

عنوان مقاله:

بانکداری اجتماعی و نقش اطلاعات بر کارکرد ارتباطاتی و یادگیری سازمانی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، بانکداری و اقتصاد نوین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

ستار مرادخانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک

خلاصه مقاله:

بانکداری اجتماعی به نوعی از بانکداری اطلاق داده می شود که هدف های اجتماعی و اقتصادی را هم زمان و هم سو با هم دنبال می کند. به عبارت ساده تر در این نوع از بانکداری به اجتماع و مسایل مرتبط به آن توجه خاص می شود. تحقیق حاضر توصیفی با روش پیمایشی است که از منظر هدف کاربردی تلقی می شود و هدف اصلی آن بررسی تاثیر تکنولوژی اطلاعات بر رضایت از ارتباطات و یادگیری سازمانی در مطالعه موردی بانکداری اجتماعی بانک قرض الحسنه رسالت بوده است در این راستا و با مرور ادبیات و پیشینه تحقیق در دو بخش داخلی و خارجی به ارایه مدل به منظور بررسی تاثیر تکنولوژی اطلاعات بر دو متغیر رضایت از ارتباطات شامل معیارهای تمامیت سازمانی، بازخور شخصی و ارتباط با سرپرست و یادگیری سازمانی شامل معیارهای کسب دانش، توزیع اطلاعات، تفسیر اطلاعات و حافظه سازمانی پرداخته شد. بدین جهت پرسشنامه ای تهیه و در بین نمونه آماری متشکل از 234 نفر از کارکنان بانکداری اجتماعی بانک قرض الحسنه رسالت توزیع شد، با گردآوری پرسشنامه های توزیع شده اقدام به تحلیل داده ها در راستای بررسی فرضیات تحقیق با استفاده از روش مدل معادلات ساختاری و نرم افزار آموس شد که با توجه به نتایج به دست آمده کلیه فرضیات به جز تاثیر تکنولوژی اطلاعات بر بازخور شخصی در بانکداری اجتماعی بانک قرض الحسنه رسالت مورد تایید قرار گرفتند، همچنین با توجه به نتایج به دست آمده در بخش ضریب تاثیر بیشترین ضریب مربوط به تاثیر تکنولوژی اطلاعات بر توزیع اطلاعات با 0.90 به دست آمد.

کلمات کلیدی:

بانکداری اجتماعی، نقش اطلاعات، کارکرد ارتباطاتی، یادگیری سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1027349>

