10.30497/IFR.2020.239959.1582

*Bi-quarterly Scientific Journal of Islamic Finance Researches, Research Article,*
*Vol. 10, No. 1 (Serial 19), Autumn 2020 & Winter 2021*

# Designing and Explaining the Social Banking Model in Iran: Identifying Antecedents and Consequences

**Mahdi Shahbazi**[*]
**Amir Hasirchy**[**]
**Mohammad Solgi**[***]

Received: 21/11/2020
Accepted: 27/12/2020

## Abstract

Social banking is a new approach to banking that guides all bankers and economic groups to make decisions and links economic and social goals. The present study seeks to identify the antecedents and consequences of the social banking model in Iran. Hence, the research has fundamental and practical orientations. The philosophical approach of this research is inductive-deductive and its strategy is a combination of qualitative and quantitative approaches that are done by designing combined heuristic methods. The statistical population includes academic experts and senior banking managers of the country. For this purpose, banks that have been active in this field were selected for review and in-depth interviews were conducted with eleven people using the theoretical sampling method (snowball). The results of this study showed that categories such as value orientation, culture, the need for good governance and infrastructure are the preconditions of social banking. The categories of social responsibility, social capital, social entrepreneurship, meaning-making, investment in the health sector of the economy, *qarz- al-hasan* (benevolent loans), micro-financing and alignment with national production are the dimensions of social banking. Finally, organizational brand improvement, customer value creation, social implications, cultural enhancement, and economic and global implications are consequences of social banking. Structural equations were tested. In the quantitative part, the extractive model was tested with the structural equation modeling approach.

## Keyword

Banking; Social Banking; Ethical Banking; Social Banking Antecedents; Social Banking Consequences.
JEL Classification: A13, D63, D29, G21.

[*] Ph.D. Candidate, Imam Hossein University, Tehran, Iran (Corresponding Author). shahbazi_123@yahoo.com 0000-0002-5541-8194
[**] Assistant Professor of Management, Imam Hossein University, Tehran, Iran. hasirchy@yahoo.com 0000-0001-5025-6192
[***] Assistant Professor of management, Imam Hussein University, Tehran, Iran. kpmsolgi@ihu.ac.ir 0000-0002-8635-631X

10.30497/IFR.2020.239959.1582

دو فصلنامه علمی «تحقیقات مالی اسلامی»، مقاله پژوهشی، سال دهم، شماره اول (پیاپی ۱۹)، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، صص. ۶۷-۱۱۰

# طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی[1] در ایران: شناسایی پیشایندها و پیامدها

**مهدی شهبازی** *

**امیر حصیرچی** **

**محمد سلگی** ***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۷

مقاله برای اصلاح به مدت ۲ روز نزد نویسنده(گان) بوده است.

## چکیده

بانکداری اجتماعی، رویکرد جدیدی از بانکداری است که همه بانکداران و مجموعه‌های اقتصادی را برای تصمیم‌گیری راهنمایی می‌کند و هدف‌های اقتصادی و اجتماعی را باهم مرتبط می‌سازد. مقاله حاضر به دنبال شناسایی پیشایندها و پیامدهای الگوی بانکداری اجتماعی در ایران است. ازاین‌رو، پژوهش دارای جهت‌گیری‌های بنیادین و کاربردی است. رویکرد فلسفی این پژوهش استقرایی- قیاسی است و استراتژی آن ترکیبی از رویکردهای کیفی و کمی است که با طرح شیوه‌های ترکیبی اکتشافی انجام می‌شود. جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و مدیران ارشد بانکی کشور است. به همین منظور، بانک‌هایی که در این زمینه فعال بودند برای بررسی انتخاب شدند و با استفاده از روش نمونه-گیری نظری (گلوله برفی)، به‌مرور با ۱۱ نفر مصاحبه‌های عمیق صورت گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که مقوله‌هایی مانند ارزش‌مداری، فرهنگ، نیاز به حکمرانی خوب و زیرساخت‌ها پیشایندهای بانکداری اجتماعی هستند. مقوله‌های مسئولیت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، معنابخشی، سرمایه‌گذاری در بخش سلامت اقتصاد، قرض‌الحسنه، تأمین مالی خرد و هم‌راستایی با تولید ملی، ابعاد بانکداری اجتماعی هستند و درنهایت، مقوله‌های بهبود برند سازمانی، خلق ارزش برای مشتریان، پیامدهای اجتماعی، بهبود مسائل فرهنگی، پیامدهای اقتصادی و پیامدهای جهانی از پیامدهای بانکداری اجتماعی هستند. در بخش کمی نیز الگوی استخراجی با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری[2] مورد آزمون قرار گرفتند.

## واژگان کلیدی

بانکداری؛ بانکداری اجتماعی؛ بانکداری اخلاقی[3]؛ پیشایندهای بانکداری اجتماعی؛ پیامدهای بانکداری اجتماعی.

طبقه‌بندی JEL: G21, G29, D63, A13.

---

* دانشجوی دکتری، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

0000-0002-5541-8194 shahbazi_123@yahoo.com

** استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران

0000-0001-5025-6192 hasirchy@yahoo.com

***استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران

0000-0002-8635-631X kpmsolgi@ihu.ac.ir

**مقدمه**

بانکداری اجتماعی، رویکرد جدیدی از بانکداری است که همه بانکداران و مجموعه‌های اقتصادی را برای تصمیم‌گیری راهنمایی می‌کند و دف‌های اقتصادی و اجتماعی را باهم مرتبط می‌سازد. این نوع بانکداری، معرف آن دسته از فعالیت‌ها، محصولات و خدمات بانکی است که به توسعه اجتماعی و انسانی امروز و فردای جامعه کمک می‌کند و درعین‌حالی که پاسخ‌گویی به نیازهای واقعی امروز مدنظر است، پایداری و دوام اجتماعی، فرهنگی و زیست‌بومی جامعه را نیز موردتوجه قرار می‌دهد. هر فعالیتی که در این نوع نظام بانکداری صورت می‌گیرد مبتنی‌بر خلق بازدهی چندگانه است، یعنی بازدهی که در آن، هدف نهایی سود حاصل از فعالیت‌ها و مبادلات پولی نیست بلکه این فعالیت‌ها انجام می‌شوند تا به مقاصد بالاتری دست‌یافت؛ مقصدی که نشانگر نگرانی و تعهد ما به محیط و جهان پیرامون ماست و سود بالاتر تنها باعث انعطاف‌پذیری ما می‌شود تا بر سر آن هدف ارزشمند بمانیم. این نوع بانکداری، باعث بازشدن افق‌های جدید تازه‌ای برای جامعه عمل پوشاندن به عدالت اجتماعی است و بانک‌هایی که از این رویکرد به فعالیت بانکداری می‌پردازند به مسئولیت خود در قبال پول و سودآوری آگاهانه نگاه می‌کنند. بانکداری اجتماعی به‌عنوان یک عامل بازدارنده برای بانک‌ها و مؤسساتی که با تصمیمات و رفتارهای نادرست خود به منافع جامعه آسیب‌زده و اعتماد اجتماعی را سلب می‌کنند، عمل می‌کند (محمدپورزرندی و طباطبایی مزدآبادی، ۱۳۹۶، ص. ۱). ایدئولوژی و فرهنگ حاکم بر هر جامعه از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فرهنگ اجتماعی و به‌تبع آن بر رویکردهای مدیریتی بنگاه‌های اقتصادی و مسئولیت‌های فرهنگی اجتماعی آنهاست. فلسفه وجودی سازمان‌ها، نهادها، مؤسسات و همچنین بانک‌ها، مسئولیت‌های اجتماعی آنها هستند و اگر سازمان یا مؤسسه‌ای پیدا شود که در تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌هایش توجه جدی به این مقوله نداشته باشد، استمرار فعالیت و ایجاد غنای شغلی در آن فعالیت با مشکل جدی مواجه خواهد شد (ابراهیمی و گشتاسبی، ۱۳۹۵). همچنین پس از ظهور بحران‌های اقتصادی اخیر و اثرات به‌جای مانده از آنها، اهمیت مقوله بانکداری

اجتماعی بیشتر احساس می‌شود. این بانک‌ها علاوه‌بر اینکه آسیبی از این بحران‌ها ندیدند، بلکه نسبت به شرایط قبل از بحران اقتصادی، قوی‌تر و بزرگ‌تر شدند. در طول سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ میلادی، بانک‌های اجتماعی، نرخ رشد سالانه بیش از ۹۰ درصد را دارا بودند و از این حیث از موفق‌ترین بانک‌ها در دنیا به حساب می‌آمدند، درحالی‌که در این دوره اکثر بانک‌ها، به علت بحران اقتصادی جهان، دچار مشکلات زیادی شده بودند و هفت میلیون نفر آمریکایی و دو میلیون نفر اروپایی شغل خود را از دست دادند و حدود ده میلیون نفر ازنظر اقتصادی زیرخط فقر قرار گرفتند. همچنین، بسیاری از خانواده‌ها خانه‌هایشان و بسیاری از افراد پس‌اندازهایشان را از دست دادند. درنتیجه بحران اقتصادی، مشخص شد که بانکداری اجتماعی و به‌طورکلی تأمین مالی اجتماعی به رویکرد مهمی در میان مشتریان اروپایی تبدیل‌شده است. درواقع، برندگان اصلی و بزرگ بحران، بانک‌های اجتماعی اروپا بودند. به دارایی‌های این بانک‌ها در طی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰، دو برابر افزوده شد. رویکرد بانکداری اجتماعی به دنبال تغییرات بنیادین در اصول سیستم بانکداری نیست، بلکه بانکداری اجتماعی به دنبال ارتقا برخی از ویژگی‌های مهم و مطرح سیستم بانکی است. هدف بانکداری اجتماعی پوشش بخشی از خلأ موجود در نظام بانکداری که همان توسعه اجتماعی و اقتصادی است، می‌باشد (Benedikter, 2011, p. 17). نام بانکداری اجتماعی از آنجایی به وجود آمد که نظام بانکداری به مسائل اجتماعی توجه بیشتری کردند. «گرچه برای بانکداری اجتماعی تعریف واحد و جامعی ارائه نشده است، اما به‌طور کل می‌توان اذعان نمود بانکداری اجتماعی نوعی از بانکداری است که هدف آن تهیه خدمات مالی و بانکی با تمرکز بر رضایت‌مندی جامعه جهت برآورده‌سازی نیازهای اقتصادی و اجتماعی موجود بوده، درحالی‌که به‌طور هم‌زمان پایداری اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی موردتوجه قرار گیرد». جای شک نیست که پایه و اساس شکل‌گیری بانک‌های اجتماعی بر مبنای ارزش‌هایی صورت گرفته است که از خدمات مالی جهت تأثیرگذاری مثبت بر جامعه و محیط‌زیست استفاده می‌کنند (ابراهیمی و گشتاسبی، ۱۳۹۵).

## ۱. مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش

### ۱-۱. بانکداری

در اینکه بانک‌ها نقشِ مهم و معناداری در رشد و شکوفایی اقتصاد هر کشوری دارند شکی نیست. حضور بانک به‌عنوان تسهیل‌گر و محرک چرخ‌های اقتصاد و تجارت به‌عنوان اصلی‌ترین تأمین‌کننده خدمات برای اجتماعات محلی، ملی و بین‌المللی، حیاتی و غیرقابل‌انکار است. به همین دلیل بنگاه‌های مالی و پولی در سال‌های اخیر به‌عنوان یک مسأله مهم جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و تصمیم‌گیرندگان اجتماعی مطرح‌شده و اهمیت پیداکرده‌اند. حال، پس از وقوع بحران اقتصادی در بین سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ میلادی بانک‌های اجتماعی جایگاه بی‌سابقه‌ای در طول تاریخ قرار به دست آورده‌اند. هرچند که هنوز بسیار زود است که گفته شود بانک‌های توسعه اجتماعی در تمامی زمینه‌های اقتصادی و در میان رقابت کننده‌ها موفق خواهند بود، اما آنها جای پای خود را در اقتصادهای جهانی محکم کرده و به واقعیتی تبدیل‌شده‌اند که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. ازاین‌رو، در عصر مدرن و با گسترش روزافزون و پیش‌رونده لیبرالیسم مالی، بانک‌ها اهمیتی دوچندان پیداکرده و به نماد و نشان اقتصاد سرمایه‌داری تبدیل‌شده‌اند (مرادی، شیخی و خادمیان، ۱۳۹۸، صص. ۱۴۲-۱۲۱).

### ۱-۲. بانکداری اخلاقی

موج توجه به اخلاق و ارزش‌های انسانی و اجتماعی و افزایش دغدغه‌های صیانت از محیط‌زیست در زمینه فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های مختلفی؛ مانند نظام بانکداری، سرمایه‌گذاری خصوصی، بنگاه‌های تولیدی، شرکت‌های بیمه و تأمین اجتماعی تأثیر ملموسی گذاشته است. بانکداری اخلاقی، نوعی فعالیت بانکی است که علاوه‌بر داشتن اهداف متعارف نظام بانکی، تلاش دارد تا با احترام به حقوق آحاد جامعه، حفظ ثبات نظام اجتماعی- اقتصادی، صیانت از محیط‌زیست و ارتقای سطح اعتماد و اطمینان عمومی به صنعت بانکداری، کیفیت ارائه خدمات بانکی را بهبود بخشد. این نوع بانکداری، مفهومی است که با آنکه از ورود آن به ادبیات متعارف بانکی، زمان زیادی

نمی‌گذرد، به‌سرعت، در حال رشد و توسعه در بعد نظری و اجرایی در بین بانک‌های جهان است (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴، صص. ۵۸-۵۲).

**۱-۳. بانکداری اسلامی**

شهید صدر (۱۴۲۹ق) برای بانک اسلامی، سه ویژگی را مطرح می‌کند:

۱. بانک طراحی‌شده با احکام شرعی اسلام مخالفت نداشته باشد؛
۲. بانک به‌عنوان یک مؤسسه تجاری دنبال کننده سود، بتواند فعالیت کند؛
۳. بانک بتواند علاوه بر سودآوری، نقش خود را در تجهیز منابع سرگردان و تخصیص آن و کمک به توسعه و پیشرفت جامعه ایفا نماید.

با توجه به تعاریف ارائه‌شده از سوی محققان مسلمان و بخصوص تعریف شهید صدر، بانکداری اسلامی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: «بانکداری اسلامی نهادی است که در آن تجهیز و تخصیص منابع و ارائه خدمات بانکی، براساس ضوابط فقهی اسلام و در راستای تحقق اهداف نظام اقتصادی اسلام (مقاصد شریعت در نظام اقتصادی) صورت می‌گیرد.» (توکلی و کریمی، ۱۳۹۳، ص. ۷۱).

تحقق عدالت، تأمین رفاه و رفع فقر مهم‌ترین اهداف نظام اقتصادی اسلام و بانکداری اسلامی است. اگر در جامعه‌ای عدالت و رفاه مشروع به معنی رفع نیازهای متعارف انسان محقق نشود پیداست که بانکداری موجود اسلامی نیست یا از آن فاصله دارد. بانکداری اجتماعی، توجه ویژه‌ای به بانکداری اسلامی، مسئولیت اجتماعی و اصول اخلاقی دارد. اهتمام اصلی بانک‌های اسلامی این است که روش‌های مالی آنها براساس قوانین شریعت باشد و با توجه به تأکید شریعت بر ارزش‌های اخلاقی می‌توان مطمئن بود هر خدمتی که در بانکداری اسلامی ارائه می‌گردد می‌بایست مبتنی‌بر اخلاق باشد (Wilson, 2002, pp. 51-62). هرچند بانکداری اجتماعی را نمی‌توان الگوی کامل بانکداری اسلامی برشمرد (به دلیل عدم توجه به مبانی فقه اسلام) اما به دلیل شباهت‌هایی که در ساختار توزیع منابع با بانکداری اسلامی دارد می‌توان دستیابی به بانکداری اجتماعی را مقدمه‌ای برای پذیرش، بسط و گسترش بانکداری اسلامی برشمرد.

### ۱-۴. بانکداری اجتماعی

تعریف بانک اجتماعی و آنچه که شامل بانکداری اجتماعی می‌شود همیشه کاری آسانی نبوده و نیست. علت این امر این واقعیت است که رویکردهای بسیار متفاوتی وجود دارد که می‌تواند تحت عنوان «بانکداری اجتماعی» مطرح شود. این مفهوم در حال حاضر شامل «بانکداری اخلاقی»، «بانک‌های تعاونی و اتحادیه‌های اعتباری[۴]»، اصطلاحاً «بانک‌های اجتماعی جدید[۵]»، «بانک‌های توسعه اشتراکی خصوصی و اجتماعی[۶]» و «بانک‌های تأمین مالی خرد[۷]» است. براساس تعریف بانک جهانی مایکرو فاینانس به‌عنوان رویکردی برای مقابله با فقر و نابرابری شناخته می‌شود. بانک جهانی این اهداف را برای اعتبارات خرد عنوان می‌کند که عبارتنداز: کاهش فقر، توانمندسازی گروه‌های محروم به‌ویژه زنان، ایجاد اشتغال، کمک به رشد واحدهای تولیدی موجود و توسعه آنها، تشویق در جهت ایجاد واحدهای جدید، ایجاد فرصت‌های اشتغال از طریق خوداشتغالی، افزایش کارایی و درآمد گروه‌های آسیب‌پذیر سازمان و جوانان و کاهش وابستگی روستاییان فقیر به محصولاتی که به‌شدت تحت‌تأثیر شرایط جغرافیایی به‌ویژه خشکسالی بوده و تنوع بخشیدن به فعالیت آنها (Abdul Rahman, 2007, pp. 38-73). بانک‌های تعاونی و اتحادیه¬های اعتباری سپرده¬ها را به‌عنوان سرمایه جمع می¬کردند و این سرمایه را به کارآفرینان محلی واگذار می‌کردند تا از توسعه اقتصادی منطقه¬ای حمایت کنند. اتحادیه¬های اعتباری علاوه‌بر نقش واسطه بین قرض‌دهنده و قرض¬گیرنده، به آموزش ادبیات مالی در بین اعضا و مشتریانشان نیز پرداختند. اتحادیه¬های اعتباری و تعاونی¬های مالی ازآن‌جهت برای ما اهمیت دارند که اولاً آنها قسمتی از بخش مالی هستند که از مدت¬های قبل بانکداری پایدار را با پشتیبانی از کسب‌وکار کارهای محلی، در کسب‌وکارشان و ساختار سازمانی¬شان اجرا می¬کردند. دوماً آنها مدلی برای بانک‌های اجتماعی و مؤسسات تأمین مالی خرد هستند که در سال ۱۹۷۰ شکل گرفتند. سوم، بعضی از آنها به‌سرعت خودشان را با تأمین مالی پایدار مدرن سازگار کردند مانند سرمایه‌گذاری اجتماعی مسئولانه، سرمایه¬گذاری مؤثر یا تأمین مالی فناوری پاک. تمام این ابتکارات و مؤسسات دارای مرکز ثقل کمی متفاوت هستند و آنها تمرکز خود را بر جنبه‌های مختلف تغییر و تحول اجتماعی گذاشته‌اند.

به‌علاوه، هویتی که آنها با اصطلاح «اجتماعی» پیوند می‌دهند اغلب از کشوری به کشور دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. بنابراین چگونه می‌توان تعریف مشترکی از آنچه بانکداری اجتماعی ارائه می‌شود ترسیم کرد؟ طی سال‌های گذشته، یک تعریف یکسان به شرح زیر انجام‌شده است: به گفته ریفنر[۸] از دانشگاه هامبورگ: «بانکداری اجتماعی بانکی است که با فقر مبارزه می‌کند». اگرچه بانک‌های اجتماعی به دسته‌های مختلفی تقسیم‌شده‌اند و نگرش‌های متفاوتی دارند، اما همه آنها باهدف توسعه‌ی جهان حرکت می‌کنند و با ردوبدل کردن پول، خواهان برقراری برابری و عدالت هستند و پول را ابزاری مفید برای اینکار می‌دانند. همه آرمان‌های بانکداری اجتماعی را می توان در یک جمله خلاصه کرد: «ایجاد آزادگی به‌وسیله توزیع عادلانه ثروت و امکانات در جهان» (Benedikter, 2011, p. 54). رویکرد بانکداری اجتماعی خواستار تغییرات بنیادین در پایه‌های سیستم بانکداری نیست، بلکه بانکداری اجتماعی برخی از ویژگی‌های مهم و مطرح سیستم بانکی را ارتقاء می‌دهد. بانکداری اجتماعی باهدف پوشش بخشی از خلأ موجود در نظام بانکداری جهان و ایران که همان رسالت توسعه اجتماعی و اقتصادی است، انجام پذیرفته است (Benedikter, 2011, p. 52). با توجه به بحران‌های اخیر در سطح بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری کشور در خصوص عدم‌توانایی در بازپرداخت سپرده‌ها، نیاز به پاسخ‌گویی به مشتریان و توجه به مسائل اجتماعی می‌تواند همچون بانک‌های اروپایی مسئولیت‌پذیری، شفافیت و ثبات و پایداری نظام بانکی را به همراه داشته و پاسخی بر خلأ موجود در نظام بانکداری ایران باشد. با توجه به اینکه اکثر بانک‌های اجتماعی به استثنای بانک‌های خرد مالی و اقدامات تخصصی مشابه عمدتاً در جهان موسوم به «جهان سوم» بیشتر به‌جای مبارزه با فقر به‌نوبه خود به سمت نوآوری اجتماعی، محیط‌زیست و توسعه جامعه هدایت می‌شوند، به نظر می‌رسد این‌یک تعریف خیلی محدود است (Benedikter, 2011, pp. 49-50). در تعریفی دیگر، بانک‌های اجتماعی، که بعضاً بانک‌های «اخلاقی[۹]» یا «جایگزین[۱۰]» نامیده می‌شوند، واسطه‌های مالی ترکیبی هستند که پروژه‌های جامعه‌مدار و بنگاه‌های اجتماعی را تأمین مالی می‌کنند (Defourny, 2011). آنها نه‌تنها بر بازده مالی تأکید می‌کنند، بلکه و غالباً به‌عنوان اولویت – اهداف اجتماعی را مورد تأکید قرار

می‌دهند (Cornée, Kalmi & Szafarz, 2016 ؛Weber & Remer, 2011). بانک‌های اجتماعی مؤسسات برجسته‌ای هستند و در سال‌های اخیر به‌ویژه در اروپا سنگر خود را گسترش داده‌اند (Benedikter, 2011, p.56). در حقیقت، بانک‌های اجتماعی با تکیه‌بر امور مالی موفق به تأمین بودجه شرکت‌های اجتماعی با هزینه‌های کمتر از بازار می‌شوند (Cornée, Kalmi & Szafarz, 2016).

امروزه، بیشتر بانک‌ها درصدد هستند که مسئولیت اجتماعی و زیست‌محیطی بیشتری داشته باشند. این استراتژی‌ها بسیاری را به سمت همسان‌کردن عملیات خود با مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی سوق می‌دهد. بااین‌وجود سایر بانک‌ها بر روی اهداف اجتماعی، معمولاً به‌صورت بانکی با مأموریت اجتماعی یا اصطلاحاً بانکداری اجتماعی تمرکز می‌کنند (Guene & Mayo, 2001؛ Burgess & Pande, 2005؛ Buttle, 2007؛ Platschorre & Bulte, 2011؛ Cornée & Szafarz, 2014؛ Hamidi & Worthington, 2017).

گونه و مایو[11] (۲۰۰۱) بانکداری اجتماعی را به‌عنوان جایی که تأمین‌کننده خدمات مالی به نتایج اجتماعی و تأثیرات فعالیت‌هایشان علاقه مثبت دارند، تعریف می‌کنند. همچنین، کورنه و سافارز[12] (۲۰۱۴) به سادگی ادعا می‌کنند که بانکداری اجتماعی واسطه‌های مالی است که به معیارهای غیراقتصادی (به‌عنوان‌مثال، اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی) توجه می‌کنند. بااین‌حال پژوهشگران دیگر اصطلاح «بانکداری سبز» را به‌جای بانکداری اجتماعی ترجیح می‌دهند (Biswas, 2011؛ Biswas, 2016؛ Kaur, 2016). درحالی‌که برخی دیگر آن را به‌جای «بانکداری اخلاقی» (Chew, Tan & San-Jose, Retolaza & ؛Hamid, 2016 ؛Paulet, Parnaudeau & Relano, 2015 Gutierrez-Goiria, 2011)، «بانکداری پایدار» (Korslund & Spengler, 2012) یا «بانکداری جایگزین» (Butzbach & von Mettenheim, 2015) استفاده می‌کنند.

اگرچه بانکداری اجتماعی با نام‌های مختلفی همراه است، اما در فعالیت‌های روزمره خود از اصل خط سه‌گانه استقبال می‌کند، یعنی سه معیار ، سود (تأمین سود برای پایدار نگه‌داشتن بانک)، مردم (به‌عنوان مأموریت اجتماعی به جوامع خدمت می‌کنند) و زمین (توجه به محیط‌زیست و پایداری آن برای استفاده در آینده) (Benedikter, 2011؛ De Clerck, 2009؛ Weber, 2014). بانکداری اجتماعی، نوعی

اصلاح نظام مالی است که به‌سوی رویکردی قوی‌تر، اخلاقی‌تر و کمتر وابسته به سودهای مالی کوتاه‌مدت، گرایش دارد و نگاه اجتماعی و تأمین نیازهای اکثریت مردم را در دستور کار قرار داده است (Benedikter, 2011). بانکداری اجتماعی تعدادی از اصول دیگر را نیز نشان می‌دهد. اولاً، شفافیت آن به میزان قابل‌توجهی بیشتر از سایر اشکال بانکی است، به‌طوری‌که به ذینفعان خود اجازه می‌دهد جزئیاتی ازجمله محل توزیع وجوه جمع‌آوری‌شده و نوع سرمایه‌گذاری را مشاهده کنند. بر این اساس، مشتریان آن آگاهی دارند که آیا پول آنها ازنظر مالی، اجتماعی یا زیست‌محیطی به مناسب‌ترین روش سرمایه‌گذاری می‌شود یا نه. ثانیاً، بانکداری اجتماعی «توسعه انسانی» را از طریق عجین‌کردن و رهاندن جوامع از زیر سلطه ارتقا می‌بخشد (San-Jose, L., Retolaza, J. L., & Gutierrez-Goiria, J, 2011؛Benedikter, 2011). این صلاحیت حقوق سهامدار بانکی سنتی را به‌عنوان مجموعه گسترده‌تری از کنترل و نظارت ذینفعان بر مدیریت بانکداری اجتماعی را خنثی می‌کند (Butzbach & von Mettenheim, 2015).

برخی از سوابق و پیشینه تحقیقات انجام‌شده در این زمینه در دو قسمت داخل و خارج از کشور به شرح زیر است:

صالحی‌دوست و یزدانی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به بررسی بانکداری اجتماعی و نقش آن در توسعه شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان) می‌پردازند.

امیدوار و صفرلکی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت بانکداری کشور را مورد کنکاش قرار داده‌اند. در این مقاله تصریح‌شده است که بنگاه‌ها نقشی حیاتی در دستیابی به منافع جهانی‌شدن بازی می‌کنند و مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها این امکان را فراهم می‌سازد تا در حین بهره‌مندی از مزایای جهانی‌شدن بتوان تا حد امکان از آثار سوء اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت در سطح جهانی دوری جست.

گسترش روزافزون فناوری و ایجاد زمینه‌های مناسب جهت مدیریت مصرف، ارتقاء سطح آگاهی‌ها و لزوم تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها در جهت حفظ و بقاء زمین بااهمیت‌تر می‌نماید. ظهور فناوری‌های نوین و ایجاد زمینه‌های مناسب

ارتقاء فناوری علی‌الخصوص در صنعت بانکداری با اتکا به خدمات و زیرساخت‌های الکترونیکی و بهره‌برداری از تجهیزات مذکور و به‌کارگیری منابع در جهت گسترش فعالیت‌های سبز جزء استراتژی‌های نوین سیستم بانکی است که حمیدی و جوانمرد (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی آن می‌پردازند.

زاهدی، یاور و پورداور (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بررسی اجمالی بانکداری اجتماعی به‌عنوان یکی از خدمات الکترونیکی پرداخته‌اند، به‌گونه‌ای‌که روند حرکت به سمت این نوع از بانکداری را تسهیل نماید.

قطبی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تلاش نموده است تا نگاهی جامع شامل تمامی ابعاد مطرح جهانی به موضوع بانکداری اجتماعی ارائه دهد و با طبقه‌بندی تمامی مصادیق عملیاتی شده در این حوزه در دنیا، دیدی واحد از فضای بانکداری اجتماعی در دنیا در اختیار خواننده قرار دهد.

خورسندیان و مرادپور (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بانکداری اجتماعی، تحت عنوان بانکداری اخلاقی پرداخته‌اند. هدف اصلی این مقاله اولویت‌بندی شاخص‌های اساسی تعریف‌شده مربوط به بانک‌های اخلاقی در دنیا و مقایسه آن با دیدگاه مدیران بانکی در ایران و ارائه الگویی برای بانک‌های اخلاقی است.

پاکروان (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «گرامین چگونه گرامین شد؟» به معرفی گرامین بانک بنگلادش و ویژگی‌های این بانک می‌پردازد.

آبیاری (۱۳۹۶) در پایان‌نامه خود به تحلیل نقش شهروند هوشمند در اثربخشی بانکداری اجتماعی پرداخته است.

عبداللهی (۱۳۹۲) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی رابطه عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی (شواهدی از صنعت بانکداری ایران)»، به بررسی روابط بین شاخص عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی بانک‌ها در صنعت بانکداری ایران پرداخته است. بر پایه نتایج حاصل از فرضیه‌های تحقیق، بین عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی در صنعت بانکداری ایران رابطه علّی بک طرفه و معنی‌داری وجود دارد. همچنین عملکرد اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر مستقیم و معنی‌دار دارد.

دقتی‌پور و یعقوبی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی شناسه‌ها و اولویت‌بندی پیشرانه‌های توسعه بانکداری اجتماعی در نظام بانکی بانک قرض‌الحسنه رسالت استان سیستان و بلوچستان پرداخته‌اند.

عیوضلو و قلیچ (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «کدهای اخلاقی در نظام بانکی کشور»، تعیین خط‌مشی اخلاقی، تدوین کدهای اخلاقی و تدابیر ساختاری را به‌عنوان محورهای برقراری نظام بانکداری اخلاقی عنوان نموده‌اند.

پالیک (۱۳۹۸) در پایان‌نامه خود، تأثیر گسترش بانکداری اجتماعی بر رقابت در صنعت بانکداری ایران را موردبررسی قرار داده است.

حشمتی (۱۳۹۴) در پایان‌نامه خود، مدلی برای ارزیابی انواع بانک‌های اجتماعی تدوین نموده است تا از طریق آن به بررسی اینکه هر بانک چقدر اجتماعی است، بپردازد.

یونس[۱۳] (۱۹۹۸) در کتابی با عنوان «بانک تهیدستان»، درباره تاریخ تشکیل یک بانک اجتماعی به نام «بانک گرامین» و انگیزه‌های وجود چنین بانک‌هایی در جهان توضیحاتی ارائه می‌دهد. یونس می‌گوید که هدف من از تأسیس این بانک ارائه روش نوینی از بانکداری بود که در خدمت مردم باشد و تمرکز اصلی آن بر زنان کم‌بضاعت باشد. بانک‌های بزرگ، وام‌های بزرگ به اشخاص بزرگ می‌دهند ولی ما وام کوچک به افراد کم‌بضاعت می‌دهیم.

رابین برگس و روحینی پنده (۲۰۰۳) در مقاله‌ای نشان دادند که توجه به توسعه بانک‌های روستایی، باعث کاهش فقر روستایی و افزایش خروجی‌های غیر کشاورزی می‌شود. نویسندگان این مقاله در یک تحقیق تجربی پی بردند که عدم دسترسی به منابع مالی یکی از مهم‌ترین دلایلی است که باعث می‌شود افراد فقیر، فقیر باقی بمانند.

کلرک (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «بانکداری اخلاقی» به تشریح فعالیت بانک‌های اخلاقی، مؤسسات قرض‌الحسنه و بانک‌های مایکروفایننس می‌پردازد. هدف وی از ارائه مقاله مزبور معرفی بانکداری اخلاقی، اجتماعی و دوستدار محیط است.

هوپنر و ویلسون[۱۴] (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «مباحث اجتماعی، زیست‌محیطی، اخلاقی و اعتماد در بانکداری»، نقش سود را در بانکداری اجتماعی، زیست‌محیطی و

اخلاقی بیان می‌کنند و به ذکر این مطلب می‌پردازند که در دهه‌های اخیر سود بانکی از افزایش بسیار زیادی برخوردار بوده است.

بندیکتر (۲۰۱۱) در پژوهشی تفاوت اصلی بین بانک‌های معمول و بانک‌های اجتماعی را در این دانسته که بانک‌های معمول در بسیاری موارد تنها روی اصل حداکثر سازی سود متمرکز هستند، درحالی‌که بانکداری اجتماعی اصول سه‌گانه سود- مردم کره زمین را به اجرا درمی‌آورد.

کربنی[۱۵] (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «بانکداری در مسیر اخلاق»، هدف خود را از ارائه این مقاله مسئولیت ویژه شرکت‌های عادی در قبال جامعه می‌داند، زیرا رعایت اصول اخلاقی در معاملات مالی بسیار حائز اهمیت است. در ادامه مقاله، بانکداری اخلاقی با اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی موردمطالعه قرارگرفته است. در انتها محقق بیان می¬کند درصورتی‌که سرمایه¬گذاری اخلاقی در اروپا به‌صورت یک فرهنگ درآید شاهد نسل جدیدی از بانک‌ها خواهیم بود.

گویال و جوشی (۲۰۱۱) در مقاله‌ای پس از بررسی انواع مختلف بانکداری، به بررسی موضوعات اجتماعی و اخلاقی در صنعت بانکداری هند و تأثیر آنها بر این صنعت پرداخته‌اند.

فبیا (۲۰۱۲) در مقاله‌ای بیان می‌کند بانک اخلاقی برای رفاه اجتماعی فعالیت می‌کند و سرمایه خود را به پروژه‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی اختصاص می‌دهد.

هنگل[۱۶] (۲۰۱۴) در مقاله‌ای مفاهیم بنیادین در زمینه تأمین مالی اجتماعی را موردبررسی قرارداد. وی در مقاله خود تعاریف ارائه‌شده برای کارآفرینی اجتماعی، سرمایه‌گذاری تأثیرات اجتماعی، سرمایه‌گذاری مسئولانه از منظر اجتماعی، اوراق تأثیر اجتماعی، تأمین مالی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و وام‌های خرد را از منابع گوناگون جمع‌آوری و دسته‌بندی نمود.

مکان و دیگران[۱۷] (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر صنعت بانکداری در رومانی»، به بررسی این موضوع پرداخته¬اند که چگونه مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) به ایجاد ارزش در صنعت

بانکداری و در طول دوره‌های بی‌ثباتی مالی کمک می‌کند. درک عوامل کلیدی CSR به تحقق اصول این مفهوم و افزایش سهم بازار، سود و پیشرفت در رتبه‌بندی بانک‌ها کمک می‌کند.

رلانو (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «به حداکثر رساندن بازده اجتماعی در بخش بانکی» در پی آن بود تا نشان دهد که برای یک شرکت (یک بانک) علاوه‌بر جریان منطقی برای حداکثرسازی سود مالی، جریان و گزینه¬های دیگری نیز وجود دارند. تجزیه‌وتحلیل آنها بانک‌های اجتماعی را با بانک‌های جهانی سنتی در دو سطح مقایسه می-کند.

رویگ، گولین، کول و ساموئل[۱۸] (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «ارزش اجتماعی در بانکداری خرده‌فروشی»، به بررسی تأثیر ارزش ادراک‌شده به‌ویژه مورد خاص ارزش اجتماعی بر وفاداری مشتری پرداخته¬اند.

عمران، فازی، پوروانتو و داروس[۱۹] (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «افشای مسئولیت اجتماعی در بانک‌های اسلامی؛ مطالعه تطبیقی اندونزی و مالزی»، به بررسی گزارش مسئولیت اجتماعی بانک‌های بالغ در دو کشور درحال‌توسعه، یعنی اندونزی و مالزی می‌پردازد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بازتاب و افشای فعالیت‌های CSR بانک‌های اسلامی، به‌طورکلی در مالزی و اندونزی افزایش‌یافته است. به‌طور خاص، مشخص شد که بُعد محیط‌کار و بُعد اجتماع، بیش‌ترین حوزه‌های افشاشده توسط بانک‌های اسلامی در هر دو کشور هستند.

پالوری و مهرا[۲۰] (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی خلاقانه بانک‌ها بر رفتار و رضایت مشتریان در هند» بیان می‌کنند که تحقیقات در مورد فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) و درک مصرف‌کننده از فعالیت‌های CSRدر سال‌های اخیر افزایش می‌یابد. هدف از پژوهش آنها، فهم ادراک مصرف‌کنندگان از فعالیت‌های CSR بانک‌ها در هند بوده است. این پژوهش بینشی به دست می‌دهد که دریابیم آیا مصرف‌کنندگان می‌خواهند بانک‌هایشان درگیر فعالیت‌های CSRباشد و آیا ادراک آنها بر روی رفتار آن‌ها در برابر بانک تأثیر می¬گذارد.

گنگی، ماستیلی و وارون[۲۱] (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر دانش مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت؛ شواهدی از صنعت بانکداری اروپا» بیان می‌کنند باوجوداینکه مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) فرآیند جمع‌آوری دانش و تجربه است، به بررسی اینکه آیا و چگونه دانش CSR بر عملکرد مالی در صنعت بانکداری اروپا تأثیر می‌گذارد پرداخته نشده است. یافته‌های این اثر دوگانه است: اول: مطابق با مفهوم ظرفیت جذب دانش، CSR داخلی بانک‌ها به‌طور مثبت بر عملکرد شهروندی تأثیر می¬گذارد؛ دوم: با توجه به تأثیر شناختی CSR عملکرد شهروندی یک پیش¬بینی کننده مثبت از عملکرد مالی بانک است.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس چارچوب فرآیند پژوهش دارای جهت‌گیری‌های بنیادین و کاربردی است، به‌طوری‌که در مرحله طراحی الگو، بنیادین است و در مرحله آزمون الگو کاربردی است. رویکرد فلسفی این پژوهش استقرایی- قیاسی بوده و استراتژی آن ترکیبی از رویکردهای کیفی و کمی است که با طرح شیوه‌های ترکیبی اکتشافی انجام می‌شود. در این طرح، ابتدا داده‌های کیفی برای بررسی دقیق پدیده موردنظر، یعنی بانکداری اجتماعی و سپس داده‌های کمی برای آزمون الگوی به‌دست‌آمده جمع‌آوری و تحلیل شدند. علت استفاده از این روش، کافی نبودن پیشینه نظری و تجربی پژوهش و عدم اجماع پژوهشگران نسبت به بانکداری اجتماعی است. بنابراین، در بخش کیفی پژوهش، به طراحی الگوی بانکداری اجتماعی و در بخش کمی، به بررسی نحوه ارتباط میان مقوله‌های شناسایی‌شده پرداخته‌شده است.

## ۳. جامعه و نمونه آماری

پژوهش حاضر دارای دو جامعه آماری است. در بخش کیفی و برای طراحی الگوی بانکداری اجتماعی جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و مدیران ارشد بانکی کشور است که تجربه پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی را داشته‌اند و یا در این زمینه تجربه همکاری، مشاوره یا برنامه‌هایی برای بانکداری اجتماعی در آینده را دارند. به همین منظور، بانک‌هایی که در این زمینه فعال بودند برای بررسی انتخاب شدند. مدیران و

کارکنان این بانک‌ها به‌عنوان خبرگان عملگرا در حوزه بانکداری اجتماعی در نظر گرفته شدند و با استفاده از روش نمونه‌گیری نظری، با ۱۱ نفر مصاحبه‌شونده مصاحبه‌های عمیق صورت گرفت. به‌عبارت‌دیگر، در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی و به‌مرور ۱۳ نفر متخصص در حوزه بانکداری اجتماعی برای مصاحبه انتخاب شدند و بعد از مصاحبه هفتم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید، ولی برای اطمینان بیشتر تا مصاحبه یازدهم ادامه یافت و از مصاحبه هفتم به بعد دیگر مطالب جدیدی اضافه نشد و داده‌ها و کدهای استخراجی کاملاً تکراری بودند و به اشباع نظری رسیده بود. هر مصاحبه به‌طور میانگین ۷۰ دقیقه زمان می‌برد. اطلاعات مربوط به مصاحبه‌شوندگان و اعضای نمونه آماری پژوهش در مرحله کیفی طراحی الگو در جدول (۱) قابل‌مشاهده است.

**جدول (۱): ترکیب مصاحبه‌شوندگان در مرحله کیفی طراحی الگو**

| ردیف | سمت فرد مصاحبه‌شونده | تحصیلات | پیشینه تحصیلی | سابقه کار |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | مدیرعامل | دکتری | مدیریت | ۲۵ |
| ۲ | قائم‌مقام مدیرعامل | دکتری | اقتصاد | ۳۱ |
| ۳ | مدیرعامل | دکتری | مدیریت | ۲۶ |
| ۴ | عضو هیأت مدیره | کارشناسی ارشد | اقتصاد | ۱۷ |
| ۵ | عضو هیأت مدیره | دکتری | مدیریت | ۱۹ |
| ۶ | عضو هیأت مدیره | کارشناسی ارشد | مهندسی | ۱۵ |
| ۷ | مدیرعامل | دانشجوی دکتری | اقتصاد | ۲۱ |
| ۸ | عضو هیأت مدیره | کارشناسی ارشد | مدیریت | ۱۵ |
| ۹ | مدیرعامل | دکتری | اقتصاد | ۲۷ |
| ۱۰ | عضو هیأت مدیره | کارشناسی ارشد | مهندسی | ۲۳ |
| ۱۱ | عضو هیأت مدیره | دانشجوی دکتری | مدیریت | ۲۹ |

منبع: یافته‌های تحقیق

همچنین بخش دیگری از جامعه آماری پژوهش در مرحله طراحی الگو، کتاب‌ها و مقالات مرتبط با موضوع پژوهش بود. بدین‌منظور جستجوی کتابخانه‌ای و اینترنتی ادبیات نظری مرتبط با پژوهش در حوزه‌های بانکداری اجتماعی انجام گرفت.

جستجوی کتابخانه با جستجوی کتاب‌های مرتبط موجود لاتین و فارسی و جستجوی اینترنتی با جستجوی کتاب‌های مرتبط با پژوهش در تارنمای گیگاپدیا و نیز مقالات مرتبط موجود در پایگاه داده‌های اِمرالد، ساینس دایرکت، جِی استور، پروکوئست و اینفورماتا انجام گرفت. شایان‌ذکر است در انجام مصاحبه و تجزیه‌وتحلیل اسناد، سعی شد جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه یابد. در مرحله آزمون کمی نیز جامعه آماری این پژوهش مدیران و خبرگان بانکداری و اساتید دانشگاه و پژوهشگران فعال در حوزه بانکداری اجتماعی در ایران بودند.

### ۴. ابزار گردآوری داده‌ها

گردآوری داده‌ها در دو بخش کیفی و کمی انجام‌شده است. در بخش کیفی و طراحی الگو جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و بررسی اسناد و مدارک انجام‌شده است. در بخش کمی و آزمون الگو، داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ها که دارای دو بخش سؤال‌های تخصصی و سؤال‌های جمعیت‌شناختی بودند جمع‌آوری شدند. مؤلفه‌های پرسشنامه با در نظر گرفتن مبانی نظری پژوهش و بخش کیفی پژوهش تنظیم‌شده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرسنجی خبرگان استفاده شد و پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS24 و سنجش ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد که در سطح قابل قبولی بود.

### ۵. روش تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

تجزیه‌وتحلیل در این پژوهش در دو بخش کیفی و کمی انجام‌شده است. در بخش کیفی ترکیبی از روش‌های تحلیل محتوای کیفی و روش کدگذاری نظری (برگرفته از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد) به‌کار گرفته‌شده است. «تحلیل محتوای کیفی یکی از روش‌های کلاسیک تحلیل داده‌های متنی است و بدون اینکه توجه کند داده‌ها از کجا آمده‌اند و در مورد محصولات رسانه‌ای تا داده‌های مصاحبه‌ای کاربرد دارند» (شیرخدایی، ۱۳۸۸، صص. ۱۵۰-۱۳۱). همچنین کدگذاری نظری عملیاتی است که داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شیوه‌ای تازه در کنار همدیگر قرار داده می‌شوند. در این پژوهش ابتدا از کدگذاری باز براساس مقوله‌های استخراج‌شده از مطالعه مقدماتی مبانی

نظری پژوهش و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده‌شده است. روش تحلیل در مرحله کمی و آزمون الگوی پژوهش، مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS2 بوده است.

## ۶. تجزیه‌وتحلیل اطلاعات

### ۶-۱. جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل اطلاعات در مرحله کیفی طراحی الگو

تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نیز در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. در مرحله کیفی به مطالعه مقدماتی مبانی نظری بانکداری اجتماعی پرداخته شد و سپس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان انجام شد که خروجی آن جمع‌آوری داده‌های کیفی برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات و ارائه الگوی بانکداری اجتماعی بود. سپس براساس کدگذاری نظری داده‌های کیفی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند. در این پژوهش، کدگذاری باز در طول مرور داده‌های جمع‌آوری‌شده و بر مبنای مقوله‌های استخراج‌شده از طریق چیدمان آنها در جدول‌های متناسب انجام شد که در ادامه ارائه خواهند شد.

**جدول (۲): کدها، مفاهیم و مقوله‌های بانکداری اجتماعی استخراج‌شده از ادبیات نظری و مصاحبه‌ها**

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| صیانت از مشترکاتی همچون محیط‌زیست (طالبی و کیایی،۱۳۹۱؛ مصاحبه ۱-۴)؛ نفع‌رسانی به محیط (شیر و مرتلر، ۲۰۰۹)؛ توسعه زیست‌محیطی (ریفنر، ۲۰۰۶؛ مصاحبه ۱-۲-۵)؛ کمک به عدالت بین‌نسلی (توحیدی‌نیا، ۱۳۸۸)؛ ترویج کشاورزی ارگانیک، آموزش کسب‌وکارهای زیست‌محیطی، ترویج انرژی‌های تجدیدپذیر (مصاحبه ۱-۲-۵-۷)؛ با فعالیت‌های خود فعالیت‌های دوستدار محیط را تقویت می‌کنند (فبیا، ۲۰۱۲). | مسئولیت زیست‌محیطی | مسئولیت اجتماعی |

| مقوله‌ها | مفاهیم | کدهای استخراج‌شده |
|---|---|---|
| | مسئولیت در برابر مشتریان | تمام خدمات خود را به‌صورت شرعی به مشتریان ارائه نماید (مصاحبه ۱-۳-۵-۷)؛ دسترسی به خدمات بانکی و تسهیلات قرض‌الحسنه را برای مشتریان آسان‌تر نماید (مصاحبه ۱-۲-۳-۶)؛تسهیلات قرض‌الحسنه را ارزان‌تر در اختیار مشتریان قرار دهد (مصاحبه ۲-۵-۹-۱۰)؛ مشاوره مالی و مشاور کسب‌وکار برای مشتریان بانکی (مصاحبه ۲-۴-۵-۱۰)؛پشتیبانی از مشتریانی که با مشکل مالی مواجه شده‌اند (Bank Mecu،مصاحبه ۱-۳-۶)؛ کمک به مشتریان در جهت تقویت سواد مالی آن‌ها (Bank Mecu، مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۸)؛ بانک به‌جای اینکه به مشتریان فردی که به شعبه مراجعه می‌کنند یا خدمات الکترونیکی دریافت می‌کنند پاسخ‌گو باشد، با مشتریان جمعی یا اجتماعی از مشتریان طرف خواهد بود (مصاحبه ۱-۴-۵-۷). |
| | مسئولیت اخلاقی | سودی منصفانه (نسبی) برای ادامه حیات و بقای بانک ضروری است. سود اغلب به‌صورت مجدد در اهداف اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌شود (طالبی و کیایی، ۱۳۹۱؛ مصاحبه ۲-۴-۹)؛ بازاریابی فرآورده‌های وام در یک رفتار مسئولانه (مصاحبه ۱-۶-۹)؛ رعایت کامل حقوق انسانی (طالبی و کیایی، ۱۳۹۱). |
| | مسئولیت بشردوستانه | تأمین افراد سالمند و سایر سرمایه‌گذاری‌های بنیادین زندگی مشترک (www.brac.net)؛ توسعه انسانی (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۱-۲-۴-۱۱)؛ سبک زندگی عادلانه‌تر (دی‌کلرک، ۲۰۰۹)؛ تأمین نیازهای اساسی افراد نیازمند مانند بهداشت، مسکن، خوراک (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴؛ مصاحبه ۳-۶-۱۰)؛ تأکید بر کرامت و ارزش والای انسانی که از مبانی رویکردهای اجتماعی به‌خصوص در مباحث اقتصادی است (مصاحبه ۱-۵-۶-۸)؛ سهامداران این بانک، به فکر سود نیستند بلکه به فکر همنوعان خود هستند (مصاحبه ۱-۲-۵) ؛وام به مؤسسات استفاده‌کننده از تربیت درمانی، خانه‌های سالمندان، پروژه‌هایی برای بیکاران (بانک GLS؛ مصاحبه -۲-۷-۱۰)؛ تأمین افراد سالمند و سایر سرمایه‌گذاری‌های بنیادین زندگی مشترک (www.brac.net). |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| فرهنگ جامعه، پذیرش رفاه اجتماعی را داشته باشد (کوهن، ۲۰۱۱)؛ نفع‌رسانی به مردم (شیر و مرتلر، ۲۰۰۹)؛ تمرکز بر تغییر آگاهی‌های مشتریان بانکی و نیز عموم جامعه (دی‌کلرک، ۲۰۰۹)؛ گروه مشتریان محرومی وجود دارند که نیاز به دسترسی به سرمایه و بازار دارند (کوهن، ۲۰۱۱)؛ تبادل اطلاعات مفید در راستای سرمایه‌گذاری هر چه بهتر در جامعه (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۵-۸-۱۰)؛ نفع‌رسانی به فرهنگ (شیر و مرتلر، ۲۰۰۹)؛ ارتقای آگاهی‌های عموم جامعه از پول و تأمین مالی (ریفنر، ۲۰۰۶)؛ خلق مزیت برای کل جامعه (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۱-۲-۶-۹-۱۱)؛ مسئولیت ویژه در قبال جامعه (کربنی، ۲۰۱۱؛ مصاحبه ۱-۳-۵)؛ وام به فروشگاه‌های غذاهای سالم و پروژه‌های زندگی اجتماعی انجمن اعطای وام در آلمان (بانک GLS). | مسئولیت در قبال جامعه | |
| تخصیص اعتبارات دارای شفافیت است (بابایی، ۱۳۹۱)؛ فعالیت‌های داخلی این بانک‌ها، بسیار دموکراتیک است و مشتریان و عموم مردم، در خصوص نقش و تأثیر پول در جامعه، به اطلاعات ارزشمندی دست می‌یابند (www.abs.ch)؛ بانک‌های اجتماعی، حداقل، سالی، یکبار و اغلب، سالی دو بار، از فعالیت‌های تأمین مالی خود، گزارش‌های جزئی، منتشر می‌کنند (دی‌کلرک، ۲۰۰۹)؛ همکاری-های متقابل و مشترک (بابایی، ۱۳۹۱؛ مصاحبه ۱-۲-۴-۱۱)؛ باید همه وام‌های واگذار شده، ثبت و منتشر شوند و فرار مالیاتی، به‌طور صریح، از هر فعالیت و رابطه کسب‌وکار حذف شود (www.abs.ch)؛ برقراری روابط مبتنی‌بر اعتماد (کنگی و دیگران، ۲۰۱۹)؛ تعهد و صداقت (www.banex.com.ni؛ مصاحبه ۲-۵-۷)؛ سرمایه‌گذاری معتبر موجب پیشرفت اقتصادی و اجتماعی خواهد شد (هوپنر و ویلسون، ۲۰۱۰)؛ جزئیات هر وام یا سرمایه‌گذاری که به هر سازمانی ارائه می‌کند را در سایتش منتشر می‌کند (مدیریت سرمایه‌گذاری تریودوس، ۲۰۱۴)؛ مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی (طالبی و کیایی، ۱۳۹۱؛ مصاحبه ۱-۶-۹-۱۰)؛ شیوه‌های وام‌دهی به‌جای شیوه‌های رایج أخذ وثایق عمدتاً مبتنی‌بر اعتماد است (بابایی، ۱۳۹۱؛ مصاحبه ۱-۴). | اعتمادسازی | سرمایه اجتماعی |
| مشتریان، اطلاعات و تخصص خود را در خصوص مدیریت بانکی، در اختیار بانک قرار می‌دهند و از انحرافات سیاستی بانک، جلوگیری می‌کنند (دی‌کلرک، ۲۰۰۹)؛ اطمینان از برابری فرصت برای زنان و مردان جزء استراتژی‌های این | تعاون | |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| بانک است (www.abs.ch)؛ فراهم کردن یک «خوب عمومی»، با ایجاد منافع چندگانه (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۵-۷-۱۰)؛ توسعه و تحکیم برادری اسلامی و تعاون عمومی بین همه مردم (اسناد بالادستی، مصاحبه ۱-۵)؛ مشتری می‌تواند در خصوص فعالیت‌های بانک، به ارائه انتقاد و پیشنهاد بپردازد (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۲-۴-۱۰). | | |
| کمک به سازمان‌های در حال رشدی که هدفشان تأمین نیازهای اساسی انسان‌ها است (مصاحبه ۱-۲-۵)؛ کمک به افراد دارای ایده جهت رفع نیازهای اجتماعی (مصاحبه ۱-۴-۶-۹)؛ کمک به توازن بین بازار و ارزش‌ها (مصاحبه ۳-۷)؛ کمک به حل مشکلات اجتماعی (مصاحبه ۱-۶). | مأموریت اجتماعی | کارآفرینی اجتماعی |
| فراهم کردن خدمات پایدار (بانک قرض‌الحسنه رسالت، ۱۳۹۵)؛ فراهم کردن خدمت مالی بلندمدت و فوری به مشتریان خود برای استفاده در فعالیت‌های پایدار (www.banex.com.ni، مصاحبه ۱-۲-۴-۶)؛ نوآوری در زمینه محصول (مدیریت سرمایه‌گذاری تریودوس، ۲۰۱۴)؛ گفتمان‌سازی (بانک تریودوس، ۲۰۱۴؛ مصاحبه ۱-۵-۷)؛ فعالیت‌هایی برای نفع مشتریان و جامعه انجام دهند تا به سمت یک راهنما و دستورالعمل پایدار حرکت کنند (مکانا و همکاران، ۲۰۱۵؛ مصاحبه ۱-۳-۹-۱۰)؛ افزایش منابع پایدار و کارا در بانک درگیر کردن مخاطبان خود در سیاست‌گذاری‌ها و حرکت‌های مشوق پایداری (www.newresourcebank.com). | پایداری | |
| گرایش به ارزش‌محور بودن، بدون توضیح درباره اینکه چه چیز ارزشمند است (وبر، ۲۰۱۲)؛ انتقال و پایبندی به مفهوم رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه، در تمام زمینه‌های مادی و معنوی (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۲-۳-۷-۹)؛تغییر ذهنیت همان بانکداری اجتماعی و تأمین مالی اجتماعی است (پرچم و بوجاری، ۱۳۹۱)؛ بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر (دی‌کلرک، ۲۰۰۹؛ اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۲-۴)؛ جایگاهی که در آن، روابط بسیاری در قالب پول مدرن «معنی» خود را پیدا می‌کنند (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲). | هویت و شناسایی | معنابخشی |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش (اسناد بالادستی)؛ تحقق بخشیدن، برانگیختن و جان بخشیدن به یک گفتگوی اجتماعی درباره ارزش‌های زمان حاضر (عیوضلو و قلیچ،۱۳۹۲). | ایجاد انگیزه | |
| مبارزه با پول‌شویی (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲؛ مصاحبه ۱-۴)؛ جلوگیری از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی اجتماعی به جامعه می‌شود (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲)؛ کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی کشور (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲)؛ ساماندهی اعطای تسهیلات در راستای کاهش فقر و شکاف طبقاتی کشور (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲؛ مصاحبه ۲-۶-۸-۹-۱۰)؛ اعطا وام به پروژه‌هایی در جهت افزایش سطح کیفی رفاه و امنیت در جامعه (بابایی، ۱۳۹۱؛ مصاحبه ۱-۶-۸)؛ مبارزه با فقر (باورس و دیگران، ۱۹۹۴). | سالم‌سازی اقتصادی | سرمایه‌گذاری برای بخش سلامت اقتصاد |
| ارائه بهترین خدمات و جلب رضایت مشتریان و حفاظت از حقوق و منافع آنان (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲)؛ رعایت حقوق و منافع کارکنان نظام بانکی (مصاحبه ۱-۶-۷-۸)؛ حفاظت از اعتبار و شهرت نظام بانکی (مصاحبه ۱-۲-۳-۷-۱۰)؛ سرمایه‌گذاری و اعطای وام به تجارت‌های اجتماعی و نهادها و سازمان‌های فرهنگی (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲)؛ ایجاد شفافیت در نظام بانکی (مصاحبه ۲-۴-۵-۸)؛ نظارت بر نحوه وام‌دهی و بازپرداخت‌ها (مصاحبه ۱-۲-۵-۷)؛ ارائه گزارش‌های منظم (مصاحبه ۱-۲-۵-۶-۹). | سامان‌بخشی نظام بانکی | |
| ارائه خدمات شرعی (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴؛ مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۹-۱۰)؛ اعطای وام بدون نیاز به وثیقه (خورسندیان، ۱۳۹۳)؛ سهامداران این بانک، توقعی برای دریافت سود ندارند (مصاحبه ۱-۳)؛ تمامی سپرده‌ها و تسهیلات در قالب قرض‌الحسنه (مصاحبه ۱-۳-۴-۵)؛ پی‌ریزی اقتصاد صحیح و عادلانه بر طبق ضوابط اسلامی جهت ایجاد رفاه و رفع فقر و برطرف ساختن هر نوع محرومیت در زمینه‌های تغذیه و مسکن و کار و بهداشت و تأمین بیمه (اسناد بالادستی). | هدف خدمت | قرض‌الحسنه |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| کانون قرض‌الحسنه (به جمعی از مشتریان گفته می‌شود)؛ راهنمای کانون (نماینده‌ای از جانب مشتریان که انجام مقدمات افتتاح حساب و دریافت وام را بر عهده دارد)؛ بانکیار قرض‌الحسنه (کارمند موضوعی بانک)؛ بانکدار اجتماعی (کارمند رسمی بانک که برای احراز هویت و تأیید اطلاعات مشتریان اقدام می‌کند) طراحی و اجرای سازوکارهای لازم از سطوح ارشد (مدیران تخصصی گروه مشتریان) تا سطوح استانی (حوزه‌های مشتریان) و حتی شهرستانی (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱). | عناصر خدمات | |
| خدمت به مردم فقیر و افزایش دامنه شمول تخصیص منابع مالی به این افراد (Singh, 2010)؛ (وام‌های بسیار کوچک به مردم بسیار فقیر، مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۶-۸)؛ غالباً ضمانت جمعی توسط اعضای گروه وام‌گیرنده، جایگزین اخذ وثیقه به‌عنوان ضمانت می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۵). | فقرزدایی | تأمین مالی خرد |
| ارائه تسهیلات با حجم کوچک (Singh, 2010)؛ کمک به دولت در توسعه شرکت¬های کوچک و متوسط دانش¬بنیان (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۲-۳-۵-۹-۱۰)؛ (نقش¬آفرینی بانک¬های اجتماعی در توسعه نیروگاه¬های تولید با مقیاس کوچک؛ اسناد بالادستی)؛ حمایت از بهبود وضع اقتصادی و درآمدی روستاها و روستاییان به کمک توسعه مشاغل کوچک و متوسط روستایی (مصاحبه ۱-۲-۵-۶). | ایجاد اشتغال | |
| حمایت مالی از بخش غیردولتی به‌منظور توسعه و گسترش آموزش‌های کسب‌وکار (مصاحبه ۴-۶-۹)؛حمایت مالی از گسترش آموزش‌های کارآفرینی (مصاحبه ۱-۲-۴-۸؛ اسناد بالادستی)؛حمایت مالی از گسترش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای (اسناد بالادستی)؛ حمایت مالی از گسترش آموزش‌های علمی- کاربردی (اسناد بالادستی). | حمایت از تأمین مالی طرح‌های توسعه آموزش کسب‌وکار | هم‌راستایی با تولید ملی |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| حفظ ظرفیت تولید و نیل به خودکفایی در تولید محصولات اساسی کشاورزی و دامی (اسناد بالادستی)؛ اصلاح الگوی مصرف براساس استانداردهای تغذیه (اسناد بالادستی)؛ گسترش کشاورزی صنعتی و دانش‌بنیان (مصاحبه‌های ۱-۵-۸)؛ فراهم نمودن زیرساخت‌های امنیت غذایی (اسناد بالادستی)؛ ارتقای ارزش‌افزوده بخش کشاورزی بر مبنای ملاحظات توسعه پایدار (اسناد بالادستی). | تأمین بهینه مواد اولیه تولیدات کشاورزی | |
| حمایت از بخش کشاورزی (اسناد بالادستی)؛ پایداری تولید و توسعه صادرات (اسناد بالادستی)؛ رقابت‌پذیری (طالبی و کیایی، ۱۳۹۱)؛ کاهش قیمت تمام‌شده وزارت خانه‌های صنایع و معادن، جهاد کشاورزی، بازرگانی و مسکن و شهرسازی (اسناد بالادستی)؛ حمایت هدفمند از استقرار و گسترش صنایع تبدیلی، تکمیلی و نگهداری محصولات اساسی کشاورزی توسط بخش غیردولتی در قطب‌های تولیدی (اسناد بالادستی). | افزایش تولید صادرات‌محور محصولات کشاورزی | |
| آموزش کسب‌وکار جهت افزایش تولیدات روستایی (مصاحبه ۱-۲-۴-۱۱)؛ بهبود وضعیت روستاها (مصاحبه ۱-۲-۳-۵-۶-۹)؛ ارتقای سطح درآمد و کیفیت زندگی روستاییان و کشاورزان (مصاحبه ۱-۳-۵-۸-۹-۱۰)؛ کاهش نابرابری‌های موجود بین جامعه روستایی، عشایری و جامعه شهری (مصاحبه ۱- ۲-۳-۵-۸)؛ آموزش فنی و حرفه‌ای مستمر روستاییان باهدف توانمندسازی برای ارائه و استفاده از خدمات نوین و مشارکت در فعالیت‌های صنعتی و بهبود کیفیت تولیدات (اسناد بالادستی)؛ احداث، ترمیم و نگهداری و ایمن‌سازی شبکه راه‌های روستایی (اسناد بالادستی)؛ حمایت مالی از طریق اعطای تسهیلات، وجوه اداره شده، یارانه سود و کارمزد جهت توسعه اشتغال خانوارهای روستایی و عشایری (اسناد بالادستی)؛ اقدام قانونی در جهت ایجاد شرکت شهرک‌های کشاورزی به‌منظور هدایت، راهبری و احداث و توسعه زیرساخت‌های مجتمع‌های کشاورزی، دامی و شیلاتی (اسناد بالادستی)؛ سرمایه‌گذاری مشترک با بخش‌های غیردولتی تا سقف ۴۹ درصد در زمینه توسعه کشاورزی با فناوری نوین، اقتصادی و بهره‌ور و طرح‌های زیربنایی و نوپدید در بخش‌های کشاورزی و منابع آب (اسناد بالادستی)؛ توسعه مناطق روستایی و جوان‌سازی بافت جمعیتی مناطق روستایی و عشایری (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۲-۴). | کمک به دولت در تأمین زیرساخت‌های روستایی | |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| توسعه و هدفمندسازی پژوهش و آموزش کارآفرینی (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۵-۷-۱۱)؛ تولید و تبلیغات و همچنین توسعه تجارت الکترونیک صنایع‌دستی و ایجاد مراکز صنایع‌دستی در بازارهای هدف و موردنظر برای هویت‌بخشی (اسناد بالادستی)؛ ارتقای کیفیت تولید و روان‌سازی (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۳-۵-۷)؛ حمایت از ایجاد و توسعه و تجهیز کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز و اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی صنایع‌دستی روستایی و شهری سراسر به‌منظور ارتقاء و بهبود بهره‌وری (مصاحبه ۱-۳-۴)؛ تثبیت و افزایش سهم صادراتی و بازاریابی‌های داخلی و خارجی (اسناد بالادستی). | توسعه کارآفرینی | |

همان‌طور که جدول (۲) نشان می‌دهد، برای مقوله محوری بانکداری اجتماعی ۱۲۴ کد، ۲۲ مفهوم و ۸ مقوله احصاء شده‌اند. طبق نتایج کدگذاری انجام‌شده، چهار عامل اثرگذار بر بانکداری اجتماعی یعنی «ارزش‌مداری»، «فرهنگ»، «نیاز به حکمرانی خوب»، و «فراهم بودن زیرساخت‌ها» شناسایی شد که در جدول (۳) به همراه کدهای مربوطه و منابعی که کدها از آنها استخراج‌شده‌اند قابل‌مشاهده است.

**جدول (۳): کدها، مفاهیم و مقوله‌های علّی استخراج‌شده از ادبیات نظری و مصاحبه‌ها**

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| (کامپارتموس، ۲۰۱۵)؛ (وبر و رمر، ۲۰۱۱)؛ (مصاحبه ۱-۳-۴-۵-۷)؛ | ارزش‌های منفعت جمعی | ارزش‌مداری |
| (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴)؛ (پرچم و بوجاری، ۱۳۹۱)؛ (کامپارتموس، ۲۰۱۵) | ارزش‌های انسانی | |
| (کامپارتموس، ۲۰۱۵)؛ (مصاحبه ۱-۴-۵-۹) | ارزش‌های معنوی | |
| (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴)؛ (اسناد بالادستی) | فرهنگ پایداری | فرهنگ |
| (کربنی، ۲۰۱۱)؛ (کامپارتموس، ۲۰۱۵) | باورها و اعتقادات | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱) | نتیجه‌گرایی | نیاز به حکمرانی خوب |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹) | اثربخشی | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸) | ارتقاء ارزش‌ها | |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱) | شفاف‌سازی | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰) | ظرفیت‌ها | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱) | پاسخگویی | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۱) | زیرساخت اجتماعی | فراهم بودن زیرساخت‌ها |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰) | زیرساخت فرهنگی | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۱۰-۱۱) | زیرساخت اقتصادی | |
| (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۸-۹-۱۰-۱۱) | زیرساخت قانونی | |

همان‌طور که جدول (۳) نشان می‌دهد برای مقوله علی بانکداری اجتماعی ۷۹ کد، ۱۵ مفهوم و ۴ مقوله احصاء شده‌اند. در این قسمت به شناسایی پیامدهای بانکداری اجتماعی پرداخته شد. بدین‌منظور پس از کدگذاری باز، ۶ مقوله یا پیامد برای بانکداری اجتماعی شناسایی شدند که شامل «بهبود برند سازمانی»، «خلق ارزش برای مشتریان»، «پیامدهای اجتماعی»، «پیامدهای فرهنگی»، «پیامدهای اقتصادی»، و «پیامدهای جهانی» می‌شود. در ادامه پیامدها به همراه مفاهیم و کدهای مربوط به هر یک از آنها و منابع که کدها از آنها استخراج‌شده‌اند، قابل‌مشاهده است.

**جدول (۴): نتایج حاصل از کدگذاری باز و مقوله‌پردازی محوری پیامدهای بانکداری اجتماعی**

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| (گنگی و دیگران، ۲۰۱۹)؛ (مکانا و دیگران، ۲۰۱۵)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۷) | شهرت سازمان | بهبود برند سازمانی |
| (حافظ، ۲۰۱۸)؛ (روگ، ۲۰۱۳)؛ (پالوری و مهرا، ۲۰۱۸)؛ (بریناوا و پالیک، ۲۰۱۴)؛ (مصاحبه ۵-۷-۱۰). | ارزش ویژه برند | |
| (پالوری و مهرا، ۲۰۱۸)؛ (حافظ، ۲۰۱۸)؛ (الموبارک و دیگران، ۲۰۱۸)؛ (مکانا و دیگران، ۲۰۱۵). | تصویر برند | |
| (بانک قرض‌الحسنه رسالت، ۱۳۹۵)؛ (مصاحبه ۱-۲-۳-۵-۶-۷). | ارزش فناورانه | خلق ارزش برای مشتریان |
| Global Alliance for Banking on Values (GABV)؛ (Bank Mecu)؛ (بانک قرض‌الحسنه رسالت، | ارزش ارتباطی | |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| ۱۳۹۵)؛ (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴)؛ (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۶-۸). | | |
| (کالو و دیگران، ۲۰۱۹)؛ (فبیا، ۲۰۱۲)؛ (هنگل، ۲۰۱۴)؛ (وبر و رمر، ۲۰۱۱). | رفاه اجتماعی | پیامدهای اجتماعی |
| (اسناد بالادستی)؛ (www.ekobanken.se)؛ (کالو و دیگران، ۲۰۱۹)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۶-۷). | سلامت جامعه | |
| (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴)؛ (پرچم و بوجاری، ۱۳۹۱)؛ (اسناد بالادستی)؛ (مکانا و دیگران، ۲۰۱۵). | مشارکت اجتماعی | |
| (پرچم و بوجاری، ۱۳۹۱)؛ (اسناد بالادستی)؛ کوچک (Singh, 2010) | عدالت اجتماعی | |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۴-۵-۸). | توسعه اقتصاد دانش‌بنیان | پیامدهای اقتصادی |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۱-۲-۵-۶-۷-۱۱). | ارتقای بهره‌وری | |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۶-۷-۹ ۴-۷-۹-۱۰). | تأمین نیازهای واقعی اقتصاد | |
| (اسناد بالادستی) | افزایش تولیدات داخلی نهاده‌ها | |
| (برگس و پنده، ۲۰۰۳)؛ (خورسندیان، ۱۳۹۳)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۸) | بهبود زندگی روستاییان | |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۷-۸) | رشد و توسعه | |
| (اسناد بالادستی؛ (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۷-۸-۱۱) | تحقق اقتصاد مقاومتی | |
| (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴)؛ (Bank Mecu) | ترویج اخلاق‌گرایی | پیامدهای فرهنگی |
| (وبر و رمر، ۲۰۱۱)؛ (کلرک، ۲۰۰۹) | حفظ کرامت انسانی | |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۶-۷-۹-۱۰) | تقویت فرهنگ جهادی | |
| (اسناد بالادستی)؛ (مصاحبه ۱-۴-۵-۷-۹) | ارتقای فرهنگ مصرفی کشور در زمینه مصرف مایحتاج اساسی | |

| کدهای استخراج‌شده | مفاهیم | مقوله‌ها |
|---|---|---|
| (اسناد بالادستی)؛ (بانک قرض‌الحسنه رسالت، ۱۳۹۵)؛ (مصاحبه ۱-۲-۴-۵-۶-۷-۸-۹-) | نفوذ بیشتر و گسترش فرهنگ قرض‌الحسنه | |
| (بانک قرض‌الحسنه رسالت، ۱۳۹۵)؛ (مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۶-۸) | تغییر نگاه جغرافیامحور به نگاه مدیریت تخصصی گروه مشتریان | |
| (بندیکتر، ۲۰۱۱)؛ (صفرلکی و امیدوار، ۱۳۹۴) | برابری | پیامدهای جهانی |
| (Erkan, 2000)؛ (بابایی، ۱۳۹۱)؛ (بانک توسعه آسیایی (ADB)؛ (Global Alliance for Banking on Values (GABV) | همکاری و هماهنگی | |

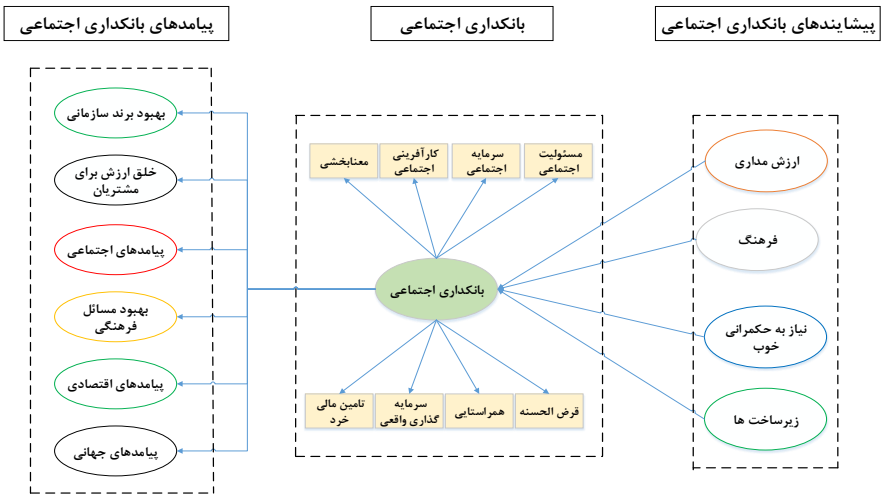
همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد برای مقوله پیامدی بانکداری اجتماعی ۱۲۲ کد، ۲۴ مفهوم و ۶ مقوله احصاء شده‌اند. در ادامه به‌طور خلاصه تعداد کدها، مفاهیم و مقوله‌های احصاء شده در قالب جدول (۵) ارائه می‌شوند.

**جدول (۵): خلاصه تعداد کدها، مفاهیم و مقوله‌های احصاء شده**

| ردیف | نوع مقوله | مقوله‌ها | تعداد مفاهیم | تعداد کدها |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | مقوله محوری (بانکداری اجتماعی) | مسئولیت اجتماعی | ۵ | ۳۲ |
| ۲ | | سرمایه اجتماعی | ۲ | ۱۶ |
| ۳ | | کارآفرینی اجتماعی | ۲ | ۱۱ |
| ۴ | | معنابخشی | ۲ | ۷ |
| ۵ | | سرمایه‌گذاری برای بخش سلامت اقتصاد | ۲ | ۱۳ |
| ۶ | | قرض‌الحسنه | ۲ | ۱۰ |
| ۷ | | تأمین مالی خرد | ۲ | ۷ |
| ۸ | | هم‌راستایی با تولید ملی | ۵ | ۲۸ |
| ۹ | مقوله علی | ارزش‌مداری | ۳ | ۱۲ |

| ردیف | نوع مقوله | مقوله‌ها | تعداد مفاهیم | تعداد کدها |
|---|---|---|---|---|
| ۱۰ | (پیشران‌های بانکداری اجتماعی) | فرهنگ | ۲ | ۱۲ |
| ۱۱ | | نیاز به حکمرانی خوب | ۶ | ۳۱ |
| ۱۲ | | فراهم بودن زیرساخت‌ها | ۴ | ۲۴ |
| ۱۳ | مقوله پیامدی (پیامدهای بانکداری اجتماعی) | بهبود برند | ۳ | ۱۶ |
| ۱۴ | | سازمانی خلق ارزش برای شتریان | ۲ | ۱۰ |
| ۱۵ | | پیامدهای اجتماعی | ۴ | ۳۰ |
| ۱۶ | | پیامدهای اقتصادی | ۷ | ۳۰ |
| ۱۷ | | پیامدهای فرهنگی | ۶ | ۲۸ |
| ۱۸ | | پیامدهای جهانی | ۲ | ۸ |
| مجموع | | ۱۸ | ۶۱ | ۳۲۵ |

پس‌ازآنکه در مرحله کدگذاری واقعی، مقوله‌ها شناسایی شدند، مرحله کدگذاری نظری آغاز شد. این مرحله از کدگذاری به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا به تفکر درباره مقوله‌ها که ممکن است به حوزه وسیعی از احتمالات ذهنی بیانجامد، نزدیک شود و به‌صورت تحلیلی به پیوند ممکن بین مقوله‌ها، بی اندیشد (Locke, 2001). کدهای نظری عبارتنداز مدل‌های انتزاعی که مقوله‌های به‌دست‌آمده را در جهت یک نظریه ترکیب می‌کنند (Glaser & Hon, 2005). پژوهشگر به‌نحوی دست به کدگذاری نظری زده و مقوله محوری را بانکداری اجتماعی در نظر گرفته است که متشکل از **مسئولیت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، معنابخشی، سرمایه‌گذاری برای بخش سلامت اقتصاد، قرض‌الحسنه، تأمین مالی خرد و هم‌راستایی با تولید ملی** باشد. همچنین، پیشایندها یا عوامل علّی و پیامدهای بانکداری اجتماعی را نیز مشخص نموده است.



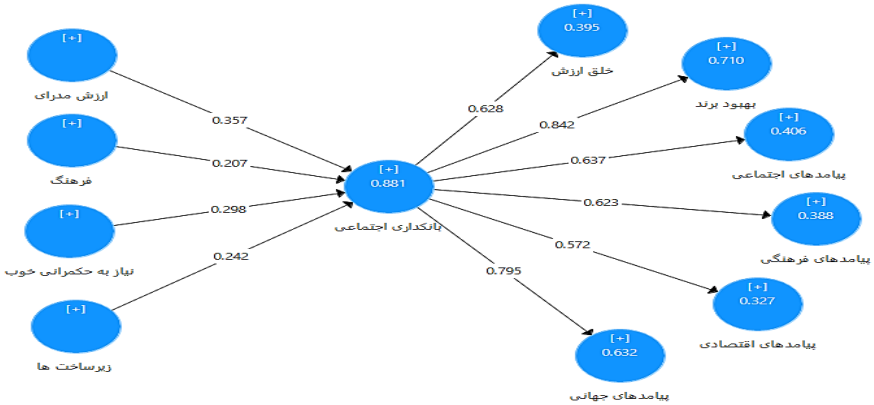

**شکل (۱): الگوی بانکداری اجتماعی**

منبع: یافته‌های تحقیق

### ۶-۲. تجزیه‌وتحلیل اطلاعات در مرحله کمی آزمون الگو

#### ۶-۲-۱. آزمون مدل ساختاری

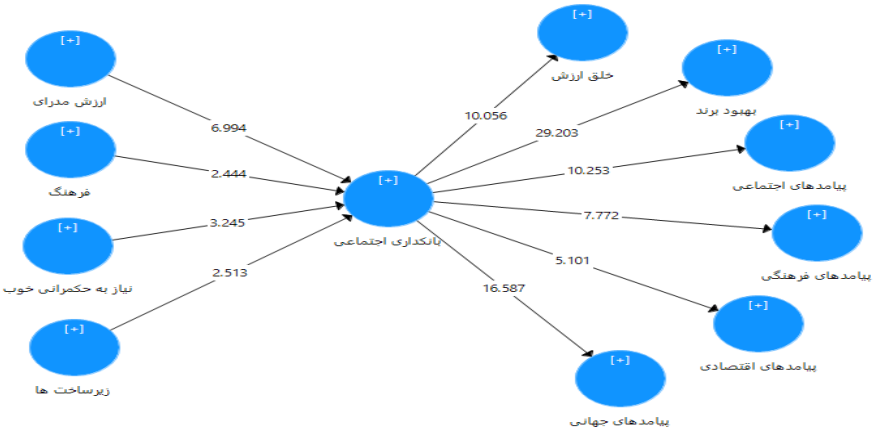
شکل (۶) بیانگر این است که متغیّرهای ارزش‌مداری، فرهنگ، نیاز به حکمرانی خوب و زیرساخت‌ها، به‌عنوان پیشران‌های بانکداری اجتماعی به ترتیب ۰/۳۵۷، ۰/۲۰۷، ۰/۲۹۸ و ۰/۲۴۲ بر بانکداری اجتماعی تأثیر دارند. دراین‌بین، ارزش‌مداری با ۰/۳۵۷ اثرگذاری، بیشترین درصد تأثیر را بر بانکداری اجتماعی دارد. این بدان معناست که یک درصد تغییر در ارزش‌مداری باعث ۰/۳۵۷ افزایش در بانکداری اجتماعی می‌شود. همچنین عدد مربوط به $R^2$ متغیر بانکداری اجتماعی برابر با ۰/۸۸۱ است؛ این بدان معناست که چهار متغیّر ارزش‌مداری، فرهنگ، نیاز به حکمرانی خوب و زیرساخت‌ها با همدیگر به‌صورت‌کلی باعث ۰/۸۸۱ تغییرات بانکداری اجتماعی می‌شوند؛ به‌عبارت‌دیگر، این چهار متغیّر ۸۸ درصد تغییرات بانکداری اجتماعی را تبیین می‌کنند و ۱۲ درصد تغییرات دیگر توسط متغیّرهای دیگری تبیین می‌شوند که در این مدل وجود ندارند.




**شکل (۲): مدل معادلات ساختاری پژوهش در حالت تخمین استاندارد**

منبع: یافته‌های تحقیق

در قسمت بعدی مدل، می‌توان متغیّرهایی را مشاهده کرد که بانکداری اجتماعی بر آنها تأثیر می‌گذارد. همان‌طور که شکل (۲) نشان می‌دهد، متغیّر بانکداری اجتماعی ۰/۶۲۸ بر خلق ارزش، ۰/۸۴۲ بر بهبود برند سازمان، ۰/۶۳۷ بر پیامدهای اجتماعی، ۰/۶۲۳ بر پیامدهای فرهنگی، ۰/۸۷۲ بر پیامدهای اقتصادی و ۰/۷۹۵ بر پیامدهای جهانی تأثیر دارد. به‌عبارت‌دیگر، در بین خروجی‌هایی که بانکداری اجتماعی دارد، تأثیر بسیار مهمی بر بهبود برند سازمان دارد. این بدان معناست که بانکداری اجتماعی بر برند سازمان تأثیر مثبتی دارد و ارزش ویژه برند، تصویر برند و شهرت برند را بهبود می‌بخشد.




**شکل (۳): مدل معادلات ساختاری پژوهش در حالت اعداد معناداری**

منبع: یافته‌های تحقیق

به‌منظور بررسی فرضیه پژوهش از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده‌شده است. شکل (۲) و (۳) به ترتیب مدل معادلات ساختاری پژوهش را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و در حالت اعداد معناداری نشان می‌دهد.

### ۶-۲-۲. تفسیر مدل ساختاری

به‌منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش در مدلسازی معادلات ساختاری به روش PLS الگوی ساختاری و از دو روش ضرایب مسیر (Beta) و مقادیر $R^2$ استفاده می‌شود. ضرایب مسیر برای تعیین سهم هر یک از متغیّرهای پیش‌بینی در تبیین واریانس متغیّر ملاک مورداستفاده قرار می‌گیرند و مقادیر $R^2$ نشانگر واریانس تبیین‌شده متغیّر ملاک توسط متغیّرهای پیش‌بینی است. سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی $R^2$ معرفی کرده‌اند. برای مدل پژوهش میزان $R^2$ متغیّر وابسته ۰/۷۹۶ است که مقدار بسیار قوی را نشان می‌دهد. همچنین شاخص برازش کلی الگو در PLS شاخص GOF است و از آن می‌توان برای بررسی اعتبار یا کیفیت الگوی PLS به‌صورت کلی استفاده کرد، این شاخص بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. وتزلس و دیگران[۲۲] (۲۰۰۹) سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند. همان‌طور که در شکل (۲) مشاهده می‌شود متغیّرها از $R^2$ مناسبی برخوردارند و همچنین GOF= ۰/۵۱۱ به‌دست‌آمده است که نشان از برازش مدل ساختاری پژوهش است. نتایج آزمون مدل مفهومی تحقیق که در جدول (۶) ارائه‌شده است.

**جدول (۶): خلاصه نتایج آزمون مدل ساختاری**

| فرضیه | روابط | ضریب مسیر (β) | آماره آزمون (T-Value) | نتیجه |
|---|---|---|---|---|
| H1 | ارزش‌مداری ← بانکداری اجتماعی | ۰/۳۵۷ | ۶/۹۹۴ | تأیید |
| H2 | فرهنگ ← بانکداری اجتماعی | ۰/۲۰۷ | ۲/۴۴۴ | تأیید |
| H3 | نیاز به حکمرانی خوب ← بانکداری اجتماعی | ۰/۲۹۸ | ۳/۲۴۵ | تأیید |

| فرضیه | روابط | ضریب مسیر (β) | آماره آزمون (T-Value) | نتیجه |
|---|---|---|---|---|
| H4 | زیرساخت‌ها ← بانکداری اجتماعی | ۰/۲۴۲ | ۲/۵۱۳ | تأیید |
| H5 | بانکداری اجتماعی ← خلق ارزش | ۰/۶۲۸ | ۱۰/۰۵۶ | تأیید |
| H6 | بانکداری اجتماعی ← بهبود برند سازمان | ۰/۸۴۲ | ۲۹/۲۰۳ | تأیید |
| H7 | بانکداری اجتماعی ← پیامدهای اجتماعی | ۰/۶۳۷ | ۱۰/۲۵۳ | تأیید |
| H8 | بانکداری اجتماعی ← پیامدهای فرهنگی | ۰/۶۲۳ | ۷/۷۷۲ | تأیید |
| H9 | بانکداری اجتماعی ← پیامدهای اقتصادی | ۰/۵۷۲ | ۵/۱۰۱ | تأیید |
| H10 | بانکداری اجتماعی ← پیامدهای جهانی | ۰/۷۹۵ | ۱۶/۵۸۷ | تأیید |

**منبع: یافته‌های تحقیق**

پس از اجرایی مدل و بررسی روابط بین متغیّرها و برازش آن، پژوهشگر مجدداً به خبرگانی که در مرحله کیفی پژوهش با آنها مصاحبه شده بود رجوع کرد و مدل آزمون شده را در اختیار آنها قرار داد تا به بررسی آن بپردازند. از خبرگان سؤال شد که آیا موارد مطرح‌شده در مدل می‌توانند به‌عنوان عوامل علی و پیامدی بانکداری اجتماعی باشند؟ همچنین از آنها خواسته شد تا مقوله‌های استخراج‌شده برای بانکداری اجتماعی را نیز بررسی نمایند. درنتیجه، خبرگان با مدل ارائه‌شده موافق بودند و مواردی از آن کم نکرده و چیزی به آن اضافه ننمودند.

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

هر پژوهشی اهداف مشخصی را دنبال می‌کند و سهم خاص خود را در ادبیات پژوهش دارند، پژوهش‌ها به‌نحوی به غنای ادبیات مربوط به یک پدیده خاص می‌پردازند. بانکداری اجتماعی در ایران ادبیات گسترده‌ای را شامل نمی‌شود و سهم بسیار ناچیزی از پایان‌نامه‌ها، رساله‌های دکتری و مقاله‌ها را به خوداختصاص داده‌اند. پژوهش حاضر سهم بسزایی را در دانش‌افزایی این حوزه دارد. الگوی جامعی که به شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های بانکداری اجتماعی و پیشایندهای علی و پیامدهای آن با مطالعه موردکاوی‌های خارجی و داخلی به تفصیل پرداخته باشد در کشور شناسایی نشده و با طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در سایه شناسایی پیشایندها و پیامدها

می‌توان گام بلندی در راستای استقرار بانکداری اجتماعی در صنعت بانکداری کشور برداشت. نوآوری یا به‌عبارت‌دیگر دانش‌افزایی این پژوهش به شرح زیر است:

- در بررسی پژوهش‌های پیشین مشخص شد پژوهش‌های نسبتاً کمی که در زمینه بانکداری اجتماعی و ابعاد گوناگون آن، چه در داخل کشور و چه در خارج، انجام‌شده است، در خصوص بانکداری اجتماعی، ماهیت آن و پیشایندها و پیامدهای آن و همچنین روابط بین عناصر آن، تحقیقات بسیار اندکی در داخل کشور و حتی در سطح جهانی انجام‌شده است و خلأ تحقیقاتی قابل‌توجهی در این حوزه نمایان است. لذا در پژوهش حاضر تلاش شد با ارائه «الگوی بانکداری اجتماعی در ایران» گام مؤثری در توسعه دانش عمومی در زمینه بانکداری اجتماعی برداشته شود.
- همچنین این پژوهش باعث گشوده شدن دریچه‌ای تازه پیش روی مدیران و فعالان حوزه بانکداری در برخورد با موضوع بانکداری اجتماعی در بانک‌ها و مؤسسات مالی در ایران می‌شود.
- باعث افزایش آگاهی پژوهشگران و مدیران درباره عوامل مؤثر بر بانکداری اجتماعی و همچنین پیامدهای فردی، سازمانی و انسان، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و حتی جهانی می‌شود.
- در اکثر مطالعات پیشین، به‌صورت عمیق و ریشه‌ای به شناخت و بررسی ویژگی‌ها، علل و پیامدهای بانکداری اجتماعی نپرداخته بودن و این پژوهش اولین پژوهش است که به‌صورت عمیق و با رویکرد آمیخته به اکتشاف و بررسی پدیده بانکداری اجتماعی در ایران پرداخته و آن را موردمطالعه قرار داده است.
- ارائه نگاهی جامع به ابعاد و مؤلفه‌های شکل‌دهنده بانکداری اجتماعی و بررسی روابط میان آنها در بین بانک‌های مجری بانکداری اجتماعی در ایران.
- به‌کارگیری رویکردی اکتشافی با استفاده از راهبرد پژوهشی داده‌بنیاد در طراحی مدل در مقایسه با دیگر مطالعات انجام‌شده در این حوزه.

براساس یافته‌های پژوهش، روایت الگوی نهایی «بانکداری اجتماعی در ایران» را می‌توان این‌گونه تبیین کرد:

«بانک‌ها برای اینکه بتوانند بانکداری اجتماعی را به‌صورت مؤثر ایجاد و حفظ نمایند، باید پیشران یا عوامل ایجادکننده آن را به‌خوبی درک کنند که این پیشران‌ها دربرگیرنده ارزش‌مداری (منفعت اجتماعی، انسانی و معنوی)، فرهنگ (فرهنگ پایداری و باورها و ارزش‌ها)، نیاز به حکمرانی خوب (نتیجه‌گرایی، اثربخشی، ارتقاء ارزش‌ها، شفاف‌سازی، ظرفیت‌سازی و پاسخ‌گویی) و زیرساخت‌ها (زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و قانونی) هستند. اگر بانک‌ها از این مقوله‌ها درک درستی داشته باشند، می‌توانند به سمت محقق ساختن بانکداری اجتماعی یعنی درگیرشدن در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی (مسئولیت زیست‌محیطی، مسئولیت در برابر مشتریان، مسئولیت اخلاقی، مسئولیت بشردوستانه و مسئولیت در قبال جامعه)، سرمایه اجتماعی (اعتمادسازی و تعاون)، کارآفرینی اجتماعی (مأموریت اجتماعی، پایداری)، معنابخشی (هویت و شناسایی و ایجاد انگیزه)، سرمایه‌گذاری در بخش سلامت اقتصاد (سالم‌سازی اقتصاد و سامان‌بخشی به نظام بانکی)، قرض‌الحسنه (اهداف خدمت و عناصر خدمات)، تأمین مالی خرد (فقرزدایی و ایجاد اشتغال) و هم‌راستایی با تولید ملی (حمایت از تأمین مالی طرح‌های توسعه آموزش کسب‌وکار، تأمین بهینه مواد اولیه، افزایش تولید صادرات محور محصولات کشاورزی، کمک به دولت در تأمین زیرساخت‌های روستایی، و توسعه کارآفرینی) بروند. پیاده‌سازی و اجرای بانکداری اجتماعی پیامدهای مثبت فراوانی می‌تواند از قبیل بهبود برند سازمانی (ارزش ویژه برند، تصویر برند، شهرت برند)، خلق ارزش برای مشتریان (ارزش فناورانه و ارزش ارتباطی)، پیامدهای اجتماعی (مشارکت اجتماعی، بهبود سلامت جامعه، عدالت اجتماعی و رفاه اجتماعی)، بهبود مسائل فرهنگی (ترویج اخلاق‌گرایی، حفظ کرامت انسانی، تقویت

فرهنگ جهادی، ارتقای فرهنگ مصرفی کشور در زمینه مصرف مایحتاج اساسی، نفوذ بیشتر و گسترش فرهنگ قرض‌الحسنه و تغییر نگاه جغرافیامحور به نگاه مدیریت تخصصی به گروه مشتریان)، پیامدهای اقتصادی (توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، ارتقای بهره‌وری، تأمین نیازهای واقعی اقتصاد، افزایش تولیدات داخلی نهاده‌ها، رشد و توسعه، و تحقق اقتصاد مقاومتی) و پیامدهای جهانی (برابری و همکاری و هماهنگی)».

**پیشنهادهای کاربردی**

باتوجه به یافته‌های پژوهش در ادامه برای به‌کارگیری استراتژی‌های صحیح در راستای تدوین و اجرا و پیاده‌سازی درست بانکداری اجتماعی در ایران در قالب پیشنهادهای کاربردی ارائه می‌شوند:

- ✓ بانک‌هایی که می‌خواهند در راستای بانکداری اجتماعی به‌صورت اثربخش فعالیت کنند باید در استراتژی‌ها و اهداف خود صیانت از مشترکاتی همچون محیط‌زیست و تلاش برای توسعه آن، ترویج کشاورزی ارگانیک، آموزش کسب‌وکارهای زیست‌محیطی و ترویج انرژی‌های تجدیدپذیر را در اولویت قرار دهند.
- ✓ تمام خدمات خود را به‌صورت شرعی به مشتریان ارائه نماید، دسترسی به خدمات بانکی و تسهیلات قرض‌الحسنه را برای مشتریان آسان‌تر نماید، تسهیلات قرض‌الحسنه را ارزان‌تر در اختیار مشتریان قرار دهد، به مشتریان بانکی مشاوره مالی و مشاوره کسب‌وکار برای بدهد، از مشتریانی که با مشکل مالی مواجه شده‌اند پشتیبانی نمایند، به مشتریان در جهت تقویت سواد مالی‌شان کمک کنند، به‌جای اینکه به مشتریان فردی که به شعبه مراجعه می‌کنند یا خدمات الکترونیکی دریافت می‌کنند پاسخ‌گو باشد، با مشتریان جمعی یا اجتماعی از مشتریان طرف شود و به آنها خدمات ارائه دهد.

- ✓ سودهای منصفانه از مشتریان طلب کند و سودهای کسب‌شده را مجدد در اهداف اجتماعی سرمایه‌گذاری کرده، و سعی کند حقوق انسانی مشتریان و غیرمشتریان را در جامعه رعایت نماید.
- ✓ بانک‌ها در راستای مسئولیت بشردوستانه خود به تأمین افراد سالمند و سایر سرمایه‌گذاری‌های بنیادین برای زندگی مشترک بپردازند، نیازهای اساسی افراد نیازمند مانند نیاز به بهداشت، مسکن، خوراک را تأمین کنند، بر کرامت و ارزش والای انسانی که از مبانی رویکردهای اجتماعی به‌خصوص در مباحث اقتصادی است تأکید نمایند، به مؤسساتی که تربیت درمانی می‌کنند، به خانه‌های سالمندان که وظیفه نگهداری و مراقبت از افراد مسن جامعه را دارند، و برای اجرای پروژه‌های برای بیکاران وام‌های مخصوص اختصاص دهند.
- ✓ به ارتقای آگاهی‌های عموم جامعه از پول و تأمین مالی بپردازد.
- ✓ بانک‌ها در نظام بانکداری اجتماعی زمانی موفق عمل خواهند کرد که در تخصیص اعتبارات دارای شفافیت باشند، فعالیت‌های داخلی این بانک‌ها، بسیار دموکراتیک باشد و مشتریان و عموم مردم، در خصوص نقش و تأثیر پول در جامعه، به اطلاعات ارزشمندی دست یابند.
- ✓ بانک‌های اجتماعی، باید حداقل، سالی، یکبار و اغلب، سالی دو بار، از فعالیت‌های تأمین مالی خود، گزارش‌های جزئی، منتشر کنند به‌نحوی‌که جزئیات هر وام یا سرمایه‌گذاری که به هر سازمانی ارائه می‌کند را در سایتش منتشر نماید.
- ✓ باید همه وام‌های واگذار شده، ثبت و منتشر شوند و فرار مالیاتی، به‌طور صریح، از هر فعالیت و رابطه کسب‌وکار حذف شود، با عموم جامعه به برقراری روابط مبتنی‌بر اعتماد، تعهد و صداقت بپردازند و سرمایه‌گذاری معتبر انجام دهند که این نوع سرمایه‌گذاری موجب پیشرفت اقتصادی و اجتماعی خواهد شد.

- ✓ بانک‌ها باید مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی را تشویق نمایند و شیوه‌های وام‌دهی به‌جای شیوه‌های رایج أخذ وثایق را کنار بگذارند و روش مبتنی‌بر اعتماد را در پیش بگیرند.
- ✓ بانک‌ها باید با برقراری نظام پیشنهادات شرایطی را ایجاد کنند تا مشتریان، اطلاعات و تخصص خود را در خصوص مدیریت بانکی، در اختیار بانک قرار دهند و از انحرافات سیاستی بانک، جلوگیری کنند و مشتری بتواند در خصوص فعالیت‌های بانک، به ارائه انتقاد و پیشنهاد بپردازد.
- ✓ بانک‌ها باید به توسعه و تحکیم برادری اسلامی و تعاون عمومی بین همه مردم مبادرت نمایند.
- ✓ مأموریت این بانک‌ها باید کمک به سازمان‌های در حال رشدی که هدفشان تأمین نیازهای اساسی انسان‌ها است، کمک به افراد دارای ایده جهت رفع نیازهای اجتماعی، کمک به توازن بین بازار و ارزش‌ها و کمک به حل مشکلات اجتماعی باشد.
- ✓ این بانک‌ها باید به دنبال ارائه خدمت مالی بلندمدت و فوری به مشتریان خود برای استفاده در فعالیت‌های پایدار، نوآوری در زمینه محصولات و خدمات مالی مبتنی‌بر پایداری باشند و فعالیت‌هایی برای نفع مشتریان و جامعه انجام دهند تا به سمت یک راهنما و دستورالعمل پایدار حرکت کرده و مخاطبان خود را در سیاست‌گذاری‌ها و حرکت‌های مشوق پایداری درگیر کنند.
- ✓ بانک‌ها باید به انتقال و پایبندی به مفهوم رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه، در تمام زمینه‌های مادی و معنوی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند و با بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر به تغییر ذهنیت افراد جامعه بپردازند که تغییر ذهنیت و ایجاد ذهنیت مالی صحیح در جامعه همان بانکداری اجتماعی و تأمین مالی اجتماعی است.
- ✓ جلوگیری از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی اجتماعی به جامعه می‌شود مثلاً مبارزه با پول‌شویی را در پیش بگیرند.

- ✓ کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی کشور.
- ✓ ساماندهی اعطای تسهیلات در راستای کاهش فقر و شکاف طبقاتی کشور (مبارزه با فقر).
- ✓ ارائه بهترین خدمات و جلب رضایت مشتریان و حفاظت از حقوق و منافع آنان و به‌تبع صیانت از شهرت و آبروی نظام بانکی.
- ✓ پی‌ریزی اقتصاد صحیح و عادلانه بر طبق ضوابط اسلامی جهت ایجاد رفاه و رفع فقر و برطرف ساختن هر نوع محرومیت در زمینه‌های تغذیه و مسکن و کار و بهداشت و تأمین بیمه.
- ✓ کمک به دولت در توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان.
- ✓ نقش‌آفرینی بانک‌های اجتماعی در توسعه نیروگاه‌های تولید با مقیاس کوچک.

**یادداشت‌ها**

1. Social Banking
2. Structural Equation Model
3. Ethical Banking
4. Cooperative Banks & Credit Unions
5. New Social Banks
6. Private & Community Shared Development Banks
7. Microfinance Banks
8. Reifner
9. Ethical
10. Alternative
11. Guene & Mayo
12. Cornée & Szafarz
13. Yunus
14. Hoepner & Wilson
15. Carboni
16. Hangl
17. Mocan et al
18. Roig, Guillen, Coll & Saumell
19. Amran, Fauzi, Purwanto & Darus
20. Paluri & Mehra
21. Gangi, Mustilli & Varrone
22. Wetzels et al

**کتابنامه**


آبیاری، آتنا (۱۳۹۶). *تحلیل نقش شهروند هوشمند در اثربخشی بانکداری اجتماعی* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران.

ابراهیمی، مسعود؛ و گشتاسبی، محمد (۱۳۹۵). بررسی مفاهیم و تعاریف بانکداری اجتماعی. *دومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار*، رشت.

بابائی، فیروزه (۱۳۹۱). پیوند اخلاق با صنعت بانکداری. *فصلنامه تازه‌های اقتصاد*، ۳۴(۱۳۶)، ۱۵۸-۱۵۷.

پاکروان، الهام (۱۳۹۱). گرامین چگونه گرامین شد؟، *فصلنامه تازه‌های اقتصاد*، شماره ۱۳۵.

پالیک، حمزه (۱۳۹۸). *بررسی تأثیر گسترش بانکداری اجتماعی بر رقابت در صنعت بانکداری ایران* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

پرچم، اعظم؛ و بوجاری، سهیلا (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی ارزش و جایگاه کار در اسلام و یهود. *فصلنامه معرفت ادیان*، ۳(۱۱)، ۴۵-۶۳.

توحیدی‌نیا، ابوالقاسم. (۱۳۸۸). سازوکار اثربخشی اخلاق در مدیریت پیامدهای جانبی منفی زیست‌محیطی. *دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی*، ۱(۲)، ۱۶۷-۱۸۰. doi: 10.30497/ies.2009.1296

توکلی، محمدجواد؛ و کریمی، عبدالخالق (۱۳۹۳). شاخص بانکداری اسلامی. *فصلنامه معرفت اقتصاد اسلامی*، ۶(۱۱)، ۷۱-۹۴.

جوانمرد، مهدی؛ و حمیدی، غلامرضا. (۱۳۹۴). مروری بر بانکداری سبز، فن‌آوری اطلاعات و مزیت‌های رقابتی. *دومین همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فن‌آوری اطلاعات*، تهران.

حشمتی، سعیده (۱۳۹۴). *طراحی و مدلسازی ارزیابی میزان اجتماعی بودن بانک‌ها* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

خورسندیان، علی؛ مرادپور، عباس؛ و شعبانی، مرجان (۱۳۹۳). ارائه الگویی برای بانکداری اخلاقی. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، ۲۲(۷۱)، ۵۲-۲۹.

دقتی‌پور، رضا؛ و یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۸). شناسه‌ها و اولویت‌بندی پیشرانه‌های توسعه بانکداری اجتماعی در نظام بانکی بانک قرض‌الحسنه رسالت استان سیستان و بلوچستان.

سومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری. دانشگاه سیستان و بلوچستان.

زاهدی، محمدهادی؛ یاور، بیژن؛ و پورداور، سولماز (۱۳۹۴). بانکداری اجتماعی. *هجدهمین کنفرانس ملی دانشجویی مهندسی برق ایران*. سازمان علمی دانشجویی مهندسی برق کشور، مشهد.

شیرخدایی، میثم (۱۳۸۸). *طراحی مدل سرآمدی بازاریابی در صنایع تولیدی با رویکرد ترکیبی*. (رساله دکتری). دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

صالحی‌دوست، صفورا؛ و یزدانی، مهدی (۱۳۹۵). بانکداری اجتماعی و نقش آن در توسعه شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). *همایش بین‌المللی اقتصاد شهری*. انجمن علمی اقتصاد شهری ایران، تهران.

صفرلکی، ابراهیم؛ و امیدوار، علیرضا (۱۳۹۴). حرکت به سمت مسئولیت اجتماعی شرکتی در صنعت بانکداری کشور. *همایش نقش روابط عمومی در صنعت بانکداری*، تهران.

طالبی، محمد؛ و کیایی، حسن (۱۳۹۱). بانکداری اخلاقی: بررسی نقاط مشترک و تمایز آن با بانکداری اسلامی. *مجموعه مقالات ۲۳ همایش بانکداری اسلامی*، ۱۵۵-۱۴۴.

عبداللهی، علی (۱۳۹۲). بررسی رابطه علی عملکرد اجتماعی و عملکرد مالی (شواهدی از صنعت بانکداری ایران) (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). واحد شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

عیوضلو، حسین؛ و قلیچ، وهاب (۱۳۹۲). *کدهای اخلاقی در نظام بانکی کشور*. تهران: پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

عیوضلو، حسین؛ و قلیچ، وهاب (۱۳۹۴). *بانکداری اخلاقی با رویکرد اسلامی* (چاپ دوم)، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

قطبی، نیلوفر (۱۳۹۲). شناسایی ابعاد بانکداری اجتماعی. سومین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، تهران.

قلیچ، وهاب (۱۳۹۰). بانکداری اخلاقی در جهان. ویژه نامه بانکداری اسلامی.

محمدپورزرندی، حسین؛ و طباطبایی مزدآبادی، سید محسن (۱۳۹۶-الف). *بانکداری اجتماعی با نگاهی به اقتصاد شهری و آموزش منابع انسانی*. تهران: کوهسار.

مرادی، داود؛ شیخی، محمدتقی؛ و خادمیان، طلیعه (۱۳۹۸). بررسی تأثیر تحقق مدل بانکداری توسعهِ اجتماعی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور با تأکید بر شبکه بانکی. *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۱(۴۲)، ۱۴۲-۱۲۱.

یونس، محمد (۱۳۸۹). *بانک تهیدستان، وام‌های کوچک، ابزار مبارزه با فقر جهانی* (گروه مترجمان با مقدمه غلامعلی فرجادی). تهران: دنیای اقتصاد.

Abdul Rahman, A. R. (2007). Islamic Economics: Theoretical and Practical Perspectives in a Global Context. Islamic Microfinance: A Missing Component in Islamic Banking. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, *1*(2), 38-53.

Amran, A., Fauzi, H., Purwanto, Y., Darus, F., Yusoff, H., Zain, M. M., & Nejati, M. (2017). Social Responsibility Disclosure in Islamic Banks: a Comparative Study of Indonesia and Malaysia. *Journal of Financial Reporting and Accounting*.

Benedikter, R. (2011). Social Banking and Social Finance. Answers to economic crisis. 1-128. Springer, New York, NY.

Biswas, D. (2016). A Study of Conceptual Framework on Green Banking. *Journal of Commerce and Management Thought*, *7*(1), 39-53.

Biswas, N. (2011). Sustainable Green Banking Approach: The Need of the Hour. *Business Spectrum*, *1*(1), 32-38.

Bowers, J. S. (1994). Banking for People: Social Banking and New Poverty, Consumer Debts and Unemployment in Europe—National Reports.

Burianová, L., & Paulík, J. (2014). Corporate Social Responsibility in Commercial Banking-a Case Study from the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*.

Burgess, R & Pande, R. (2003).Do Rural Banks Matter? Evidence from the Indian Social Banking Experiment.

Butzbach, O., & von Mettenheim, K. E. (2015). Alternative Banking and Theory. *Accounting, Economics, and Law: A Convivium*, *5*(2), 105-171.

Caló, F., Roy, M. J., Donaldson, C., Teasdale, S., & Baglioni, S. (2019). Exploring the Contribution of Social Enterprise to Health and Social Care: A Realist Evaluation. *Social Science & Medicine*, *222*, 154-161.

Carboni, V. (2011). Banking on Ethics. 1-36.

Chew, B. C., Tan, L. H., & Hamid, S. R. (2016). Ethical Banking in Practice: a Closer Look at the Co-operative Bank UK PLC. *Qualitative Research in Financial Markets*.

Cornée, S., Kalmi, P., & Szafarz, A. (2016). Selectivity and Transparency in Social Banking: Evidence from Europe. *Journal of Economic Issues*, *50*(2), 494-502.

Cornée, S., & Szafarz, A. (2014). Vive la Différence: Social Banks and Reciprocity in the Credit Market. *Journal of Business Ethics*, *125*(3), 361-380.

Defourny, J. (2001). From Third Sector to Social enterprise. The Emergence of Social Enterprise.

De Clerck, F. (2009). Ethical Banking. In Ethical Prospects. Springer Netherlands. 209-227.

De Clerck, F. (2011). Ethical Banking. In *Handbook of Spirituality and Business* 404-410. Palgrave Macmillan, London.

Febea (2012), What Really Differentiates Ethical Banks from Traditional Banks? 1-4.

Gangi, F., Mustilli, M., & Varrone, N. (2019). The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) Knowledge on Corporate Financial Performance: Evidence from the European Banking Industry. *Journal of Knowledge Management*.

Guene, C., & Mayo, E. (Eds.). (2001). *Banking and Social Cohesion: Alternative Responses to a Global Market*. Jon Carpenter Publishing.

Hafez, M. (2018). Measuring the Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Brand Equity in the Banking Industry in Bangladesh: The Mediating Effect of Corporate Image and Brand Awareness. *International Journal of Bank Marketing*.

Hamidi, M. L., & Worthington, A. C. (2017). Islamic Banking Plus Social Banking Equals Islamic Social Banking: an Equation in the Making. *Banking: Services, Opportunities and Risks: Nova Science Publishers, Inc.*

Hangl, C. (2014). A Literature Review about the Landscape of Social Finance. *Journal of Finance and Risk Perspectives*, *3*(4), 64-98.

Hoepner, A. G., & Wilson, J. O. (2010). Social, Environmental, Ethical and Trust (SEET) Issues in Banking: an Overview. *Research Handbook on International Banking and Governance*, 427.

Kaur, G. (2016). Green Initiatives of Banks in India: A Paradigm Shift. *Journal of Commerce and Management Thought*, *7*(3), 488-500.

Korslund, D., & Spengler, L. (2012). Strong, Straightforward, and Sustainable Banking: A Report on Financial Capital and Impact Metrics of Values Based Banking. Full Report. *Global Alliance for Banking on Values*.

Locke, K. D. (2001). Grounded Theory in Management Research. Sage Publications Limited.

Mocan, M., Rus, S., Draghici, A., Ivascu, L., & Turi, A. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility Practices on the Banking Industry in Romania. *Procedia Economics and Finance*, *23*, 712-716.

Paluri, R. A., & Mehra, S. (2018). Influence of Bank's Corporate Social Responsibility (CSR) Initiatives on Consumer Attitude and Satisfaction in India. *Benchmarking: An International Journal*.

Paulet, E., Parnaudeau, M., & Relano, F. (2015). Banking with Ethics: Strategic Moves and Structural Changes of the Banking Industry in the Aftermath of the Subprime Mortgage Crisis. *Journal of Business Ethics*, *131*(1), 199-207.

Platschorre, B., & Bulte, E. (2011). A Note on Banking Reform and Poverty: Revisiting the Indian Social Banking Experiment. *Review of Development Economics*, *15*(3), 535-540.

Relaño, F. (2011). Maximizing Social Return in the Banking Sector. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.

Roig, J. C. F., Guillén, M. E., & Coll, S. F. (2013). Social Value in Retail Banking. *The International Journal of Bank Marketing*, *31*(5), 348-367.

San-Jose, L., Retolaza, J. L., & Gutierrez-Goiria, J. (2011). Are Ethical Banks Different? A Comparative Analysis Using the Radical Affinity index. *Journal of Business Ethics*, *100*(1), 151-173.

Weber, O. (2012). Sustainable Banking–History and Current Developments. *Available at SSRN 2159947*.

Weber, O. (2014). Social Banking: Concept, Definitions and Practice. *Global Social Policy*, *14*(2), 265-267.

Weber, O., & Remer, S. (2011). *Social Banks and the Future of Sustainable Finance*. Routledge.

Wetzels, M, Schroder, G.O, Oppen, V.C. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Herarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration, MIS Quarterly, 33 (1), 177-195, 2009.

Wilson, R. (2002), Parallels between Islamic and Ethical Banking, *Review of Islamic Economics*, 11, 51-62.

Yunus, M. (1998). *Banker to the Poor*. Penguin Books India.

Glaser, B. Hon. (2005). The grounded theory perspective III: Theoretical coding, Sociology press. Mill Valley, CA.

Goyal, K & Joshi, V. (2011).A sudy of social and ethical issues in banking industry.