International Conference on
MANAGEMENT, ACCOUNTING, ECONOMICS & BANKING
in the third millenium
کنفرانس بین المللی
مدیریت ، حسابداری ،اقتصاد و
بانکداری در هزاره سوم
18 May 2019 Tehran www.mae2019.ir تهران ۲۸ اردیبهشت ۱۳۹۸

بررسی رابطه دینداری و رضایتمندی مشتریان در بانک قرض الحسنه رسالت
(مورد مطالعه:شعب منتخب بانک رسالت استان کرمان)

نویسندگان زینب ضیاالدینی کارشناس ارشد مدیریت مالی از دانشگاه مهرکرمان

azia2240@gmail.com

دکترسعید ده یادگاری استادیارگروه مدیریت دانشگاه باهنرکرمان

Yaadegari@gmail.com

چکیده:

این پژوهش باهدف بررسی رابطه دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه(موردمطالعه شعب بانک رسالت استان کرمان)انجام‌شده است. قرض الحسنه جزئی از ارکان نظام اقتصادی اسلام است و در مقابل آن رباخواری قرار دارد.امروزه دنیای کسب و کار بر پایه مشتری مداری و رضایت مشتریان استوار گشته به گونه ای که گسترش خدمات و حتی ارائه آن بدون در نظر گرفتن این اصل نه تنها مشکل بلکه غیر ممکن است. و نگرشی که می تواند فلسفه ، راهکار و یا شیوه ای باشد که بانک را در ایجاد ارتباط بلند مدت و برقراری استراتژی برد_برد یاری می کند و در این صورت بانک به عنوان یک سازمان یاد گیرنده فرصت هایی را برای کسب اطلاعات مفید در خصوص شناخت مشتری ، ایده ها،سلایق و نیاز های وی فراهم می سازد. روش تحقیق به‌صورت توصیفی همبستگی بوده است . جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشتریان بانک رسالت شهرکرمان در ده ماهه اول سال ۱۳۹۷ می باشد که بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر به‌صورت تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند .به این منظور، پرسشنامه ای متشکل از۱۶ سؤال استاندارد تهیه، و به صورت تصادفی ساده ، میان مشتریان بانک قرض الحسنه استان کرمان توزیع شد که ۳۸۸ پرسشنامه برگشت و مورد استفاده قرار گرفت.تجزیه‌وتحلیل داده‌ها با نرم‌افزار اس پی اس اس انجام‌گرفته و از آمار توصیفی و استنباطی ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن جهت نجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد دینداری با رضایتمندی مشتریان بانک‌های قرض‌الحسنه(موردمطالعه شعب بانک رسالت شهر کرمان) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد..

واژه‌های کلیدی: دینداری، رضایتمندی مشتریان، بانک، قرض‌الحسنه

مقدمه

جامعه‌ی اسلامی درمجموع و به‌تمام‌معنا، جامعه‌ای است با خصلت‌های اسلامی، باایمان عمیق به خدا و روز آخرت و مجری آموزه‌های دینی با جدیّت و التزام کامل و باکم ترین میزان معصیت و نافرمانی در مقایسه با سایر جوامع بشری. در این جامعه دین همه زندگی افراد را تشکیل می‌داد و امری حاشیه‌ای نبود که مردم گاه و بی گاه بدان روی آورده باشند. درواقع دین، حیات و روح مردم را تشکیل می‌داده است، نه مجموعه‌ای از اعمال عبادی که مردم نسبت به ادای درست آن‌ها رغبت نشان داده باشند و دین در حقیقت در اخلاق، افکار، اندیشه‌ها، رفتار، ارزش‌ها، روابط خانوادگی، اجتماعی، همسایگی، تعامل، مسافرت، تلاش برای تأمین معاش، رعایت امانت، کفالت ناتوان و بینوایان، امربه‌معروف و نهی از منکر و نظارت بر اعمال حکام و فرمانروایان، نمود و تجلی‌یافته است.(حکیمی، ۱۳۹۰)

تاثیررفتار مشتریان بر رضایت دینی نیز قابل‌توجه است و فرض براین است که رفتار خوب باعث میشودمردم شادتر باشند و از کارهای خوب لذت ببرند خداوند تأکید کردن که برکت می‌دهد (هانداین[1]،۲۰۱۶)

هر سازمان موفقی مایل است خدماتی را ارائه کند که رضایت مشتریان را فراهم سازد. شرکت‌ها و مؤسسات نمی‌توانند اهداف اساسی کار خود نظیر دستیابی به مزیت رقابتی یـا ایجاد سـود را نادیـده بگیرند. حفظ مشـتریان خوب در بلندمدت، نسـبت به جلب مسـتمر مشـتریان جدید، برای جایگزینی مشـتریانی که با شـرکت قطع رابطه کرده‌اند، سودمندتر است. مشتریانی که رضایت زیادی از سازمان دارند، تجربیات مثبت خود را برای دیگران بیان می‌کنند و به‌این‌ترتیب وسیله تبلیغ برای سازمان می‌شوند و درنتیجه هزینه جذب مشتریان جدید را کاهش می‌دهند. این مطلب به‌ویژه برای ارائه‌دهندگان خدمات حرفه‌ای بسیار مهم است زیرا شهرت وخوشنامی آن‌ها و بیان مزایا و نکات مثبت آن‌ها از سوی دیگران منبع اطالعات کلیدی برای مشتریان جدید است.(گوهری،۱۳۹۳)

پیشینه تحقیق

بک و دیگران(2010) در مقاله" بانکداری اسلامی در مقایسه با بانکداری متعارف؛ مدل کسب وکار، کارایی و ثبات "دو روش بانکداری متعارف و اسلامی و عملکرد آنها در چند ، کشور را در خلال بحران اخیر مقایسه کرده و نتیجه گیری می کنند که اگرچه هر دو روش بانکداری تحت تأثیر بحران قرار گرفته اند؛ اما بانک های اسلامی سرمایه و ذخیره های نقدینگی بیشتری در اختیار داشتند و این امر به عملکرد بهتر بانک های اسلامی در خلال بحران انجامید.

موسویان ، نظرپور و لطفی نیادر سال(۱۳۹۶) در مقاله تحلیل نظری الگوی نظام بانکداری اسلامی اندونزی به این نتیجه رسیده اند که خدمات بانکی مورد استفاده در نظام بانکداری اسلامی اندونزی شامل اسناد اعتباری واردات ،ضمانت ، مبادلات ارزی است و تنوع کاری و ابزاری بانکداری اسلامی اندونزی به ویژه در طراحی انواع سپرده های دینداری باکارکردهای مختلف و شیوه های اعطای تسهیلات، می تواند در ارتقای سطح بانکداری ایران مفید باشد.

کریمی ؛ شعبانی نژاد، ؛ ادیبفر در سال(۱۳۹۵)درپژوش بررسی رابطۀ بین پیاده سازی سیستم های الکترونیکی و میزان رضایتمندی مشتریان(مورد مطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران) به این نتیجه رسیدند که ادراک، انتظارات و ترجیحات مشتریان از عوامل تعیین کنندۀ رضایت مشتری محسوب می شود .به عبارتی، رضایتمندی یا نارضایتی از تفاوت بین انتظارات و ادراک مشتری از واقعیت شکل می گیرد .امروزه شرکت ها برای ایجاد رضایتمندی در مشتریان باید علاوه بر حذف دلایل نارضایتی ها و شکایت موجود، عرضه کنندۀ محصولاتی با کیفیت عالی و جذاب باشند تفا موجبات شادمانی مشتریان را فراهم کنند .در این پژوهش، نشان داده شد در صورت توجه به سیستم های الکترونیکی، رضایت مشتری افزایش می یابد در این پژوهش، افزون بر تأیید فرضیۀ اصلی که تأثیر پیاد ه سازی سیستمهای الکترونیکی بر رضایت مشتریان را نشان داد ، فرضیه های فرعی پژوهش شامل تأثیر سرعت پاسخگویی، روند عرضۀ خدمات به مشتریان و کاهش هزینه ها بر رضا یت مشتریان نیز تأیید شد.

[1] Hondain

دکتر علی نقی فقیهی ودکتر محمد خدایاری فرد و دکتر باقر غباری بناب و دکتر محسن شکوهی یکتا در سال ۱۳۸۵ باموضوع بررسی الگوی دینداری از منظر قرآن و سنت مؤلفه های دینداری که در این پژوهش از متون قرآنی و حدیثی استنباط شده استهمان پایبندی و انقیاد به مجموعه قواعد اعتقادی، اخلاقی و احکام است که عناصر اصلی دین را تشکیل می دهند .و آن چه در این طبقه بندی مؤلفه های دینداری آمده است باآن چه آرین دینداری را در سه قسمت باورهای دینی، رفتارهای دینی و تعامل الهی دسته بندی کرده است تفاوت دارد . زیرا بخش عواطف و گرایش ها و جنبه هایی از باورهای دینی و بخش اعظم از رفتارهای دینی مورد توجه قرار نگرفته است . اضافه بر این که مؤلفه ها از منابع اصیل دینی (قرآن و حدیث) استخراج نگردیده بلکه با رویکرد برون دینی و بر اساس تصورات کلی از دین، این دسته بندی انجام گرفته است .

فولادی در سال ۱۳۸۹ در مقاله دین و دینداری در اندیشه شهیدمطهری(ره) می گوید که دین واقعیتی فرابشری ، اصیل و منطبق بر فطرت دارد که به هیچ وجه نمیتوان آن را از زندگی انسان ها خارج کرد.البته این واقعیت در طول تاریخ همواره مورد انواع هجمه ها قرار گرفته وبه صورت های گوناگون ، به حیات خود ادامه داده است بسیاری از متفکران عرصه های گوناگون علمی بوده اند که با ظهور پدیده ای در زندگی بشر،اضمحلال و فروپاشی دین و مبانی اعتقادی آن را اعلام کرده ، یا دست کم نوید آن را می داده اند ؛ ولی واقعیت زندگی اجتماعی بشر و نیز گذر زمان هر چند (با وجود گسترش پیشرفت های تمدنی ،اختراع ها و ابتکارهای مادی) ،خلاف همه آن ادعا ها را به اثبات رسانیده است .این واقعیت خود بیانگر اصالت و مطابقت نیاز به دین و پرستش ، در نهاد بشر است که اگر چه ممکن است در برهه یا برهه هایی از زمان باور و اعتقاد دینی در زندگی فردی یا اجتماعی انسان تضعیف شود ؛ولی دوباره ظهور و بروز یافته ، به حیات خود ادامه می دهد .شهید مطهری ،با اتکای به تعالیم دینی از این حقیقت با نام فطری بودن اعتقاد دینی یاد کرده و آن را به اثبات رسانده است.

سیفلو و خوانساری درسال ۱۳۹۰در مقاله مشکلات و راهکارهای تجهیز منابع از طریق قرض‌الحسنه در قانون عملیات بانکی بدون ربا ، قرض‌الحسنه نهاد سنتی و معنوی است که قابلیت‌های مفیدی ازنظر اقتصادی دارد. نحوه به‌کارگیری این نهاد اسلامی در اقتصاد و قالب‌های اجرایی آن در تقویت و یا تضعیف آن بسیار مهم است .قانون عملیات بانکی بدون ربا نوعی از کاربرد قرض‌الحسنه در پیشبرد اهداف و به‌کارگیری اقتصاد آن است .تمام اشکالات مذکور ،بیانگر آن است که انتخاب قرارداد قرض‌الحسنه به‌صورت قرارداد جایگزین قرض با بهره برای سپرده پس‌انداز ،انتخاب درستی نیست و باروح قرارداد قرض‌الحسنه که قراردادی خیرخواهانه است و باروح صنعت بانکداری که بنگاهی تجاری است و اهداف و انگیزه‌های سپرده گذاران ،تناسب ندارد.با توجه به این مشکلات بجاست که راهکاری برای خروج از وضعیت موجود اندیشیده شود.

هیرو فارابی ، امید ترابی در سال ۱۳۹۴ مقایسه روندهای بانکداری اسلامی در ایران و سایر کشورهای دنیا به این نتیجه رسیده اند با نمایان شدن آثار مثبت خدمات پولی و مالی اسلامی، کشورهای اسلامی و غیراسلامی متعددی با نهادینه کردن بانکداری اسلامی به جای بانکداری متعارف و یاارائه خدمات بانکداری اسلامی در کنار بانکداری متعارف، به سمت بانکداری اسلامی گرایش پیدا کرده اند .ارائه خدمات بانکی در این کشورها، تجارب متعددی ایجاد کرده است .این تحقیق، تجربه ایران را با برخی کشورهای اسلامی اعم از، پاکستان، بحرین، ترکیه، اندونزی، مالزی و عربستان سعودی را در شاخصهای کارایی، نقدینگی، ریسک و سرمایه، سودآوری، کیفیت داراییها، قراردادها و مقاصد شریعت مورد مقایسه و واکاوی قرار داده است.

آقای اصغری زاده وخانم امین (۱۳۸۴)از مقاله خود که در مورد افزایش بهره وری خدمات بانکی با اولویت بندی مشتریان با استفاده از تکنیک های کمّی به این نتیجه رسیدن که:

الف- تنوع در گروههای مشتریان نظام بانکی، درخواستها و نیازهای مشتریان و تنوع در خدمات نظام بانکی، این نظام را وادار میکند تا از یک سو نسبت به اولویتبندی مشتریان و از سوی دیگر به اولویتبندی خدمات قابل ارائه اقدام کند.

ب- نبود دسته بندی مناسب برای مشتریان باعث میشود تا نظام بانکی طبق قانون پارتو فقط ۲۰ درصد از منابع مالی و انسانی خود را به مشتریان با ارزش تخصیص داده و۸۰ درصد از منابع باقی مانده را به سایر مشتریان کم بازده اختصاص دهد.

ج- نتیجهٔ نبود شناخت کافی درباره ویژگیهای فرهنگی، روانی، اجتماعی، توزیع جغرافیایی و نظایر آن در دسته های مختلف مشتریان نظام بانکی این است که فعالیتهای بانکی، جهتدار نشده و تبلیغات بانکی برای جذب مشتری به صورت امری کلیشه ای وکم بازده در میآید.

د- اهمیت ندادن به موضوع بازاریابی رابطهمند و سایر مفاهیم پیشرفته در زمینه علم بازاریابی باعث شده که نظام بانکی به علت وجود انحصارات دولتی به مقوله مشتری و مشتری مداری اهمیت ندهد.

ه- توجه نکردن به موضوع مشتری مداری و ابزارهای رقابتی باعث شده است که نظام بانکی در برابر بانکهای دولتی و بانکهای خارجی آسیب پذیر شود.

و- در درجه بندی شعب، شعبه های بانکی با درجات پایین، توانایی ارائه سرویسهای کمتری نسبت به شعب با درجات بالا دارند زیرا اختیارات شعب با توجه به ادارههای شعب افزایش یافته یا به نحوی محدود میشود که مدیران شعب درجه چهار، کمترین اختیارات و مدیران شعب ممتاز، بیشترین اختیارات را خواهند داشت. از اینرو یک مشتری پلاتینیومی شعبه درجه چهار ممکن است به خدمات بیشتری نیاز داشته باشد در حالی که از حدود اختیارات شعبه خارج است. در نتیجه موجب نارضایتی این دسته از مشتریان میشود.

ز- تعریف نکردن خدمات جدید در نظام بانکی موجب نارضایتی مشتریان میشود.

ح- آموزش مدیران شعب بانک درباره اهمیت رتبه بندی مشتریان، در ارائه بهترخدمات بانکی تأثیر به سزایی داشته دارد.

ط- امید است که با ایجاد پایگاه داده پردازی، بتوان یکایک مشتریان را از ابعاد مختلف مالی، تنوع جغرافیایی، خواسته ها و نیازها و نظایر آن شناسایی کرد و برنامه بازاریابی ویژه هر یک را تنظیم کرد. با تنظیم فهرست مشتریانی که جریانهای پولی آنها برای شعبه و بانک ارزش بازاریابی بالایی دارند اعم از مشتریان موجود و بالقوه، نسبت به شناسایی آنها اقدام کرد و در جذب و جلب آنها و برقراری رابطه وفادارانه با آنها کوشش کرد.

ی- مهمترین بعد در شناسایی مشتری کلیدی، ویژگیهای بازاری مشتری است که۳/۶۲ درصد امتیازات را به خود اختصاص داده است. از اینرو کنترل دقیق این بعد اهمیت به سزایی دارد. روسای شعبه باید دقت کنند که دادههای نادرست در این بعد دریافت نکنند.

ک- بیشترین امتیاز در شناخت مشتری کلیدی مربوط به متغیرهای فروش،سود ونسبت عرضه به تقاضا به ترتیب ۲۰۵ و ۲۷۸ و ۱۰۶ است.

با توجه به اهداف پژوهش، فرضیه مربوط به این دو متغیر به صورت ذیل بیان میشود:

بین دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رابطه وجود دارد.

ادبیات تحقیق

بر اساس دیدگاه مفسران قرآن، دینْ دستورالعملی واقعی، حقیقی و منطبق با ابعاد وجودی انسان است که به منظور تعالی انسان وحی شده، و پس از تحقق در جامعه، به الگوهای اجتماعی، عینی، پایدار و منطبق با وحی تبدیل گردیده است و همهٔ جوانب زندگی انسان را کنترل و او را از انحراف و کجی مصون می دارد(جمشیدیها و آخوندی۱۳۹۵)

دین در متون قرآنی و حدیثی به معانی متعددی به‌کاررفته است؛ ولی دو مفهوم آن شایع است:

الف (مجموعه قواعد اعتقادی، اخلاقی، فقهی و حقوقی است که خداوند به‌منظور اداره فرد و جامعه انسانی و پرورش انسان‌ها در اختیار بشر قرار داده است. ضمن تعریف دین به این مفهوم، دو آیه 19 و 85 سوره آل‌عمران را از موارد کاربرد واژه دین به این مفهوم دانسته و می‌نویسد : دین، همان قواعد و مقررات خداوندی برای صاحبان خرد(بشر)است که شامل اصول و فروع هست .خدای متعال در سوره آل‌عمران می‌فرماید :

«همانا دین پسندیده در نزد خدا، اسلام است »[2]و نیز می‌فرماید «هر کس غیر از اسلام دینی اختیار کند، هرگز از وی پذیرفته نیست و او در آخرت از زیان‌کاران است».[3]

ب) دین به معنای دین‌داری است که درواقع طاعت انقیاد و پای بندی فرد به همان قواعد اعتقادی، اخلاقی، فقهی و حقوقی می باشدکه خدا در اختیار بشر قرار داده است . این مفهوم ، کاربرد بیشتری در قرآن دارد و حتی گفته می شوکه مفهوم اصلی واژه دین در قرآن ، است همان خضوع و انقیاد در برابر برنامه‌ها و مقررات الهی»است این مفهوم (مفهوم دینداری)شامل شناخت و پذیرش قلبی نسبت به توحید، عدل، نبوت، امامت، آخرت و انقیاد نسبت به احکام الهی است . مفهوم واژه‌ی دین درآیات دیگری مانند آیه 5 سوره بیّنه همین دینداری است؛ زیرا ضمن توجه مردم به مأموریت اصلی آنان و انتظاری که از آن‌ها می رود، از بندگی و دینداری مخلصانه و مؤلفه های اصلی آن مانند اقامه نماز و پرداخت زکات به عنوان دین قیم یاد می شود.(فقیهی و خدایاری فرد،۱۳۸۵)

از مجموع آثار شهید مطهری درباره دین و دینداری می توان معیارهایی را برای کمال دینداری افراد در جامعه بیان کرد که اهم آنها عبارتند از:

۱.توأمان دانستن دنیا و آخرت؛ به گونه ای که التزام به دین و هنجارهای دینی مستلزم رویگردانی از دنیا نشود؛در واقع هیچ ناسازگاری میان آخرت گرایی و علاقه به دنیا و امور مادی است که مورد مذمت واقع شده است .

۲. قائل بودن به آمیختگی علم و دین ؛ یعنی دیندار واقعی کسی است که علم و دین را همانند دو بالی بداند که او را به‌سوی کمال مطلق که همانا خداوند است رهنمود می‌سازد و نه اینکه میان آن دو تعارضی تصور نماید.

۳. ملازمت دینداری با مسئولیت اجتماعی ؛ به اینکه تضاد میان دین و احساس مسئولیت اجتماعی ناممکن است و دین منهای پذیرش مسئولیت در قبال خداوند و مخلوقات او، دین منهای دین است .

۴. توجه به انسان‌ها از مسیر توجه به خداوند ؛درواقع انسان موحد عمل خالصانه‌اش را برای خداوند از طریق خدمت به بندگان او محقق می‌بیند.(فولادی،۱۳۸۹)

جایگاه واقعی بانکداری قرض‌الحسنه

بررسی جایگاه واقعی بانکداری قرض‌الحسنه و نقش فناوری‌های نوظهور در آن بانک‌ها با در اختیار داشتن بخش عمده ای از پول کشور، نقش مهمی در تأمین سرمایه موردنیاز بنگاه‌های اقتصادی جامعه رادارند .عملکرد بانک‌ها در چارچوب موازین شریعت و برای تحقق اهداف نظام اقتصادی اسلام ازجمله عدالت اقتصادی و رشد اقتصادی سامان داده نشده است لذا شناسایی بانکداری قرض‌الحسنه و معرفی اصول و معیارهای اسلامی ضروری به نظر می‌رسد .ازاین‌رو ضرورت اشاعه نظام و فرهنگ بانکداری بدون ربا در تمام کشورهای اسلامی و حتی غیر اسلامی از یکسو و اهمیت انطباق عملکرد این پدیده بالنده و نوپا بر موازین اسلامی از سوی دیگر، ازجمله اهداف و آرمان‌هایی است که تحقق آن همواره موردنظر اندیشمندان، محققان و عالمان دینی بوده است .در دنیای رقابتی امروز بانک‌ها به همان اندازه که در حفظ مشتریان خود تلاش می‌کنند بایستی در جذب مشتریان جدید نیز کوشا باشند که این امر با گسترش فناوری‌های نوین در خدمات بانکداری و ارتقا سطح کیفیت خدمات باعث جلب رضایت مشتریان می‌گردد.(باشی زاده و عشیر،۱۳۹۴)

امروزه الگوهای عملیاتی متعددی در زمینه بانکداری اسلامی در کشورهای مسلمان و غیرمسلمان به مرحله اجرا در آمده است که حاوی تجربیات ارزشمندی برای سایر فعالان صنعت می‌باشد .(موسویان،نظرپور و لطفی نیا۱۳۹۶)

---

[2] آل‌عمران آیه ۱۹

[3] آل‌عمران آیه 85

بانک های اسلامی همواره به دنبال ارزش آفرینی برای مشتریان و برآوردن نیازهای مالی آن ها است این قبیل بانک ها سعی می کنند نیازهای مسلمانان را به نحو احسنت برآورده سازند.فعالیت اصلی بانک های اسلامی ،ایجاد شرایط اقتصادی و اجتماعی مطلوب در کشور و ارائه خدمات پولی-مالی مناسب مطابق با ایدولوژی اسلام است.(سعید،امتیازوعثمان،[۴] ۲۰۱۶)

بانکداری اسلامی در ایران

امروزه بانکداری اسلامی دیگر از مفهوم انتزاعی و نظری صرف خود دراوایلر قرن بیستم فاصله گرفته و به‌عنوان یک‌نهاد مالی پذیرفته‌شده در سطح بین‌المللی در حال فعالیت است . بانکداری بدون ربا در ایران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران آغاز شد و با تصویب قانون عملیات بانکی بدون ربا در سال۱۳۶۲رسمیت یافت.(سیفلو و خوانساری،۱۳۹۰) و بر اساس آن بانک‌ها ملزم شدند در مدت سه سال تمام عملیات بانکی خود را در قالب بانکداری بدون ربا انجام دهند(تقی زاده ،۱۳۹۱)

بانک قرض‌الحسنه رسالت اولین بانک قرض‌الحسنه خصوصی در جمهوری اسلامی ایران است که درگذشته و از سال ۱۳۷۶ به‌صورت صندوق قرض‌الحسنه رسالت فعالیت می‌کرد. در صفحه تاریخچه رسمی این بانک گفته‌شده است که بانک قرض‌الحسنه رسالت باهدف توسعه و ترویج فرهنگ مقدس قرض‌الحسنه در جامعه و به‌منظور مرتفع نمودن مشکلات اقشار مختلف با اخذ مجوز از بانک محترم مرکزی در تاریخ ۲۶/۰۵/۱۳۹۱ فعالیت خود را آغاز کرد. این بانک با پشتوانه حدود دو دهه فعالیت در حوزه بانکداری اسلامی با تعداد ۳۰ صندوق قرض‌الحسنه ادغام شد و تعداد شعب خود را تاکنون به ۲۸۲ شعبه در ۳۱ استان و ۱۴۱ شهر رسانده است.

بسیاری از صندوق‌های قرض‌الحسنه خرد و مؤسسات قرض‌الحسنه در طول فعالیت قرض‌الحسنه رسالت، با دستور بانک مرکزی در این بانک ادغام‌شده‌اند. شایان‌ذکر است که این بانک با شعار احیای سنت قرض‌الحسنه و با چالش کشیدن سایر بانک‌ها، تنها بانک موجود در جمهوری اسلامی ایران است که خدمات تسهیلاتی خود را با کارمزد تنها ۲ درصد به مشتریان خود ارائه می‌دهد.

هم‌چنین بانک قرض‌الحسنه رسالت پیشرو صنعت نوین بانکداری به نام بانکداری اجتماعی می‌باشد. بانکداری اجتماعی در حقیقت حذف فیزیکی شعب بانک می‌باشد که خدمات بانکی به‌صورت گروهی از سوی نماینده بانک در محل حضور گروه‌ها و نه در بانک ارائه می‌گردد.(حسین زاده ،۱۳۹۶)

مشتریان، افراد یا فرایندهایی هستند که محصول نتایج یک عملکرد را مصرف می‌کنند یا به آن‌ها نیاز دارند و از آن‌ها بهره می‌برند .ازآنجاکه هر عملکردی در سازمان به‌یقین هدفی دارد، مشتریانی نیز دارد .مشتری محوری عاملی مهم در موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود(کریمی ، شعبانی نژاد ، ادیب فر۱۳۹۵)

یکی از عوامل محیطی اثرگذار بر سازمان‌ها مشتریان آن هستند ، کسب رضایت مشتری از مهم‌ترین وظایف و اولویت‌های مدیریت سازمان‌ها برشمرده و لزوم پایبندی همیشگی و پایدار مدیران عالی به جلب نظر مشتریان را پیش‌شرط اصلی موفقیت به‌حساب آورده‌اند .

در حقیقت ، یکی از پیش‌شرط‌های موفقیت سازمان‌ها ، قرار دادن مشتری و تلاش برای جلب رضایت وی در سرلوحه سازمان می‌باشد . شناخت کامل مشتری ، مقدم شمردن وی و ارائه خدمات کیفی ازجمله عوامل موفقیت در بازار کسب‌وکار امروز است . واژه‌های مشتری و رضایت مشتری در سازمان‌های خدماتی ،مخصوصاً بانک‌ها به دلیل وابستگی کامل به مشتریان برای بقاء ، اهمیتی دوچندان میابد . (موسوی نژاد ۱۳۸۹)

[۴] Syed Akif Hasan and Muhammad Imtiaz Subhani and Ms. Amber Osman

روش تحقیق

پژوهش از نوع همبستگی است و جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت شهر کرمان ده ماهه اول سال ۱۳۹۷ به تعدادنامحدود بوده است .ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه است .به منظور تدوین ابزار جمع آوری اطلاعات،

پرسشنامه ای استاندارد متشکل از ۱۶ سؤال به علاوه۶ سؤال جمعیت شناسی برای سنجش متغیرها تهیه و با محیط پژوهش و جامعه سازگار و ۴۵۰ پرسشنامه به صورت تصادفی، میان آنها توزیع شد.از میان پرسشنامه های توزیع شده ۳۸۴پرسشنامه قابل استفاده تشخیص داده شد. و حجم نمونه این تحقیق بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر بوده است که روش نمونه گیری آن به صورت تصادفی بوده وبه این صورت که محقق پس از هماهنگی های لازم بامسولین بانک های قرض‌الحسنه رسالت صحبت شده واز مشتریان درخواست شده تا در صورت تمایل به پرسشنامه ها پاسخ دهند.

ابزار جمع آوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه الف، پرسشنامه رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه از پرسشنامه ۲۱ سوالی شناخت مشتریان بانک ملی ایران (۱۳۹۵)و پرسشنامه ۲۲سوالی سنجش رضایت مشتریان شرکت سینا ریل پارس استفاده شد.وپرسشنامه ای شامل ۷ سوال انتخاب شد و با استفاده از طیف ۵ گزینه ای لیکرت رضایت مندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه مورد سنجش قرار خواهد داد(پیوست الف).
پرسشنامه د ، مربوط به دینداری: این پرسشنامه بر اساس پرسشنامه دینداری دکتر‌ده یادگاری ،پرسشنامه ای شامل ۹ سوال که با استفاده از طیف ۵ گزینه ای لیکرت دینداری،مشتریان بانک را مورد سنجش قرار خواهد داد(پیوست ب).
روش جمع آوری داده ها به صورت کتابخانه ای وپرسشنامه ای بوده است بدین صورت که بعد از انتخاب نمونه مورد نظر از جامعه آماری مورد مطالعه، پرسشنامه ها به تعداد مورد نظر تکثیر و با مراجعه حضوری به اعضای نمونه به صورت تصادفی در شعبه آزادی و شهاب که بیشترین همکاری را انجام دادند.در اختیار شرکت کنندگان در مطالعه قرار گرفت. قبل از تکمیل پرسشنامه توسط نمونه آماری، توضیحات اولیه در مورد مطالعه و هدف آن و همچنین توضیحات تکمیلی در مورد سوالات برای آنها ارائه شد. برای تکمیل پرسشنامه‌ها وقت کافی در اختیار شرکت کنندگان قرار گرفت. نوشتن اسم و یا مشخصاتی از شرکت‌کنندگان برای پرسشنامه ها اجباری نبود، تا آنها در کمال راحتی به بیان نظرات خود بپردازند. بعد از جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ها، این اطلاعات مورد آنالیز آماری قرار گرفت و نتایج با یافته‌های سایر مطالعات پیشین مورد بحث قرار گرفت.
نتایج نشاندهنده روایی خوب پرسشنامه تحقیق است .برای ارزیابی پایایی پرسشنامه
ضریب آلفای کرونباخ مربوط به هر کدام از متغیرها محاسبه شد.که متغیر دینداری با ۰/۸۰۱ ورضایتمندی مشتریان ۰/۸۴۱ محاسبه شد .(پیوست ج و د)

روش تجزیه وتحلیل داده‌ها :

بدون شک یکی از مهم ترین مراحل انجام تحقیق، مرحله تجزیه وتحلیل داده هاست، بکارگیری روش های صحیح آماری امکان ارائه نتایج صحیح را میسر میسازد. تجزیه وتحلیل داد ه ها روشی است که از طریق آن داده های جمع آوری شده خلاصه، کد بندی، دسته بندی ودر نهایت پردازش میشوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل ها و ارتباط بین داده ها به منطور آزمون فرض ها فراهم آید.
در این پژوهش روش تجزیه و تحلیل داده ها به دو صورت الف) آمار توصیفی که شامل رسم جداول و نمودارها ، محاسبه شاخص های مرکزی و پراکندگی و ب) آمار استنباطی که شامل محاسبه ضرایب همبستگی پیرسون، اسپیرمن و نرم افزارspss می باشد.

یافته ها

آمار توصیفی

جدول ۱: اطلاعات جمعیت شناسی پاسخ دهندگان

جنسیت	تعداد	درصد	میزان تحصیلات	تعداد	درصد
مرد	۲۶۸	۷۱/۱	زیردیپلم	۲۶	۶/۸
زن	۱۰۹	۲۸/۴	دیپلم	۱۱۳	۲۹/۴
سن	تعداد	درصد	فوق دیپلم	۶۸	۱۷/۷
کمتر از ۱۸ سال	۴	۱/۰	لیسانس	۱۱۸	۳۰/۷
بین ۱۸ تا ۲۴ سال	۵۸	۱۵/۱	فوق لیسانس	۴۵	۱۱/۷
بین ۲۵ تا ۳۴سال	۱۷۰	۴۴/۳	دکتری	۹	۲/۳
بین ۳۵ تا ۴۴ سال	۹۵	۲۴/۷	سابقه خدمت	تعداد	درصد
بین ۴۵ تا ۵۴ سال	۳۴	۸,۹	کمتر از ۶ ماه	۴۸	۱۲/۵
بیشتر از ۵۴ سال	۱۶	۴/۲	بین ۶ماه تا۲ سال	۵۴	۱۴/۱
تاهل	تعداد	درصد	بین ۲تا۵ سال	۸۱	۲۲/۱
مجرد	۱۵۵	۴۰/۴	بیشتر از ۵ سال	۱۶۶	۴۳/۲
متاهل	۲۰۷	۵۳/۹			
اشتغال	تعداد	درصد			
شاغل	۲۶۵	۶۹			
بیکار	۲۰۷	۲۳/۲			

وضعیت متغیر دینداری و رضایتمندی مشتریان

جدول ۲: وضعیت متغیردینداری و رضایتمندی مشتریان پاسخگویان

متغیردینداری	تعداد	درصد
خیلی کم	۱	۰,۳
کم	۳	۰,۸
متوسط	۶۴	۱۶,۷
زیاد	۱۶۱	۴۱,۹
خیلی زیاد	۱۴۰	۳۶,۵
جمع	۳۶۹	۹۶,۱
متغیر رضایتمندی مشتریان	تعداد	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۸	۲,۱
متوسط	۲۱	۵,۵
زیاد	۱۳۳	۳۴,۶
خیلی زیاد	۲۲۲	۵۷,۸
جمع	۳۸۴	۱۰۰/۰

جدول ۳: آماره های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرآماره	دینداری	رضایتمندی مشتریان
تعداد	۳۶۹	۳۸۴
میانگین	۳,۷۵	۴,۱۱
میانه	۳,۶۶	۴,۱۴
مد	۳,۶۷	۵
انحراف معیار	0.75	0.71
چولگی	-0.36	-1.14
کشیدگی	-0.05	1.69
کمترین	1	1.29
بیشترین	5	5

آزمون فرضیات

بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

فرضیه های آزمون نیکویی برازش نرمال (کولموگوروف اسمیرنوف):

H0: توزیع هریک از متغیرها نرمال است.

H1: توزیع هریک از متغیرها نرمال نیست.

باتوجه به اینکه معنی داری متغیرهای اصلی، دینداری و درک از بدهی بالای ۰/۰۵ به دست آمده بنابراین فرضیه H0 رد نمی شود و این بدان معناست که این متغیرها از توزیع نرمال پیروی می کنند و همچنین درک از فتوا و رضایتمندی مشتریان پایین ۰/۰۵ به دست آمده وفرضیه H0 رد می شود واین بدان معناست که این متغیرها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند.بنابراین، در این تحقیق، از آزمونهای همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شده است.

جدول ۴: آزمون کلموگرف اسمیرنف برای بررسی فرض نرمال بودن بودن متغیرها

متغیر	آزمون کلموگرف اسمیرنوف	معنی داری	فرض نرمال
دینداری	۱,۳۵	۰,۰۵۲	برقرار است
رضایتمندی مشتریان	۲,۱۳	۰,۰۰۰	برقرارنیست

فرضیه

بین دینداری و رضایتمندی مشتریان رابطه وجود دارد.

H0 : بین دینداری و رضایتمندی مشتریان رابطه وجود ندارد.

H1 : بین دینداری و رضایتمندی مشتریان رابطه وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که ضریب همبستگی آزمون پیرسون بین دو متغیر دینداری و رضایتمندی مشتریان برابر ۰,۱۶۸ با مقدار p (معنی داری) ۰/۰۰۱ و کوچکتر از سطح معنی داری ۰/۰۵ هست، لذا در این سطح فرض H_0 یعنی عدم وجود رابطه رد می شود و در نتیجه بین دینداری و رضایتمندی مشتریان رابطه معنی داری وجود دارد. این مطلب با توجه به نحوه پراکندگی نقاط و همچنین خط برازش شده در نمودار (۱۳-۴) مورد تأیید است. در ضمن مثبت بودن ضریب همبستگی و شیب خط برازش شده نشان از رابطه مستقیم بین این دو متغیر است. همچنین ضریب تعیین بین دو متغیر برابر ۰,۰۰۰۷۸۴ است یا به عبارتی ۰,۰۷۸۴ درصد تغییرات بین دو متغیر مشترک است (۰,۰۷۸۴درصد تغییرات میزان رضایتمندی مشتریان بانک به وسیله دینداری تبیین می شود) (جدول۴-۱۷)

جدول ۵ : آماره های آزمون همبستگی پیرسون مربوط به رابطه بین دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک

	رضایتمندی مشتریان					
	ضریب همبستگی	معنی داری	تعداد	R2	وجود رابطه	نوع رابطه
دینداری (پیرسون)	۰,۱۶۸	۰/۰۰۱	۳۶۹	۰,۰۰۰۷۸۴	دارد	مستقیم
دینداری(اسپیرمن)	۰,۱۸۰	۰/۰۰۱	۳۶۹	۰,۰۰۰۷۸۴	دارد	مستقیم

بحث و نتیجه گیری فرضیه

تحقیق حاضر به منظور بررسی رابطه بین دینداری بر رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رسالت شهرکرمان انجام پذیرفت لذا در این راستا این فرضیه مطرح شد که:

بین دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رابطه وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که ضریب همبستگی آزمون پیرسون بین دو متغیر دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه برابر ۰،۱۶۸ با مقدار p (معنی داری) ۰،۰۰۱ و کوچکتر از سطح معنی داری ۰/۰۵ هست، لذا در این سطح فرض H_0 یعنی عدم وجود رابطه رد می شود و در نتیجه بین دینداری و رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رابطه معنی داری وجود دارد. مثبت بودن ضریب همبستگی و شیب خط برازش شده نشان از رابطه مستقیم بین این دو متغیر است.

بحث و بررسی

امروزه الگوهای عملیاتی متعددی در زمینه بانکداری اسلامی در کشورهای مسلمان و غیرمسلمان به مرحله اجرا در آمده است که حاوی تجربیات ارزشمندی برای سایر فعالان صنعت می‌باشد .(موسویان و همکاران ،۱۳۹۶)

بانک‌ها با در اختیار داشتن بخش عمده‌ای از پول کشور ، نقش مهمی در تأمین سرمایه موردنیاز بنگاه‌های اقتصادی جامعه رادارند . عملکرد بانک‌ها در چارچوب موازین شریعت و برای تحقق اهداف نظام اقتصادی اسلام ازجمله عدالت اقتصادی و رشد اقتصادی سامان داده نشده است. لذا شناسایی بانک داری قرض‌الحسنه و معرفی اصول و معیارهای اسلامی ضروری به نظر می‌رسد . ازاین‌رو ضرورت اشاعه نظام و فرهنگ بانک داری بدون ربا در تمام کشورهای اسلامی و حتی غیر اسلامی در یک و اهمیت و آرمان‌هایی است که تحقق آن همواره موردنظر اندیشمندان ،محققان و عالمان دینی بوده است . در دنیای رقابت امروز بانک‌ها به همان اندازه که در حفظ مشتریان خود تلاش می‌کنند بایستی در جذب مشتریان جدید نیز کوشا باشند که این امر با گسترش فناوری‌های نوین در خدمت بانک داری و ارتقاء سطح کیفیت خدمات جلب بانک داری نوین در قرض‌الحسنه و عوامل تأثیرگذار بر آن خواهد پرداخت .(باشی زاده و عشیر، ۱۳۹۴)

امروزه دنیای کسب‌وکار بر پایه مشتری مداری و رضایت مشتریان استوار گشته به‌گونه‌ای که گسترش خدمات و حتی ارائه آن بدون در نظر گرفتن این اصل نه‌تنها مشکل بلکه غیرممکن است . فعالان عرصه اقتصاد و کسانی که به ماندگاری جاودانه در این عرصه می‌اندیشند به‌خوبی می‌دانند که یکی از محورهای اساسی در دنیای تجارت اصل مشتری مداری است و درک این سخن که همیشه حق با مشتری است را سرلوحه برنامه‌های خویش می‌دانند(رسولی،۸۷) شناخت کامل مشتری مقدم شمردن وی و ارائه خدمات کیفی ازجمله عوامل تضمین موفقیت در بازار کسب‌وکار امروز است(موسوی نژاد،۸۹)

یافته های کریمی ؛ شعبانی نژاد، ؛ ادیبفر در سال(۱۳۹۵)در پژوهش بررسی رابطهٔ بین پیاده‌سازی دستگاه‌های الکترونیکی و میزان رضایتمندی مشتریان(موردمطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران) به این نتیجه رسیدند که ادراک، انتظارات و ترجیحات مشتریان از عوامل تعیین کنندهٔ رضایت مشتری محسوب می‌شود .به عبارتی، رضایتمندی یا نارضایتی از تفاوت بین انتظارات و ادراک مشتری از واقعیت شکل می‌گیرد .امروزه شرکت‌ها برای ایجاد رضایتمندی در مشتریان باید علاوه بر حذف دلایل نارضایتی‌ها و شکایت موجود، عرضه کنندهٔ محصولاتی باکیفیت عالی و جذاب باشند تفا موجبات شادمانی مشتریان را فراهم کنند

.در این پژوهش، نشان داده شد در صورت توجه به دستگاه‌های الکترونیکی، رضایت مشتری افزایش می‌یابد در این پژوهش، افزون بر تأیید فرضیهٔ اصلی که تأثیر پیاده‌سازی دستگاه‌های الکترونیکی بر رضایت مشتریان را نشان داد ، فرضیه‌های فرعی پژوهش شامل تأثیر سرعت پاسخگویی، روند عرضهٔ خدمات به مشتریان و کاهش هزینه‌ها بر رضایت مشتریان نیز تأییدشد.

یافته های جمشیدیها وآخوندی در سال(۱۳۹۵) درپژوش الگویی قرآنی برای سنجش دینداری در ایران به نتیجه رسیدند که دینداری اگر به طور مستمر باایمان و عمل صالح همراه باشد، مؤمنِ موردنظر دین شکل می‌گیرد .بر این مبنا، مؤمن کسی است که علم و باور دینی را تصدیق و بر اساس آن عمل می‌کند .دینداری با یک نگاه، دارای مراتبی بی‌نهایت به درجات آیات قرآن و با نگاهی تقلیل گرایانه دارای هفت مرتبهٔ تجربی و سنجش پذیر زیر است :مرتبهٔ اول: دینداری ظاهری؛ مرتبهٔ دوم :دینداری بی‌ثبات؛ مرتبهٔ سوم :دینداری تفصیلی؛ مرتبهٔ چهارم :دینداری بی تردید؛ مرتبهٔ پنجم :دینداری در تضاد؛ مرتبهٔ ششم :دینداری خالصانهٔ محض؛ مرتبهٔ هفتم :دینداری الگوشده (الگوی عینی و تجربی دین). مراتب دینداری از ضعیف ترین تا عالی‌ترین مرتبه تنظیم‌شده‌اند .اولین مرتبه ضعیف‌ترین، و هفتمین مرتبه عالی‌ترین مرتبهٔ دینداری است .در اولین مرتبه، دینداری فقط تک‌بعدی(عمل) است و از دومین مرتبه به بعد، ایمان بعد دوم آن به شمار می‌رود .اما همواره ایمان مقدم بر عمل صالح است .از سویی دیگر، در اولین مراتب دینداری، ایمان با نوعی ناخالصی همراه است .به همین جهت، احتمال گناه و معصیت دینداران از اولین تا آخرین مرتبهٔ دینداری کاهش می‌یابد .همین طور نفاق و رفتارهای منافقانه از اولین تا آخرین مرتبهٔ دینداری کاهش می‌یابد .تعداد متدینان نیز از اولین تا آخرین مرتبهٔ دینداری کاهش می‌یابد .لذا بیشترین جمعیت متدینان در دو مرتبهٔ نخست و کمترین جمعیت در آخرین مرتبهٔ دینداری قرار دارند .دین از اولین مرتبه به‌تدریج درونی و نهادینه می‌شود و در آخرین مرتبه، دین و دیندار بر هم منطبق می‌شوند بر این اساس، از سومین مرتبهٔ دینداری به بعد، الگوهای اجتماعی دین به‌تدریج در جامعه ظاهرشده، ثبات می‌یابند .نکتهٔ مهم دیگر اینکه فاصلهٔ بین مراتب دینداری زیاد است، به‌گونه‌ای که درک متقابل کسانی که در مراتب بالا و پایین دینداری قرار می‌گیرند، از همدیگر مشکل است.

یافته‌های موسویان ، نظرپور و لطفی نیادر سال(۱۳۹۶) در مقاله تحلیل نظری الگوی نظام بانکداری اسلامی اندونزی نشان می‌دهد که تنوع کاری و ابزاری بانکداری اسلامی اندونزی به‌ویژه در طراحی انواع سپرده های دیداری باکارکردهای مختلف و شیوه‌های اعطای تسهیلات، می‌تواند در ارتقای سطح بانکداری ایران مفید باشد.

ودراین تحقیق نیز باپژوهش های انجام شده ونیز پرسشنامه هایی که جمع آوری شد نشان داد که مشتریان بانک قرض الحسنه رسالت که نمادی از بانکداری اسلامی در ایران است ، استقبال کرده و آن را با معیارهای خود سازگار می دانند.واز مشتریمداری بانک راضی بودند و بیشتر افراد دیندار و مقیّد به اسلام از این بانک استفاده میکنند و تسهیلاتی که به مشتریان داده میشود بیشتر باموازین اسلام سازگاری دارند.ودراین رابطه پیشنهاداتی برگرفته از نتایج تحقیق آورده می شود از جمله:

۱. با توجه به ابن که نتایج تحقیق نشان داد بین دینداری ،درک از بدهی وفتوا در اسلام با رضایتمندی مشتریان بانک قرض‌الحسنه رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولین بانک جهت تقویت رضایتمندی مشتریان خود به مسائل فقهی و دینی و وظایفی که در برابر مشتریان دارد پایبند باشد.
۲. پیشنهاد می‌شودبانک‌ها شرایط خوبی را برای پیشرفت شخصی مشتریان مهیا کند، مدیران بانک‌ها نیازها و خواسته‌های مشتریان را در تصمیم‌گیری خود در نظرگیرند، تلاش کنند تا شرایط مالی و شرایط دینی را بهتر از قبل برای مشتریان فراهم کنند.
۳. مسئولین بانک با مشتریان شفاف باشند و بانکداریاسلامی به معنای واقعی را احیاکنند.
۴. بانک‌ها به سمت بنگاه‌داری وخرید زمین نروندو درک از بدهی خود را افزایش دهند
۵. پیشنهاد می‌شودبانک‌هاازپروژه‌های علمی و دانشگاهی بیشتر استفاده کنندو از کسب دانش جدید حمایت و پشتیبانی کنند.
۶. مشتریان خوش‌حساب به هر روشی که امکان دارد تشویق شوند.زیرا رضایتمندی مشتریان بیشتر می شود.
۷. بانک‌ها دیرکرد را حذف کنند و به‌جای دیرکرد راهه‌ای دیگری را مدنظر بگیرند . زیرا درک از بدهی مشتریان در این تحقیق انجام شده زیاد است واز سوالی که در مورد دیرکرد اورده شده بود رضایت نداشتند.

۸. انتقادات و پیشنهادهامشتریان به کار گرفته شود و به آن‌هااهمیت داده شود، رضایت مشتریان از اولویت‌های اساسی بانک‌ها باشد و کارکنان در انجام به‌موقع وظایفشان در قبال مشتریان متعهد باشند.
۹. دست‌اندرکارانحوزه‌های دینی در مورد مسائل بانکداری اسلامی ،عملکرد قابل قبولی نداشته‌اند وباید از توصیه به مرحله عمل برسد.وبانکداری اسلامی واقعی پایه ریزی شود.
۱۰. اکثر مشتریان بانک رسالت قشر جوان بودند به این دلیل پیشنهاد می شود که طرح هایی نو و کارامد برای این قشر برنامه ریزی شود.

و پیشنهاداتی برای محقق آینده دارم از جمله:

۱. انجام پژوهش‌هایی با این عنوان در دیگر بانک‌ها و مقایسه نتایج با یکدیگر.
۲. انجام تحقیقی با عنوان عوامل مؤثربر رضایتمندی مشتریان انجام پذیرد.
۳. انجام تحقیقاتی درباره تأثیر و رابطه دیگر عوامل بر رضایتمندی مشتریان .
۴. انجام تحقیقات درموردتأثیر و رابطه بین خدمات الکترونبکی و بانک‌هایقرض‌الحسنه

منابع و مآخذ

۱. اصغری زاده،عزت‌الله؛امین،فرشته. (۱۳۸۴). افزایش بهره‌وری خدمات بانکی بااولویت بندی مشتریان بااستفاده ازتکنیکهای کمّی.فصلنامه سیاستهاوپژوهشهای اقتصادی شماره ۳۶ ،صص ۳۲-۵

۲. باشی زاده، حسام الدین؛ عشیر، امین. (۱۳۹۴). مطالعهٔ تطبیقی منع ربا در حقوق کشورهای اسلامی وکشورهای اروپایی. کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع

۳. تقی زاده، مسعود.(۱۳۹۴). پایان نامه رابطه بین هوش هیجانی مدیران و عملکرد مالی شعب بانک های استان گیلان (مطالعه موردی: شعب بانک های سامان، سپه و تجارت در استان گیلان)»

۴. جمشیدیها، غلامرضا؛ آخوندی، محمدباقر.(۱۳۹۵). الگویی قرآنی برای سنجش دینداری در ایران. آموزه های قرآنی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، شمارهٔ ۲۳ ، صص۷۷-۵۵

۵. حسین زاده،(۱۳۹۶). مقاله بیان تجربه ی کارآفرینی اجتماعی در حوزه اعتبارات خرد. مدیر عامل بانک قرض‌الحسنه رسالت

۶. سیفلو، سجاد؛ خوانساری، رسول.(۱۳۹۰).مشکلات وراهکارهای تجهیزمنابع ازطریق قرض الحسنه درقانون عملیات بانکی بدون ربا.ویژه نامه بانکداری اسلامی ،صص ۵۱-۴۴

۷. فارابی،هیرو ؛ترابی، امید.(۱۳۹۴). مقایسه روندهای بانکداری اسلامی درایران وسایرکشورهای دنیا فصلنامه مطالعات مالی وبانکداری اسلامی،سال اول،شماره یک، ، صص۱۶۷-۱۲۹

۸. فقیهی ،علی‌نقی؛ خدایاری فرد، محمد ؛غباری بناب ، باقر ؛ شکوهی یکتا، محسن (۱۳۸۵). بررسی الگوی دینداری از منظر قرآن و سنت.فصلنامه اندیشه دینی دانشگاه شیراز.شماره ۱۹.صص۴۱-۷۰

۹. فولادی،حفیظ الله.(۱۳۸۹).دین و دینداری از منظرشهید مطهری(ره).فصلنامه علمی تخصصی اسلام و علوم اجتماعی سال دوم.شماره چهارم ، صص ۱۴۱-۱۲۱

۱۰. کریمی ،آصف ؛ شعبانی نژاد، اسماعیل ؛ ادیبفر، غلامرضا.(۱۳۹۵). بررسی رابطهٔ بین پیاده سازی سیستم های الکترونیکی و میزان رضایتمندی مشتریان)مورد مطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران(.مدیریت فرهنگ سازمانی دورهٔ ۴۱ ، شمارهٔ ۲ ،صص ۴۹۸-۴۷۵

۱۱. موسویان ،سید عباس؛نظرپور،محمدتقی و لطفی نیا،یحیی(۱۳۹۶).تحلیل نظری الگوی نظام بانکداری اسلامی اندونزی. فصلنامه مطالعات مالی و بانکداری اسلامی، سال سوم، شماره ۵،صص۱۱۳-۸۰

12. Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan .Syed Akif Hasan and Muhammad Imtiaz Subhani and Ms.Amber Osman .Iqra University Research Centre (IURC), Iqra university Main Campus Karachi, Pakistan.2016 Published in International Research Journal of Finance and Economics (IRJFE) No. 94, (2016)

13.Hanudin Amin(۲۰۱۶), "Consumer behaviour of Islamic home financing: investigating its determinants from the theory of Islamic. consumer behaviour", Humanomics

پیوست

پرسشنامه رضایتمندی مشتریان و دینداری

لطفا نظرتان را در خانه های مربوطه را با علامتی نشان دهید						
۱الف	چنانچه از تسهیلات این بانک استفاده کردم دوباره نیز از این خدمات استفاده می کنم	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۲	کارکنان شعبه با حوصله به سوالات مراجعان پاسخ می دهند.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۳	کارکنان شعبه رفتاری محترمانه و دوستانه دارند.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۴	کارکنان شعبه بین مشتریان تبعیض قائل نمی شوند.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۵	تصویر ذهنی مطلوبی از این بانک نسبت به دیگر بانک ها دارم.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۶	انجام امور بانکی در این بانک سهل و آسان است.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۷	سرعت رسیدگی به تقاضای دریافت تسهیلات از بانک مناسب است.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐
۸ ب	باید در برنام های تلویزیونی و کتب درسی مدارس به مساله دین توجه جدی صورت گیرد.	کاملا مخالفم ☐	تا حدی مخالفم ☐	نظری ندارم ☐	تا حدی موافقم ☐	کاملا موافقم ☐

۹	با داشتن پول و ثروت می توان هر لذتی را تجربه کرد.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۰	باید بچه ها را با آموزه های دینی تربیت کرد.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۱	باعمل به دستورات دینی می توان نیازهای جسمی وروحی را برطرف کرد.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۲	ازکسانی که فکر می کنند دین برای مردم خوب است تعجب می کنم.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۳	نباید اجازه داد که دین در بانک ها تاثیر گذار باشد.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۴	دین در انسان باعث آرامش می شود.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۵	مذهبی بودن بخشی از شهروند خوب بودن است.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم
۱۶	با استفاده از دین می توان هدف از زندگی را پیدا نمود.	کاملا مخالفم	تا حدی مخالفم	نظری ندارم	تا حدی موافقم	کاملا موافقم

از اینکه وقت ارزشمندتان را به پاسخ سوالات اختصاص دادید صمیمانه از شما متشکرم

ج:جدول ضریب پایایی پرسشنامه رضایتمندی مشتریان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.846	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
rezayat1	24.59	19.260	.529	.338	.829
r2	24.63	18.462	.654	.513	.810
r3	24.52	18.960	.680	.542	.809
r4	25.05	17.997	.538	.334	.831
r5	24.78	18.940	.611	.397	.817
r6	24.71	18.380	.613	.427	.816
r7	24.95	18.515	.577	.394	.822

د: جدول ضریب پایایی پرسشنامه دینداری مشتریان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.801	.826	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
dindari23	29.95	36.137	.582	.433	.771
d24	31.30	39.093	.215	.150	.824
d25	29.82	35.387	.713	.666	.757
d26	29.98	35.029	.693	.632	.758
d27	30.86	38.475	.281	.263	.812
d28	30.74	34.833	.455	.334	.790
d29	29.66	36.940	.632	.542	.769
d30	30.14	36.341	.496	.494	.781
d31	29.83	35.843	.626	.610	.766