

چکیده

مسئولیت اجتماعی بانک و توانایی بانک بر پاسخ مشتریان و به طور خاص بر قصد خرید مشتریان و سطح آگاهی آن ها تاثیر دارد. بطوریکه مطلوبیت ذهنی بهتری ایجاد می کند. هدف اصلی مطالعه حاضر، سنجش تاثیر قابلیت های بانک و فعالیت های مسئولیت اجتماعی بانک های استان گیلان بر قصد خرید مشتریان با توجه به نقش آگاهی آنها است. از اینرو ۳۸۴ نفر با روش غیراحتمالی دردسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. فرضیه های تحقیق با تکنیک معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفته است. و نتایج نشان دادند که قابلیت بانک و فعالیت های مسئولیت اجتماعی بانک های استان گیلان بر قصد خرید خدمات مالی تاثیر مثبت دارد. هم چنین مشخص گردید آگاهی افراد شدت تاثیرگذاری را افزایش می دهد. به گونه ای که هرچه آگاهی افراد بیشتر باشد، تاثیر قابلیت و فعالیت های مسئولیت اجتماعی بانک ها بر قصد خرید مشتریان بیشتر است.

کلمات کلیدی: قابلیت، مسئولیت اجتماعی، آگاهی، قصد خرید، بانک های استان گیلان.