

## عنوان مقاله:

تعیین نقش میانجی گری نگرش به هم آفرینی آنلاین در تاثیر آگاهی فردی بر مشارکت در هم آفرینی در شعب بانک سپه شهر مشهد

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

مهدی ماشی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی- تجارت الکترونیک موسسه آموزش عالی تایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف تعیین نقش میانجی گری نگرش به هم آفرینی آنلاین در تاثیر آگاهی فردی بر مشارکت در هم آفرینی در شعب بانک سپه شهر مشهد انجام شد. این تحقیق از منظر هدف، کاربردی و از حیث روش گردآوری اطلاعات، پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش، کلیه مشتریان شعب بانک سپه شهر مشهد در سال ۱۴۰۱ بودند. نمونه آماری به تعداد ۱۷۰ نفر به شیوه نمونه گیری خوشه ای و انتخاب به صورت غیر تصادفی در دسترس بود. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه های آگاهی فردی بنا- گارسیا و همکاران (۲۰۲۱)، پرسشنامه نگرش به هم آفرینی آنلاین تحت حمایت شرکت چیورنا و کریادو (۲۰۲۱)، و پرسشنامه مشارکت هم آفرینی آنلاین تحت حمایت شرکت باسوانی و همکاران (۲۰۲۱)، و پرسشنامه هم آفرینی آنلاین تحت حمایت شرکت باسوانی و همکاران (۲۰۲۱)، چیورنا و کریادو (۲۰۲۱) استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SmartPLS و Spss و تکنیک معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که آگاهی فردی بر هم آفرینی آنلاین تاثیر مثبت و مستقیم دارد. همچنین نقش میانجی نگرش به هم آفرینی در تاثیر آگاهی فردی بر هم آفرینی آنلاین تأیید شد. نتایج برای مدیران بانک ها به ویژه بانک سپه برای ایجاد هم آفرینی مشتریان و پیامدهای عملی مفید است.

## کلمات کلیدی:

هم آفرینی آنلاین، آگاهی فردی، نگرش به هم آفرینی، بانک سپه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1796822>

