از خدمات بانکداری موبایلی این بانک استفاده می‌کنند. روش تحقیق از نوع توصیفی تحلیلی، روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. جنبه کاربردی این تحقیق، امکان استفاده از نتایج آن برای بانک‌های

خصوصی و دولتی ایران است. نتایج تجزیه و تحلیل بر اساس معادلات ساختاری نشان داد که سودمندی به طور مستقیم روی قصد رفتاری تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین کیفیت اطلاعات بر قصد رفتاری و اعتماد به بانکداری موبایلی اثر می‌گذارد. از جمله پیشنهادات این تحقیق ارائه خدمات بهتر، ویژه استفاده کنندگان از خدمات بانکداری موبایلی و استفاده از رسانه‌های گروهی و تبلیغی جهت شناسایی قابلیت‌های بانکداری موبایلی می‌باشند.