

تأثیر موبایل بانک و رضایت مشتری
بر عملکرد مالی بانک کشاورزی

www.ketab.ir

مؤلف: ابوذرسنگی

سرشناسه: سلگی، ابودر، ۱۳۵۸-

عنوان و نام پدیدآور:

تاثیر موبایل بانک و رضایت مشتری بر عملکرد مالی بانک کشاورزی

مولف ابودر سلگی؛ ویراستار لیلا لطفی پور سیاهکلرودی.

مشخصات نشر: تهران: دادآفرید، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۶۳ ص.

شابک: ۱-۳-۹۸۰۷۶-۶۲۲-۹۷۸-۴۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۳۹-۱۴۹.

موضوع: بانک کشاورزی ایران

موضوع: بانکداری اینترنتی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Internet banking -- Iran -- Case studies

موضوع: مشتریان بانک -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Bank customers -- Iran -- Case studies

موضوع: بانک و بانکداری -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی

موضوع: Banks and Banking -- Customer services -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: H۱۷۰۸/۷

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۶۶۴۰۶

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

تاریخ درخواست: ۱۴۰۰/۰۶/۰۳

تاریخ پاسخگویی:

کد پیگیری: ۸۴۶۵۴۱۳

عنوان کتاب:

تاثیر موبایل بانک و رضایت مشتری بر عملکرد مالی بانک کشاورزی

مولف: ابودر سلگی

ناشر: انتشارات دادآفرید

ناظر فنی چاپ: اسماعیل جانجانی

ویراستار: لیلا لطفی پور سیاهکلرودی

صفحه آرای: زهرا مردانی

طراحی جلد: مهسا سرابی

نوبت چاپ: چاپ اول. تابستان ۱۴۰۰

سال چاپ: ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۱-۳-۹۸۰۷۶-۶۲۲-۹۷۸

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

۱۱.....	تقدیم به همسر و فرزندانم
۱۳.....	فصل اول: کلیات
۱۵.....	مقدمه
۲۲.....	تعاریف وارثان
۲۲.....	مذایب بانک
۲۲.....	قابل حمل بودن
۲۲.....	در دسترس بودن
۲۲.....	سازگاری
۲۲.....	آسودگی
۲۳.....	عملکرد مالی
۲۳.....	نسبت سوخت مطالبات
۲۳.....	نسبت کفایت سرمایه
۲۳.....	سهم جذب منابع
۲۳.....	سودآوری
۲۴.....	رضایت مشتری
۲۴.....	اعتماد
۲۴.....	نوآوری در خدمات
۲۴.....	قیمت
۲۴.....	شواهد فیزیکی
۲۴.....	آسودگی و راحتی
۲۵.....	فصل دوم: ادبیات و پیشینه
۲۷.....	مقدمه

۲۹.....	بخش اول: موبایل بانک
۳۰.....	گفتار اول
۳۰.....	ایزاتورهای تلفن همراه
۳۰.....	گفتار دوم
۳۰.....	آمار استفاده کنندگان موبایل بانک در سراسر جهان
۳۲.....	گفتار سوم
۳۲.....	بانکداری از طریق موبایل (موبایل بانک)
۳۲.....	گفتار چهارم
۳۲.....	خدمات قابل ارائه در سیستم موبایل بانک
۳۴.....	گفتار پنجم
۳۴.....	تجارت الکترونیکی و بانکداری الکترونیکی
۳۵.....	گفتار ششم
۳۵.....	اهمیت پذیرش فناوری در بانکداری الکترونیکی
۳۶.....	گفتار هفتم
۳۶.....	بانکداری الکترونیکی
۳۸.....	گفتار هشتم
۳۸.....	تجارت سیار و موبایل بانک
۳۹.....	گفتار نهم
۳۹.....	اصول و مفاهیم بنیادین بانکداری سیار
۳۹.....	گفتار دهم
۳۹.....	بسترهای حقوقی در بانکداری الکترونیک ایران
۴۱.....	گفتار یازدهم
۴۱.....	بانکداری الکترونیک
۴۵.....	گفتار دوازدهم
۴۵.....	بسترهای نرم افزاری تجارت و بانکداری الکترونیک
۴۷.....	۱- راهبرد جمعیت
۴۷.....	۲- راهبرد اطلاعات
۴۷.....	۳- راهبرد تفاوت و برتری
۴۸.....	۵- راهبرد مشارکت
۴۸.....	۶- راهبرد ارتباط با مشتری
۴۸.....	۷- راهبرد هزینه
۴۸.....	۸- راهبرد فرهنگ سازی
۴۹.....	۹- راهبرد خصوصی سازی

۵۰.....	گفتار سیزدهم.....
۵۰.....	ویژگی های سیستم پرداخت به وسیله همراه بانک.....
۵۱.....	گفتار چهاردهم.....
۵۱.....	انواع پرداخت سیار.....
۵۲.....	گفتار پانزدهم.....
۵۲.....	مزایای بانکداری سیار.....
۵۳.....	گفتار شانزدهم.....
۵۳.....	وضعیت بانکداری سیار در ایران.....
۵۳.....	مبحث اول.....
۵۳.....	بانک های دولتی.....
۵۴.....	مبحث دوم.....
۵۴.....	بانک ها و موسسات مالی - اعتباری خصوصی.....
۵۵.....	گفتار هفدهم.....
۵۵.....	مزایای تجارت سیار.....
۵۶.....	گفتار هجدهم.....
۵۶.....	مسئله بانکداری موبایل.....
۵۷.....	گفتار نوزدهم.....
۵۷.....	ابعاد موبایل بانک.....
۵۷.....	۱- سازگاری.....
۵۷.....	۲- قابلیت دسترسی.....
۵۷.....	۳- آسودگی.....
۵۸.....	۴- قابل حمل بودن.....
۵۹.....	بخش دوم: عملکرد مالی.....
۶۰.....	گفتار اول.....
۶۰.....	مفهوم عملکرد بانک.....
۶۱.....	گفتار دوم.....
۶۱.....	ارزیابی عملکرد مالی.....
۶۲.....	گفتار سوم.....
۶۲.....	عملکرد مالی به عنوان مزیت رقابتی در بانک ها.....
۶۳.....	گفتار چهارم.....
۶۳.....	آثار مطالبات معوق بر وضعیت مالی بانک ها و مؤسسات اعتباری.....
۶۴.....	گفتار پنجم.....
۶۴.....	عوامل مؤثر در جذب منابع مالی بانک ها (سهام جذب منابع).....

۶۴	۱- فناوری اطلاعات و ارتباطات
۶۵	۲- مهارت های نیروی انسانی
۶۵	۳- تنوع خدمات بانکی
۶۶	۴- کیفیت خدمات بانکی
۶۶	۵- رضایت مشتریان از کارکنان بانک
۶۶	۶- مطلوبیت محیط داخلی بانک
۶۷	۷- مطلوبیت محل استقرار مکانی بانک
۶۷	گفتار ششم
۶۷	ابعاد عملکرد مالی
۶۷	۱- نسبت سوخت مطالبات
۶۸	۲- نسبت کفایت سرمایه
۶۹	۳- سهم جذب منابع
۶۹	۴- سودآوری
۷۰	بخش سوم: رضایت مشتری
۷۰	گفتار اول
۷۰	رضایت مشتری
۷۲	گفتار دوم
۷۲	اهمیت رضایت مشتری
۷۳	گفتار سوم
۷۳	پارامترهای رضایت مشتری
۷۳	گفتار چهارم
۷۳	عوامل تعیین کننده ی رضایت مشتری
۷۴	گفتار پنجم
۷۴	سنجش رضایت مشتری
۷۴	گفتار ششم
۷۴	ابعاد رضایت مشتری
۷۴	۱- قابل اعتماد بودن
۷۵	۲- شواهد فیزیکی
۷۵	۳- نوآوری در خدمات
۷۶	۴- آسودگی و راحتی
۷۷	۵- قیمت
۷۹	گفتار اول
۷۹	پژوهش های داخلی

۷۹	بخش چهارم: پیشینه
۸۲	گفتار دوم
۸۲	بزهش های خارجی
۸۵	فصل سوم: روش اجرا
۸۷	گفتار اول
۸۷	جامعه آماری
۸۷	گفتار دوم
۸۷	تعیین حجم نمونه
۸۷	مقدمه
۸۸	گفتار سوم
۸۸	روش نمونه گیری
۸۸	گفتار چهارم
۸۸	ابزار گردآوری اطلاعات
۸۹	گفتار پنجم
۸۹	روایی و پایایی پرسشنامه
۹۸	گفتار ششم
۹۸	روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات
۹۹	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۰۱	مقدمه
۱۰۲	تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۰۲	گفتار اول
۱۰۲	آمار توصیفی
۱۰۲	مبحث اول
۱۰۲	جنسیت پاسخگوی
۱۰۳	مبحث دوم
۱۰۳	سن پاسخگوی
۱۰۵	مبحث سوم
۱۰۵	میزان تحصیلات پاسخگوی
۱۰۶	مبحث چهارم
۱۰۶	توصیف متغیرهای مورد مطالعه
۱۰۷	گفتار دوم
۱۰۷	آمار استنباطی
۱۰۸	مبحث اول