

Identifying and Ranking Deposit Motivations in Qard-ul-Hasana Resalat Bank; Case Study of Resalat Qard-ul - Hasana Bank Customers in Saveh

Ali Saeedi* | Fatemeh-e-Zahra Afsharipour | Hossein Bahrami

Stable URL: <https://doi.org/10.30497/ifr.2025.247480.1937>

شناسایی و رتبه‌بندی انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض الحسنه؛ مطالعه موردی مشتریان بانک قرض الحسنه رسالت شهرستان ساوه

نویسندگان: علی سعیدی* | فاطمه‌الزهرا افشارپور | حسین بهرامی

پیوند دائمی: <https://doi.org/10.30497/ifr.2025.247480.1937>



Copyright 2025 The Author(s).

Published by *Imam Sadiq University*, Tehran, Iran.

This work is fully Open Access under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license, allowing non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited and not modified. *Islamic Finance Researches* strictly follows the ethical guidelines of the Committee on Publication Ethics (COPE), which all readers, authors, reviewers, and editors are expected to observe and uphold.



Identifying and Ranking Deposit Motivations in Qard-ul-Hasana Resalat Bank; Case Study of Resalat Qard-ul - Hasana Bank Customers in Saveh

Ali Saeedi: Assistant Professor, Department of Islamic Economics, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran. (Corresponding Author).

a.saeedi@qom.ac.ir | 0000-0001-9379-7650

Fatemeh-e-Zahra Afsharipour: M.A. Student, Islamic Economics, Department of Islamic Economics, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran.

f.afsharipour@stu.qom.ac.ir | 0009-0003-5547-2435

Hossein Bahrami: PhD Student, Islamic Economics, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Management, University of Qom, Qom, Iran.

h.bahrami@stu.qom.ac.ir | 0000-0001-8637-7949

Abstract

1. Introduction and Objective

In conventional economic theory, particularly in textbooks, profit maximization is often considered the primary motive driving economic actors. This limited perspective, focused on material or utilitarian benefits, has dominated the understanding of human behavior within the economic domain. However, real-world economic behavior is much more multifaceted, with individuals often being influenced by a combination of financial, social, spiritual, and psychological factors. In the context of Islamic economics, this complexity is particularly evident, where economic actors are not solely driven by material gain but by a broader set of values that include ethical, spiritual, and social considerations.

A key example of this broader motivation framework is the concept of Qard-ul-Hassan (QH), or interest-free loans, which forms the backbone of Islamic banking systems. In Islamic banking, especially in institutions like QH Resalat Bank, depositors engage in banking services not only based on financial returns but also driven by spiritual fulfillment and compliance with Sharia principles. Despite the apparent lack of monetary interest rewards on QH deposits, this research seeks to explore the multifaceted motivations behind depositors' decisions to engage with QH banking services. The primary objective is to identify, analyze, and prioritize these diverse motivators, providing insight into the growing trend of QH deposits, which challenges conventional theories of profit-maximizing behaviors and resource mobilization.

2. Methods and Materials

To explore the various motivations influencing depositors in QH Resalat Bank, the study employed a combination of qualitative and quantitative research methods. A structured questionnaire was designed and distributed to the bank's customers to collect data on their reasons for choosing to deposit funds. These questionnaires were supplemented with customer surveys to gain deeper insights into the psychological and social factors at play. The data collected was then analyzed using fuzzy Delphi methodology, a decision-making tool that combines expert opinions and facilitates the prioritization of factors based on their relative importance.

The fuzzy Delphi approach allows for a nuanced interpretation of depositor motivations, capturing not only the direct financial incentives but also the softer, more intangible factors such as trust, spiritual fulfillment, and social responsibility. The methodology involved a panel of experts who were surveyed to identify and validate the key factors affecting depositor behavior. This mixed-method approach ensured that both objective financial factors and subjective, non-materialistic influences were incorporated into the analysis.

3. Research Findings

The research revealed that depositor motivation at QH Resalat Bank is driven by four primary categories: financial, efficiency, psychological, and spiritual factors. Contrary to conventional assumptions that interest-free deposits might deter customers, the findings highlighted a strong and growing trend of deposits at the QH bank. This growing trend challenges traditional economic models that prioritize material incentives as the sole drivers of deposit behavior.

Among the four identified categories, spiritual motivations were found to be the most influential factor for depositors. Compliance with Sharia principles and the desire to contribute to an ethically guided banking system were key drivers. Following spiritual factors, financial motivations also played a significant role, albeit secondary to the spiritual values. These financial motivations primarily revolved around the security of deposits, the safety net offered by the institution, and the promise of community well-being.

Additionally, efficiency factors, including the ease of accessing services and the speed of transactions, were crucial for customers, reflecting a growing demand for banking convenience and customer-oriented services. The psychological aspect, such as the trust between the depositor and the bank, also emerged as an important factor, reinforcing the notion that banking is not only a financial transaction

but also a social and emotional contract between the institution and its customers.

4. Discussion and Conclusion

The findings from this study provide significant insights into the evolving nature of banking behavior, particularly within the context of Islamic finance. The research underscores the importance of spiritual motivations in Islamic banking, suggesting that customers are not merely seeking financial returns but are motivated by a sense of ethical and spiritual fulfillment. This is a stark contrast to the profit-maximizing behavior observed in conventional banking systems, where monetary incentives often dominate.

The study also points to the growing significance of efficiency and psychological factors in attracting deposits. While spiritual and financial incentives remain central, the role of efficient services and customer satisfaction cannot be overlooked. In particular, QH Resalat Bank's emphasis on secure deposits, ease of transaction, and a customer-centric approach resonates strongly with depositor motivations.

The results suggest that Islamic banking, particularly QH systems, offers an alternative model to traditional profit-driven banking. This model is not only viable but also growing in its appeal, driven by a diverse set of motivations that extend beyond financial gain. The study concludes that Islamic banks should continue to emphasize their spiritual, ethical, and community-oriented values, as these factors are crucial in attracting and retaining customers. Furthermore, the research advocates for a broader integration of spiritual and ethical considerations into the design of financial products and services, aligning economic behavior with both individual and collective well-being.

In conclusion, the study provides valuable insights for policymakers, banking institutions, and researchers in the field of Islamic finance. By recognizing and incorporating the diverse motivators that influence depositor behavior, Islamic banks can further enhance their appeal and efficacy in promoting financial inclusion, social responsibility, and ethical banking practices.

5. Keywords

Bank Deposits; Qard-ul-hasan Bank; Islamic Banking; Motivation; Qard-ul-hasan; Resalat Bank.

6. JEL Classification: G21, Z12, G41.

شناسایی و رتبه‌بندی انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه؛ مطالعه موردی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت شهرستان ساوه

علی سعیدی: استادیار، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران. (نویسنده مسئول) a.saeedi@qom.ac.ir

فاطمه‌الزهرا افشاری‌پور: دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد اسلامی، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران. f.afsharipoor@stu.qom.ac.ir

حسین بهرامی: دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی، گروه اقتصاد اسلامی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه قم، شهر قم، ایران. h.bahrami@stu.qom.ac.ir

چکیده

۱. مقدمه و هدف

در اقتصاد متعارف و به‌ویژه در کتاب‌های درسی، مهم‌ترین و شاید تنها انگیزه انسان اقتصادی، حداکثر کردن منفعت و سود مطرح می‌شود و اغلب رفتارهای بازیگران اقتصادی براساس این انگیزه تحلیل می‌شود؛ اما درواقع رفتارهای فعالان اقتصادی ناشی از انگیزه‌های متعددی است. در نظام اقتصاد اسلامی انگیزه افراد لزوماً فایده‌گرایانه و لذت‌جویانه نیست و طیف گسترده‌ای از انگیزه‌های معنوی تا انگیزه‌های انسانی و اجتماعی را شامل می‌شود. انگیزه قرض‌الحسنه در بانکداری اسلامی نیز در همین چارچوب تعریف می‌شود. درحالی‌که در تصور رایج، عدم پرداخت سود به سپرده‌های قرض‌الحسنه را به‌عنوان علتی مهم برای کاهش انگیزه مردم برای سپرده‌گذاری در این بانک‌ها می‌دانند. هدف این پژوهش، ارزیابی این تصور ذهنی از طریق شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاران در حساب‌های مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت به‌عنوان یک مورد عینی است.

۲. مواد و روش‌ها

در پژوهش حاضر با استفاده از پرسشنامه و نظرسنجی از مشتریان حقیقی این بانک انگیزه جذب سپرده‌گذاری این بانک بررسی شد. عوامل شناسایی شده نخست با استفاده از روش دلفی فازی غربال شدند و سپس از طریق فن تصمیم‌گیری ایداس، اولویت‌بندی شدند.

۳. یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که انگیزه‌های متعددی همچون انگیزه‌های معنوی، مالی، کارایی و روانی برای سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه وجود دارد. به علاوه جذب سپرده در این بانک قرض‌الحسنه بدون انگیزه سود علی‌الحساب و برخلاف نظریات متعارف، روند افزایشی داشته است.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج به‌دست‌آمده، به ترتیب انگیزه‌های معنوی، مالی، کارایی و روانی رتبه‌های اول تا چهارم را در سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه دارا می‌باشند. همچنین مؤلفه‌های رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک، امنیت سپرده مشتریان و درصد سود تسهیلات پرداختی به ترتیب رتبه اول تا سوم بیشترین اهمیت را داشتند.

واژگان کلیدی: سپرده‌های بانکی؛ بانک قرض‌الحسنه؛ بانکداری اسلامی؛ انگیزه؛ قرض‌الحسنه؛ بانک رسالت.

مقدمه

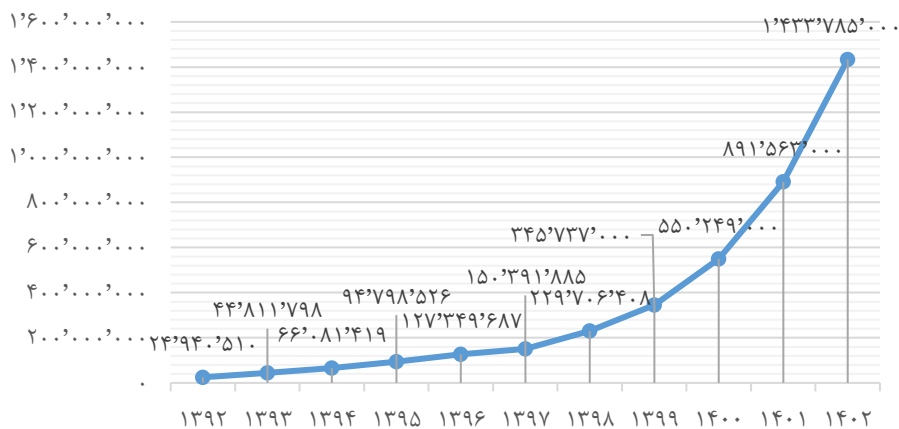
بانکداری اسلامی نوعی سیستم بانکداری است که در آن تلاش می‌شود تمامی فعالیت‌ها و معاملات منطبق با شریعت و فقه اسلامی و در راستای اهداف اساسی نظام اقتصادی اسلام، مانند عدالت و اخلاق، تنظیم گردد (موسویان و میثمی، ۱۳۹۷-الف، ص. ۳۱). شیوه‌های مختلفی جهت اجرای بانکداری اسلامی وجود دارد که از جمله مهم‌ترین الگوهای اجرایی در ایران، الگوی بانکداری بدون ربا، بانکداری مشارکت در سود و زیان و بانکداری قرض‌الحسنه است. در الگوی بانکداری قرض‌الحسنه، این نوع بانک‌ها با ارائه انواع سپرده‌های مبتنی بر عقد قرض‌الحسنه (مانند سپرده‌های جاری، پس‌انداز و وجوه اداره‌شده)، منابع را از افراد حقیقی یا مؤسسات حقوقی خیرخواه جمع‌آوری کرده و این منابع را تنها با استفاده از عقد قرض‌الحسنه در اختیار نیازمندان قرار می‌دهند (موسویان و میثمی، ۱۳۹۷-ب، صص. ۱۷۳-۱۷۲).

در حال حاضر، دو بانک «رسالت» و «مهر ایران» به‌عنوان **بانک‌های قرض‌الحسنه** در ایران فعالیت می‌کنند که مبنای کار آن‌ها براساس مدل عملیاتی قرض‌محور است. این بانک‌ها از طریق سپرده‌های قرض‌الحسنه جاری و پس‌انداز، از مردم سپرده قبول می‌کنند. برای جذب سپرده‌ها و نقدینگی به سمت یک بانک یا مؤسسه، نیاز به افزایش انگیزه و ترغیب سپرده‌گذار برای افتتاح حساب و استفاده از تسهیلات بانک است. در سیستم بانکداری ربوی، یکی از مهم‌ترین و جذاب‌ترین ابزارها، مقوله میزان بهره است؛ درحالی‌که در سیستم بانکداری بدون ربا، فقدان اهرم کافی برای جذب سپرده‌ها به چشم می‌خورد.

در رابطه با انگیزه جذب سپرده در بانک‌های قرض‌الحسنه، انتقادهایی وارد شده است و این بانک‌ها در تجهیز منابع با مشکلاتی روبه‌رو هستند؛ از جمله اینکه این بانک‌ها به دلیل عدم پرداخت سود به سپرده‌گذاران، انگیزه‌ای برای آن‌ها ایجاد نمی‌شود که منابع مالی خود را در اختیار بانک قرار دهند. در مورد سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز، مهم‌ترین انگیزه می‌تواند انگیزه معنوی باشد. وجود و قوت این انگیزه که افراد در جامعه تلاش کنند طبق آیات قرآن و روایات اهل بیت علیهم السلام عمل کنند و مالشان آلوده به ربا نگردد، انگیزه‌ای بسیار ارزشمند برای یک کشور است. اهرم دیگر جذب سپرده

پس‌انداز، انگیزه‌های مادی مشروع همچون جوایز بانکی است که البته این اهرم در بانکداری ربوی نیز وجود دارد. در کنار این موارد اصلی، مؤلفه‌هایی همچون کارایی بالا، اعطای تسهیلات خرد و عادلانه، رفتار با مردم، استفاده از فناوری‌های روز و... اگر طبق اخلاق و رفتار اسلامی از سوی مدیران پیگیری شود، مسلماً انگیزه‌های سپرده‌گذاری بیش از پیش مبتنی بر انگیزه‌های معنوی و فطری انسان‌دوستانه به گونه‌ای مضاعف افزایش خواهد یافت. نکته مهم دیگر، اعتمادسازی مدیران و کارکنان یک مجموعه برای سپرده‌گذاران و خیرین در خصوص انجام خدمات اجتماعی و منصفانه و عمومی مبتنی بر خیر و در خدمت جامعه است. بر این اساس، این سؤال مطرح می‌شود که این بانک‌ها چگونه می‌توانند انگیزه جذب سپرده را در سپرده‌گذاران ایجاد کنند؟

برای بررسی آماری میزان و روند افزایش سپرده‌گذاری در بانک قرض‌الحسنه رسالت و مقدار افزایش حجم سپرده‌های جذب‌شده از سوی این بانک، به آمار مربوط به سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ در نمودار (۱) می‌توان اشاره کرد. مطابق نمودار (۱)، حجم سپرده قرض‌الحسنه در بانک رسالت هر سال نسبت به سال قبل افزایش یافته است که برای تشخیص میزان دقیق این افزایش، از فرمول درصد تغییر بین دو مقدار $100 * \frac{x_2 - x_1}{x_1}$ استفاده می‌شود و میزان این تغییرات در جدول (۱) ارائه شده است.



نمودار (۱): روند جذب سپرده قرض‌الحسنه در بانک رسالت (میلیون ریال)

منبع: مؤسسه آموزش عالی بانکداری ایران وابسته به بانک مرکزی، (۱۴۰۲)

جدول (۱): میزان تغییرات حجم سپرده در بانک رسالت (میلیون ریال)

سال	حجم سپرده قرض‌الحسنه	میزان تغییرات نسبت به سال قبل
۱۳۹۲	۵۱۰,۹۴۰,۲۴	-
۱۳۹۳	۷۹۸,۸۱۱,۴۴	٪۶۷/۷۹
۱۳۹۴	۴۱۹,۰۸۱,۶۶	٪۴۶/۴۷
۱۳۹۵	۵۲۶,۷۹۸,۹۴	٪۴۶/۴۳
۱۳۹۶	۶۸۷,۳۴۹,۱۲۷	٪۳۴/۳۴
۱۳۹۷	۸۸۵,۳۹۱,۱۵۰	٪۰۹/۱۸
۱۳۹۸	۴۰۸,۷۰۶,۲۲۹	٪۷۴/۵۲
۱۳۹۹	۳۴۵,۷۳۷,۰۰۰	٪۵۰/۱
۱۴۰۰	۵۵۰,۲۴۹,۰۰۰	٪۵۹/۱۵
۱۴۰۱	۸۹۱,۵۶۳,۰۰۰	٪۶۲/۰۲
۱۴۰۲	۱,۴۳۳,۷۸۵,۰۰۰	٪۵۹/۵۸

منبع: (مؤسسه آموزش عالی بانکداری ایران وابسته به بانک مرکزی، ۱۴۰۲)

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که حجم سپرده بانک قرض‌الحسنه رسالت در طول سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ همواره در حال افزایش بوده است. همچنین از سال ۱۳۹۸ تاکنون، روند جذب سپرده در بانک قرض‌الحسنه رسالت هر سال به بیش از ۵۰ درصد نسبت به سال گذشته بوده است. بیشترین میزان افزایش حجم سپرده در سال ۱۳۹۳ به میزان ۶۷/۷۹ درصد و کمترین میزان افزایش حجم سپرده در سال ۱۳۹۷ به میزان ۰۹/۱۸ درصد بوده است.

با توجه به مطالب بیان‌شده، پژوهش حاضر سعی دارد با استفاده از روش پرسشنامه‌ای که توسط مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت تهیه خواهد شد و از طریق روش‌های دلفی فازی و ایداس^۱، انگیزه جذب سپرده‌گذاری را در بانک قرض‌الحسنه رسالت بررسی کند.

۱. مبانی نظری

فعالیت‌ها و پدیده‌های اقتصادی تحت تأثیر انگیزه‌های عاملان اقتصادی ایجاد شده و شکل می‌گیرند. عموماً در هر کنش اقتصادی، انگیزه‌های متعددی حضور دارند که شناسایی آن‌ها می‌تواند به درک و توجیه کنش‌های آن‌ها کمک کند. این انگیزه‌ها به عواملی همچون جهان‌بینی و اندیشه فرد، عوامل و وضعیت اجتماعی و همچنین مؤلفه‌های زیستی و ژنتیکی بستگی دارد؛ بنابراین، تبیین، تحلیل و رتبه‌بندی این انگیزه‌ها نیز می‌تواند تحت تأثیر این عوامل صورتی متفاوت پیدا کند. از آنجا که نوع بینش در اقتصاد متعارف و اقتصاد اسلامی کاملاً متفاوت است و مبتنی بر آن، انگیزه‌ها متمایز هستند و در نتایج و اثرات فعالیت‌های اقتصادی ناهمگون متبلور می‌شوند (مستخدمین حسینی، ۱۳۹۲، صص. ۲-۳)، پس کنش‌های انسانی مجموعه‌ای از اعمال و رفتارهایی هستند که از انگیزه‌ها نشئت می‌گیرند. بدین سبب، برای اعتبارسنجی تحلیل‌ها و بررسی‌های اقتصادی، در وهله نخست ضرورت دارد که نظام انگیزشی یک جامعه ترسیم و تبیین شود.

استیگلیتز و والش^۲ (۲۰۰۲م) در رابطه با انگیزه معتقدند: «اقتصاددانان انتخاب‌ها را با تمرکز روی انگیزه‌ها تجزیه و تحلیل می‌کنند. در زمینه اقتصادی، انگیزه‌ها، منافع و یا هزینه‌های کاهش‌یافته‌ای هستند که یک تصمیم‌گیرنده را به نفع یک انتخاب خاص تحریک می‌کنند» (Stiglitz & Walsh, 2002, p. 13). با توجه به این نظریه، می‌توان گفت که انسان‌ها در رفتارهای اقتصادی خود، آگاهانه هدفی را متصور می‌شوند و سپس برای دستیابی به آن تلاش می‌کنند. همچنین، روش و اسلوبی را نیز برای رسیدن به مقصود انتخاب می‌کنند. اگر اهداف و روش‌ها در افراد مشابه باشند، رفتار و کنش و انتخابی مشابه از آن‌ها بروز می‌کند؛ اما اگر اهداف و روش‌ها متمایز باشند، در اغلب موارد رفتار، تصمیم و انتخاب افراد با یکدیگر ناهمگون خواهد بود؛ بنابراین، انگیزه پایه و اساس رفتارها و انتخاب‌های اقتصادی تلقی می‌شود و با تغییر این انگیزه‌ها، کنش‌ها و تصمیم‌های فعالیت‌های اقتصادی افراد نیز متباین می‌شود.

مکتب سرمایه‌داری اصالت را به فرد و منطق عقلانیت داده است که این عقلانیت به پی‌جویی نفع شخصی حکم می‌کند. این نظام به جامعه در سایه تأمین نیازهای فرد اهمیت

می‌دهد و به انسان نیز نگرشی فردگرا دارد و به این مطلب تأکید می‌کند که هر فرد باید در پی کسب منافع مادی خود باشد و در برابر افراد دیگر جامعه مسئولیت خاصی ندارد مگر آنکه منافع مادی وی را افزایش دهد.

نظریه‌پردازان اقتصاد اسلامی براساس تمایزهای صریح دیدگاه‌های اسلام با نظام ارزشی مکتب سرمایه‌داری، مفروضات نظریه‌های رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف را در رابطه با فرد مسلمان صحیح ندانسته و برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان، نظریه‌های مختلفی را مبتنی بر ارزش‌های اسلامی ارائه داده‌اند. یکی از مباحث اساسی اندیشمندان اقتصاد اسلامی، بررسی مفهوم عقلانیت و رفتار عقلایی و مطالعه اهداف و انگیزه‌های مصرف‌کننده مسلمان است. از این جهت نظریه‌پردازان در این حوزه را می‌توان در دو دسته طبقه‌بندی کرد (حسینی، ۱۳۸۲، ص. ۷): گروه نخست معتقد است که اصول موضوعه بیشینه‌سازی مطلوبیت را می‌توان با ورود احکام و محدودیت‌های اسلامی برای فرد مسلمان بازسازی کرد. الزرقا در پژوهشی با عنوان «وابستگی جزئی در تابع مطلوبیت مسلمان» تصریح می‌کند که یکی از تمایزات ساختاری میان انسان اقتصادی و انسان اسلامی در تابع مطلوبیت دومی، مبتنی بر متغیر جدید پاداش و اجر در آخرت است (صادقی، ۱۳۷۵، ص. ۱۲۳).

دسته دوم متفکرین هستند که با رد اصول موضوعه مطلوبیت، اصول دیگری را پایه‌گذاری کرده‌اند. از مهم‌ترین این اصول عبارتند از:

بیشینه‌کردن مطابقت رفتار با احکام شرع

طبق این اصل، صدیقی^۳ و قحف^۴ معتقدند که معیار و منطق انتخاب مصرف‌کننده مسلمان، مؤلفه‌هایی نظیر تقوا و انطباق بیشتر رفتار با ضوابط شرعی است (Kahf, 1973; Siddiqi, 1992).

(۱) **بیشینه‌کردن مصلحت بندگان:** خان^۵ یکی دیگر از اندیشمندان است که انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را در مراحل چهارگانه ترسیم می‌کند. این مراحل چهارگانه

3. Siddiqi

4. Kahf

5. Khan

عبارتند از: انتخاب بین تخصیص درآمد به نیازهای دنیایی و انفاق در راه خداوند متعال، انتخاب میان مصرف در حال حاضر و آینده، انتخاب میان سطوح مختلف ضرورت‌های مصرفی زمان حال و انتخاب از میان گزینه‌های متمایز سبک کالاهای مصرفی (Khan, 1986).

(۲) **پیشینه‌کردن محبت و رضایت خداوند:** صدر متفکر دیگری است که برای تبیین رفتار مصرف‌کننده مسلمان، از اصل پیشینه‌سازی رضایت خدا و محبت پروردگار استفاده کرده است. همچنین، او در تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان، دو اصل موضوعه قبل را یکسان قلمداد می‌کند. وی توضیح می‌دهد که درواقع علاقه فرد تربیت‌شده ذیل محبت الهی به کالاهایی است که منجر به رضایت پروردگار می‌شود. از این‌رو، این دو هدف در طول همدیگر قرار دارند و هرکدام حاصل شود، دیگری نیز پدیدار می‌شود (صدر، ۱۳۷۵، ص. ۱۹۳).

(۳) **پیشینه‌سازی پاداش رفتار الهی:** یکی از خصوصیات خشنودی خداوند، بُعد اجتماعی یک عمل است. بر این اساس، هر فعالیتی که افراد در جهت افزایش مشارکت اجتماعی انجام می‌دهند، مستوجب پاداش الهی است؛ بنابراین، مسئله فقدان هماهنگی میان منافع فردی و منافع اجتماعی در زیر سایه عمل با نیت الهی قرار می‌گیرد. مطابق بینش اسلامی، حتی مقاصد دنیایی انسان اگر با نیت کسب پاداش الهی انجام شود، علاوه بر منفعت دنیوی، از پاداش اخروی نیز بهره می‌برد. در نتیجه، پیشینه‌کردن پاداش الهی رفتار، اصل موضوعی مهمی برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان در برابر منافع مادی است (علم‌الهدی و آق‌آتابای، ۱۳۹۳، ص. ۱۷).

با توجه به مباحث مطرح‌شده در خصوص انگیزه‌های افراد، رفتارها و انگیزه‌های اقتصادی افراد از مباحث مهم اقتصاد، به‌ویژه اقتصاد اسلامی است و سپرده‌ها نقش بسیار مهمی در جذب سرمایه برای سرمایه‌گذاری و همچنین تأثیرگذار بر متغیرهای کلان، از جمله درآمد ملی، دارند. پس می‌توان از آن‌ها به‌عنوان موانع رشد و توسعه در کشورهای در حال توسعه اشاره کرد. برای رسیدن به این رشد و توسعه، بانک‌ها برای جذب سرمایه نقش بسزایی به‌عنوان واسطه بر عهده دارند که این سرمایه را به‌عنوان تسهیلات در اختیار

بنگاه‌ها برای اجرای طرح‌های اقتصادی با نظارت و مدیریت مناسب قرار دهند. به این منظور، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری باید بدانند که ملاک مشتریان برای انتخاب و تداوم ارتباط با آن‌ها چیست و با چه انگیزه‌هایی سپرده‌گذاری می‌کنند؟ آگاهی نسبت به معیارهای انتخاب یک بانک توسط مشتریان، به بانک‌ها کمک می‌کند که استراتژی‌های بازاریابی مناسبی برای جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی شناسایی کنند. در حقیقت، رقابت رو به رشد و تشابه خدمات ارائه‌شده توسط بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، این مهم را به‌طور فزاینده‌ای آشکار می‌سازد، چراکه این عوامل ملاک اساسی مشتریان در انتخاب خدمات مالی هستند. در نتیجه، این موضوع که مشتریان چگونه و با چه انگیزه‌ای بانک‌ها را انتخاب می‌کنند، حائز اهمیت است (صفری نادری، ۱۳۹۸، ص. ۲).

عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی متعددی در جذب سپرده‌های مشتریان اثرگذار هستند. بانک‌ها و مؤسسات اعتباری می‌کوشند از طریق ارتقای خدمات و محصولات خود، زیباسازی شعب، افزایش کانال‌های ارتباطی با مشتریان و ارتقای توان نیروی انسانی خود، سهم بیشتری از سپرده‌های مشتریان را به‌دست آورند (صفری نادری، ۱۳۹۸، ص. ۴).

با مرور مطالعات و پژوهش‌ها، می‌توان به موارد زیر برای جذب سپرده‌ها اشاره کرد:

۱) عوامل خدماتی (تنوع خدمات بانکی، کیفیت خدمات بانکی و خدمات بانکداری الکترونیک)؛

۲) عوامل مالی (تسهیلات پرداختی، نرخ سود پرداختی)؛

۳) ارتباطی-انسانی (تبلیغات و نحوه برخورد کارکنان با مشتری)؛

۴) عوامل و شرایط فیزیکی (استقرار شعب بانک، محیط داخلی و خارجی بانک، تعداد شعب).

از مهم‌ترین تمایزهای نظام مالی اسلامی با نظام اقتصاد سرمایه‌داری، اهمیت به انگیزه‌های معنوی توأمان با انگیزه‌های مادی است. در اقتصاد اسلامی برای حذف ربا از جامعه، اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه و دیگر عقود مطرح شده است. قرض‌الحسنه یکی از مباحث مهم فقهی است و زیرمجموعه نظام اقتصادی اسلام به شمار می‌رود. این مقوله

از جایگاه حقوقی و اجتماعی قابل توجهی در جوامع اسلامی و متون اسلامی برخوردار است. قرض در لغت به معنای قطع کردن با دندان است؛ بنابراین، قرض نوعی از قطع کردن و جدا کردن است. در قرآن کریم، اهمیت مقوله قرض در کنار ارکانی همچون صدقه، انفاق، زکات و نماز آمده است و سوره‌های بقره (۲۴۵)، مائده (۱۲)، حدید (۱۱) و (۱۸)، تغابن (۱۷)، مزمل (۲۰) به موضوع قرض پرداخته‌اند.

قرض الحسنه نوع خاصی از قرض است. معنای لغوی قرض الحسنه این است که انسان مقداری از دارایی خود را به نحو نیکو و شایسته و با نیت خیر و الهی به دیگری وام بدهد؛ اما بانک قرض الحسنه در حقیقت متکفل امر قرض است و از معنای قرض الحسنه حقیقی کمی فاصله دارد. با این حال، بانک‌های قرض الحسنه یکی از بهترین بانک‌های موجود در نظام پولی کشور هستند که مبتنی بر قانون پولی و بانکی کشور و بانک مرکزی فعالیت می‌کنند (جوزی‌زاده، ۱۳۹۵، صص. ۱۶-۱۵). در حال حاضر، تسهیلات قرض الحسنه برای نیازهای مختلفی مانند درمان، ازدواج، تعمیر مسکن، اجاره و رهن مسکن و شهریه دانشگاه پرداخت می‌شود (موسویان و میثمی، ۱۳۹۷، ص. ۱۶۶). از انگیزه‌های اصلی اعطاکندگانی قرض الحسنه می‌توان به رشد معنوی، تعاون و همیاری، نوع دوستی، پاداش اخروی، خیرخواهی، کسب اخلاق پسندیده، سخاوتمندی، پس انداز، کسب جایزه و... (مستخدمین حسینی، ۱۳۹۲، صص. ۱۳۴-۱۳۵) اشاره کرد؛ بنابراین، به‌رغم اهمیت ویژه قرض الحسنه در نظام مالی مورد نظر اسلام، در این تحقیق به انگیزه‌های جذب سپرده در بانک‌های قرض الحسنه منتخب پرداخته شده است.

در ایران، بانک‌هایی که در این زمینه فعالیت دارند، می‌توان بانک‌های قرض الحسنه رسالت و مهر ایران را معرفی کرد. بانک قرض الحسنه رسالت از طریق تجمع صندوق‌های قرض الحسنه رسالت استان‌های تهران، کرمان و مازندران و برخی شرکت‌های تعاونی فرهنگیان، و همچنین با گذراندن مراحل قانونی، بانک قرض الحسنه رسالت (سهامی عام) با مالکیت مجموعه افراد غیردولتی و به استناد قانون اجاره تأسیس بانک‌های غیردولتی مصوب تاریخ ۱۳۷۹/۰۱/۲۱ تأسیس شد. مجمع عمومی بانک قرض الحسنه رسالت در تاریخ ۱۳۹۰/۰۵/۲۴ برگزار شد و از بانک مرکزی جهت انجام مراحل ثبت بانک در تاریخ ۱۳۹۰/۱۱/۱۱ مجوز گرفت و در نهایت، در تاریخ

۱۳۹۱/۰۵/۲۶، بانک قرض‌الحسنه رسالت مجوز شروع فعالیت را از بانک مرکزی دریافت کرد. هدف این بانک ترویج بانکداری اسلامی، افزایش تعداد تسهیلات به سپرده‌گذاران خود و همچنین ارائه خدمات نوین بانکی است.

نظریه انگیزه^۶ در دانش اقتصاد با کنار گذاشتن فروض محدودکننده نئوکلاسیک، در حال ارائه تحلیل‌های کامل‌تر و دقیق‌تری از نظام انگیزشی و نحوه رفتار انسان‌ها در شرایط واقعی اقتصادی است. این پیشرفت در نظریه انگیزش، اقتصاددانان را واداشته است تا اثرگذاری انگیزه‌های غیرمالی بر عملکرد تولیدکنندگان علم را نیز مورد بررسی قرار دهند. در پژوهش‌های اخیر، دانشمندان ضمن احصاء انواع انگیزه‌ها و مشوق‌های تأثیرگذار غیرمادی در حوزه‌های مختلف، به بررسی و تحلیل تأثیرگذاری انگیزه‌های غیرمالی و فرامادی می‌پردازند. برای نمونه، در پژوهشی (ابراهیمی‌نژاد، ۱۴۰۳) در رساله دکتری خود با بهره‌گیری از نمونه‌گیری گلوله برفی و روش‌شناسی حداقل مربعات جزئی (PLS) و داده‌های تکمیل‌شده توسط ۱۰۳ استاد و پژوهشگر، نشان داد که اثر مستقیم و مثبت نظام انگیزش بر تولید علم معادل ۰/۶۱ است که نشان‌دهنده اهمیت بالای این عامل در شکل‌گیری «تولید علم» است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که نقش معرف‌ها در ساخت نظام انگیزشی به ترتیب شامل انگیزه دینی (۰/۴)، انگیزه درونی (۰/۳۳)، مشوق مالی (۰/۲۶)، بستر تعاملی (۰/۱۵)، انگیزه شغلی (۰/۱۵) و ویژگی‌ها و استعداد‌های فردی (۰/۱۳) است. در ادامه پژوهش، به مطالعات بیشتری در خصوص انگیزه‌های مشارکت در حوزه بانکی پرداخته می‌شود.

۲. پیشینه پژوهش

توحیدی، مفیدی و انصاری (۱۴۰۲) با استفاده از رویکرد آمیخته تبیینی و راهبرد مطالعه موردی و تحلیل روند داده‌های مختلف صورت‌های مالی بانک قرض‌الحسنه رسالت در یک بازه ۸ ساله، چالش‌های بانکداری قرض‌الحسنه را مورد پژوهش قرار دادند. آن‌ها از طریق تحلیل و بررسی داده‌های مربوطه در حوزه‌های مختلف از جمله ترازنامه بانک، صورت سود و زیان، ریسک بانک، نسبت‌های کملز و بازار سرمایه، چالش‌های موجود

را احصا کردند. همچنین در مرحله دوم، به روش کیفی با تشکیل گروه کانونی و انجام مصاحبه‌های خبرگانی، راهکارهای مناسب برای رفع چالش‌ها به‌دست آوردند و صحت راهکارها را جهت کاهش چالش‌های مربوطه از طریق پرسشنامه اعتبارسنجی کردند. آن‌ها در نتایج پژوهش نشان دادند که براساس صورت‌های مالی، مواردی مانند چالش وضعیت سرمایه‌گذاری بانک، چالش تسهیلات اعطایی، چالش تراکنش‌ها، چالش اهرم مالی، چالش ریسک نقدینگی از مهم‌ترین مشکلات هستند. آن‌ها علاوه بر تحلیل و بررسی چالش‌ها، مقایسه‌ای ذیل هریک از چالش‌ها با عملکرد بانک قرض‌الحسنه مهر ایران و راهکارهای ذیل هرکدام ارائه داده‌اند.

نوری، رزاقی هریس و آفاگلی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر مدل رفتاری مبتنی بر هدف در توصیف پس‌انداز قرض‌الحسنه در بانکداری اسلامی با تمرکز بر مطالعه موردی بانک قرض‌الحسنه مهر ایران پرداختند. جامعه مورد پژوهش شامل مشتریان بانک قرض‌الحسنه مهر ایران در شهر اراک بوده که برای سنجش وضعیت موجود از پرسشنامه استفاده شد. آن‌ها در این تحقیق با تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج نشان دادند که نگرش، پیش‌بینی احساسات مثبت و هنجارهای ذهنی بر تمایل مشتری و قصد رفتاری مشتری بر پس‌انداز قرض‌الحسنه تأثیر مثبت دارد. همچنین نشان دادند که تمایل مشتری به پس‌انداز قرض‌الحسنه بر قصد رفتاری مشتری به پس‌انداز قرض‌الحسنه تأثیر مثبت دارد. همین‌طور پیش‌بینی احساسات منفی بر تمایل مشتری به پس‌انداز قرض‌الحسنه تأثیر منفی ندارد و نگرش، پیش‌بینی احساسات مثبت و هنجارهای ذهنی از طریق تمایل به پس‌انداز قرض‌الحسنه بر قصد رفتاری مشتری تأثیر دارد. در حالی که پیش‌بینی احساسات منفی از طریق تمایل به پس‌انداز قرض‌الحسنه بر قصد رفتاری مشتری تأثیر ندارد.

در زمینه انگیزه سپرده‌گذاری در حساب‌های قرض‌الحسنه، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. شیرزاد، رجایی باغ سایی و دارابی (۱۳۹۷) به بررسی موانع جذب سپرده‌های قرض‌الحسنه از دیدگاه سپرده‌گذاران در بانکداری اسلامی پرداخته و برای این منظور، بانک قرض‌الحسنه مهر ایران شهرستان تبریز را به‌صورت موردی مطالعه کرده‌اند. آن‌ها مشکلات و چالش‌های جذب سپرده قرض‌الحسنه پس‌انداز را مبتنی بر اهمیت و اولویت شناسایی و استخراج کردند. آن‌ها با طراحی پرسش‌نامه و دریافت نظرات در

جامعه آماری مشتریان بانک قرض‌الحسنه مهر ایران شهرستان تبریز به این نتیجه رسیدند که عواملی همچون گسترش مؤسسات خیریه و بازارهای سودده، درآمد سرانه، اعتماد مردم به کارکردهای قرض‌الحسنه‌ای بانک‌ها، مشکلات نهاد قرض‌الحسنه، نحوه ترویج فرهنگ قرض‌الحسنه و تغییر ویژگی‌های جمعیتی از موانع جذب سپرده‌های قرض‌الحسنه هستند.

خالقی (۱۳۹۵) به بررسی میزان پیاده‌سازی بانکداری اسلامی در بانک قرض‌الحسنه مهر ایران پرداخته است. وی پس از بررسی تاریخیچه بانکداری اسلامی و چشم‌انداز اقتصادی ایران، نقش بانک قرض‌الحسنه مهر ایران را در راستای بانکداری اسلامی تبیین کرده است. وی در جهت توسعه بانکداری اسلامی در ایران پیشنهاد کرده است که نیاز است بانک مرکزی و سایر نهادهای مؤثر و مردم یک کشور برای توسعه دادن هرچه بیشتر و موفقیت بانکداری اسلامی، از آن حمایت کنند و شعبه‌های قرض‌الحسنه در کشور را گسترش دهند. از این‌رو، استفاده از فناوری و ارتباطات اثبات‌شده می‌تواند امکان یک نظام اتوماسیون قوی و کارآمد را فراهم کند. اعطای تسهیلات با کارمزد پایین در سطح عموم مردم، فرصت مغتنمی را برای طراحی و پیاده‌سازی سامانه‌های متداول تعیین اعتبار در نظام‌های بانکداری دنیا در کشور و نظام قرض‌الحسنه فراهم کرده است.

پژوهش دیگری در زمینه بررسی جایگاه قرض‌الحسنه در نظام بانکی جمهوری اسلامی ایران توسط محقق‌نیا (۱۳۸۹) انجام شده است. نویسنده پس از بررسی جایگاه قرض‌الحسنه در نظام مالی اسلام و قانون عملیات بانکداری بدون ربا، عملکرد نظام بانکی کشور در تجهیز و تخصیص منابع قرض‌الحسنه را ارزیابی کرده است. وی با بررسی آمار و اطلاعات عملکرد نظام بانکی کشور در حوزه قرض‌الحسنه بین سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۶۳ نشان داد که نظام بانکی در جذب و تخصیص قرض‌الحسنه ناموفق بوده است. در بخش تجهیز سپرده‌ها، سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز نسبت به کل سپرده‌های بانکی روند کاهشی داشته است. علاوه بر این، نظام بانکی در این دوره به‌طور متوسط اندکی بیش از نیمی از سپرده‌های قرض‌الحسنه را به پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه اختصاص داده و بقیه آن را برای کسب درآمد مصرف کرده است.

نجارزاده، رضاقلی‌زاده و زیوداری (۱۳۸۷) در مقاله‌ای ساختار نظام‌های اقتصادی را مبتنی بر اخلاق اسلامی و اخلاق سرمایه‌داری مورد مطالعه قرار داده‌اند. آن‌ها نفع‌طلبی را از مبانی اخلاق سرمایه‌داری عنوان کرده و رویکرد مبانی فلسفی نظام سرمایه‌داری را دنیاگرایی، فردگرایی و انتخاب و رفتار مبتنی بر عقلانیت ابزاری معرفی می‌کنند؛ اما از سویی دیگر، آن‌ها اخلاق ایمانی را برای نظام اقتصادی اسلام به‌عنوان مبنا قلمداد می‌کنند که مبانی فلسفی آن بر آخرت‌گرایی، عقل‌گرایی دینی و قرآنی استوار است.

عمده تحقیقات انجام‌شده در زمینه قرض‌الحسنه، این نوع سپرده‌ها را در کنار سایر سپرده‌ها و در بانک‌های تجاری در کشور بررسی کرده‌اند و به‌صورت پیشینی، به‌خاطر سود صفر این سپرده‌ها، بر بی‌انگیزگی سپرده‌گذاران تأکید شده است. این در حالی است که شکل‌گیری دو بانک قرض‌الحسنه رسالت و مهر ایران در دو دهه اخیر در کشور به‌صورت تخصصی در قرض‌الحسنه، نیاز به مطالعات نظری و تجربی را در زمینه انگیزه سپرده‌گذاران روزافزون کرده است. تمایز این پژوهش با سایر مطالعات مرتبط در بررسی و طبقه‌بندی انواع انگیزه سپرده‌گذاری مردم و مشتریان در یک بانک قرض‌الحسنه است. در واقع، شکل‌گیری بانک‌های قرض‌الحسنه در کشور و اقبال عمومی مردم با دیدگاه‌های متعارف از حاکمیت انگیزه سودآوری در رفتارهای اقتصادی ناسازگاری دارد. شناسایی و اولویت‌بندی انگیزه‌های سپرده‌گذاران در این بانک‌ها می‌تواند به تبیین نظری نظام انگیزش اقتصادی کمک کند. نوآوری دیگر پژوهش حاضر، استفاده از روش‌های مدیریتی با رویکرد و تحلیل اقتصادی برای بررسی چرایی انگیزه حضور مردم برای سپرده‌گذاری در این بانک و کشف علت افزایش نمایی مشارکت فعال مردم در بانک‌های قرض‌الحسنه به‌ویژه بانک رسالت، علی‌رغم فقدان تعلق سود به این سپرده‌ها است.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از منظر بنیان فلسفی، به سبب استفاده از فنون کمی، پسااثباتی است. این نوع نگرش، رویکردی در علوم انسانی است که از روش‌های کمی و محاسباتی برای تحلیل و ارزیابی داده‌ها استفاده می‌کند. هر دو روش دلفی فازی و ایداس در این پژوهش مبتنی بر داده‌های کمی و عددی بوده و به پارادایم سخت یا پسااثباتی تعلق دارند. این

پارادایم عبارت است از مجموعه روش‌های کمی و ریاضی که با استفاده از داده‌های کمی و عددی به بررسی و تحلیل داده‌ها و حل مسئله می‌پردازد (Mingers, 2011). همچنین، این مطالعه از جهت هدف، اکتشافی بوده و روش‌شناسی آن نیز به صورت چندگانه کمی است. در مدل پیاز پژوهش ساندرز، هرگاه چند روش مبتنی بر یک پارادایم (در اینجا پسالاثباتی) در کنار هم استفاده شوند، روش‌شناسی پژوهش از نوع چندگانه است (Saunders, Lewis & Thornhill, 2007).

در این مطالعه، از فنون دلفی فازی و ایداس برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. هر دو فن دارای رویکرد کمی و محاسباتی هستند. جامعه نظری پژوهش شامل سرمایه‌گذاران در بانک قرض‌الحسنه رسالت است. روش نمونه‌گیری نیز به صورت نمونه‌گیری قضاوتی است. در نمونه‌گیری قضاوتی، برخلاف روش‌های احتمالی، به جای تصادفی بودن، روی هدفمندی و تخصص نمونه‌ها تأکید می‌شود (قدسی، ملکی، قنوتی و محبی آشتیانی، ۱۴۰۱).

در روش‌های تصمیم‌گیری، قبل از رتبه‌بندی نهایی، عوامل تا حد امکان باید کاهش یابند تا کیفیت رتبه‌بندی بهبود یابد. اجزای پرسش‌نامه‌های اولویت‌سنجی، عوامل غربال‌شده هستند و این پرسش‌نامه برای اولویت‌بندی و ارزیابی نهایی مورد استفاده قرار گرفت. پرسش‌نامه‌های خبره‌سنجی، مبتنی بر مرور پیشینه و مصاحبه‌های صورت گرفته با خبرگان سپرده‌گذار در بانک قرض‌الحسنه رسالت تهیه شده است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه‌های خبره‌سنجی از دو ضریب نسبت روایی محتوایی لاوشه (Gilbert & Prion, 2016) و شاخص روایی محتوایی والتز و باسل (Polit, Beck & Owen, 2007) استفاده شد. هر دو ضریب برای سنجش روایی محتوایی مورد استفاده قرار می‌گیرند. مقدار نسبت روایی محتوایی برای تمامی عوامل بالاتر از ۰/۶۲ بود که نشان از روایی مطلوب پرسش‌نامه‌های پژوهش داشت.

جامعه آماری پژوهش حاضر مشتریان بانک‌های رسالت در شهرستان ساوه هستند. روش‌های نمونه‌گیری در دو دسته احتمالی و غیراحتمالی طبقه‌بندی می‌شوند. از روش‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی، نمونه‌گیری قضاوتی و هدفمند است که در این

پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. در این پژوهش، جهت انتخاب مشتری خبره، معیارهایی در نظر گرفته شده است که به قرار زیر هستند:

- حداقل مدرک کارشناسی داشته باشند.
- حداقل ۲ سال سابقه آشنایی با یکی از بانک قرض الحسنه رسالت را داشته باشند.
- حداقل ۱۰ میلیون ریال سپرده در یکی از بانک قرض الحسنه یا رسالت را داشته باشند.

لذا با توجه به محدودیت‌های در نظر گرفته شده، پس از توزیع پرسش‌نامه در میان جامعه مورد نظر و تکمیل پرسش‌نامه توسط ۳۵ نفر از مشتریان؛ با بررسی مدرک تحصیلی، میزان سابقه آشنایی و میزان سپرده‌گذاری نزد بانک‌های رسالت، تنها ۱۶ نفر از این افراد به عنوان خبره شناخته شدند. به همین منظور، حجم نمونه در این پژوهش ۱۶ نفر است که مشخصات آن‌ها به شرح جدول (۲) است. همچنین، در این پژوهش به سبب مناسب بودن تعداد خبرگان و تعداد عوامل نهایی، پرسش‌نامه‌های دلفی فازی و ایداس دارای سازگاری و پایایی هستند. در فنون تصمیم‌گیری، افزایش بیش از اندازه عوامل و خبرگان باعث ناسازگاری خروجی‌ها می‌شود. در این مطالعه، به منظور بهبود پایایی پرسش‌نامه‌های اولویت‌سنجی، عمل غربالگری از طریق پرسش‌نامه‌های خبره‌سنجی و روش دلفی فازی روی عوامل پژوهش صورت گرفت و در نتیجه، تعداد آن‌ها به میزان خوبی کاهش یافت.

جدول (۲): مشخصات خبرگان پژوهش

خبره	تحصیلات	سابقه آشنایی (سال)	میزان سپرده‌گذاری (میلیون ریال)
۱	کارشناسی	۳	بین ۱۰۰ تا ۵۰۰
۲	کارشناسی	۴	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۳	کارشناسی	۱۲	بین ۱۰۰ تا ۵۰۰
۴	کارشناسی	۲	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۵	کارشناسی ارشد	۶	بین ۱۰ تا ۱۰۰

خبره	تحصیلات	سابقه آشنایی (سال)	میزان سپرده‌گذاری (میلیون ریال)
۶	کارشناسی	۶	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۷	دکتری	۹	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۸	کارشناسی ارشد	۸	بین ۱۰۰ تا ۵۰۰
۹	کارشناسی ارشد	۵	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۱۰	کارشناسی	۸	بین ۱۰۰ تا ۵۰۰
۱۱	کارشناسی	۳	بالای ۵۰۰
۱۲	کارشناسی ارشد	۳	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۱۳	کارشناسی	۷	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۱۴	کارشناسی	۳	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۱۵	کارشناسی	۴	بین ۱۰ تا ۱۰۰
۱۶	کارشناسی	۵	بین ۱۰ تا ۱۰۰

بر این اساس گام‌های پژوهش عبارت است از:

- (۱) مرور پیشینه و مصاحبه با خبرگان در جهت شناسایی انگیزه‌های سپرده‌گذاری در بانک قرض‌الحسنه رسالت؛
- (۲) غربال عوامل انگیزه‌بخش در سپرده‌گذاری با توزیع پرسش‌نامه‌های خبره‌سنجی و روش دلفی فازی؛
- (۳) رتبه‌بندی عوامل پژوهش با فن ایداس؛
- (۴) ارائه پیشنهادها و راهکارهایی برای افزایش یا کاهش انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه.

در این تحقیق، برای غربال عوامل پژوهش، از فن دلفی فازی طبق مراحل زیر استفاده شده است:

- مرحله (۱): گردآوری و فازی‌سازی دیدگاه‌های خبرگان: در این روش برای غربال، نخست باید یک طیف فازی مناسب برای فازی‌سازی عبارات زبانی خبرگان طراحی کرد. در این پژوهش از طیف لیکرت پنج درجه استفاده شده است.

جدول (۳): اعداد فازی مثلثی طیف لیکرت ۵ درجه

متغیر کلامی	معادل فازی	عدد فازی مثلثی
خیلی کم	۶	(۰, ۰, ۰/۲۵)
کم	۶	(۰, ۰/۲۵, ۰/۵)
متوسط	۶	(۰/۲۵, ۰/۵, ۰/۷۵)
زیاد	۶	(۰/۵, ۰/۷۵, ۱)
خیلی زیاد	۵	(۰/۷۵, ۱, ۱)

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- مرحله (۲): تجميع مقادير فازی شده: يکی از کاراترين روش‌های تجميع فازی نظرات خبرگان، محاسبه معدل فازی نظرات خبرگان است که در آن دیدگاه هر خبره به عنوان اعداد فازی مثلثی (l, m, u) به صورت زیر نمایش داده می‌شود.

$$F_{AVE} = \frac{\sum l}{n} \cdot \frac{\sum m}{n} \cdot \frac{\sum u}{n} \quad \text{رابطه (۱):}$$

- مرحله (۳): فازی‌زدایی مقادير: روش‌های پیچیده و متنوعی برای فازی‌زدایی مطرح است. يکی از راهکارهای کارا برای فازی‌زدایی، متوسط اعداد فازی مثلثی است.

$$\text{if } \tilde{F} = (l, m, u) \text{ then } F = \frac{l+m+u}{3} \quad \text{رابطه (۲):}$$

- مرحله (۴): محاسبه حد آستانه مطلوب: پس از انتخاب روش مناسب و فازی‌زدایی ارزش‌ها، يک حد آستانه باید محاسبه شود. این حد اغلب مبتنی بر نظر محقق در مطالعات مختلف تفاوت دارد. در صورتی که ارزش قطعی فازی‌زدایی نظرات خبرگان تجميع شده بالاتر از حد آستانه باشد، عامل مورد نظر در محاسبات باقی می‌ماند و اگر این معیار پایین‌تر از حد آستانه باشد، عامل مورد نظر از محاسبات حذف می‌شود (Habibi, Jahantigh & Sarafrazi, 2015).

بعد از شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر در انگیزه سپرده‌گذاری در بانک قرض‌الحسنه، به رتبه‌بندی این گزینه‌ها پرداخته می‌شود. برای این منظور از روش ایداس، که به معنای ارزیابی براساس فاصله از میانگین راه‌حل است، در این رتبه‌بندی

استفاده می‌شود. این روش نخستین بار توسط کشاورز قربایی و دیگران^۷ در سال ۲۰۱۵ میلادی ارائه شده است. در این روش، بهترین راه‌حل مربوط به فاصله از میانگین راه‌حل (AV) است. در این روش دیگر نیازی به محاسبه ایده‌آل مثبت و منفی نیست، بلکه دو معیار اصلی برای ارزیابی مطلوب بودن گزینه‌ها در نظر گرفته می‌شود و مبتنی بر این دو مقیاس در خصوص شاخص‌ها و رتبه‌بندی آن‌ها تصمیم گرفته می‌شود. این دو معیار شامل نخستین اندازه‌گیری فاصله مثبت از میانگین (PDA) و دوم فاصله منفی از میانگین (NDA) هستند. این دو مقیاس می‌توانند تفاوت بین هر گزینه و راه‌حل متوسط را نشان دهند. ارزیابی گزینه‌ها با توجه به ارزش بالاتر PDA و مقادیر پایین‌تر NDA صورت می‌گیرد. در نتیجه، مقادیر بالاتر PDA و یا مقادیر کمتر NDA نشان‌دهنده این است که آن گزینه بهتر است. بر این اساس، اگر فرض شود که n گزینه و m معیار وجود دارد، مراحل استفاده از روش پیشنهادی به شرح زیر است: (Keshavarz Ghorabae et al, 2015).

○ **گام نخست:** انتخاب بااهمیت‌ترین معیارها برای توصیف گزینه‌های موجود، نخستین گام در این روش است.

○ **گام دوم: تشکیل ماتریس تصمیم:** دومین گام در این روش، همانند روش‌های مشابه، تشکیل ماتریس تصمیم یعنی ماتریس معیار-گزینه است. در این ماتریس، ستون‌ها معیارها و سطرها آن گزینه‌های پژوهش هستند. همان‌طور که در رابطه زیر دیده می‌شود، ماتریس تصمیم این روش در واقع ارزیابی هر گزینه نسبت به هر معیار است. به‌عنوان نمونه، X_{12} ارزیابی گزینه اول نسبت به معیار دوم است. این ماتریس تصمیم توسط اعداد واقعی و یا طیف‌های کلامی تکمیل می‌شود.

$$X = [X_{ij}]_{n \times m} = \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \cdots & X_{1m} \\ X_{21} & X_{22} & \cdots & X_{2m} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ X_{n1} & X_{n2} & \cdots & X_{nm} \end{bmatrix}, \quad \text{رابطه (۳):}$$

- **گام سوم:** محاسبه میانگین راه حل معیارها: در این گام با استفاده از رابطه زیر میانگین راه حل برای معیارها محاسبه می شود که درواقع همان میانگین داده ها برای هر ستون معیار است.

$$AV = [AV_j]_{1 \times m}, \quad \text{رابطه (۴):}$$

$$AV_j = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n}. \quad \text{رابطه (۵):}$$

- **گام چهارم:** محاسبه PDA و NDA: در این گام با استفاده از روابط زیر مقادیر، فاصله مثبت از میانگین (PDA) است و فاصله منفی از میانگین (NDA) را محاسبه می شود. بر این اساس اگر معیار جنبه مثبت داشته باشد، یعنی افزایش معیار باعث سود گردد از رابطه (۶) استفاده می شود؛ اما اگر معیار جنبه منفی داشته باشد به این معنا که کاهش معیار باعث سود گردد، از رابطه (۷) استفاده می گردد.

$$PDA_{ij} = \frac{\max(0, (AV_j - X_{ij}))}{AV_j}, \quad \text{رابطه (۶):}$$

$$NDA_{ij} = \frac{\max(0, (X_{ij} - AV_j))}{AV_j}, \quad \text{رابطه (۷):}$$

- **گام پنجم:** محاسبه مقادیر SP و SN: در این گام با استفاده از روابط زیر مقادیر SP و SN محاسبه می شود. درواقع این گام وزن دار کردن مقادیر PDA و NDA از مرحله قبل است و باید وزن معیارها در این متغیرها ضرب شود.

$$SP_i = \sum_{j=1}^m w_j PDA_{ij}; \quad \text{رابطه (۸):}$$

$$SN_i = \sum_{j=1}^m w_j NDA_{ij}, \quad \text{رابطه (۹):}$$

- **گام ششم:** محاسبه مقادیر نرمال SP و SN: در این مرحله مقادیر SP و SN که در مرحله قبل محاسبه شد، با استفاده از روابط زیر به مقدار نرمال تبدیل می شود.

$$NSP_i = \frac{SP_i}{\max_i (SP_i)}; \quad \text{رابطه (۱۰):}$$

$$NSN_i = 1 - \frac{SN_i}{\max_i (SN_i)}. \quad \text{رابطه (۱۱):}$$

○ **گام هفتم:** محاسبه امتیاز ارزیابی (AS): در این مرحله امتیاز ارزیابی (AS) برای همه گزینه‌ها طبق روابط زیر محاسبه می‌شود:

$$AS_i = \frac{1}{2}(NSP_i + NSN_i), \quad \text{رابطه (۱۲):}$$

$$\text{where } 0 \leq AS_i \leq 1. \quad \text{رابطه (۱۳):}$$

○ **گام هشتم:** رتبه‌بندی نهایی گزینه‌ها: در مرحله نهایی گزینه‌ها با توجه به مقادیر نمره ارزیابی (AS) رتبه‌بندی می‌شوند. گزینه‌های با بالاترین (AS) بهترین انتخاب در بین گزینه‌های نامزد است. همچنین در ادامه می‌توان گزینه‌ها را با توجه به این رتبه‌بندی طبقه‌بندی نمود (Kahraman et al, 2017).

۴. یافته‌های پژوهش

عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه از طریق مرور پژوهش‌ها و مصاحبه با خبرگان به‌دست آمد. در مرحله نخست، عامل‌ها از مرور پژوهش‌های گذشته استخراج گردید. سپس در ادامه، با پنج نفر از خبرگان مصاحبه‌هایی انجام شد و چهار عامل به این فهرست افزوده شد؛ بنابراین، در مجموع عوامل از طریق مطالعه پژوهش‌های صورت‌گرفته و مصاحبه با خبرگان به‌دست آمد. این عوامل مبتنی بر پژوهش‌های اخیر صورت‌گرفته در نشریه‌های علمی، در چهار دسته کلی طبقه‌بندی شدند. جدول (۴) فهرست عوامل فرعی مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه را نشان می‌دهد.

جدول (۴): فهرست عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض الحسنه

عوامل پژوهش	منابع
کاهش ارزش پول	رضایی (۱۳۹۸)
مقدار و تنوع تسهیلات پرداختی	رضایی (۱۳۹۸)
درصد سود تسهیلات پرداختی	جمشیدی، جندقی و تهرانی (۱۳۹۳)
سهولت دریافت تسهیلات	نظرپور، مصطفی‌پور و حاجی منجزی (۱۳۹۵)
به تأخیر انداختن مصرف و پس‌انداز کردن پول	هادوی‌نیا (۱۳۹۸)
اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده	جعفری و شاه‌آبادی (۱۳۹۸)
اعتماد مردم در خصوص کارکرد بانک قرض‌الحسنه	شیرزاد، رجایی باغ‌سای و دارابی (۱۳۹۷)
امنیت سپرده مشتریان	عباسی و صدر (۱۳۸۴)؛ جعفری و شاه‌آبادی (۱۳۹۸)
دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک و...)	تقوی‌فرد، زاهدی‌ادیب و ترابی (۱۳۹۱)
سهولت دسترسی به خدمات و شعب بانک	اسدی زهرایی، آذر و اسکندری (۱۳۹۳)
توزیع درآمد و کاهش نابرابری	ایزدخواستی (۱۳۹۷)
مشکلات نهاد قرض‌الحسنه	شیرزاد، رجایی باغ‌سای و دارابی (۱۳۹۷)
میزان ارتباط و امتیاز و تبلیغات بانک در رسانه‌های گروهی	مصاحبه
تأمین مالی اقشار متوسط و ضعیف جامعه	قلیچ و طاهری (۱۴۰۰)
نحوه برخورد کارکنان با مشتریان	اسدی زهرایی، آذر و اسکندری (۱۳۹۳)
خدمات عمومی و عام المنفعه بانک قرض‌الحسنه	عبادی و جعفری (۱۳۹۹)

عوامل پژوهش	منابع
وابستگی سازمانی	محمدی، ریزه‌بندی و زارعی (۱۳۹۴)
اعطای وام‌های خرد	گودرزی فراهانی و کارخانه (۱۴۰۱)
نگرش، احساسات و هنجارهای ذهنی	نوری، رزاقی هریس و آقاگلی (۱۳۹۹)
کارمزد تسهیلات قرض‌الحسنه	جلیلی فرد و همکاران (۱۴۰۲)
پاداش اخروی قرض‌الحسنه	هادوی‌نیا (۱۳۹۸)
رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک	هادوی‌نیا و عرب بافرانی (۱۳۹۶)
ترویج فرهنگ قرض‌الحسنه	شیرزاد، رجایی باغ‌سای و دارابی (۱۳۹۷)
تعاون و همیاری	جعفری و شاه‌آبادی (۱۳۹۸)

عوامل مؤثر بر مقوله انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه با توزیع پرسش‌نامه‌های خبره‌سنجی و با استفاده از فن دلفی فازی غربال شدند. جدول (۵) خروجی دلفی فازی را برای عوامل این پژوهش نشان می‌دهد.

جدول (۵): خروجی دلفی فازی عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه

عدد دیفازی شده	میانگین نظرات خبرگان			عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه
	حد بالا	میان	حد پایین	
۰/۸۳	۰/۹۵	۰/۸۳	۰/۷۲	کاهش ارزش پول
۰/۸۲	۰/۹۳	۰/۸۴	۰/۷	مقدار و تنوع تسهیلات پرداختی
۰/۵۶	۰/۶۴	۰/۵۹	۰/۴۴	توزیع درآمد و کاهش نابرابری
۰/۸	۰/۹۲	۰/۸۱	۰/۶۷	سهولت دریافت تسهیلات
۰/۸۴	۰/۹۵	۰/۸۴	۰/۷۱	به تاخیرانداختن مصرف و پس‌انداز کردن پول
۰/۸۵	۰/۹۶	۰/۸۵	۰/۷۴	اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده
۰/۳۸	۰/۵	۰/۳۵	۰/۳	ترویج فرهنگ قرض‌الحسنه
۰/۸۳	۰/۹۴	۰/۸۳	۰/۷۱	اعتماد مردم در خصوص کارکرد بانک

عدد دیفازی شده	میانگین نظرات خبرگان			عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض الحسنه
	حد بالا	میان	حد پایین	
۰/۷۶	۰/۸۸	۰/۷۵	۰/۶۴	امنیت سپرده مشتریان
۰/۴۵	۰/۵۷	۰/۴۶	۰/۳۲	وابستگی سازمانی
۰/۲۵	۰/۳۶	۰/۲۴	۰/۱۵	اعطای وام‌های خرد
۰/۳۴	۰/۴۶	۰/۳۵	۰/۲۱	نگرش، احساسات و هنجارهای ذهنی
۰/۳	۰/۴۱	۰/۳۲	۰/۱۶	دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک و...)
۰/۷۶	۰/۹۱	۰/۷۸	۰/۶	سهولت دسترسی به خدمات و شعب بانک
۰/۸	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۶۶	درصد سود تسهیلات پرداختی
۰/۴	۰/۵۳	۰/۴۶	۰/۲۲	مشکلات نهاد قرض الحسنه
۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۸۶	۰/۸	میزان ارتباط و امتیاز و تبلیغات بانک در رسانه‌های گروهی
۰/۳۷	۰/۵۱	۰/۳۴	۰/۲۷	تأمین مالی اقشار متوسط و ضعیف جامعه
۰/۸	۰/۹۴	۰/۸۲	۰/۶۴	نحوه برخورد کارکنان با مشتریان
۰/۷۶	۰/۹۳	۰/۷۶	۰/۶۹	خدمات عمومی و عام‌المنفعه بانک قرض الحسنه
۰/۲۷	۰/۳۵	۰/۲۹	۰/۱۸	کارمزد تسهیلات قرض الحسنه
۰/۷۹	۰/۹	۰/۷۹	۰/۶۷	پاداش اخروی قرض الحسنه
۰/۸۱	۰/۹۱	۰/۸	۰/۷۲	رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک
۰/۴۸	۰/۵۵	۰/۴۸	۰/۴۲	تعاون و همیاری

عواملی که عدد دیفازی آن‌ها بالاتر از ۰/۷ است، برای رتبه‌بندی نهایی با مارکوس انتخاب شدند. ۱۰ عامل دارای عدد دیفازی بیشتر از ۰/۷ بودند و برای اولویت‌بندی نهایی در نظر گرفته شدند. جدول (۵)، فهرست عوامل نهایی پژوهش را نشان می‌دهد. برای اندازه‌گیری روایی محتوایی عوامل مؤثر بر انگیزه‌های سپرده‌گذاری قرض الحسنه از نسبت روایی محتوایی مدل لاوشه و شاخص روایی محتوایی والتز و باسل استفاده شد. در این

مطالعه، برای اندازه‌گیری نسبت روایی محتوایی، یک گروه پنل خبره ۱۰ نفره شکل گرفت.

جدول (۶): حداقل مقادیر ضریب محتوایی مورد قبول

تعداد خبرگان	حداقل ضریب محتوایی مطلوب
۵ الی ۷ نفر	۰/۹۹
۸	۰/۷۸
۹	۰/۷۵
۱۰	۰/۶۲
۱۱	۰/۵۹
۱۲	۰/۵۶
۱۳	۰/۵۴
۱۴	۰/۵۱
۱۵	۰/۴۹
۲۰	۰/۴۲

مقادیر نسبت روایی محتوایی برای هر عامل مؤثر بر سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه براساس رابطه (۱۴) محاسبه شده است.

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}} \quad \text{رابطه (۱۴):}$$

n_e : تعداد خبرگانی که عامل مورد نظر را ضروری ارزیابی کرده‌اند؛

N : تعداد کل خبرگان؛

نسبت روایی محتوایی تمامی عوامل بالاتر از ۰/۶۲ بود. نسبت روایی محتوایی عوامل نهایی غربال‌شده در جدول (۷) آمده است. در این مطالعه، علاوه بر نسبت روایی محتوایی، شاخص روایی محتوایی هم محاسبه شد. همان‌طور که ضرایب محتوایی عوامل در جدول (۶) نشان می‌دهد، مقادیر هر دو ضریب برای عوامل غربال‌شده است.

همان‌طور که در مبانی نظری پژوهش بیان شد، با استفاده از مرور پیشینه، پرسش‌نامه و پنل خبرگانی، عوامل مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان در بانک قرض‌الحسنه رسالت استخراج شد. سپس با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و با استفاده از روش دلفی

فازی، ۱۴ مؤلفه به عنوان مهم ترین عوامل مؤثر بر انگیزه سپرده گذاری مشتریان در بانک قرض الحسنه رسالت در قالب ۴ عامل شناسایی شدند که این عوامل در جدول (۷) آورده شده است.

جدول (۷): فهرست عوامل انگیزه ای غربال شده

عوامل (انگیزه ها)	مؤلفه ها	کدگذاری	نسبت روایی
مالی	کاهش ارزش پول	A۱	۰/۷۴
	مقدار تسهیلات پرداختی	A۲	۰/۸۲
	درصد سود تسهیلات پرداختی	A۳	۰/۷۸
	اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده	A۴	۰/۷۲
کارایی	امنیت سپرده مشتریان	B۱	۰/۸۵
	دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک، تلفن بانک و...)	B۲	۰/۷
	سهولت دریافت تسهیلات	B۳	۰/۷۹
روایی	میزان تبلیغات بانک در رسانه های گروهی	C۱	۰/۷۵
	نحوه برخورد کارکنان با مشتریان	C۲	۰/۷۳
	خدمات عمومی و عام المنفعه بانک قرض الحسنه	C۳	۰/۸۲
معنوی	پاداش اخروی قرض الحسنه	D۱	۰/۷۸
	رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک	D۲	۰/۷۱

در این مرحله، نخست داده های ماتریس تصمیم به دست آورده می شود. سپس هر یک از خبرگان، نظرات خود را در مورد اهمیت هر عامل در یک طیف ۱۰ تایی ابراز می کنند. در ادامه، داده های ماتریس تصمیم با روش خطی نرمال می شوند. سپس با ضرب وزن نظرات خبرگان در داده های ماتریس نرمال، ماتریس نرمال موزون استخراج می شود. در این پژوهش، به دلیل اینکه سطح دانش و تخصص خبرگان نزدیک تشخیص داده شد، وزن تمامی خبرگان مساوی و برابر با ۰/۱ در نظر گرفته شد. در نهایت، جداول (۸) و (۹) داده های ماتریس نرمال موزون به دست آمده را نشان می دهند.

در این بخش به رتبه‌بندی عوامل انگیزشی و مؤلفه‌ها در ۶ بخش پرداخته می‌شود. به این صورت که در بخش اول به رتبه‌بندی ۴ عامل مالی، کارایی، روانی و معنوی پرداخته می‌شود. پس از تعیین اولویت این عوامل، در بخش دوم تمامی ۱۲ مؤلفه به یک‌باره وارد ماتریس تصمیم شده و رتبه‌بندی ۱۴ مؤلفه مشخص می‌شود تا محقق بداند که کدام مؤلفه در میان تمام مؤلفه‌ها از اولویت بالاتری برخوردار است. سپس در بخش‌های سوم تا ششم به رتبه‌بندی مؤلفه‌های هریک از عوامل مالی، کارایی، روانی و معنوی به صورت جداگانه پرداخته می‌شود.

- بخش اول: رتبه‌بندی چهار عامل مالی، کارایی، روانی و معنوی

بنابراین، نخست به دنبال اولویت‌بندی چهار عامل (مالی، کارایی، روانی و معنوی) مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک‌های قرض‌الحسنه رسالت با استفاده از فن ایداس هستیم. لذا، چهار عامل (مالی، کارایی، روانی و معنوی) به عنوان گزینه در ستون ماتریس تصمیم و خبرگان به عنوان معیار در سطر ماتریس تصمیم قرار می‌گیرند تا بتوان به هدف تحقیق که اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان است، دست یافت.

مراحل انجام در ۵ گام به شرح زیر انجام شده است.

- گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم: پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان حاضر در روند انجام تحقیق؛
- گام دوم: به دست آوردن ماتریس میانگین: ماتریس میانگین برای تمامی معیارها؛
- گام سوم: تعیین فواصل مثبت و منفی؛
- گام چهارم: تعیین فواصل مثبت و منفی موزون؛
- گام پنجم: بی‌مقیاس کردن فواصل مثبت و منفی موزون، محاسبه امتیاز ارزیابی و رتبه‌بندی عوامل تحقیق.

جدول (۸): مقادیر نرمال چهار عامل (مالی، کارایی، روانی و معنوی)

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها عوامل
2	0/7276	0/787	0/668	0/018	0/039	مالی
3	0/6393	0/708	0/571	0/025	0/033	کارایی
4	0/0141	0/000	0/028	0/086	0/002	روانی
1	0/9893	0/979	1/000	0/002	0/058	معنوی

براساس نتایج به‌دست‌آمده، عوامل معنوی بیشترین تأثیر را در افزایش انگیزه‌ها و جذب سپرده در بانک قرض‌الحسنه رسالت دارند. عوامل انگیزشی مالی، کارایی و روانی نیز در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

- بخش دوم: رتبه‌بندی تمامی مؤلفه‌ها

پس از رتبه‌بندی عوامل انگیزشی، به اولویت‌بندی ۱۲ مؤلفه مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت با استفاده از فن پرداخته شد؛ بنابراین، ۱۲ مؤلفه به‌عنوان گزینه در ستون ماتریس تصمیم و خبرگان به‌عنوان معیار در سطر ماتریس تصمیم قرار گرفتند. لازم به ذکر است که به دلیل کاهش حجم جدول‌ها، به‌جای مؤلفه‌ها از کدگذاری مؤلفه‌ها که در جدول (۹) آمده است، استفاده شده است. مراحل انجام در ۵ گام گفته‌شده به شرح جدول (۹) انجام شده است. مبتنی بر نتایج به‌دست‌آمده، مؤلفه‌های رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک (D2)، امنیت سپرده مشتریان (B1) و درصد سود تسهیلات پرداختی (A3) به ترتیب رتبه اول تا سوم بیشترین اهمیت را به‌دست آوردند و مؤلفه‌های اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده (A4)، دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک، تلفن بانک و...) (C1) و میزان تبلیغات بانک در رسانه‌های گروهی (B2) به ترتیب آخرین درجه اهمیت را حائز شدند.

جدول (۹): مقادیر نرمال

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها مؤلفه‌ها
7	0/4959	0/583	0/409	0/105	0/088	A1
5	0/5784	0/665	0/492	0/084	0/106	A2
3	0/8641	0/728	1/000	0/068	0/216	A3
12	0/1109	0/000	0/222	0/251	0/048	A4
2	0/9370	0/916	0/958	0/021	0/207	B1
10	0/1378	0/226	0/050	0/195	0/011	B2
4	0/8360	0/899	0/773	0/025	0/167	B3
11	0/1234	0/210	0/037	0/199	0/008	C1
8	0/4439	0/701	0/186	0/075	0/040	C2
9	0/4368	0/288	0/586	0/179	0/127	C3
6	0/5741	0/769	0/379	0/058	0/082	D1
1	0/9688	0/980	0/958	0/005	0/207	D2

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- بخش سوم: رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه مالی

اولویت‌بندی مؤلفه‌های مالی مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک‌های قرض‌الحسنه رسالت با استفاده از فن ایداس در بخش بعدی بررسی انگیزشی مورد پژوهش قرار گرفت. بر این اساس، چهار مؤلفه (کاهش ارزش پول، مقدار تسهیلات پرداختی، درصد سود تسهیلات پرداختی و اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده) به‌عنوان گزینه در ستون ماتریس تصمیم و خبرگان به‌عنوان معیار در سطر ماتریس تصمیم قرار می‌گیرند. بر این اساس، مؤلفه‌های درصد سود تسهیلات پرداختی (A3) و مقدار تسهیلات پرداختی (A2) به ترتیب بیشترین میزان اهمیت را از نظرگاه مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت داشتند.

جدول (۱۰): مقادیر نرمال مؤلفه‌های مالی

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها مؤلفه‌ها
3	0/4270	0/595	0/259	0/105	0/051	A1
2	0/5209	0/759	0/283	0/062	0/056	A2
1	0/8713	0/743	1/000	0/067	0/197	A3
4	0/0726	0/000	0/145	0/259	0/029	A4

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- بخش چهارم: رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه کارایی

مؤلفه‌های کارایی مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت نیز با استفاده از فن ایداس اولویت‌بندی شد. بر این اساس، سه مؤلفه امنیت سپرده مشتریان، سهولت دریافت تسهیلات و دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک، تلفن‌بانک و...) به ترتیب به‌عنوان گزینه‌های دارای اهمیت اول تا سوم در ستون ماتریس تصمیم شناخته شدند.

جدول (۱۱): مقادیر نرمال مؤلفه‌های کارایی

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها مؤلفه‌ها
1	0/9562	0/912	1/000	0/015	0/239	B1
3	0/1524	0/073	0/232	0/161	0/055	B2
2	0/8352	0/887	0/783	0/029	0/154	B3

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- بخش پنجم: رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه روانی

در ادامه تحقیق، به اولویت‌بندی مؤلفه‌های روانی مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت با استفاده از فن ایداس پرداخته شد. مبتنی بر نظرات اخذشده، نحوه برخورد کارکنان با مشتریان، میزان تبلیغات بانک در رسانه‌های

گروهی و خدمات عمومی و عام‌المنفعه بانک قرض‌الحسنه به‌عنوان بیشترین گزینه‌های دارای اهمیت شناسایی شدند.

جدول (۱۲): مقادیر نرمال مؤلفه‌های روانی

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها مؤلفه‌ها
2	0/4472	0/512	0/383	0/070	0/050	C1
1	1/0000	1/000	1/000	0/000	0/131	C2
3	0/1213	0/000	0/243	0/143	0/032	C3

منبع: (یافته‌های تحقیق)

- بخش ششم: رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه معنوی

طبق نتایج بخش‌های قبل، اولویت‌بندی مؤلفه‌های معنوی مؤثر بر انگیزه سپرده‌گذاری مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت مبتنی بر فن ایداس شامل دو مؤلفه رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک و پاداش اخروی قرض‌الحسنه به‌عنوان گزینه‌های اول و دوم درجه اهمیت از نظرگاه خبرگان به‌دست آمد.

جدول (۱۳): مقادیر نرمال مؤلفه‌های معنوی

Rank	AS	NSNi	NSPi	SNi	SPi	شاخص‌ها مؤلفه‌ها
2	0/0410	0/000	0/082	0/085	0/007	D1
1	0/9590	0/918	1/000	0/007	0/085	D2

منبع: (یافته‌های تحقیق)

براساس نتایج به‌دست‌آمده از مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت شهرستان ساوه، مؤلفه‌های زیر به ترتیب در انگیزه آن‌ها در انتخاب سپرده‌گذاری در بانک قرض‌الحسنه رسالت نقش داشتند. بر این اساس، برخلاف انگاره‌های متعارف، مشتریان سپرده‌گذار در بانک قرض‌الحسنه رسالت در وهله نخست، مبتنی بر مؤلفه‌های اخروی و موازین شرعی و انگیزه‌های معنوی در بانک‌های قرض‌الحسنه سپرده‌گذاری می‌کنند. در کنار این انگیزه،

توجه به مؤلفه‌های امنیت، سهولت و به‌طور کلی انگیزه‌های کارآمدی و کارایی در میان سپرده‌های قرض‌الحسنه بانک‌ها مورد توجه مشتریان است. این امر تا حدی به خاطر پیشتازی بانک رسالت در ارائه خدمات کاملاً غیرحضوری و مجازی است. سایر عوامل روان‌شناختی مانند نحوه برخورد کارکنان، ارائه خدمات عمومی و تبلیغات نیز در تقویت انگیزه مشتریان اثرگذار بوده است. البته، به دلیل شرایط تورمی و کاهش ارزش پول، این عامل اثر منفی قابل توجهی بر سپرده‌گذاری در این بانک داشته است.

از آنجا که هیچ جایزه و سودی به سپرده‌های این بانک تعلق نمی‌گیرد، انگیزه کسب جایزه در پایین‌ترین رتبه قرار گرفته است. اگرچه انتظار می‌رود امتیازی بودن سپرده قرض‌الحسنه در این بانک باعث ایجاد انگیزه زیادی در مشتریان برای سپرده‌گذاری در این بانک شود، اما در مقایسه با سایر بانک‌ها که تسهیلات متنوع‌تر و با حجم‌های بیشتری را در قبال سپرده‌گذاری و مانده‌گیری سپرده‌ها پرداخت می‌کنند، بانک رسالت از جذابیت نسبی کمتری برخوردار است و به همین جهت، این عامل در پایین‌ترین مرتبه قرار گرفته است.

جدول (۱۴): فهرست نهایی مؤلفه‌ها و عوامل انگیزه‌ای غربال شده

ردیف	مؤلفه‌ها	عوامل (انگیزه‌ها)
۱	رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک	معنوی
۲	امنیت سپرده مشتریان	کارایی
۳	درصد سود تسهیلات پرداختی	مالی
۴	سهولت دریافت تسهیلات	کارایی
۵	مقدار تسهیلات پرداختی	مالی
۶	پاداش اخروی قرض‌الحسنه	معنوی
۷	کاهش ارزش پول	مالی
۸	نحوه برخورد کارکنان با مشتریان	روانی
۹	خدمات عمومی و عام‌المنفعه بانک قرض‌الحسنه	روانی
۱۰	دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک و تلفن بانک و...)	کارایی

ردیف	مؤلفه‌ها	عوامل (انگیزه‌ها)
۱۱	میزان تبلیغات بانک در رسانه‌های گروهی	روانی
۱۲	اعطای جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده	مالی

منبع: (یافته‌های تحقیق)

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، به بررسی انگیزه‌های سپرده‌گذاری مردم در بانک قرض‌الحسنه رسالت شهرستان ساوه پرداخته شد. محدود کردن انگیزه‌های اقتصادی به کسب سود مادی باعث شده است که ظرفیت‌های بسیار عظیمی از اقتصاد نادیده گرفته شود یا از تحلیل آن عاجز بماند. یکی از مهم‌ترین مصادیق مادی‌انگاری، بررسی و تحلیل چگونگی و چرایی گرایش مردم به عقود قرض‌الحسنه علی‌رغم بروز مشکلات سودمحورانه در برابر تنوع خدمات بانکی مدرن ربوی است. این در حالی است که طبق تحقیقات میدانی و پژوهش حاضر، بیشترین انگیزه مردم در سپرده‌گذاری بانک قرض‌الحسنه رسالت، به‌ویژه در شهرستان ساوه، رویکرد این بانک برای رعایت شریعت و تبلور انگیزه‌های معنوی و دینی در روند فعالیت و خدمت‌گزاری به مردم است.

براساس این تحقیق، عواملی همچون اصالت، اعتماد، سهولت و پایداری به موازین اسلامی، انگیزه مردم و مشتریان شهرستان ساوه را برای اقبال به بانک‌ها و مؤسسات قرض‌الحسنه افزایش می‌دهد. در حالی که برخی عوامل نیز مانند سود تسهیلات بالا، برخوردهای نادرست و کند بودن نظام اقدام باعث دور شدن و تنفر مردم از بانک‌ها و مؤسسات قرض‌الحسنه می‌شود. رتبه‌بندی انگیزه‌ها نشان می‌دهد که انگیزه‌های معنوی رتبه اول را کسب کردند و سپس به ترتیب انگیزه‌های مالی، کارایی و روانی در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار گرفتند. در رتبه‌بندی تمام مؤلفه‌ها نیز «رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک» رتبه اول و مؤلفه‌های «امنیت سپرده مشتریان»، «درصد پایین سود تسهیلات پرداختی»، «سهولت دریافت تسهیلات»، «مقدار تسهیلات پرداختی» و «پاداش اخروی قرض‌الحسنه» به ترتیب رتبه‌های بعدی اهمیت را داشتند.

همچنین، مبتنی بر رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه مالی، درصد سود تسهیلات پرداختی رتبه اول و مقدار تسهیلات پرداختی، کاهش ارزش پول (به‌عنوان عامل منفی)، اعطای

جوایز یا امتیاز تسهیلات به سپرده رتبه‌های بعدی را داشتند. در مؤلفه‌های انگیزه کارایی، رتبه اول به امنیت سپرده مشتریان تعلق گرفت و سهولت دریافت تسهیلات و همچنین دریافت خدمات ویژه بانکی (اینترنت بانک، موبایل بانک، تلفن بانک و...) رتبه‌های دوم و سوم را کسب کردند. در مؤلفه‌های انگیزه روانی نیز، بالاتر از همه نحوه برخورد کارکنان با مشتری و پس از آن میزان تبلیغات بانک در رسانه‌های گروهی و نهایتاً خدمات عمومی و عام‌المنفعه بانک قرض‌الحسنه قرار گرفتند. به همین صورت، در رتبه‌بندی مؤلفه‌های انگیزه معنوی نیز، رعایت احکام و موازین شرعی توسط بانک (تطابق عملکرد بانک با موازین شریعت در قرض‌الحسنه) رتبه نخست و مؤلفه پاداش اخروی قرض‌الحسنه رتبه دوم را احراز کردند.

طبق این پژوهش، مردم و مشتریانی که بانک رسالت را برای انجام فعالیت‌های بانکی انتخاب کردند، غالباً به دلیل انگیزه‌های معنوی و دینی و دوری از ربا بوده است. از این رو، پیشنهاد می‌شود که نظام بانکداری کشور، در عوض خلأ انگیزشی برای هدایت بانک‌ها به تولید و خدمات خرد و عمومی و عقود قرض‌الحسنه و اجتماعی، و جلوگیری از رقابت‌های مخرب در جهت جذب مشتری و سازمان‌ها با سودهای علی‌الحساب پیدا و پنهان، به بانک‌های قرض‌الحسنه، توسعه‌ای و تعاونی روی آورد و هر یک از بانک‌های موجود را در حوزه‌ای مکلف به پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه هدفمند برای تولید، صادرات، واردات مواد اولیه و لازم، خدمات و ارتباط با قاره‌های مختلف ذیل هدایت، کنترل و نظارت و سازمان‌دهی خود کند. این رویکرد، رقابت مخرب سود علی‌الحساب برای جذب سپرده را زایل کرده و سود واقعی در تولید و تجارت و خدمت ذیل عقود قرض‌الحسنه و عقود اسلامی را در جامعه اسلامی جایگزین نظام بانکی شبه‌ربوی خواهد کرد.

ملاحظات حقوقی

- پیروی از اصول حقوقی

تمامی اصول اخلاق در پژوهش در این مقاله رعایت شده است.

- تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «انگیزه‌های جذب سپرده توسط بانک‌ها قرض‌الحسنه (مطالعه موردی بانک قرض‌الحسنه رسالت و مهر ایران)» خانم فاطمه‌الزهرا افشاری‌پور که به راهنمایی آقای دکتر علی سعیدی در دانشگاه قم در سال ۱۳۹۹ دفاع شده است.

کتابنامه

- (۱) اسدی زهرایی؛ احسان، آذر؛ عادل؛ و اسکندری، لیلا (۱۳۹۳). ارائه مدلی جهت معرفی عوامل مؤثر بر رفتار مشتریان در سپرده‌گذاری بانکی. *کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت*. ایران تهران: مؤسسه همایشگران مهر اشراق، مرکز همایش‌های دانشگاه تهران.
- (۲) ابراهیمی‌نژاد رفسنجانی، علی‌اکبر (۱۴۰۳). سازوکار انگیزش دانشمند در نظام تولید علم از منظر اقتصاد مقاومتی (رساله دکتری). دانشگاه قم.
- (۳) ایزدخواستی، حجت (۱۳۹۷). تأثیر تسهیلات قرض‌الحسنه بر توزیع درآمد در ایران. *جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی*، ۱۵(۳۰)، ۲۹-۵۰. DOI: [10.30471/iee.2018.1553](https://doi.org/10.30471/iee.2018.1553)
- (۴) تقوی‌فرد، محمدتقی؛ زاهدی‌ادیب، محسن؛ و ترابی، مصطفی (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان (موردمطالعه بانک ملت). *پژدازش و مدیریت اطلاعات*، ۷(۲۷)، ۵۵۹-۵۳۹.
- (۵) توحیدی، محمد؛ مفیدی‌کیا، حسین؛ انصاری، میلاد (۱۴۰۲). شناسایی چالش‌های بانکداری قرض‌الحسنه و ارائه راهکارها (مطالعه موردی بانک قرض‌الحسنه رسالت). *تحقیقات مالی اسلامی*، ۱۳(۳)، ۴۲-۱. DOI: [10.30497/ifr.2023.244493.1833](https://doi.org/10.30497/ifr.2023.244493.1833)
- (۶) جعفری، مهدی؛ شاه‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۹۸). تأثیر امنیت اقتصادی بر سپرده‌های قرض‌الحسنه بانک‌های دولتی و خصوصی ایران. *جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی*، ۱۶(۳۱)، ۹۱-۱۱۰.

- (۷) جمشیدی ناصر؛ جندقی غلامرضا؛ تهرانی رضا (۱۳۹۳). مدل‌سازی علل معوق شدن تسهیلات قرض‌الحسنه در بانک قرض‌الحسنه مهر ایران. *پژوهش‌های اقتصادی* (رشد و توسعه پایدار)، ۱۴(۳)، ۱۶۱-۱۷۸.
- (۸) جوزی‌زاده، منا (۱۳۹۵)، بررسی تطبیقی کارایی و عملکرد بانک‌های قرض‌الحسنه و بانک‌های تجاری در ایران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه شاهد.
- (۹) جلیلی‌فرد، احسان؛ سخنور، محمد؛ و آخوندزاده یوسفی، طاهره (۱۴۰۲). تأثیر ریسک اعتباری و نقدینگی تسهیلات قرض‌الحسنه بر ثبات سیستم بانکی ایران با استفاده از شاخص‌های Merton distance to default و Z-Score و روش اقتصادسنجی معادلات ساختاری (نرم‌افزار EQS). *بررسی مسائل اقتصاد ایران*، ۱۰(۱۹)، ۶۱-۸۵. DOI: [10.30465/ce.2023.44134.1850](https://doi.org/10.30465/ce.2023.44134.1850)
- (۱۰) حسینی، سیدرضا (۱۳۸۲). مفروضات نظریه مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی. *اقتصاد اسلامی*، ۳(۹)، ۲۷-۵۰.
- (۱۱) خالقی، محمدجواد (۱۳۹۵). بانکداری اسلامی در ایران (مطالعه موردی: بانک قرض‌الحسنه مهر ایران). *پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری*، ۲(۵)، ۱۸۱-۱۹۲.
- (۱۲) رضایی، امیر (۱۳۹۸). شناسایی نظام بانکداری بدون ربای ایران و آسیب‌شناسی سپرده‌های قرض‌الحسنه در این نظام بانکداری (مطالعه موردی: بانک مسکن)، *پژوهش و مطالعات علوم اسلامی*، ۱(۳)، ۱-۱۷.
- (۱۳) سیزده اندیشمند و اقتصاددان مسلمان (۱۳۷۵). *مباحثی در اقتصاد خرد نگرش اسلامی* (مترجم: حسین صادقی). ایران، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- (۱۴) شیرزاد، تقی؛ رجایی باغ‌سای، محمد؛ و دارابی، بهمن (۱۳۹۷). موانع جذب سپرده‌های قرض‌الحسنه از دیدگاه سپرده‌گذاران در بانکداری اسلامی (مطالعه موردی: بانک قرض‌الحسنه مهر ایران شهرستان تبریز). *پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری*، ۵(۱۷)، ۱۲۵-۱۰۵.
- (۱۵) صدر، سیدکاظم (۱۳۷۵). *اقتصاد صدر اسلام*. ایران، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- (۱۶) صفری نادری، مرتضی (۱۳۹۸). *بررسی تأثیر اعتماد به برند بر انگیزه مشتریان برای سپرده‌گذاری در مؤسسات قرض‌الحسنه خصوصی، با میانجی‌گری وفاداری به برند (مورد مطالعه: موسسه قرض‌الحسنه انصار المهدی شهرستان بشرویه)* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). ایران، تهران: موسسه آموزش عالی پیروزان.

- (۱۷) عبادی روح‌اله، جعفری مهدی (۱۳۹۹). قرض‌الحسنه، راهبردی برای اقتصاد سالم. / اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۹(۳۲)، ۹۱-۱۲۲.
- (۱۸) عباسی، زهرا؛ و صدر، سیدکاظم (۱۳۸۴). محاسبه هزینه تسهیلات قرض‌الحسنه و مقایسه آن با سایر عقود اسلامی. / اقتصاد اسلامی، ۵(۱۹)، ۱۳-۴۳.
- (۱۹) علم‌الهدی، سیدسجاد؛ و آق‌آتابای، عبدالعظیم (۱۳۹۳). اقتصاد اسلامی، تخصیص درآمد و رفتار مصرفی، اقتصاد تطبیقی. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱(۱)، ۱۳۳-۱۵۹.
- (۲۰) قدسی، ابراهیم؛ ملکی، محمدحسن؛ قنواتی، ابراهیم؛ محبی آشتیانی، سید (۱۴۰۱). فنون نوین تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در پژوهش عملیاتی. یزد: دانشگاه یزد.
- (۲۱) قلیچ، وهاب؛ و طاهری، ماندانا (۱۴۰۰). طراحی الگوی نوین تأمین مالی خرد اسلامی در نظام بانکی ایران (مبتنی بر عقود وکالت، قرض‌الحسنه و مرابحه). تحقیقات مالی اسلامی، ۱۰(۲)، ۵۷۲-۵۳۹. DOI: [10.30497/ifr.2021.240367.1598](https://doi.org/10.30497/ifr.2021.240367.1598)
- (۲۲) گودرزی فراهانی، یزدان؛ کارخانه، راضیه (۱۴۰۱). بررسی عملکرد مؤسسات قرض‌الحسنه در رشد تولید به‌عنوان مؤسسات تأمین مالی خرد در ایران. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۱(۴۱)، ۱۸۰-۱۵۷.
- (۲۳) محقق‌نیا، محمدجواد (۱۳۸۹). بررسی جایگاه قرض‌الحسنه در نظام بانکی جمهوری اسلامی ایران. معرفت/اقتصادی، ۱(۱)، ۱۴۱-۱۶۲.
- (۲۴) محمدی، اسفندیار؛ ریزه‌بندی، مریم؛ و زارعی، الهام (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر سپرده‌گذاری مشتریان در نظام بانکی مورد مطالعه مشتریان بانک مهر اقتصاد استان ایلام. اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی ایران. ایران، قم: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
- (۲۵) مستخدمین حسینی، فرزانه (۱۳۹۲). ارزیابی انگیزه فعالیت‌های اقتصادی از منظر اقتصاد اسلامی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه تهران.
- (۲۶) موسویان، سیدعباس؛ و میثمی، حسین (۱۳۹۷-الف). بانکداری اسلامی مبانی نظری-تجارب عملی. ایران، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی.
- (۲۷) موسویان، سیدعباس؛ و میثمی، حسین (۱۳۹۷-ب). سپرده تعاونی امتیازی به‌عنوان نسل دوم فعالیت‌های قرض‌الحسنه. اقتصاد اسلامی، ۱۸(۷۱)، ۶۷-۹۸.

- ۲۸) مؤسسه آموزش عالی بانکداری ایران (۱۴۰۲). گزارش عملکرد بانک‌های کشور. ایران، تهران: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- ۲۹) نجارزاده، رضا؛ رضاقلی‌زاده، مهدیه؛ و زیوداری، مهدی (۱۳۸۷). شکل‌گیری نظام‌های اقتصادی بر مبنای اخلاق اسلامی و اخلاق سرمایه‌داری. *جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی*، ۵(۱۰)، ۷-۳۷.
- ۳۰) نظریور محمدنقی؛ مصطفی‌پور، غلامرضا؛ حاجی منجری، مریم (۱۳۹۵). کارت اعتباری براساس قرض‌الحسنه ابزاری در جهت توسعه بانکداری قرض‌الحسنه. *اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۵(۱۴)، ۳۳-۵۷.
- ۳۱) نوری، ایرج؛ رزاقی هریس، محمدعلی؛ و آقاگلی، فرشید (۱۳۹۹). بررسی تأثیر مدل رفتاری مبتنی بر هدف در توصیف پس‌انداز قرض‌الحسنه در بانکداری اسلامی (مطالعه موردی بانک قرض‌الحسنه مهر ایران). *تحقیقات مالی اسلامی*، ۹(۲)، ۴۶۷-۵۰۶. DOI: [10.30497/ifr.2019.75490](https://doi.org/10.30497/ifr.2019.75490)
- ۳۲) هادوی‌نیا، علی‌اصغر (۱۳۹۸). رفتارشناسی قرض‌الحسنه. *اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۸(۲۹)، ۶۱-۷۸.
- ۳۳) هادوی‌نیا، علی‌اصغر، و عرب بافرانی، بهنام (۱۳۹۶). قرض‌الحسنه در اقتصاد اسلامی. *اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ۶(۱۹)، ۲۲۹-۲۴۷.

Reference

- 1) Hadavinia, A, A. (2019) Behaviorism of Qarzul-Hasna. *Islamic Economics and Banking*. 8(29), 61-78. [in Persian].
- 2) Hadavinia, A, A, & Arab Bafarani, B. (2017) Qard al-Hasana in Islamic Economics. *Islamic Economics and Banking*. 6 (19):229-247. [in Persian].
- 3) Iranian Institute of Higher Banking Education (1402). *Report on the performance of the country's banks*. Iran, Tehran: Central Bank of the Islamic Republic of Iran. [in Persian].
- 4) Izadkhasti, H. (2018). The Examination of the Effect of "Gharz Al-Hasanah" loan on Income Distribution in Iran. *Economic Essays: an Islamic Approach "Jostār hā-ye Eghtesādi bā Ruykard-e Eslāmi"*, 15(30), 29-50. DOI: [10.30471/iee.2018.1553](https://doi.org/10.30471/iee.2018.1553) [in Persian].
- 5) Jalilifard, E. , Sokhanvar, M. and Akhoondzadeh Yousefi, T. (2023). The Effect of Credit Risk and Liquidity of Qarz al-Hasane Facilities on the Stability of the Iranian Banking System Using Merton Distance to Default and Z-Score Indices and Econometric method of Structural Equations (Software EQS). *Iranian Economic Issues*, 10(19), 61-85. DOI: [10.30465/ce.2023.44134.1850](https://doi.org/10.30465/ce.2023.44134.1850) [in Persian].

- 6) Kahf, M. (1973). A Contribution to the study of the. Islam. Utah U.S.A. Unive.Of Utah July.
- 7) Khan, M. F. (1986). Macro consumption function in an Islamic framework. In *Contributions to Islamic Economic Theory: A Study in Social Economics* (pp. 140-165). London: Palgrave Macmillan UK.
- 8) Rezaei, A. (2019). Identifying Iran's interest-free banking system and the pathology of Qarz al-Hasanah deposits in this banking system (Case study: Maskan Bank), *Islamic Sciences Research and Studies*, 1(3), 1-17. [in Persian].
- 9) Siddiqi, M. (1992). *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*, Longman, Malaysia.
- 10) Stiglitz, J.E., & Walsh, C. E. (2002). *Principles of Micro economics* (3rd Editioned.), NewYork: W.W. Norton & Company.
- 11) Keshavarz Ghorabae, M., Zavadskas, E. K., Olfat, L., & Turskis, Z. (2015). Multi-criteria inventory classification using a new method of evaluation based on distance from average solution (EDAS). *Informatica*, 26(3), 435-451.
- 12) Kahraman, C., Keshavarz Ghorabae, M., Zavadskas, E. K., Cevik Onar, S., Yazdani, M., & Oztaysi, B. (2017). Intuitionistic fuzzy EDAS method: an application to solid waste disposal site selection. *Journal of Environmental Engineering and Landscape Management*, 25(1), 1-12.
- 13) Mingers, J. (2011). Soft OR comes of age – but not everywhere!. *Omega*, 39(6), 729-741.
- 14) Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Pearson education.
- 15) Gilbert, G. E., & Prion, S. (2016). Making sense of methods and measurement: Lawshe's content validity index. *Clinical simulation in nursing*, 12(12), 530-531.
- 16) Polit, D. F., Beck, C. T., & Owen, S. V. (2007). Is the CVI an acceptable indicator of content validity? Appraisal and recommendations. *Research in nursing & health*, 30(4), 459-467.
- 17) Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A. (2015). Fuzzy Delphi technique for forecasting and screening items. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 5(2), 130-143.
- 18) Asadi Zahra'i, E., Āzar, A., Ādel, and Eskandari, L. (1393 SH/2014). Erā'eh-ye modeli jānib-i mo'aththar bar raftār-ē moshtariyān dar seporde-gōrī-ye bānki [A model for identifying the factors affecting customer behavior in bank deposits]. *Konferānseh-ye bīn-āl-melali hesābdārī va modīriat* [International Accounting and Management

- Conference], Iran, Tehran: Mo'asseseh-ye hamāyeshgārān-e Mehr Ashrāq, Markaz-eh hamāyesh-hā-ye dāneshgāh-e Tehrān [in Persian].
- 19) Ebrāhīmī Najād Rafsanjānī, 'A, (1403 SH/2024). *Sāzmākār-e engīzish-e daneshmand dar nizām-e tovlīd-e ilm az manzar-e eqtesād-e moqāvamati (resālah-ye doktūrī)* [The motivation mechanism of the scholar in the knowledge production system from the perspective of resistant economy (PhD thesis)]. Dāneshgāh-e Qom [in Persian].
 - 20) Taqvī-Fard, M., Zāhedī-Adīb, M., and Torābī, M. (1391 SH/2012). 'Avāmil mo'aththar bar estefādeh az khadamāt-e bānk-dārī-ye internetī az su-ye moshtariyān (māre-damāl-e bānk-e Mellat) [Factors affecting the use of internet banking services by customers (Case study of Mellat Bank)]. *Pardāzeh va modīriāt-e etelāūt [Information Processing and Management]*, 7(27), 559-539 [in Persian].
 - 14) Tawhīdī, M., Mafīdī-Kiā, H., Ansārī, M. (1402 SH/2023). Shanāsāi-ye chalish-hā-ye bānk-dārī-ye qarḍ-ol-ḥasanah va arā'eh-ye rāh-kārḥā (māre-damāl-e bānk-e qarḍ-ol-ḥasanah Rasālat) [Identifying the challenges of interest-free banking and providing solutions (Case study of Rasālat Interest-Free Bank)]. *Tahqīqāt-ī māli-ye islāmī [Islamic Financial Research]*, 13(3), 1-42. DOI: 10.30497/ifr.2023.244493.1833 [in Persian].
 - 15) Jāfarī, M., Shāh-Ābādī, A. (1398 SH/2019). Ta'sīr-e amnīyat-e eqtesādī bar seporde-hā-ye qarḍ-ol-ḥasanah bānk-hā-ye dolatī va khosūsi-ye Irān [The impact of economic security on interest-free deposits in public and private banks of Iran]. *Jostārḥā-ye eqtesādī bā rūy-kerd islāmī [Economic Studies with an Islamic Approach]*, 16(31), 91-110 [in Persian].
 - 16) Jamshīdī Nāṣir, Jandagī, G., and Tehrānī, R. (1393 SH/2014). Model-sāzi-ye 'alal-e ma'ūq shodan-e tas'hīlāt-e qarḍ-ol-ḥasanah dar bānk-e qarḍ-ol-ḥasanah Mehr Irān [Modeling the causes of the default of interest-free loans in Mehr Iran Interest-Free Bank]. *Pajoohesh-hā-ye eqtesādī (Roshd va Towsee-ye pāydār) [Economic Research (Growth and Sustainable Development)]*, 14(3), 161-178 [in Persian].
 - 17) Jowzī-Zādeh, M. (1395 SH/2016). *Barrasī-ye tātbeeqī kārāī va amāl-kard-e bānk-hā-ye qarḍ-ol-ḥasanah va bānk-hā-ye tejārī dar Irān (pāyān-nāmeḥ-ye kārshenāsī arshad)* [Comparative study of the efficiency and performance of interest-free and commercial banks in Iran (Master's thesis)]. Dāneshgāh-e Shāhed [in Persian].

- 18) Ḥosaynī, S. R. (1382 SH/2003). Mafruzāt-i naẓarī-ye nāzar-eh moshtari-yi dar eqtesād-i islāmī [The assumptions of consumer theory in Islamic Economics]. *Eqtesād-i Islāmī [Islamic Economics]*, 3(9), 27-50 [in Persian].
- 19) Khāliqī, M. J. (1395 SH/2016). Bānk-dārī-ye islāmī dar Irān (māre-damāl: bānk-e qarḍ-ol-ḥasanah Mehr Irān) [Islamic Banking in Iran (Case Study: Mehr Iran Interest-Free Bank)]. *Pajooresh-hā-ye jadīd dar modīriāt va ḥesābdārī [New Research in Management and Accounting]*, 2(5), 181-192 [in Persian].
- 20) Sizdah Andīshmand va eqtesād-dān-e musalmān (1375 SH/1996). *Mabāḥisī dar eqtesād-e khuṣūṣī-ye nīgāresh-i islāmī (mutarjim: Ḥosayn Ṣādeqī)* [Issues in Islamic Microeconomics (Translated by Ḥosayn Ṣādeqī)]. Irān, Tehrān: Dāneshgāh-e Tarbiyat Mudarres [in Persian].
- 21) Shirzād, T., Rajā'i-Bāgh-Sāyī, M., and Dārābī, B. (1397 SH/2018). Mawānī' jazb seporde-hā-ye qarḍ-ol-ḥasanah az didgāh-ye seporde-gōrān dar bānk-dārī-ye islāmī (māre-damāl: bānk-e qarḍ-ol-ḥasanah Mehr Irān shahristān Tabrīz) [Barriers to attracting interest-free deposits from the perspective of depositors in Islamic Banking (Case study: Mehr Iran Interest-Free Bank, Tabrīz)]. *Pajooresh-hā-ye jadīd dar modīriāt va ḥesābdārī [New Research in Management and Accounting]*, 5(17), 105-125 [in Persian].
- 22) Ṣadr, S. Kāẓim (1375 AH/1996). *Iqtisād al-Sadr al-Islāmī [Economics of Early Islam]*. Irān, Tehrān: Dāneshgāh-e Shāhid Beheshti [in Arabic].
- 23) Abbādī Rūḥ-Allāh, J., Jāfarī, M. (n.d.). Qarḍ-ol-ḥasanah, rāh-bārdī bar eqtesād-e sālam [Interest-Free Lending, a Strategy for a Healthy Economy]. *Eqtesād va Bānk-dārī Islāmī [Islamic Economics and Banking]*, 9(32), 91-122 [in Persian].
- 24) 'Abbāsī, Z., and Ṣadr, S. Kāẓim (1384 AH/2005). Ḥisāb-ye ḥājat-e tas'hīlāt-i qarḍ-ol-ḥasanah va moqāyāsāt-i āmūzī-ye ān bā sāyer 'uqūd-e islāmī [Calculating the cost of interest-free loans and comparing it with other Islamic contracts]. *Eqtesād Islāmī [Islamic Economics]*, 5(19), 13-43 [in Arabic].
- 25) 'Alam al-Hudā, S. S., and Āq-Ātābāy, 'Abd al-'Azīm (1393 SH/2014). Eqtesād-i islāmī, takhṣīṣ-e dārāmad va raftār-i masrafī, eqtesād-e tatbīqī [Islamic Economics, Income Allocation, and Consumption Behavior, Comparative Economics]. *Pajooreshgāh-i Ulūm-i Ensānī va Motālaāt-i Farhangī [Institute for Humanities and Cultural Studies]*, 1(1), 133-159 [in Persian].

- 26) Qodsī, Ebrāhīm, Malakī, Muḥammad-Ḥasan, Qanvātī, Ebrāhīm, and Moḥibbi-Āshtiānī, Sayyid (1401 SH/2022). *Funūn-i nawīn tasīm-sāzī va tasīm-gīrī dar pajooohesh-i amālī* [New Techniques in Decision-Making and Decision-Analysis in Operational Research]. Yazd: Dāneshgāh-e Yazd [in Persian].
- 27) Qalich, Wahāb, and Ṭāherī, Mandānā (1400 SH/2021). Design-i-ye alūgū-ye nawīn tā'amīn-i māli-ye khurd-i islāmī dar nizām-i bānkī-ye Irān (mabnī bar 'uqūd wa-kālat, qarḍ-ol-ḥasanah, va murābahah) [Designing a New Model for Islamic Microfinance in Iran's Banking System (Based on Contracts of Agency, Interest-Free Loans, and Murabaha)]. *Tahqīqāt-i Mālī-ye Islāmī* [Islamic Financial Research], 10(2), 539-572. DOI: 10.30497/ifr.2021.240367.1598 [in Persian].
- 28) Ghodarzī Farāhānī, Yazdān, and Kārkhāneh, Rāzīah (1401 SH/2022). Barrasī-ye 'amāl-kard-e mo'assasāt-e qarḍ-ol-ḥasanah dar roshd-e towlīd be 'onwān-e mo'assasāt-i tā'amīn-i māli khurd dar Irān [Evaluating the Performance of Interest-Free Institutions in Economic Growth as Microfinance Institutions in Iran]. *Eqtesād va Bānk-dārī Islāmī* [Islamic Economics and Banking], 11(41), 157-180 [in Persian].
- 29) Muḥaqqiq-Niyā, Muḥammad-Jawād (1389 SH/2010). Barrasī-ye jāyghah-i qarḍ-ol-ḥasanah dar nizām-i bānkī-ye Jumhūrī-ye Islāmī-ye Irān [Examining the Role of Interest-Free Loans in the Banking System of the Islamic Republic of Iran]. *Marīfat-e Eqtesādī* [Economic Knowledge], 1(1), 141-162 [in Persian].
- 30) Muḥammadi, Esfandiār, Rīzah-Bandī, Maryam, and Zārīī, Ilhām (1394 SH/2015). *Avāmīl moaththar bar seporde-gōrī-ye moshtariyān dar nizām-i bānkī* (māre-damāl-e bānk-e Mehr Eqtesād-e ostān-e Ilām) [Factors Influencing Customer Deposits in the Banking System (Case Study of Mehr Eqtesād Bank in Ilām Province)]. Avvalīn Konferānseh-ye Mīlī-ye 'Ulūm-i Modīriyat-i Nāwīn va Barnameh-Rīzī-ye Farhangī-ye Ejtemāī-ye Irān [First National Conference on Modern Management Sciences and Social-Cultural Planning of Iran]. Iran, Qom: Markaz-e Motāla'āt va Tahqīqāt-i Islāmī-ye Soroush-i Ḥikmat-e Martāzavī [in Persian].
- 31) Muktasefīn-Ḥosaynī, Farzāneh (1392 SH/2013). *Arzīābī-ye engīzah-ye fa'āliyat-hā-ye eqtesādī az manẓar-e eqtesād-i islāmī (pāyān-nāmeḥ-ye kārshenāsī arshad)* [Evaluating the Motivation of Economic Activities

- from the Perspective of Islamic Economics (Master's Thesis)]. Dāneshgāh-e Tehrān [in Persian].
- 32) Mūsaviān, Sayyid ‘Abbās, and Mithāmī, Ḥusayn (1397 SH/2018-a). *Bānk-dārī-ye islāmī, mabānī-ye naẓarī- va tajārib-e amālī* [Islamic Banking: Theoretical Foundations and Practical Experiences]. Iran, Tehran: Pajooreshgāh-i Pūlī va Bānkī [Research Institute for Monetary and Banking Studies] [in Persian].
 - 33) Mūsaviān, Sayyid ‘Abbās, and Mithāmī, Ḥusayn (1397 SH/2018-b). *Seporde-ye ta‘āwunī-ye emtiyāzī be ‘onwān-i nasl-e dūm fa‘āliyat-hā-ye qarḍ-ol-ḥasanah* [Cooperative Deposits as the Second Generation of Interest-Free Activities]. *Eqtesād Islāmī [Islamic Economics]*, 18(71), 67-98 [in Persian].
 - 34) Najārzādah, Rezā, Rezāqlī-Zādah, Mahdīyah, and Zīodārī, Mahdī (1387 SH/2008). *Shakl-gīrī nizām-hā-ye eqtesādī bar mabnā-ye akhlāq-i islāmī va akhlāq-e sānharī* [Formation of Economic Systems Based on Islamic and Capitalist Ethics]. *Jostārḥā-ye eqtesādī bā rūy-kerd islāmī [Economic Studies with an Islamic Approach]*, 5(10), 37-7 [in Persian].
 - 35) Naẓarpūr, Muḥammad Naqī, Muṣṭafā-Pūr, Gholāmrezā, and Ḥājī Manjizī, Maryam (1395 SH/2016). *Kārt-e i‘timādī bar asās-i qarḍ-ol-ḥasanah abzarī dar jihat-e towse‘eh-ye bānk-dārī-ye qarḍ-ol-ḥasanah* [Credit Cards Based on Interest-Free Loans as a Tool for the Development of Interest-Free Banking]. *Eqtesād va Bānk-dārī Islāmī [Islamic Economics and Banking]*, 5(14), 33-57 [in Persian].
 - 36) Nūrī, Irāj, Razāqī-Harīs, Muḥammad-‘Alī, and Āqāgalī, Farshīd (1399 SH/2020). *Barrasī-ye ta‘īr-e model-i raftārī mabnī bar goal dar tawṣīf-i pas-andāz-i qarḍ-ol-ḥasanah dar bānk-dārī-ye islāmī (māre-damāl: bānk-e qarḍ-ol-ḥasanah Mehr Irān)* [Investigating the Impact of the Goal-Based Behavioral Model on Describing Interest-Free Savings in Islamic Banking (Case Study: Mehr Iran Interest-Free Bank)]. *Tahqīqāt-i Mālī-ye Islāmī [Islamic Financial Research]*, 9(2), 467-506. DOI: 10.30497/ifr.2019.75490 [in Persian].