

## منابع

---

۱. آذر، عادل و مؤمنی، منصور (۱۳۸۰)، آمار و کاربرد آن در مدیریت (جلد اول). تهران: سمت، چاپ هفتم.
۲. آذر، عادل و مؤمنی، منصور (۱۳۸۷)، آمار و کاربرد آن در مدیریت (جلد دوم: تحلیل آماری). تهران: سمت، چاپ یازدهم.
۳. ایران نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۷۸)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. تهران، نشر میدان.
۴. حقیقی، محمد؛ مقیمی، محمد و کیماسی، مسعود (۱۳۸۲)، وفاداری خدمت: اثرات کیفیت خدمات و نقش میانجی رضایت‌مندی مشتری. دانش مدیریت، شماره ۶۰ و ۶۱، ص ۷۲-۵۳.
۵. خنیفر، حسین و حیدرنیا، زهرا (۱۳۸۵)، رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتریان در بخش خدمات. فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۸۷-۱۱۶.
۶. خورشیدی، عباس و قریشی، سید حمیدرضا (۱۳۸۶)، راهنمای تدوین رساله و پایان‌نامه تحصیلی (از نظریه تا عمل). تهران: نشر یسپرون، چاپ دوم.
۷. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۷)، روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار-اشراقی.

۸. دلاور، علی (۱۳۸۵)، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.
  ۹. زارع میرک آباد، علی (۱۳۸۹)، بررسی رابطه همراستایی استراتژیک IS و بازاریابی با عملکرد کسب و کار: مطالعه موردی شرکت های برید سامانه نوین، سیستم های کاربردی کاسپین و سپهر اندیشه جوان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی مدیریت دانشگاه تهران.
  ۱۰. سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۷)، روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران، نشر آگه، چاپ پانزدهم.
  ۱۱. سکاران، اوما (۱۳۸۶)، روشهای تحقیق در مدیریت. برگردان: صائبی، محمد و شیرازی، محمود، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، چاپ پنجم.
  ۱۲. قاسمی، روح اله (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر کیفیت روابط زنجیره تأمین بر عملکرد زنجیره تأمین در صنعت خودروی ایران (مطالعه موردی: شرکت سایپا). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی مدیریت دانشگاه تهران.
  ۱۳. کاتلر، فیلیپ و آرمسترانگ، گری (۱۳۸۵)، اصول بازاریابی. برگردان: فروزنده، بهمن، اصفهان: آموخته، چاپ هفتم.
  ۱۴. مؤمنی، منصور و فعال قیومی، علی (۱۳۸۷)، تحلیل های آماری با استفاده از SPSS. تهران: کتاب نو، چاپ دوم.
  ۱۵. یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۵)، بررسی روابط متقابل میان اجزای سرمایه های فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری) و اثرات این سرمایه های فکری بر عملکرد سازمانی شعب بانک ملت استان تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی مدیریت دانشگاه تهران.
16. Ahmad, A.M.K. and Al-Zu'bi, H.A. (2011). E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 50–65.
  17. Al-Hudhaif, S.A. (2011). The Critical Success Factors for Implementation of Customer Relationship Management in the Banking Sector of Saudi Arabia. *The Journal of Global Business Management*, 7(1), 1–7.
  18. Bairi, J. and Manohar, B.M. (2011). Critical success factors in gaining user customer satisfaction in outsourced IT services. *Journal of Enterprise Information Management*, 24(6), 475–493.
  19. Beecham, S., Hall, T., Britton, C., Cottee, M., Rainer, A. (2005). Using an expert panel to validate a requirements process improvement model. *The Journal of Systems and Software*, 76, 251–275.
  20. Bleier, P. (2010). How Millennials' Sharing Habits Can Benefit Organizations.

- Harvard Business Review*, November, 24–26.
21. Byers, C.R. and Blume, D. (1994). Tying critical success factors to systems development. *Information & Management*, 26, 51–61.
  22. Chen, M.K. and Wang, S. (2010). The critical factors of success for information service industry in developing international market: Using analytic hierarchy process (AHP) approach. *Expert Systems with Applications*, 37, 694–704.
  23. Chen, T. (1999). Critical success factors for various strategies in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 83–91.
  24. Daud, N.M., Kassim, N.E.M., Said, W.S.R.W.M., and Noor, M.M.M (2011). Determining Critical Success Factors of Mobile Banking Adoption in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 252–265.
  25. Dubelaar, C., Sohal, A., and Savic, V. (2005). Benefits, impediments and critical success factors in B2C E-business adoption. *Technovation*, 25, 1251–1262.
  26. Farris, P.W., Bendle, N.T., Pfeifer, P.E., and Reibstein, D.J. (2010). *Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance, Second Edition*, New Jersey: Pearson Education Inc.
  27. Hewlett, S.A., Sherbin, L. and Sumberg, K. (2009). How Millennials' Sharing Habits Can Benefit Organizations. *Harvard Business Review*, July–August, 71–76.
  28. Hinton, P.R., Brownlow, C., McMurray, I., and Cozens, B. (2004). *SPSS Explained*. Routledge Inc.
  29. Huang G.L, Hsu H.L. and Cheng, W.S. (2010). The key factors to the successful generation of intellectual capital; The Bank Corporate Loans Department example. *International Journal of Electronic Business Management*, 8(2), 81–95.
  30. Huuhtanen, J. (2004). *Critical Success Factors in Integration of E-Commerce and Financial Information Systems (Case: Elisa ShopIt - Virtual Store)* (Master's thesis, The Swedish School of Economics and Business Administration). Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.119.9755&rep=rep1&type=pdf>
  31. Ika, L.A., Diallo, A., Thuillier, D. (2011). Critical success factors for World Bank projects: An empirical investigation, *International Journal of Project Management*, 30(1), 105–220.
  32. Kahf, M. (2007). *Success Factors of Islamic Banks: An Empirical Study*. *Islamic Development Bank*, Retrieved from [http://www.ibisonline.net/Research\\_Tools/Publication/PublicationDisplayPage.aspx?PublicationId=158](http://www.ibisonline.net/Research_Tools/Publication/PublicationDisplayPage.aspx?PublicationId=158)
  33. Kha, L (2000). *Critical Success Factors for Business-to-Consumer E-business: Lessons from Amazon and Dell* (Master's thesis, Massachusetts Institute of Technology), Retrieved from <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/28223/45745438.pdf>
  34. Laosethakul, K., and Boulton, W. (2007). Critical success factors for e-commerce in Thailand: cultural and infrastructural influences. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, 30(2), 1–22.
  35. Leidecker, J.K. and Bruno, A.V. (1984). Identifying and Using Critical Success Factors. *Long Range Planning*, 17(1), 23–32.

36. Liua, C., and Arnett, K.P. (2000). Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce. *Information & Management*, 38, 23–33.
37. Marczyk, G, DeMatteo, D., and Festinger, D. (2005). *Essentials of Research Design and Methodology*. John Wiley & Sons, Inc.
38. Meister, J.C. and Willyerd, K. (2010). Mentoring Millennials. *Harvard Business Review*, May, 68–72.
39. Miller, R.L., Acton, C, Fullerton, D. A., and John Maltby (2002). *SPSS for Social Scientists*. New York: Palgrave Macmillan.
40. Porter, M.E. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, November-December, 62–78.
41. Rockart, J.F. (1979). Chief executives define their own data needs, *Harvard Business Review*, 57(2), 81–93.
42. Sahney, S. (2008). Critical Success Factors in Online Retail – An Application of Quality Function Deployment And Interpretive Structural Modeling. *International Journal of Business and Information*, 3(1), 144–163.
43. Salimifard, Kh., Abbaszadeh, M.A., Ghorbanpur, A. (2010). Interpretive Structural Modeling of Critical Success Factors in Banking Process Re-engineering. *International Review of Business Research Papers*, 6(2), 95–103.
44. Samuels, G.M. and Pryce J.M. (2008). “What doesn't kill you makes you stronger”: Survivalist self-reliance as resilience and risk among young adults aging out of foster care. *Children and Youth Services Review*, 30, 1198–1210.
45. Sanayei, A. and Rajabion L. (2009). Critical Successful Factors Contributing to E-Commerce Adoption among Iranian SMEs. *International Journal of Information Science and Management*, 7(2), 57–65.
46. Sebor, T.C., Lee, S.M., and Sukasame N. (2009). Critical success factors for e-commerce entrepreneurship: an empirical study of Thailand. *Small Bus Econ*, 32, 303–316.
47. Shah, M.H., Branganza, A., and Morabito, V. (2007). A survey of critical success factors in e-Banking: an organisational perspective, *European Journal of Information Systems*, 16(4), 511–524.
48. Shah, M.H. and Siddiqui, F.A. (2006). Organisational critical success factors in adoption of e-banking at the Woolwich bank. *International Journal of Information Management*, 26, 442–456.
49. Sohail, M.S., and Shanmugham, B. (2003). E-banking and customer preferences in Malaysia: An empirical investigation. *Information Sciences*, 150, 207–217.
50. Sung, T.K. (2006). E-commerce critical success factors: East vs. West. *Technological Forecasting & Social Change*, 73, 1161–1177.
51. Vrechopoulos, A.P., Constantiou, I.D., Mylonopoulos, N., and Sideris, I. (2002). Critical Success Factors for Accelerating Mobile Commerce Diffusion in Europe. *Proceedings of 15th Bled Electronic Commerce Conference, eReality: Constructing the eEconomy*, Bled, Slovenia, June 17–19, 477–492.
52. Wagner, D (2007). Managing an Age-Diverse Work Force. *MIT Sloan Management Review*, 48(4), 9.
53. Yiu, C.S., Grant, K., and Edgar, D. (2007). Factors affecting the adoption of Internet

---

Banking in Hong Kong — implications for the banking sector. *International Journal of Information Management*, 27, 336–351.

54. Yoon, C. (2010). Antecedents of customer satisfaction with online banking in China: The effects of experience. *Computers in Human Behavior*, 26, 1296–1304.