

بررسی تاثیر تکنولوژی پایانه فروش و نقش
آن در مدیریت ارتباط با مشتری

مؤلف:

کاظم قربانی

www.ketab.ir

سرشناسه: قربانی، کاظم، ۱۳۶۱

عنوان و نام پدیدآور: بررسی تأثیر تکنولوژی پایانه فروش و نقش

آن در مدیریت ارتباط با مشتری، نویسنده کاظم قربانی

مشخصات نشر: کاشمر، انتشارات کشر ۱۳۹۴

مشخصات ظاهری: ک، ۱۰۱ ص

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۴۸-۳۱-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: خودپردازهای بانکی

موضوع: مشتری شناسی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ب۴ق/۵/۱۷۱۰ HG

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۳۹۲۴۱۴۰

نام کتاب: بررسی تأثیر تکنولوژی پایانه فروش و

نقش آن در مدیریت ارتباط با مشتری

نویسنده: کاظم قربانی

ناشر: نشر کشر

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۴

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۴۸-۳۱-۸

چاپ و صحافی: پیشگام

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

آدرس: خراسان رضوی - کاشمر

۰۵۱۵۵۲۴۶۲۱۰ - ۰۹۱۵۷۱۰۶۰۲۰



فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات پژوهش

.....	مقدمه	۴
.....	بیان مسئله	۵
.....	اهمیت و ضرورت تحقیق	۶
.....	اهداف تحقیق	۸
.....	سوالهای تحقیق	۹
.....	فرضیه ها	۹
.....	تعاریف عملیاتی و نظری	۱۰
.....	خلاصه فصل	۱۰

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

.....	مقدمه	۱۴
.....	مفهوم و تعاریف دستگاه پوز	۱۴
.....	تاریخچه سیستم های پوز	۱۵
.....	۲ مزایای دستگاه پوز	۱۷
.....	مراحل استفاده از کارتخوان	۲۰
.....	انواع کارتخوان	۲۱
.....	بررسی مبانی نظری مدیریت ارتباط با مشتری	۲۳
.....	پیشینه و سیر تکاملی مدیریت ارتباط با مشتری	۲۴
.....	دوره پیش از کسب و کار الکترونیک	۲۵
.....	مرحله رشد کسب و کار الکترونیک	۲۶
.....	تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری	۲۶
.....	تعریف مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری	۲۷

۲۷	مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتری
۲۸	جایگاه مدیریت ارتباط با مشتری در نظام بانکی
۲۹	اهداف CRM
۲۹	اهداف CRM از دیدگاه بارنت
۲۹	اهداف CRM از نظر نول
۳۰	اهداف CRM از نظر سويفت
۳۰	اهداف CRM از دیدگاه گالبریت و راجرز
۳۰	اهداف CRM از نقطه نظر کالاکوتا و راینسون
۳۱	مزایای به کارگیری مدیریت ارتباط با مشتری در بانک
۳۲	چالش های اجرایی CRM
۳۳	هزینه راه اندازی ولیه
۳۳	ابزارهای کاربردی یکپارچه
۳۳	همکاری بخش های مختلف
۳۴	اندازه گیری رضایتمندی کاربران
۳۵	بررسی پژوهش های انجام شده پیرامون موضوع
۳۵	پژوهش های انجام شده در خارج کشور
۳۶	پژوهش های انجام شده در داخل کشور
۳۹	جمع بندی پایه های تجربی
۴۰	مدل تحلیلی پژوهش
۴۱	مدل بریتون (۲۰۰۴)
۴۲	خلاصه فصل دوم

فصل سوم: روش پژوهش

۴۶	مقدمه
۴۶	روش تحقیق

۴۶.....	جامعه آماری ، روش نمونه گیری و نمونه آماری
۴۷.....	واحد تحلیل
۴۸.....	ابزار گردآوری داده ها
۵۱.....	تعیین قابلیت اعتبار یا روایی ابزار پژوهش و قابلیت اعتماد یا پایایی پژوهش
۵۲.....	روایی
۵۴.....	پایایی
۵۵.....	روش های تحلیلی آماری
۵۶.....	آزمون t تک نمونه ای
۵۷.....	خلاصه فصل

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل دادهها

۶۰.....	مقدمه
۶۰.....	نتایج توصیفی یک متغیره
۶۱.....	توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس جنسیت
۶۱.....	توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس سن
۶۲.....	توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس وضعیت تاهل
۶۲.....	توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس مدرک تحصیلی
۶۳.....	توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس وضعیت اشتغال
۶۴.....	وضعیت گویه های متغیر اجرای مدیریت ارتباط با مشتری
۶۵.....	وضعیت گویه های متغیر پرسشنامه عملکرد کارکنان:
۶۵.....	وضعیت گویه های متغیر ایجاد تحول در مدیریت ارتباط با مشتری
۶۶.....	وضعیت گویه های متغیر پرسشنامه عملکرد مشتریان:
۶۸.....	آمار استنباطی
۶۸.....	بررسی نرمال بودن داده ها
۶۹.....	بررسی همبستگی بین متغیرهای تحقیق

۶۹.....	بررسی فرضیه های تحقیق
۷۶.....	خلاصه فصل
فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات	
۸۰.....	مقدمه
۸۰.....	نتایج تجربی
۸۰.....	نتایج تجربی توصیفی
۸۱.....	نتایج تجربی استنباطی
۸۲.....	نتیجه گیری در مورد فرضیه های تحقیق و مقایسه با نتایج تحقیقات پیشین
۸۴.....	پیشنهادهای کاربردی مبتنی بر یافته های پژوهش
۸۵.....	پیشنهاد های پژوهش برای محققان آتی
۸۶.....	محدودیت های پژوهش
۸۷.....	فهرست منابع
۸۷.....	الف) منابع فارسی
۸۸.....	ب) منابع انگلیسی

فهرست جدول

صفحه	عنوان
۵۱.....	جدول (۱-۳) شاخص های پرسشنامه ی پژوهش حاضر
۵۳.....	جدول ۱-۳- نتایج مربوط به تحلیل عاملی تأییدی گویه های پرسشنامه
۵۵.....	جدول ۲-۳- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق
۶۱.....	جدول ۱-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس جنسیت
۶۱.....	جدول ۲-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس سن
۶۲.....	جدول ۳-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس وضعیت تاهل
۶۲.....	جدول ۴-۴: توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس مدرک تحصیلی

جدول ۴-۵: توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر اساس وضعیت اشتغال	۶۳
جدول ۴-۶: مقایسه میانگین های پاسخ به سوالات پرسشنامه اجرای مدیریت ارتباط با مشتری	۶۴
جدول ۴-۷: مقایسه میانگین های پاسخ به سوالات پرسشنامه عملکرد کارکنان	۶۵
جدول ۴-۸: مقایسه میانگین های پاسخ به سوالات پرسشنامه ایجاد تحول در مدیریت ارتباط با مشتری	۶۶
جدول ۴-۱۰: نتایج آزمون نرمال بودن دادهها بر اساس آزمون کولموگروف اسمیرنوف	۶۸
جدول ۴-۱۱: همبستگی بین متغیرهای بخش کارکنان	۶۹
جدول ۴-۱۲: بررسی فرضیه اول	۷۱
جدول ۴-۱۳: بررسی فرضیه دوم	۷۲
جدول ۴-۱۴: بررسی فرضیه سوم	۷۴
جدول ۴-۱۵: بررسی فرضیه چهارم	۷۶

فهرست مدل ها و نمودار

عنوان	صفحه
شکل (۱-۲) مدل آمادگی بانک برای اجرای تکنیک CRM (اوکرومودامبی و همکاران، ۲۰۰۲)	۴۱
شکل (۲-۲) مدل بریتون (۲۰۰۴)	۴۱
شکل ۲-۳ خدمات تکنولوژی پوز	۴۲