

## 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

طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی<sup>۱</sup> در ایران: شناسایی پیشایندها و پیامدها

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

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

مهدی شهبازی\*

امیر حصیرچی\*\*

محمد سلگی\*\*\*

## 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. از این رو، 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 در نهایت، 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<sup>۲</sup> مورد آزمون قرار گرفتند.

## واژگان کلیدی

بانکداری؛ بانکداری اجتماعی؛ بانکداری اخلاقی<sup>۳</sup>؛ پیشایندهای بانکداری اجتماعی؛ پیامدهای بانکداری اجتماعی. طبقه‌بندی JEL: G21, G29, D63, A13.

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

shahbazi\_123@yahoo.com

0000-0002-5541-8194

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

hasirchy@yahoo.com

0000-0001-5025-6192

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

kpmсолgi@ihu.ac.ir

0000-0002-8635-631X

#### مقدمه

بانکداری اجتماعی، رویکرد جدیدی از بانکداری است که همه بانکداران و مجموعه‌های اقتصادی را برای تصمیم‌گیری راهنمایی می‌کند و دفته‌های 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 مبتنی بر 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 (محمدپورزرنندی 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 علاوه بر 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 از نظر اقتصادی زیرخط فقر قرار گرفتند. همچنین، بسیاری از خانواده‌ها خانه‌هایشان و بسیاری از افراد پس‌اندازهایشان را از دست دادند. در نتیجه بحران اقتصادی، مشخص شد که بانکداری اجتماعی و به‌طور کلی تأمین مالی اجتماعی به رویکرد مهمی در میان مشتریان اروپایی تبدیل شده است. در واقع، 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 مورد توجه 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 نقش 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 مطرح شده و اهمیت پیدا کرده‌اند. 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 رقابت‌کننده‌ها موفق خواهند بود، اما آنها جای پای خود را در اقتصادهای جهانی محکم کرده و به واقعیتی تبدیل شده‌اند که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. از این‌رو، در عصر مدرن و با گسترش روزافزون و پیش‌رونده لبرالیسم مالی، بانک‌ها اهمیتی دوجندان پیدا کرده و به نماد و نشان اقتصاد سرمایه‌داری تبدیل شده‌اند (مرادی، شیخی و خادمان، ۱۳۹۸، صص. ۱۴۲-۱۲۱).

### ۲-۱. 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 علاوه بر 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، به سرعت، در حال رشد و توسعه در بعد نظری و اجرایی در بین بانک‌های جهان است (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۴، صص. ۵۸-۵۲).

### ۳-۱. بانکداری اسلامی

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

۱. بانک طراحی شده 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 ارائه شده 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 مبتنی بر 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.

#### ۴-۱. 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»<sup>۴</sup>، اصطلاحاً «بانک‌های اجتماعی جدید»<sup>۵</sup>، «بانک‌های توسعه اشتراکی خصوصی و اجتماعی»<sup>۶</sup> و «بانک‌های تأمین مالی خرد»<sup>۷</sup> است. براساس تعریف بانک جهانی میکرو فاینانس به‌عنوان رویکردی برای مقابله با فقر و نابرابری شناخته می‌شود. بانک جهانی این اهداف را برای اعتبارات خرد عنوان می‌کند که عبارتند از: 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 محصولات که به‌شدت تحت تأثیر شرایط جغرافیایی به‌ویژه خشکسالی بوده و تنوع بخشیدن به فعالیت آنها (Abdul Rahman, 2007, pp. 38-73). بانک‌های تعاونی و اتحادیه‌های اعتباری سپرده‌ها را به‌عنوان سرمایه جمع می‌کردند و این سرمایه را به کارآفرینان محلی واگذار می‌کردند تا از توسعه اقتصادی منطقه‌ای حمایت کنند. اتحادیه‌های اعتباری علاوه بر نقش واسطه بین قرض‌دهنده و قرض‌گیرنده، به آموزش ادبیات مالی در بین اعضا و مشتریانانشان نیز پرداختند. اتحادیه‌های اعتباری و تعاونی‌های مالی از آن جهت برای ما اهمیت دارند که اولاً آنها قسمتی از بخش مالی هستند که از مدت‌های قبل بانکداری پایدار را با پشتیبانی از کسب‌وکار کارهای محلی، در کسب‌وکارشان و ساختار سازمانی‌شان اجرا می‌کردند. 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، سرمایه‌گذاری 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.

به علاوه، هویتی که آنها با اصطلاح «اجتماعی» پیوند می دهند اغلب از کشوری به کشور دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. بنابراین چگونه می توان تعریف مشترکی از آنچه بانکداری اجتماعی ارائه می شود ترسیم کرد؟ طی سال های گذشته، یک تعریف یکسان به شرح زیر انجام شده است: به گفته ریفرنر<sup>۸</sup> از دانشگاه هامبورگ: «بانکداری اجتماعی بانکی است که با فقر مبارزه می کند». اگرچه بانک های اجتماعی به دسته های مختلفی تقسیم شده اند و نگرش های متفاوتی دارند، اما همه آنها باهدف توسعه ی جهان حرکت می کنند و با ردوبدل کردن پول، خواهان برقراری برابری و عدالت هستند و پول را ابزاری مفید برای اینکار می دانند. همه آرمان های بانکداری اجتماعی را می توان در یک جمله خلاصه کرد: «ایجاد آزادگی به وسیله توزیع عادلانه ثروت و امکانات در جهان» (Benedikter, 2011, p. 54). رویکرد بانکداری اجتماعی خواستار تغییرات بنیادین در پایه های سیستم بانکداری نیست، بلکه بانکداری اجتماعی برخی از ویژگی های مهم و مطرح سیستم بانکی را ارتقاء می دهد. 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 بحران های اخیر در سطح بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری کشور در خصوص عدم توانایی در بازپرداخت سپرده ها، نیاز به پاسخ گویی به مشتریان و توجه به مسائل اجتماعی می تواند همچون بانک های اروپایی مسئولیت پذیری، 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 بانک های اجتماعی به استثنای بانک های خرد مالی و اقدامات تخصصی مشابه عمدتاً در جهان موسوم به «جهان سوم» بیشتر به جای مبارزه با فقر به نوبه خود به سمت نوآوری اجتماعی، محیط زیست و توسعه جامعه هدایت می شوند، به نظر می رسد این یک تعریف خیلی محدود است (Benedikter, 2011, pp. 49-50). در تعریفی دیگر، بانک های اجتماعی، که بعضاً بانک های «اخلاقی»<sup>۹</sup> یا «جایگزین»<sup>۱۰</sup> نامیده می شوند، واسطه های مالی ترکیبی هستند که پروژه های جامعه مدار و بنگاه های اجتماعی را تأمین مالی می کنند (Defourny, 2011). آنها نه تنها بر بازده مالی تأکید می کنند، بلکه و غالباً به عنوان 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 تکیه بر 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. باین‌وجود سایر بانک‌ها بر روی اهداف اجتماعی، معمولاً به‌صورت بانکی با مأموریت اجتماعی یا اصطلاحاً بانکداری اجتماعی تمرکز می‌کنند (Buttle, 2007؛ Burgess & Pande, 2005؛ Guene & Mayo, 2001؛ Hamidi & Worthington, 2011؛ Cornée & Szafarz, 2014؛ Platschorre & Bulte, 2011). (2017).

گونه و مایو<sup>۱۱</sup> (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<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۴) به سادگی ادعا می‌کنند که بانکداری اجتماعی واسطه‌های مالی است که به معیارهای غیراقتصادی (به‌عنوان مثال، اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی) توجه می‌کنند. باین‌حال پژوهشگران دیگر اصطلاح «بانکداری سبز» را به‌جای بانکداری اجتماعی ترجیح می‌دهند (Kaur, 2016؛ Biswas, 2016؛ Biswas, 2011). درحالی‌که برخی دیگر آن را به‌جای «بانکداری اخلاقی» (Chew, Tan & San-Jose, Retolaza & Paulet, Parnaudeau & Relano, 2015؛ Hamid, 2016؛ 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) (Weber, 2014؛ De Clerck, 2009؛ Benedikter, 2011). بانکداری اجتماعی، نوعی

اصلاح نظام مالی است که به سوی 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 قابل توجهی بیشتر از سایر اشکال بانکی است، به طوری که به ذینفعان خود اجازه می‌دهد جزئیاتی از جمله محل توزیع وجوه جمع‌آوری شده و نوع سرمایه‌گذاری را مشاهده کنند. بر این اساس، مشتریان آن آگاهی دارند که آیا پول آنها از نظر مالی، اجتماعی یا زیست‌محیطی به مناسب‌ترین روش سرمایه‌گذاری می‌شود یا نه. ثانیاً، بانکداری اجتماعی «توسعه انسانی» را از طریق عجین کردن و رها کردن 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 تصریح شده است که بنگاه‌ها نقشی حیاتی در دستیابی به منافع جهانی شدن بازی می‌کنند و مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها این امکان را فراهم می‌سازد تا در حین بهره‌مندی از مزایای جهانی شدن 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، به‌گونه‌ای که 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 علی بک طرفه و معنی‌داری وجود دارد. همچنین عملکرد اجتماعی بر عملکرد مالی تأثیر مستقیم و معنی‌دار دارد.

طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در ایران: شناسایی ... مهدی شهبازی و دیگران **تجربیات اسلامی** ۲۲

دقتی‌پور و یعقوبی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی شناسه‌ها و اولویت‌بندی پیشران‌های 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 مورد بررسی 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<sup>۱۳</sup> (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 میکروفایننس می‌پردازد. هدف وی از ارائه مقاله مزبور معرفی بانکداری اخلاقی، اجتماعی و دوستدار محیط است.

هوپنر و ویلسون<sup>۱۴</sup> (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<sup>۱۵</sup> (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 مورد مطالعه قرار گرفته است. در انتها محقق بیان می‌کند در صورتی که سرمایه‌گذاری اخلاقی در اروپا به صورت 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<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۴) در مقاله‌ای مفاهیم بنیادین در زمینه تأمین مالی اجتماعی را مورد بررسی قرار داد. وی در مقاله خود تعاریف ارائه شده 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<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر صنعت بانکداری در رومانی»، به بررسی این موضوع پرداخته‌اند 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) علاوه بر جریان منطقی برای حداکثرسازی سود مالی، جریان و گزینه‌های دیگری نیز وجود دارند. تجزیه و تحلیل آنها بانک‌های اجتماعی را با بانک‌های جهانی سنتی در دو سطح مقایسه می‌کند.

رویگ، گولین، کول و ساموئل<sup>۱۸</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «ارزش اجتماعی در بانکداری خرده‌فروشی»، به بررسی تأثیر ارزش ادراک‌شده به‌ویژه مورد خاص ارزش اجتماعی بر وفاداری مشتری پرداخته‌اند.

عمران، فازی، پوروانتو و داروس<sup>۱۹</sup> (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 در حال توسعه، یعنی اندونزی و مالزی می‌پردازد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بازتاب و افشای فعالیت‌های CSR بانک‌های اسلامی، به‌طور کلی در مالزی و اندونزی افزایش یافته 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<sup>۲۰</sup> (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 CSR در 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 CSR باشد و آیا ادراک آنها بر روی رفتار آنها در برابر بانک تأثیر می‌گذارد.

گنگی، ماستیلی و وارون<sup>۲۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر دانش مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت؛ شواهدی از صنعت بانکداری اروپا» بیان می‌کنند با وجود اینکه 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 به طور مثبت بر عملکرد شهروندی تأثیر می‌گذارد؛ دوم: با توجه به تأثیر شناختی CSR عملکرد شهروندی یک پیش‌بینی کننده مثبت از عملکرد مالی بانک است.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس چارچوب فرآیند پژوهش دارای جهت‌گیری‌های بنیادین و کاربردی است، به طوری که 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 به دست آمده 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 شناسایی شده پرداخته شده 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 به عنوان 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. به عبارت دیگر، در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی و به مرور 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) قابل مشاهده 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	فائمه‌مقام 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. بدین منظور 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 امرالد، ساینس دایرکت، جی استور، پروکوئست و اینفورماتا انجام گرفت. شایان ذکر است در انجام مصاحبه و تجزیه و تحلیل 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 انجام شده است. در بخش کیفی و طراحی الگو جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و بررسی اسناد و مدارک انجام شده 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 تنظیم شده 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 تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل در این پژوهش در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است. در بخش کیفی ترکیبی از روش‌های تحلیل محتوای کیفی و روش کدگذاری نظری (برگرفته از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد) به کار گرفته شده 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 استخراج شده از مطالعه مقدماتی مبانی

نظری پژوهش و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شده 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. تجزیه و تحلیل اطلاعات

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

تجزیه و تحلیل 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 نیمه ساختاریافته با خبرگان انجام شد که خروجی آن جمع‌آوری داده‌های کیفی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه الگوی بانکداری اجتماعی بود. سپس براساس کدگذاری نظری داده‌های کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در این پژوهش، کدگذاری باز در طول مرور داده‌های جمع‌آوری شده و بر مبنای مقوله‌های استخراج شده از طریق چیدمان آنها در جدول‌های متناسب انجام شد که در ادامه ارائه خواهند شد.

### جدول (۲): کدها، مفاهیم و مقوله‌های بانکداری اجتماعی استخراج شده از

#### ادبیات نظری و مصاحبه‌ها

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

مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	مسئولیت در برابر مشتریان	<p>تمام خدمات خود را به صورت شرعی به مشتریان ارائه نماید (مصاحبه ۱-۳-۵-۷)؛ دسترسی به خدمات بانکی و تسهیلات قرض الحسنه را برای مشتریان آسان‌تر نماید (مصاحبه ۱-۲-۳-۶)؛ تسهیلات قرض الحسنه 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).</p>
	مسئولیت اخلاقی	<p>سودی منصفانه (نسبی) برای ادامه حیات و بقای بانک ضروری است. سود اغلب به صورت 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).</p>
	مسئولیت پسر دوستانه	<p>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 به خصوص در مباحث اقتصادی است (مصاحبه ۱-۵-۶-۸)؛ سهامداران این بانک، به فکر سود نیستند بلکه به فکر هموعان 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).</p>

مفولدها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	مسئولیت در قبال جامعه	<p>فرهنگ جامعه، پذیرش رفاہ 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 ۱-۲-۳-۹-۱۱)؛ 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).</p>
سرمایه اجتماعی	اعتمادسازی	<p>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 (<a href="http://www.abs.ch">www.abs.ch</a>)؛ 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 (<a href="http://www.abs.ch">www.abs.ch</a>)؛ برقراری روابط مبتنی بر اعتماد (کنگی و دیگران، ۲۰۱۹)؛ تعهد و صداقت (<a href="http://www.banex.com.ni">www.banex.com.ni</a>)؛ 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 اخذ وثایق عمدتاً مبتنی بر اعتماد است (بابایی، ۱۳۹۱)؛ مصاحبه ۱-۴).</p>
	تعاون	<p>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</p>

مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
		<p>بانک است (www.abs.ch)؛ فراهم کردن یک «خوب عمومی»، با ایجاد منافع چندگانه (دی کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۵-۷-۱۰)؛ توسعه و تحکیم برادری اسلامی و تعاون عمومی بین همه مردم (اسناد بالادستی، مصاحبه ۵-۱)؛ مشتری می‌تواند در خصوص فعالیت‌های بانک، به ارائه انتقاد و پیشنهاد بپردازد (دی کلرک، ۲۰۰۹؛ مصاحبه ۲-۴-۱۰).</p>
کارآفرینی اجتماعی	<p>فموریت اجتماعی</p>	<p>کمک به سازمان‌های در حال رشدی که هدفشان تأمین نیازهای اساسی انسان‌ها است (مصاحبه ۵-۲-۱)؛ کمک به افراد دارای ایده جهت رفع نیازهای اجتماعی (مصاحبه ۹-۶-۴-۱)؛ کمک به توازن بین بازار و ارزش‌ها (مصاحبه ۷-۳)؛ کمک به حل مشکلات اجتماعی (مصاحبه ۶-۱).</p>
	<p>پایداری</p>	<p>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 ۶-۴-۲-۱)؛ نوآوری در زمینه محصول (مدیریت سرمایه‌گذاری تریودوس، ۲۰۱۴)؛ گفت‌وگوهای (بانک تریودوس، ۲۰۱۴؛ مصاحبه ۷-۵-۱)؛ فعالیت‌هایی برای نفع مشتریان و جامعه انجام دهند تا به سمت یک راهنما و دستورالعمل پایدار حرکت کنند (مکانا و همکاران، ۲۰۱۵؛ مصاحبه ۱۰-۹-۳-۱)؛ افزایش منابع پایدار و کارا در بانک درگیر کردن مخاطبان خود در سیاست‌گذاری‌ها و حرکت‌های مشوق پایداری (www.newresourcebank.com).</p>
<p>معنابخشی</p>	<p>هویت و شناسایی</p>	<p>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 ۹-۷-۳-۲-۱)؛ 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 (دی کلرک، ۲۰۰۹؛ اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۴-۲-۱)؛ جایگاهی که در آن، روابط بسیاری در قالب پول مدرن «معنی» خود را پیدا می‌کنند (عیوضلو و قلیچ، ۱۳۹۲).</p>

مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	ایجاد انگیزه	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).
سرمایه‌گذاری برای بخش سلامت اقتصاد	سالم‌سازی اقتصادی	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 ۲-۸-۹-۱۰)؛ 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).
	سامان‌بخشی نظام بانکی	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 ۱-۳-۲-۷-۱۰)؛ 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).
قرض‌الحسنه	هدف خدمت	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).

مفاهیم	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	عناصر خدمات	<p>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).</p>
تأمین مالی خرد	فقردانی	<p>خدمت به مردم فقیر و افزایش دامنه شمول تخصیص منابع مالی به این افراد (Singh, 2010)؛ (وام‌های بسیار کوچک به مردم بسیار فقیر، مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۸)؛ غالباً ضمانت جمعی توسط اعضای گروه وام‌گیرنده، جایگزین اخذ وثیقه به‌عنوان ضمانت می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۵).</p>
	ایجاد اشتغال	<p>ارائه تسهیلات با حجم کوچک (Singh, 2010)؛ کمک به دولت در توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۲-۳-۴-۵-۹-۱۰)؛ (نقش-آفرینی بانک‌های اجتماعی در توسعه نیروگاه‌های 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 ۱-۲-۳-۴-۵-۶).</p>
هم‌راستایی با تولید ملی	حمایت از تأمین مالی طرح‌های توسعه آموزش کسب‌وکار	<p>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).</p>

مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	تامین بهینه مواد اولیه تولیدات کشاورزی	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 ارزش افزوده بخش کشاورزی بر مبنای ملاحظات توسعه پایدار (اسناد بالادستی).
	افزایش تولید صادرات محوری محصولات 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).
	کمک به دولت در تامین زیرساخت‌های روستایی	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 به منظور 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).



مقوله‌ها	مفاهیم	کدهای استخراج شده
	توسعه کارآفرینی	توسعه و هدفمندسازی پژوهش و آموزش کارآفرینی (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۱-۷-۱۱)؛ تولید و تبلیغات و همچنین توسعه تجارت الکترونیک صنایع دستی و ایجاد مراکز صنایع دستی در بازارهای هدف و موردنظر برای هویت بخشی (اسناد بالادستی)؛ ارتقای کیفیت تولید و روان سازی (اسناد بالادستی؛ مصاحبه ۳-۵-۷)؛ حمایت از ایجاد و توسعه و تجهیز کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز و اتحادیه‌ها و شرکت‌های تعاونی صنایع دستی روستایی و شهری سراسر به منظور ارتقاء و بهبود بهره‌وری (مصاحبه ۱-۳-۴)؛ تثبیت و افزایش سهم صادراتی و بازاریابی‌های داخلی و خارجی (اسناد بالادستی).

همان‌طور که جدول (۲) نشان می‌دهد، برای مقوله محوری بانکداری اجتماعی ۱۲۴ کد، ۲۲ مفهوم و ۸ مقوله احصاء شده‌اند. طبق نتایج کدگذاری انجام شده، 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 استخراج شده‌اند قابل مشاهده است.

### جدول (۳): کدها، مفاهیم و مقوله‌های علی استخراج شده از ادبیات نظری و مصاحبه‌ها

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

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

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 استخراج شده‌اند، قابل مشاهده است.

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

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

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

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

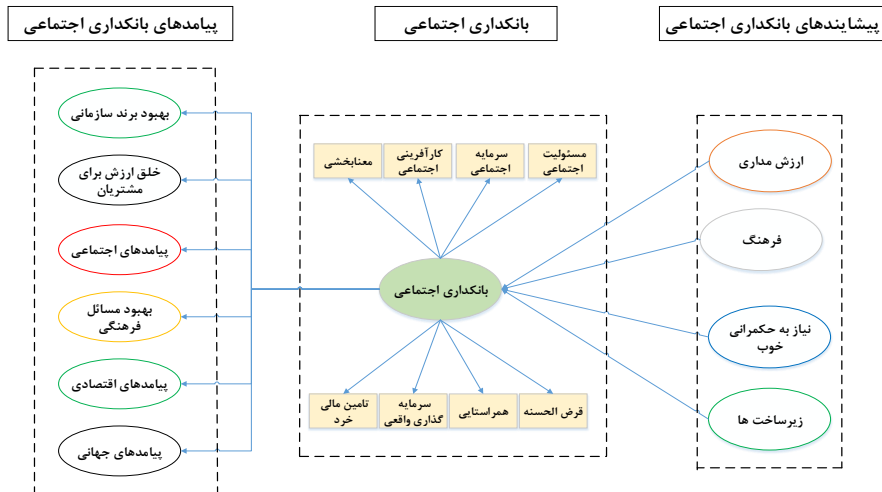
همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد برای مقوله پیامدی بانکداری اجتماعی ۱۲۲ کد، ۲۴ مفهوم و ۶ مقوله احصاء شده‌اند. در ادامه به‌طور خلاصه تعداد کدها، مفاهیم و مقوله‌های احصاء شده در قالب جدول (۵) ارائه می‌شوند.

**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
		سرمایه اجتماعی	۲	۱۶
		کارآفرینی اجتماعی	۲	۱۱
		معنابخشی	۲	۷
		سرمایه‌گذاری برای بخش سلامت اقتصاد	۲	۱۳
		قرض الحسنه	۲	۱۰
		تأمین مالی خرد	۲	۷
		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 مشتریان	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

پس از آنکه 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 به صورت تحلیلی به پیوند ممکن بین مقوله‌ها، بی‌اندیشد (Locke, 2001). کدهای نظری عبارتند از مدل‌های انتزاعی که مقوله‌های به دست آمده را در جهت یک نظریه ترکیب می‌کنند (Glaser & Hon, 2005). پژوهشگر به نحوی 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، فرض‌الحسنه، تأمین مالی خرد و هم‌راستایی با تولید ملی باشد. همچنین، پیشایندها یا عوامل علی و پیامدهای بانکداری اجتماعی را نیز مشخص نموده است.



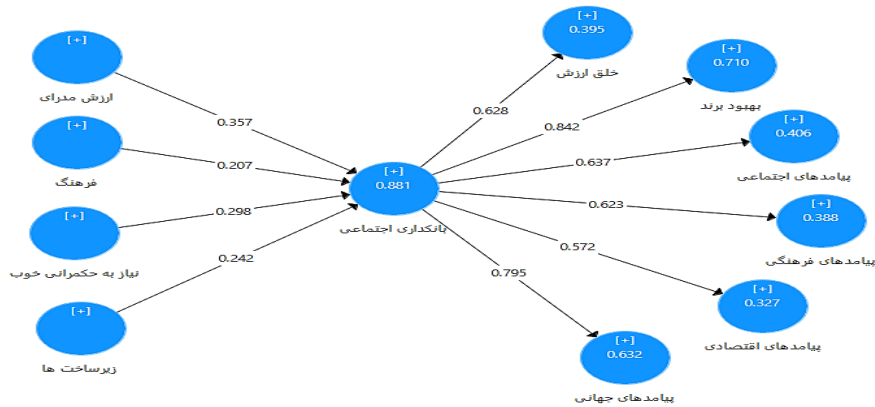
شکل (۱): الگوی بانکداری اجتماعی

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۶. تجزیه و تحلیل اطلاعات در مرحله کمی آزمون الگو

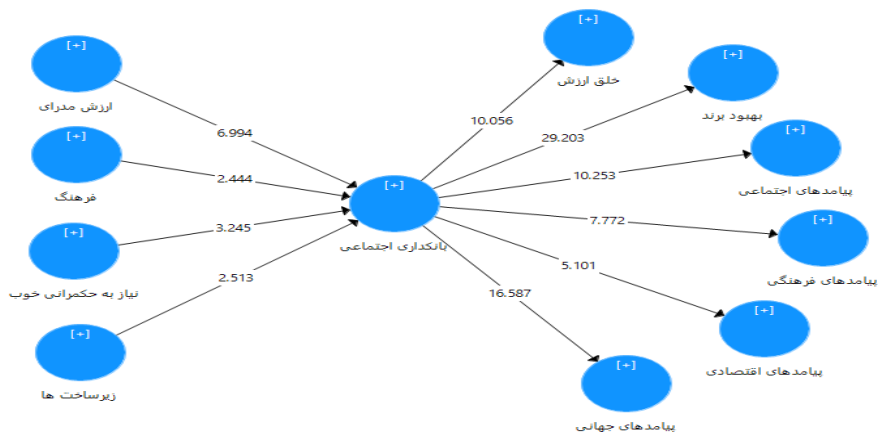
### ۱-۲-۶. آزمون مدل ساختاری

شکل (۶) بیانگر این است که متغیرهای 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. در این بین، 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 متغیر ارزش‌مداری، فرهنگ، نیاز به حکمرانی خوب و زیرساخت‌ها با هم‌دیگر به‌صورت کلی باعث ۰/۸۸۱ تغییرات بانکداری اجتماعی می‌شوند؛ به‌عبارت‌دیگر، این چهار متغیر ۸۸ درصد تغییرات بانکداری اجتماعی را تبیین می‌کنند و ۱۲ درصد تغییرات دیگر توسط متغیرهای 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 متغیرهایی را مشاهده کرد که بانکداری اجتماعی بر آنها تأثیر می‌گذارد. همان‌طور که شکل (۲) نشان می‌دهد، متغیر 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. به عبارت دیگر، 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

به منظور بررسی فرضیه پژوهش از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. شکل (۲) و (۳) به ترتیب مدل معادلات ساختاری پژوهش را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و در حالت اعداد معناداری نشان می دهد.

#### ۲-۲-۶. تفسیر مدل ساختاری

به منظور بررسی فرضیه های پژوهش در مدل سازی معادلات ساختاری به روش PLS الگوی ساختاری و از دو روش ضرایب مسیر (Beta) و مقادیر  $R^2$  استفاده می شود. ضرایب مسیر برای تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش بینی در تبیین واریانس متغیر ملاک مورد استفاده قرار می گیرند و مقادیر  $R^2$  نشانگر واریانس تبیین شده متغیر ملاک توسط متغیرهای پیش بینی است. سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی کرده اند. برای مدل پژوهش میزان  $R^2$  متغیر وابسته ۰/۷۹۶ است که مقدار بسیار قوی را نشان می دهد. همچنین شاخص برازش کلی الگو در PLS شاخص GOF است و از آن می توان برای بررسی اعتبار یا کیفیت الگوی PLS به صورت کلی استفاده کرد، این شاخص بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. وتزلس و دیگران<sup>۲۲</sup> (۲۰۰۹) سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده اند. همان طور که در شکل (۲) مشاهده می شود متغیرها از  $R^2$  مناسبی برخوردارند و همچنین  $GOF=0/511$  به دست آمده است که نشان از برازش مدل ساختاری پژوهش است. نتایج آزمون مدل مفهومی تحقیق که در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول (۶): خلاصه نتایج آزمون مدل ساختاری

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



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

منبع: یافته‌های تحقیق

پس از اجرایی مدل و بررسی روابط بین متغیرها 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 پردازند. از خبرگان سؤال شد که آیا موارد مطرح شده در مدل می‌توانند به‌عنوان عوامل علی و پیامدی بانکداری اجتماعی باشند؟ همچنین از آنها خواسته شد تا مقوله‌های استخراج شده برای بانکداری اجتماعی را نیز بررسی نمایند. در نتیجه، خبرگان با مدل ارائه شده موافق بودند و مواردی از آن کم نکرده و چیزی به آن اضافه نمودند.

### 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 خود اختصاص 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 به عبارت دیگر 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، انجام شده 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 انجام شده است و خلأ تحقیقاتی قابل توجهی 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 انسانی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و حتی جهانی می‌شود.
- در اکثر مطالعات پیشین، به صورت عمیق و ریشه‌ای به شناخت و بررسی ویژگی‌ها، علل و پیامدهای بانکداری اجتماعی نپرداخته بودن و این پژوهش اولین پژوهش است که به صورت عمیق و با رویکرد آمیخته به اکتشاف و بررسی پدیده بانکداری اجتماعی در ایران پرداخته و آن را مورد مطالعه 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 انجام شده 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

طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در ایران: شناسایی... / مهدی شهبازی و دیگران **پیشنهادهای کاربردی** ۱۰۱

فرهنگ جهادی، ارتقای فرهنگ مصرفی کشور در زمینه مصرف مایحتاج اساسی، نفوذ بیشتر و گسترش فرهنگ قرض الحسنه و تغییر نگاه جغرافیامحور به نگاه مدیریت تخصصی به گروه مشتریان)، پیامدهای اقتصادی (توسعه اقتصاد دانش بنیان، 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 کسب شده 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 مؤسسه‌ای 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 به‌نحوی که 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 مبتنی بر اعتماد، تعهد و صداقت بپردازند و سرمایه‌گذاری معتبر انجام دهند که این نوع سرمایه‌گذاری موجب پیشرفت اقتصادی و اجتماعی خواهد شد.

طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در ایران: شناسایی... / مهدی شهبازی و دیگران **تجربیات اسلامی** ۱۰۳

- ✓ بانک‌ها باید مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی را تشویق نمایند و شیوه‌های وام‌دهی به‌جای شیوه‌های رایج أخذ وثایق را کنار بگذارند و روش مبتنی بر 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 مبتنی بر 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 پایداری 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 به تبع 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 (پایان نامه 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)، ۱۵۷-۱۵۸.
- 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 طباطبائی، 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)، ۲۹-۵۲.
- دقتی‌پور، رضا؛ و یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۸). شناسه‌ها و اولویت‌بندی پیشران‌های 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 سرمایه‌مدی 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.

طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در ایران: شناسایی.../ مهدی شهبازی و دیگران **تجربیات اسلامی** ۱۰۷

محمدپورزرنندی، 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 توسعه 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 Hierarchical 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 study of social and ethical issues in banking industry.