

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

نقش خدمات ارزش دیجیتال در جذب مشتری و بهبود بهره‌وری سیستم بانکی (مطالعه موردی؛ کشاورزی)

داود نوروززاده^a، جلال فرجام^b

^a دانشجوی دکتری مدیریت تولید و عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

^b کارشناس ارشد مدیریت دولتی (مدیریت مالی)، پارس‌آباد مغان، ایران

✉Noroozzadeh.Doc@gmail.com

نویسنده مسئول: داود نوروززاده:

چکیده:

توسعه شگفت‌انگیز فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، جهان و به تبع آن دنیای بانکداری را به سرعت دگرگون ساخته است. براین اساس در این مقاله، نقش خدمات ارزش دیجیتال در جذب مشتری و بهبود بهره‌وری بانک‌ها با در شعب کشاورزی مورد بررسی قرار گرفته است. در این مطالعه با در نظر گرفتن دو جامعه مشتریان و مدیران و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی مضاعف بر حسب مناطق، نمونه‌های آماری به ترتیب به حجم ۳۸۴ و ۶۸ انتخاب و از پرسشنامه برای جمع‌آوری نظرات نمونه آماری در تحقیق استفاده گردید. روایی پرسشنامه‌ها به طریق محتوایی حاصل گردید و پایایی آن‌ها نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ که به ترتیب ۰/۹۰ و ۰/۷۹، بدست آمد، تأیید گردید. برای تحلیل داده‌های پرسشنامه و آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون نسبت و جداول توافقی و نیز آزمون کای دو، و برای بررسی ارتباط بین مشخصات عمومی پاسخگویان (متغیرهای تعدیل‌کننده) با تعداد انواع خدمات ارزش دیجیتال مورد استفاده، از آنالیز واریانس یکطرفه و آزمون دانکن کمک گرفته شده است. نتایج نشان داد که خدمات ارزش دیجیتال باعث افزایش رضایت مشتریان و بهبود بهره‌وری شعب بانک کشاورزی استان تهران شده است.

کلمات کلیدی: خدمات ارزش دیجیتال، جذب مشتری، بهبود بهره‌وری