

چکیده:

یکی از با اهمیت ترین موضوعات برای سازمان‌های خدماتی به ویژه شبکه بانکداری، پاسخگویی مشتریان است. توجه به زیرساخت‌هایی از قبیل اخلاقیات و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها امروزه برای مشتریان یک معیار جهت ارزیابی عملکرد بانک‌ها می‌باشد. هدف از انجام پژوهش حاضر، سنجش نقش میانجی اخلاق اسلامی متناسب در رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان و پاسخگویی مشتریان شعب بانک ملت شهر رشت می‌باشد. جامعه آماری تحقیق مشتریان شعب بانک ملت شهر رشت هستند که به روش نمونه گیری تصادفی خوشه‌ای در دسترس، تعداد ۳۰۱ نفر براساس فرمول کوکران انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد بوده که روایی آن به روش روایی محتوا و با کسب نظر از اساتید و روایی همگرا و واگرا تأیید شد. پایای سؤالات پرسشنامه نیز به روش آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و پایایی معرف مورد تأیید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش آمار توصیفی با استفاده از میانگین، فراوانی و انحراف معیار توسط نرم افزار SPSS21 و در بخش آمار استنباطی و آزمون فرضیه‌ها به روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی توسط نرم افزار Smart PLS اقدام شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان و اخلاق اسلامی متناسب و پاسخگویی مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین اخلاق اسلامی متناسب و هویت مشتری - بانک و پاسخگویی مشتری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنادار هویت بانک - مشتری و پاسخگویی مشتری نیز تأیید شد. در نهایت نقش میانجی اخلاق اسلامی متناسب در رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان و پاسخگویی مشتری نیز به اثبات رسید. در مجموع می‌توان این گونه نتیجه گیری نمود که با تقویت ارزش‌ها و اخلاقیات اسلامی متناسب در بانک، رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان و پاسخگویی مشتریان شعب بانک ملت شهر رشت ارتقاء خواهد یافت.

کلمات کلیدی: پاسخگویی مشتری، اخلاق اسلامی، مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، شعب بانک ملت رشت (استان گیلان)