چهارمین کنفرانس بین المللی سالانه
تحولات نوین در
مدیریت، اقتصاد و حسابداری
۲۰ مردادماه ۱۴۰۰- تهران
4th INTERNATIONAL CONFERENCE ON MODERN DEVELOPMENTS IN MANAGEMENT, ECONOMICS AND ACCOUNTING
August 11 2021 TEHRAN-IRAN
MDM2021

ارائه مدل بانکداری اجتماعی در شعب بانک قرض الحسنه رسالت

فائزه هاشم‌زهی[۱]، دکتر حبیب اله سالارزهی [۲*] ، دکتر سمانه محمدپور[۳]

۱- کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشکده حسابداری و مدیریت، موسسه آموزش عالی هاتف، زاهدان، ایران
۲- دانشیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
۳- دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

نویسنده مسئول: salarzehi@gmail.com

چکیده

بانک قرض الحسنه رسالت به عنوان اولین بانک ارائه دهنده خدمات بانکداری اجتماعی برای حفظ پیشرو بودن در این عرصه باید تلاش کند تا در پذیرش خدمات بانکداری اجتماعی از سوی مشتریان مقدم باشد، بنابراین باید زودتر از سایرین عوامل موثر را با تمرکز بر مشتریانش شناسایی و موانع پذیرش این نوع بانکداری را بر طرف سازد. بر این اساس در این پژوهش مدل توسعه بانکداری اجتماعی در پنج بعد ساختاری، فناورانه، رفتاری، فرهنگی و اجتماعی به همراه زیر معیارهای مختص به آنها که می‌تواند در پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی موثر باشد، مطرح گردید.

کلمات کلیدی: بانکداری اجتماعی، راهبرد، بانک قرض الحسنه رسالت.

مقدمه

بی‌گمان بانک‌ها با در اختیار داشتن سهم عمده‌ای از وجوه در گردش جامعه و تخصیص آن به بخش‌های مختلف اقتصادی، نقش بسیار مهمی را در هر نظام اقتصادی ایفاء می‌نمایند و در تنظیم روابط و مناسبات اقتصاد جامعه، تاثیر بسزایی دارند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸). با توجه به اهمیت مسائل اجتماعی در نظام بانکداری، این رویکرد باعث پدید آمدن پدیده‌ای به نام بانکداری اجتماعی شده است چرا که بانک‌های متعارف عمدتا سودمحور بوده و از محل دریافت سود و انواع کارمزدها بسیاری از هزینه‌های خود را پوشش می‌دهند، در حالی بانک‌های توسعه اجتماعی برپایه ترویج وجوه اخلاقی، انسانی و اجتماعی برپا شده‌اند، گرچه در کنار این هدف عمده سود متعارف و عادلانه‌ای را نیز مد نظر دارند (آدینه‌فر و همکاران، ۱۳۹۹). بانکداری اجتماعی، نیازهای اجتماعی را همزمان با برآورده ساختن نیاز مشتری برای دسترسی به محصولات بانکی مد نظر قرار می‌دهد تا به بازگشت سرمایه و سود اجتماعی برسد. یکی از اهداف بانکداری اجتماعی ارائه خدمات مالی به اقشار با درآمد پایین و یا افرادی است که دسترسی به خدمات بانکی معمول ندارند (شاهچرا و جوزانی، ۱۳۹۶). بانک‌های اجتماعی با در نظر گرفتن اخلاق و ارائه خدمات نوین به دنبال حمایت از راهکارهای جدید بوده و با تدوین و تعیین استراتژی‌های بانکی در راستای کسب اثرات مثبت اجتماعی گام برمی‌دارند. بانکداری اجتماعی با مدیریت مناسب و شفافیت و حاکمیت مطلوب توانایی ارائه خدمات و پروژه‌های اجتماعی را دارا خواهد بود (فاکس[1] ۲۰۱۵).

نظر به اهمیت بانکداری اجتماعی در عصر حاضر و با توجه به اینکه بانک قرض‌الحسنه رسالت به عنوان یکی از بانک‌های پیشتاز در عرصه بانکداری کشور، از این تحولات محیطی اعم از فناورانه و رقابتی به دور نبوده است. برای بانک قرض‌الحسنه رسالت این تحقیق از آن جهت ضرورت دارد که با توجه به سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته توسط بانک جهت توسعه بانکداری اجتماعی به دنبال شناسایی عواملی است که از دیدگاه مشتریان در انطباق و پذیرش این بانکداری اجتماعی از اهمیت بیشتری برخوردارند. تا با استفاده از اطلاعات کسب شده این فناوری نوین را به گونه‌ای ارائه نماید که با خواسته‌های مشتریان تطابق بیشتری داشته باشد.

مفهوم بانکداری اجتماعی

بدون شک بانک‌ها نقش کلیدی و مهمی در رشد و شکوفایی اقتصاد هر کشوری ایفا می‌کنند. حضور بانک به عنوان تسهیلگر و محرک چرخهای اقتصاد و تجارت به عنوان اصلی‌ترین تامین کننده خدمات برای اجتماعات محلی، ملی و بین المللی، حیاتی و غیرقابل انکار است. با توجه به اهمیت مسائل اجتماعی در نظام بانکداری، این رویکرد باعث پدید آمدن پدیده‌ای به نام "بانکداری اجتماعی" شده است چرا که بانک‌های متعارف عمدتا سودمحور بوده و از محل دریافت سود و انواع کارمزدها بسیاری از هزینه‌های خود را پوشش می‌دهند، در حالی

[1] - Fox

که بانک‌های اجتماعی بر پایه ترویج وجوه اخلاقی، انسانی و اجتماعی برپا شده‌اند، گرچه در کنار این هدف عمده سود متعارف و عادلانه‌ای را نیز مد نظر دارند (شهنازی و پناهی، ۱۳۹۸).

بانکداری اجتماعی فصل نوینی از بانکداری است که راهنمای همه بانکداران برای اخذ تصمیماتی است که اهداف اقتصادی و اجتماعی را به هم گره می‌زند. بانکداری اجتماعی معرف آن دسته از فعالیت‌ها، محصولات و خدمات بانکی است که به توسعه اجتماعی و انسانی امروز و فردای جامعه کمک می‌کند. در بانکداری اجتماعی در عین حالی که پاسخگویی به نیازهای واقعی امروز مد نظر است به پایداری و دوام اجتماعی، فرهنگی و زیست بوم جامعه نیز توجه می‌شود(طالبی و عباسی، ۱۳۹۸).

بانکداری اجتماعی مفهومی است که از ورود آن به ادبیات متعارف بانکی مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، اما به سرعت در حال رشد و توسعه در بعد نظری و اجتماعی بین بانک‌های جهان است. بانکداری اجتماعی نوع جدیدی از بانکداری است که درصدد جبران کاستی‌های بانکداری متعارف است. بانکداری اجتماعی، یعنی، بانکداری که در عملکرد خود، ارزش‌ها و معیارهای اخلاقی و اجتماعی را نیز در کنار معیارهای اقتصادی در نظر می‌گیرد (وبر[1] ۲۰۱۵). بانکداری اجتماعی راهی است که نشان می‌دهد سود اقتصادی نباید به خودی خود یک هدف باشد بلکه اهدافی را در نظر می‌گیرد که بواسطه آن بانک‌ها باید ماموریتشان را دنبال کنند (استر و سانیکا[2]). بانکداری اجتماعی شکلی از نظام بانکداری می‌باشد که تحت ملاحظات زیست محیطی در حال فعالیت است. بانکداری اجتماعی را یک بازار که در آن پول هست اما پول تولید نمی‌کند و همچنین نظامی که بر اساس عدالت، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و پیشرفت توسعه پایدار شکل می‌گیرد، تعریف می‌کنند. بانکداری اجتماعی اساسا دربرگیرنده یک سیستم بانکداری است که ملاحظات زیست محیطی و اقدامات خردمندانه اجتماعی در آن لحاظ شده است (نجف و همکاران، ۱۳۹۹).

اهداف بانکداری اجتماعی

تأمین مالی خرد به عنوان یکی از ابزارهای مالی جهت تحقق اهداف و انجام مأموریت‌های بانکداری اجتماعی به حساب می‌آید. بانکداری اجتماعی همان اهداف بانک‌ها را که به دنبال سود و انتفاع هستند را دنبال می‌کند، اما یک سری اصول برای خود دارد، بنابراین اینکه بگوییم بانکداری اجتماعی یک بانکداری بدون سود است، درست نیست و اتفاقا نوعی از بانکداری پرسود است. مهمترین استراتژی این بانک در توسعه فعالیت‌های قرض الحسنه‌ای این است که با اقدامات فرهنگی اجتماعی زمینه ایجاد کانون‌های همیاری اجتماعی در سازمان‌ها، محله‌ها، مساجد و روستاها را فراهم کند(موتو[3]،۲۰۱۴). هدف در بانکداری اجتماعی در واقع ارائه خدمات نوین بانکی به مشتریان جمعی در قالب کانون‌های کاروزندگی (کارآفرینی اجتماعی در شهرهای کوچک)، همیاری

[1] - Weber
[2] - Esther & Sanika
[3] - Mutto

اجتماعی(خانوادگی، محله‌ای، مساجد و دانشجویی، سازمانی (سازمان، ادارات و شرکت‌ها) و صنفی (اصناف و بازاری‌ها) است (درستکار و رنجبر، ۱۳۹۸). هدف اصلی بانکداری اجتماعی اتخاذ و استقرار روش‌های بهینه تامین، تخصیص و توزیع منابع و مصارف مالی در سطوح مختلف جامعه متناسب با نیازهای پیش روست به نحوی که همزمان با انجام فرایندها، محیط‌زیست، نیروی انسانی و اخلاقیات جامعه دچار خدشه نشوند(نیلسون[1]، ۲۰۱۶).

در مجموع می‌توان برای بانکداری اجتماعی، اهدافی چون انجام فعالیت‌های کارا و مفید بر روی منابع بانکی خصوصا سپرده‌ها، سرمایه‌گذاری و تامین مالی پروژه‌های پایدار، سرمایه‌گذاری در بخش حقیقی اقتصاد نه بخش کاغذی آن، پرهیز از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی – اجتماعی به جامعه می‌شود، کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی کشور، سرمایه‌گذاری و اعطای وام به تجارت‌های اجتماعی، نهادی مردمی و سازمان‌های فرهنگی، ارائه بهترین خدمات و جلب رضایت مشتریان و حفاظت از حقوق و منافع آنان، رعایت حقوق و منافع کارکنان و مسئولین نظام بانکی، حفاظت از اعتبار و شهرت نظام بانکی، سامان‌دهی اعطای تسهیلات در راستای کاهش سطح فقر و شکاف طبقاتی، حفاظت از محیط زیست و منافع فرانسلی را متصور بود(موسوی جهرمی و فائزی، ۱۳۹۸). از دیگر اهداف بانکداری اجتماعی نیز می‌توان به استقرار نظام پولی براساس عدل و عدالت و گردش صحیح پول و اعتبار در جهت سلامت و رشد اقتصاد کشور، فعالیت در جهت تحقق برنامه‌ها و سیاست‌های دولت با ابزارهای پولی و مالی و ایجاد تسهیلات لازم در جهت گسترش فرهنگ تعاون و قرض الحسنه از طریق جذب اندوخته‌ها اشاره کرد(لنتر[2] و همکاران، ۲۰۱۵).

مدل بانکداری اجتماعی پژوهش(محقق ساخته)

در این بخش با توجه به ادبیات و چارچوب نظری موجود در زمینه عوامل موفقیت و چالش‌های پیش‌روی بانکداری اجتماعی در منابع علمی و کتابخانه‌ای موجود یک چارچوب اولیه تهیه و سپس این مدل با استفاده از پرسشنامه از کارشناسان، مدیران و کارکنان بانک قرض الحسنه رسالت مورد کنکاش و بررسی قرار گرفت که در پایان شاخص‌ها و زیر شاخص‌های موثر بر توسعه بانکداری اجتماعی، تبیین و شناسایی گردید که پس از ارائه چارچوب نظری پژوهش در نهایت در نمودار شماره (۱) (مدل مفهومی پژوهش) نشان داده شده است. در این پژوهش راهبردهای توسعه بانکداری اجتماعی در پنج راهبرد ساختاری، فناورانه، رفتاری، فرهنگی و اجتماعی به همراه زیر معیارهای مختص به آنها که می‌تواند در پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی موثر باشد، مطرح گردیده است که در ادامه به توضیح آنها پرداخته شده است.

[1] - Nelson
[2] - Lentner

۱) **عوامل ساختاری**[1]: سطح اول مدل توجه به عوامل ساختاری بانک‌هاست که باید برای ارائه خدمات بانکداری اجتماعی ارتقا داده شود. این سطح در جهت اجرای سریع‌تر و چابک‌تر اهداف بانکداری اجتماعی تعیین شده است که از طریق اصلاح طرح سازمانی، فرایندها و بهبود مدیریت منابع انسانی و تغییر در فرهنگ سازمانی به دست می‌آید. در این قسمت بیشترین توجه مدیران باید به داشتن برنامه مناسب برای ارائه خدمات و راه‌اندازی مراکز کارا جهت توسعه خدمات بانکداری اجتماعی باشد. بر این اساس این معیار شامل زیربخش‌های راه اندازی مرکز بانکداری اجتماعی، راه‌اندازی مرکز نوآوری اجتماعی، راه‌اندازی کانون‌های همیاری اجتماعی، ارائه تسهیلات به پروژه‌های سبز و تسهیل قوانین اعطای تسهیلات می‌باشد.

۲) **عوامل فناورانه**[2]: در این معیار بیشتر موضوعات تکنیکی، فنی و کارشناسی مطرح می‌گردد که هم شامل مسائل فنی بانکداری و هم فناوری اطلاعات است. این معیار شامل زیر بخش‌های توسعه ابزارهای همراه بانک و اینترنت بانک، نوآوری در ارائه خدمات با استفاده از رسانه اجتماعی،یکپارچه سازی ارائه خدمات در رسانه اجتماعی با سایر کانال‌ها، به کارگیری مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تعامل با مشتریان، بازاریابی و فروش در رسانه اجتماعی و پشتیبانی و خدمات مشتریان در رسانه اجتماعی می‌باشد.

۳) **عوامل رفتاری**[3]: در این معیار بیشتر موضوعات رفتاری مطرح می‌گردد و بیشتر متمرکز بر تقویت شاخص‌های مشتری‌مداری است. این معیار شامل زیر بخش‌های ایجاد راهنمایان کانون، شبکه‌سازی نهادهای همیار و حامی بانک، ارتقا سواد مالی مشتریان، آموزش استفاده از محصولات و خدمات جدید به مشتریان، اعتمادسازی و جلب اعتماد مشتریان، نظرسنجی از مشتریان در خصوص جذابیت محصولات و استفاده از شبکه‌های فعالان اقتصادی برای جذب سپرده می‌باشد.

۴) **عوامل فرهنگی**[4]: عوامل فرهنگی نقشی حیاتی در تعیین نتایج تلاش‌های بانکداری اجتماعی بازی می‌کنند، به همین دلیل بانک‌هایی که قصد پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی را دارند، نیازمند بررسیِ عوامل فرهنگیِ مؤثر بر بانکداری اجتماعی می‌باشند. این معیار شامل زیر بخش‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی اجتماعی، توسعه فرهنگ قرض الحسنه اسلامی،الگوها و تجارب موفق توسعه کسب و کارهای خرد، فرهنگ جهادی و نوع دوستی در میان کارکنان و توسعه فرهنگ یاری گری، احسان و نیکوکاری می‌باشد.

۵) **عوامل اجتماعی**[5]: نگاه بانکداری اجتماعی در این قسمت بسیار بیشتر و پررنگ‌تر از بانک‌های تجاری است. شاید توجه به این نکات است که سودآوری را کاهش داده و بیشتر جنبه توسعه‌ای دارد. این معیار شامل زیر بخش‌های تسهیلات به کسب و کارهای اجتماعی، توجه به نیازها و تقاضای جامعه، ارائه وام

[1] - Structural factors
[2] - Technological factors
[3] - Behavioral factors
[4] - Cultural factors
[5] - Social factors

های کم بهره به کسب و کارهای خانگی، توجه همزمان به سه گانه‌ی سود، مردم و محیط زیست و ایجاد دسترسی به خدمات بانکی برای اقشار کم درآمد است.



نمودار(۱): مدل مفهومی (منبع: محقق ساخته)

نتیجه‌گیری

بانکداری اجتماعی یا بانک اجتماعی، از مفاهیمی است که در نتیجه تحولات در نگاه به بانک‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و نیز مهم شدن موضوع توسعه پایدار، شکل گرفته است. بانکداری اجتماعی، یک نوع از بانکداری ارزش‌مدار است که در بطن خود علاوه بر تأثیرات اجتماعی و محیط زیستی مثبت، از نظر اقتصادی نیز پایدار است. شناسایی راه‌های بهتر برای عملیات بانکی در این نوع بانکداری در رسیدن به اهداف خاص اجتماعی یکی از مهمترین اهداف آن است (آدینه‌فر و همکاران، ۱۳۹۹). فعالیت این نوع بانکداری دایر بر مسئولیت‌های اجتماعی همچون فراهم کردن فرصت اشتغال و تولید برای محرومان، حفظ و صیانت از محیط زیست و رعایت اصول اخلاقی است. این نوع بانک‌ها تلاش دارند در فعالیت‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که علاوه بر سودآوری، موجب بهبود شرایط عمومی کل جامعه می‌گردد. سرمایه‌گذاری‌های باثبات و روش‌های ویژه اعطای وام از جمله سیاست‌هایی هستند که این نوع بانک‌ها به کار می‌گیرند و به وسیله آن موجب ایجاد کیفیت بهتری از زندگی برای بیشترین افراد جامعه می‌شوند. بانکداری اجتماعی یک حالت یا گونه پایدار نیست بلکه در واقع یک فرآیند است. بانکداری اجتماعی شناسایی راه‌های بهتر برای عملیات بانکی در رسیدن به اهداف خاص اجتماعی است (درفشی و خان‌نژاد، ۱۳۹۸). از آنجا که پیدایش بانکداری اجتماعی در ایران امری تقریبا جدید است، مقابله با مقاومت مشتریان نسبت به پذیرش خدمات این نوع بانکداری اهمیت بالایی دارد (فراگ[1]و همکاران، ۲۰۱۵).

بانک قرض الحسنه رسالت به عنوان اولین بانک ارائه دهنده خدمات بانکداری اجتماعی برای حفظ پیشرو بودن در این عرصه باید تلاش کند تا در پذیرش خدمات بانکداری اجتماعی از سوی مشتریان مقدم باشد، بنابراین باید زودتر از سایرین عوامل موثر را با تمرکز بر مشتریانش شناسایی و موانع پذیرش این نوع بانکداری را بر طرف سازد. بر این اساس در این پژوهش مدل توسعه بانکداری اجتماعی در پنج بعد ساختاری، فناورانه، رفتاری، فرهنگی و اجتماعی به همراه زیر معیارهای مختص به آنها که می‌تواند در پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی موثر باشد، مطرح گردید.

[1] - Farag

منابع

۱) آدینه فر، مجید، الوار، شیدا و جهرمی، فرزانه(۱۳۹۹).**شناسایی اهداف و ویژگیهای بانکداری اجتماعی جهت بهره‌گیری در برون رفت از تحریم‌ها**. مجله چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری.۱(۳۴).

۲) درستکار، ملیحه و رنجبر، محمد حسین.(۱۳۹۸). **ارائه مدل و شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک هدف و انجام سرمایه‌گذاری با رویکرد معادلات ساختاری(مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران)**. مجله دانش سرمایه‌گذاری. ۸(۳۰).

۳) درفشی، ناهید و خان نژاد، رویا.(۱۳۹۸). **شناسایی عوامل موثر بر بانکداری اجتماعی: یک تحلیل کیفی**. مجله پارس مدیر.۴(۱۷).

۴) شاهچرا، مهشید و جوزدانی، نسیم.(۱۳۹۷). **نقش زنان در بانکداری اجتماعی در راستای توسعه پایدار(روش سلسله مراتبی فازی)**. مجله جایگاه زنان در کارآفرینی و توسعه پایدار.۴(۲۲).

۵) شهنازی، روح‌اله و پناهی، مجتبی.(۱۳۹۶). **سنجش میزان اخلاقی بودن بانکداری در ایران، مطالعه موردی بانک‌های ایران، شعب شیراز**. مجله تحقیقات مالی اسلامی.۶(۲).

۶) طالبی، محمد و عباسی، حامد.(۱۳۹۸). **الزامات و تحقق بانکداری اخلاقی و اولویت‌بندی خصوصیات عملیاتی آن متناسب با نظام بانکی ایران**. مجله تحقیقات مالی اسلامی.۹(۱).

۷) مرادی، داود، شیخی، محمدتقی و خادمیان، طلیعه.(۱۳۹۸). **بررسی تاثیر تحقق مدل بانکداری توسعه اجتماعی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور با تاکید بر شبکه اجتماعی**. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. ۱۱(۲).

۸) موسوی جهرمی، یگانه و فائزی، سید مجتبی. (۱۳۹۸). **جایگاه اخلاق در بانکداری : مطالعه مقایسه‌ای بانکداری اخلاقی با بانکداری اسلامی** . مجله بانکداری و تامین مالی اسلامی. ۲(۳۳).

۹) نجف، مرتضی، باباجانی، جعفر،بولو، قاسم و قربانی‌زاده، وجه الله.(۱۳۹۹). **شناسایی و تحلیل عوامل موثر در پیاده‌سازی بانکداری جامع در نظام بانکی براساس نقشه شناختی فازی**. مجله پژوهش‌های پولی – بانکی.۱۲(۴۲).

10) Farag, H., Meng, Q., Malling,C.(2015).**The social, environmental and ethical performance of Chinese companies: Evidence from the shanghai stock Exchange**. International Review of financial Analysis.14(22).

11) Fox, Jesse .(2015). **The Dark Side of Social Networking Sites: An Exploration of the Relational and Psychological Stressors Associated with Facebook Use and Affordances.** Computers in Human Behavior, 45: 168.

12) Lentner, C; Szegedi, K; & Tatay, T. (2015). **Corporate Social Responsibility in the Banking Sector.** Pénzügyi Szemle/Public Finance Quarterly, 60(1).

13) Mutto, G. (2014). **The Development of Ethical Banks, A Simulation Model. Master's Degree in Quantitative Finance and Insurance**. University of Turin, School of Management and Economics. 41(6).

14) Nelson, J. A. (2016). **Ethics and Banking: Beyond Compliance**. Journal of Business Case Studies. 8(4).

15) Weber, O.(2015). **Social finance and banking. Socially responsible finance and investing: Financial institutions, corporations, investors, and activists**. Asian Economic and Financial Review.5(34).

Presenting a social banking model in the branches of Gharz al-Hasna Resalat Bank

Faeza Hashemzehi **1;** Dr. Habibollah Salarzehi **2*,** Dr.Samaneh Mohammadpour**3**

1- Master of Financial Management, Faculty of Accounting and Management, Hatef Institute of Higher Education, Zahedan, Iran.
2- Associate Professor of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Sistan and Baluchestan University, Zahedan, Iran.
3- PhD in Public Administration, Faculty of Management and Economics, Sistan and Baluchestan University, Zahedan, Iran.

* Corresponding Author: salarzehi@gmail.com

Abstract
Gharz al-Hasna Resalat Bank, as the first bank to provide social banking services to maintain its leadership in this field, should try to take the lead in accepting social banking services by customers, so it should identify the effective factors and focus on its customers sooner than other factors. Eliminate the acceptance of this type of banking. Accordingly, in this study, the social banking development model was presented in five dimensions: structural, technological, behavioral, cultural and social, along with their specific sub-criteria that can be effective in the implementation of social banking.
Keywords: Social Banking, Strategy, Gharz al-Hasna Resalat Bank.