

بررسی تاثیر بازی‌وارسازی و ادراک اجتماعی بر پذیرش بانکداری تلفن همراه با استفاده از مدل پذیرش فناوری

محمد رضا کریمی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
mrkarimi38@gmail.com

محمد محمودی میمند

دانشیار گروه مدیریت بازرگانی و MBA، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی 19395-3697، تهران، ایران
drmahmoudim@yahoo.com

محمد تقی امینی

دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی 19395-3697، تهران، ایران
m_amini@pnu.ac.ir

چکیده

توسعه برنامه‌های کاربردی کسب و کار با ویژگی‌های بازی گونه منجر به ظهور روند جدیدی به نام بازی‌وارسازی شده است و بانکداری الکترونیک را جهت ارائه عناصر جدید بازی‌وار شده نسبت به برنامه‌های سنتی آن به چالش کشیده است. از سوی دیگر، بانکداری تلفن همراه نقطه عطفی برای موسسات مالی جهت دستیابی به موفقیت در ارائه خدمات بانکی راه دور است. با این حال، فقدان شواهد تجربی مربوط به قصد استفاده از برنامه‌های بازی‌وار شده و اثرات احتمالی آنها بر بانکداری تلفن همراه احساس می‌شود. هدف این مقاله شناسایی تاثیر بازی‌وارسازی، ادراک اجتماعی و سه متغیر شناخته شده دیگر (سهولت استفاده، سودمندی، نگرش) بر قصد استفاده از بانکداری تلفن همراه می‌باشد. بر این اساس مدلی با تعمیم مدل پذیرش فناوری با متغیرهای بازی‌وارسازی و ادراک اجتماعی پیشنهاد و بررسی شد. یک نمونه 386 نفری از مشتریان بانک انتخاب و با استفاده از پرسشنامه، داده‌ها جمع آوری گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار ایموس انجام شد. یافته‌ها نشان داد که یک رابطه مستقیم و قوی بین بازی‌وارسازی، ادراک اجتماعی و قصد استفاده از خدمات بانکداری تلفن همراه وجود دارد، این نشان می‌دهد استفاده از بازی‌وارسازی می‌تواند به فعالیت‌های بانکی هیجان انگیزتر، جالب تر و سرگرم کننده تر و در نهایت به قصد استفاده مشتری از برنامه همراه بانک منجر شود.

واژگان کلیدی: بازی‌وارسازی، گیمیفیکیشن، ادراک اجتماعی، بانکداری تلفن همراه، مدل پذیرش فناوری