



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر ارتباط کلامی بر اتخاذ بانکداری موبایلی در ایران

عنوان انگلیسی مقاله :

Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

8. Limitations and recommendations for further studies

One of the major limitations of the paper is that it studies only the Internet users and non-users are not considered. In other words, the scope of this study covers the Internet user but not all individuals. Furthermore, the model is cross-sectional, which measures consumers perceptions and intentions at a single point of time. Further studies are recommended to use longitudinal survey because individuals perceptions and preferences are likely to change as they achieve more experience over time.

Another limitations of this study is that demographic factors are not considered. For further studies we recommend studying adoption of mobile banking, according to demographic factors such as age, gender, income and education.

The results showed that word and mouth has high positive impact on other factors; Therefore, for future works it is recommended to study word of mouth affect on factors such as Awareness, Credibility, Compatibility with lifestyle and needs.

Due to the high impact of word of mouth on the adoption of mobile banking, we recommend studying of factors that affecting positive word of mouth by consumers of mobile banking services.

8- محدودیت های و توصیه های برای مطالعات بیشتر

یکی از محدودیت های عمده این مقاله آن است که به مطالعه کاربران اینترنت و غیر کاربران پرداخته است که در نظر گرفته نشده اند. به عبارت دیگر، حیطه این مقاله به بررسی کاربر اینترنت و نه همه افراد، می پردازد. به علاوه مدل مقطعی بوده که به سنجش نگرش ها و اهداف مصرف کنندگان در یک نقطه از زمان می پردازد. مطالعات بیشتر برای استفاده از نظرسنجی طولی و اولویت ها توصیه می شوند تا به تجارب و تحولات بیشتر در گذر زمان دست یابند.

محدودیت های دیگر این مقاله آن است که عوامل جمعیت شناختی در نظر گرفته نشده اند. برای مطالعات بیشتر اتخاذ مطالعه بانکداری موبایلی را توصیه می کنیم که بر طبق عوامل مردم نگاری از جمله سن، جنسیت، درآمد و آموزش می باشد. نتایج نشان داد که ارتباط و کلام تأثیر مثبتی بر عوامل دیگر دارند لذا برای آثار آتی توصیه می شود که تأثیر ارتباط کلامی بر عواملی از جمله آگاهی، اعتبار، تطبیق یابی، سبک زندگی و نیاز بررسی گردد. به خاطر تأثیر زیاد ارتباط کلامی بر اتخاذ بانکداری موبایلی، مطالعه عواملی را توصیه می کنیم که بر ارتباط کلامی مشتریان خدمات بانکداری موبایلی تأثیر می نهند.



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.