

انتخاب بانک‌های خصوصی و دولتی

بررسی عوامل مؤثر بر ترجیح مشتریان در انتخاب بانک‌های خصوصی و دولتی
(مورد مطالعه بانک‌های ملی و سینا شهرستان خلخال در سال ۱۳۹۴)

نویسنده:

فاطمه شفای مروآباد

انتشارات پژوهشگر برتر

تهران ۱۳۹۷

سرشناسه : شفائی هروآباد، ناطق، ۱۳۶۶ -
 عنوان و نام پدیدآور : انتخاب بانکهای خصوصی و دولتی: بررسی عوامل مؤثر بر ترجیح مشتریان در
 انتخاب بانکهای خصوصی و دولتی (مورد مطالعه بانکهای ملی و سینا
 شهرستان خلخال در سال ۱۳۹۴)/ نویسنده ناطق شفائی هروآباد.
 مشخصات نشر : تهران: پژوهشگر برتر، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۱۳۲ ص.: جدول، نمودار.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۴۴-۶۳-۱ : ۲۰۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیا
 یادداشت : کتابنامه.
 عنوان دیگر : بررسی عوامل مؤثر بر ترجیح مشتریان در انتخاب بانکهای خصوصی و دولتی
 (مورد مطالعه بانکهای ملی و سینا شهرستان خلخال در سال ۱۳۹۴)
 موضوع : بانک و بانکداری -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
 موضوع : Banks and Banking -- Customer services -- Iran -- Case studies
 موضوع : بانکهای خصوصی -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
 موضوع : Private banks -- Customer services -- Iran -- Case studies
 موضوع : مشتریان بانک -- ایران -- نمونه پژوهی
 موضوع : Bank customers -- Iran -- Case studies
 رده بندی شکره : ۱۳۹۷ ش ۹ الف / HG۱۶۲۲
 رده بندی دیویی : ۶۳۲۳۰۹۵۵/۳۲۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۱۸۹۱۳۳

نشانی مرکز نشر: تهران، بزرگراه شهید محلاتی - کدپستی: ۱۷۶۷۹۷۸۱۱۷

دفتر مرکزی نشر: ۵۲۹ ۳۱۸ - ۳۳۱۷۴۸۷ پیام گیر و دورنگار: ۳۳۱۶۹۴۰۶

Site: www.bookpb.ir Email: info@bookpb.ir

نام کتاب: انتخاب بانکهای خصوصی و دولتی

نویسندگان: ناطق شفائی هروآباد

صفحه آرای: عفت اقرلو

طراح جلد: محمدحسین عین الهی

نوبت و سال چاپ: اول (۱۳۹۷)

شمارگان: ۵۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۴۴-۶۳-۱

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب برای مؤلف و ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

پیشگفتار

۱۱

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

۱۳

۲-۱- بیان مسئله

۱۴

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

۱۸

۴-۱- اهداف تحقیق

۲۱

۱-۴-۱- هدف کلی تحقیق

۲۱

۲-۴-۱- اهداف جزئی تحقیق

۲۱

۵-۱- سؤالات تحقیق

۲۱

۶-۱- فرضیه‌های تحقیق

۲۲

۷-۱- مدل تحقیق

۲۳

۸-۱- روش تحقیق

۲۴

۹-۱- جامعه آماری

۲۵

۱۰-۱- حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

۲۵

۱۱-۱- قلمرو زمانی و قلمرو مکانی ۲۵

فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۲- تعریف مفاهیم، واژه‌ها و اصطلاحات ۲۹

۱-۱-۲- مشتری ۲۹

۱-۲-۱- روش‌های نوین مشتری مداری و بازاریابی علمی در بانکداری ایران ۳۲

۲-۱-۲- رضایت مشتریان ۳۴

۲-۲-۱-۲- اهمیت رضایت مشتری ۳۶

۳-۲-۱-۲- عوامل داخلی مؤثر بر رضایت مشتریان بانک ۳۷

۳-۱-۲- اعتماد ۴۳

۴-۱-۲- امکانات (خدمات) ۴۶

۱-۴-۱-۲- عوامل فناوری ۴۷

۲-۴-۱-۲- تسهیلات مالی ۴۷

۳-۴-۱-۲- عوامل فیزیکی ۴۸

۴-۴-۱-۲- عوامل رفتاری و نگرشی ۴۸

۲-۲- پیشینه تحقیق ۴۸

۴۸	۱-۲-۲- پیشینه خارجی تحقیق
۵۲	۲-۲-۲- پیشینه داخلی تحقیق
۵۵	۳-۲- مبانی نظری تحقیق
۶۴	۴-۲- مدل‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری
۶۴	۱-۴-۲- مدل کانال
۶۶	۲-۴-۲- مدل نورنا
۶۸	۳-۴-۲- مدل سروکوال
فصل سوم: روش پژوهش	
۷۳	۱-۳- مقدمه
۷۳	۲-۳- روش تحقیق
۷۶	۳-۳- متغیرهای پژوهش
۷۷	۴-۳- تعاریف نظری و عملیاتی
۷۷	۱-۴-۳- رضایت مشتری
۷۷	۲-۴-۳- اعتماد
۷۸	۳-۴-۳- خدمات (امکانات)

۷۹	۳-۴-۴- تعریف عملیاتی خدمات بانک
۸۰	۳-۴-۵- سن پاسخگویان
۸۰	۳-۵- طرح
۸۰	۳-۶- جامعه آماری
۸۰	۳-۷- حجم نمونه
۸۱	۳-۸- روش نمونه‌گیری
۸۲	۳-۹- تکنیک گردآوری داده‌ها
۸۲	۳-۱۰- اعتبار (روایی)
۸۳	۳-۱۱- قابلیت اعتماد (پایایی)
۸۴	۳-۱۲- آماره‌های لازم جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل	
۸۹	۴-۱- مقدمه
۸۹	۴-۲- یافته‌های توصیفی
۸۹	۴-۲-۱- جنسیت
۹۰	۴-۲-۲- سن و تحصیلات

- ۹۲ ۳-۲-۴- توزیع نمونه برحسب میزان عملکرد (خدمات) بانک‌ها
- ۹۴ ۴-۲-۴- توزیع نمونه برحسب میزان اعتماد مشتریان به بانک‌ها
- ۹۶ ۵-۲-۴- توزیع نمونه برحسب میزان رضایت مشتریان
- ۹۷ ۳-۴- یافته‌های استنباطی
- ۹۷ ۱-۳-۴- فرضیه اول
- ۹۹ ۲-۳-۴- فرضیه دوم
- ۱۰۱ ۳-۳-۴- فرضیه سوم
- ۱۰۲ ۴-۳-۴- بررسی رابطه بین متغیر وابسته متغیرهای مستقل با کمک رگرسیون
- ۱۰۴ ۴-۴- تحلیل مسیر
- فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری
- ۱۰۷ ۱-۵- مقدمه
- ۱۰۸ ۲-۵- نتیجه‌گیری
- ۱۱۱ ۳-۵- پیشنهادهای پژوهش
- ۱۱۱ ۱-۳-۵- پیشنهادهای کاربردی تحقیق
- ۱۱۳ ۲-۳-۵- پیشنهادهایی برای محققان بعدی

۴-۵- محدودیت‌های تحقیق ۱۱۳

منابع و مآخذ

۱۱۶ منابع فارسی

۱۲۱ منابع لاتینی

www.ketab.ir

هدف کلی این کتاب بررسی عوامل مؤثر بر ترجیح مشتریان در انتخاب بانک‌های خصوصی و دولتی که پژوهش به صورت کاربردی و پیمایشی از نوع همبستگی که جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان سپرده‌گذار دو بانک ملی شعبه مرکزی و بانک سینا در بازه زمانی یک‌ساله است که تعدادشان ۱۸۰۰ نفر می‌باشد؛ که برای برآورد حجم نمونه از فرمول کرکان استفاده شده که در بین ۴۶۴ نفر پرسشنامه توزیع گردید و پس از بررسی روی پایایی پرسشنامه که مقدار آلفا ۰/۷۰ درصد و با استفاده از آزمون آماری، t-test درجه‌ای از طریق نرم‌افزار SPSS ۱۵ به بررسی سه فرضیه تحقیق پرداخته شده و نتایج تحقیق حاکی از آن است که: بین میزان عملکرد (خدمات) بانک‌ها، میزان اعتماد به بانک‌ها، میزان رضایت مشتریان در انتخاب بانک‌های خصوصی (سینا) و دولتی (ملی) توسط مشتریان تفاوت وجود دارد؛ که عملکرد (خدمات) بانک خصوصی (سینا) بیشتر و بهتر از بانک دولتی (ملی) است و با بررسی رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل با کمک رگرسیون که مقدار ضریب همبستگی مدل رگرسیونی برابر ۰/۸۰۱ است و مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۶۴۲ که از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود و ۰/۳۵۸ درصد از عوامل دیگری بستگی دارد و بیشترین تأثیرپذیری متغیر وابسته (انتخاب بانک توسط مشتریان) از اعتماد مشتریان به بانک‌ها است.