

تبیین واکنش (پاسخگویی) مشتریان از طریق مسئولیت-پذیری اجتماعی در سازمان و اخلاق اسلامی متناسب در شعب بانک ملت استان گیلان شهر رشت

امیر طاهری *، 164،

97-6-22

چکیده: یکی از با اهمیت ترین موضوعات برای سازمان-های خدماتی به ویژه شبکه بانکداری، پاسخگویی مشتریان است. توجه به زیرساخت-هایی از قبیل اخلاقیات و مسئولیت-های اجتماعی سازمان-ها امروزه برای مشتریان یک معیار جهت ارزیابی عملکرد بانک-ها می-باشد. 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 می-باشد. جامعه آماری تحقیق مشتریان شعب بانک ملت شهر رشت هستند که به روش نمونه گیری تصادفی خوشه-ای در دسترس، تعداد 301 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 سوالات 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 فرضیه ها به روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی توسط نرم افزار PLS Smart اقدام شده است. یافته-های تحقیق نشان داد که بین مسئولیت-پذیری 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 می-توان این گونه نتیجه گیری نمود که با تقویت ارزش-ها 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)

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

