

تأثیر خدمات الکترونیک بانکی

بر رضایت مندی مشتریان

سارا اکبری

مریم اکبری

سرشناسه: اکبری ، سارا ، ۱۳۵۴ .

عنوان و نام پدید آور: تاثیر خدمات الکترونیک بانکی بر رضایتمندی مشتریان / سارا اکبری، مریم اکبری

مشخصات نشر: تهران ، اندیشه نوآوران، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص ۱۴/۵×۲۱/۵ س م

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۶۱-۳۸-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: بانکداری اینترنتی - ایران- نمونه پژوهی

موضوع: Internet banking -Iran- Case studies

موضوع: بانک و بانکداری -- خدمات مشتری

موضوع: Banks and banking-- Customer services

موضوع: مصرف کنندگان -- رضایت

موضوع: Consumer satisfaction

شناسه افزوده: اکبری ، مریم ، 1358

رده بندی کنگره: ۳۹۵ ت الف ۱۷/۰۸ HG

رده بندی دیویی: ۳۲/۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۰۰۳۵۲



اندیشه نوآوران

نام کتاب: تاثیر خدمات الکترونیک بانکی بر رضایتمندی مشتریان

مؤلف: سارا اکبری ، مریم اکبری

ویراستار: حسین شاه حسینی

ناشر: اندیشه نوآوران

مدیر مسئول: معصومه کوثری

مدیر تولید: حسین شاه حسینی

مدیر اجرایی: سارا احمدی

نوبت چاپ اول: زمستان ۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰

طراح جلد و صفحه آرا: الهه کشاورز

لیتوگرافی و صحافی: چاپ نور

قیمت: ۱۲۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۶۱-۳۸-۱

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است و هر گونه نسخه برداری پیگرد قانونی دارد.

تلفن مرکز پخش: ۰۹۲۱۳۶۳۰۰۹۶ - ۰۲۱-۲۲۵۱۱۵۸۰

فهرست

۱۴	فصل اول
۱۵	مقدمه
۱۷	تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها
۲۱	فصل دوم
۲۲	مقدمه
۲۳	کیفیت خدمات
۲۴	تعریف خدمت
۲۶	طبقه‌بندی خدمات
۲۷	مفهوم کیفیت
۲۸	کیفیت خدمات
۳۱	کیفیت خدمات داخلی
۳۴	پیامدهای کیفیت خدمات
۳۷	مشخصات الگوی مدیریت تکاملی کیفیت خدمات
۳۷	فرآیند و گامهای مدیریت تکاملی کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی
۳۸	توصیف ساختار مفهومی چرخه مدیریت تکاملی کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی
۳۸	شناسایی مشکلات و بهبود کیفیت تکاملی خدمات بانکداری الکترونیکی
۳۹	ابعادی از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی
۴۰	معیارها و شاخص های کیفیت سنجی خدمات
۴۱	ابعاد کیفیت شرح ابعاد کیفیت
۴۱	پیشنهاد دهنده
۴۲	سنجش کیفیت خدمات الکترونیکی

۴۲	مدل های رایج سنجش کیفیت خدمات الکترونیکی
۴۳	مدل اثر نامتقارن عملکرد
۴۴	ابعاد رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی
۴۵	فرایند ارائه خدمت به مشتری
۴۷	رضایت مشتری
۵۰	انتظارات مشتریان
۵۱	عوامل موثر بر رضایت مشتری:
۵۵	مدل ها و شاخص های رضایت مشتری:
۵۵	شاخص رضایت مشتری (SCSP)
۵۷	شاخص رضایت مشتری آمریکا
۵۹	شاخص رضایت مشتری اروپایی
۶۳	چارچوب نظری:
۶۵	مطالعات انجام شده در سایر کشورها
۶۵	مطالعات انجام شده در ایران
۶۶	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:
۶۷	تحلیل عاملی تأییدی
۶۸	مدل یابی معادلات ساختاری
۶۹	آزمون های برازندگی مدل کلی
۶۹	۱- شاخص GFI
۶۹	۲- شاخص AGFI
۷۰	۳- شاخص RMSEA
۷۰	۴- مجذور کای ()

۷۰	۵- شاخص CFI و NFI
۷۲	روایی و پایایی پرسشنامه
	فصل سوم
۷۶	توصیف داده‌ها
۷۶	توصیف شاخص‌های دموگرافیک (بررسی ویژگی‌های عمومی)
۷۷	بررسی توزیع فراوانی افراد مورد بررسی بر اساس تحصیلات
۸۰	بررسی توزیع فراوانی افراد مورد بررسی بر اساس وضعیت تاهل
۸۱	توصیف کمی متغیرهای پژوهش
۸۵	توصیف کمی متغیر رضایت مشتری و مولفه‌های آن
۱۲۱	منابع و مآخذ