



University of
Sistan and Baluchestan



Iranian Academy of
Management Sciences

Conceptualization of the Social banking Model in Sepeh Bank Ecosystem: A Grounded theory with Constructivism Approach

Saeed Houshyar¹, Abolfazl Danaei^{2*}, Ehtesham Rashidi³

1. PhD student in media management, Faculty of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.
2. Associate Professor, Department of Media Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran. (Corresponding author) Email: a.danaei@semnaniau.ac.ir
3. Assistant Professor, Department of Media Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

Extended Abstract

Abstract

The purpose of the research is to conceptualize social banking in the Sepeh Bank ecosystem using the qualitative method of the grounded theory of charms constructivism. The participants included the key experts of the banking system and universities related to the subject by means of sequential targeted sampling (snowball and theoretical sampling) and with maximum diversity in the number of 13 people who, with the unstructured interview technique, collected the data in three stages of initial, centralized and theoretical coding in MAXQDA 2020 software was analyzed. The findings showed that social banking with establishment in two dimensions of responsibility and social tasks and public social banking has been affected by facilitators (effective information and public relations system, social capital and governance and government policies in the bank), shaping factors (laws and banking policies, accountability system in optimal governance, culture-oriented banking), intervening factors in the choice of strategy (profit-based banking, value co-creation and management based on performance evaluation and marketing), strategies of facing the phenomenon of social banking (digital banking and rational bureaucracy system) and the results and consequences by arising of the emergence of social banking in Sepah banking system (organizational brand foresight and customer-oriented banking). Policy solutions are related to adopting a community-oriented approach, adapting the organizational structure to social problems, consolidating social capital, responsive governance, using new technologies and digitalization in social networks.

Introduction

One of the most important economic institutions of any country are banks,

which play an undeniable role in society and improving social conditions (Adinefar et al., 2018); According to the changes in the approach of the banking system in relation to social issues, it is a new type of banking with social goals. Social banking is an alternative banking system that aims to empower and create dynamics in the quality of relationships between the bank and the people to be fruitful for socially disadvantaged people who are looking for entrepreneurship (Hani et al., 2021). In fact, responsible banking with its social impact seeks to create social value and social return, and the present study seeks to conceptualize social banking in Sepeh Bank ecosystem with constructivism approach in Iran.

Theoretical framework

Social banking is based on investing in society that creates opportunities for disadvantaged people and supports social, environmental and ethical programs. Olaf Weber (2011) believes that unlike conventional banking, social banking focuses on social benefits and environmental issues, so that by pursuing social responsibility, the social effects of banking on financial returns are clarified and play a constructive role in solving social challenges. George Simmel focused on the importance of money and its effect on social relations, he believes that money is a tool that almost enters into people's social interactions and plays a decisive role in creating social connections between people (Deflem, 2003).

Case study

A case study in the organizational territory of Sepeh Bank included the executive vice-presidents of the center, west and east of the country and on participants who had research, knowledge, experience and organizational activity records in the field of social banking.

Materials and Methods

The current research was conducted using a qualitative method and using grounded theory with Charms' (2014) version of constructivism. Charms used the term "constructivism" against "constructionism" because in the constructivist approach, in addition to research participants, the researcher's mentality and involvement is also involved in the construction and interpretation of data, and social contexts, interaction, perspectives Common and interpretive understandings are emphasized. Using non-probability sampling strategy and in the manner of sequential targeted sampling, 13 participants were selected and included in the study. The process of data coding and analysis has been done using MAXQDA 2020 software in three primary, focused and theoretical stages. The quality assessment and audit of the research based on the specific criteria of Charmaz included the acceptability, originality, resonance and usefulness of the concepts, which were used to check the compatibility of the answers or concepts in the mind of the interviewees with the concepts considered by the researcher, after evaluating the extracted categories by the interviewees and announcing the opinions, the results showed that there is 85% agreement between the researcher and the respondents regarding the extracted concepts and categories in this

study.

Discussion and Results

The identified key components consist of social banking in two dimensions of responsibility and social tasks and public social banking as the central phenomenon of the research affected by facilitators, shaping factors, intervening factors in strategy selection, strategies to face the phenomenon of social banking and the results and consequences by arising of the emergence of social banking in Sepah banking system were in the form of a paradigmatic model.

Conclusion

The realization of social banking depends on the establishment of drivers and facilitators of effective information and specialized public relations with the aim of attracting low-cost resources to stabilize the Qarz al-Hasna system and in a way public banking to create social and public benefit. Choosing a banking strategy based on profit, value co-creation and management based on performance evaluation and marketing along with the financial economy of the banking system requires profit and added value for the bank. On the other hand, the strategies to deal with the phenomenon of social banking, including the digitization of banking by entering the space of social networks, will find the possibility to identify diverse customers and review the organizational mission by analyzing the needs and expectations of current and future customers. Therefore, the policy solution is to adopt a community-oriented approach, adapting the organizational structure to social problems, consolidating social capital, responsive governance, using new technologies and digitalization in social networks.

Keywords: Ecosystem, social banking, database theory, constructivism, Sepah Bank.

Article Type: Research Article

Cite this article: Houshyar, S., Danaei, A., & Rashidi, E. (2023). Conceptualization of the Social Banking Model in Sepah Bank Ecosystem: A Grounded theory with Constructivism Approach. *Public Management Researches*, 16 (60), 247-276. (In Persian)

DOI: 10.22111/JMR.2023.44096.5908

Received: 27 Nov. 2022

Revised: 26 May. 2023 **Accepted:** 08 May. 2023

© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan



مفهوم‌پردازی الگوی بانکداری اجتماعی در اکوسیستم بانک سپه: پژوهشی داده‌بنیاد با رویکرد هم‌ساخت‌گرایی

سعید هوشیار^۱ - ابوالفضل دانایی^{۲*} - احتشام رشیدی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
۲. نویسنده مسئول، دانشیار گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
a.danaei@semnaniau.ac.ir
۳. استادیار گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف مفهوم‌پردازی بانکداری اجتماعی در اکوسیستم بانک سپه و به روش کیفی نظریه داده‌بنیاد هم‌ساخت‌گرایی چارمز انجام گرفته است. مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان بدنه نظام بانکی و دانشگاهی به روش نمونه‌گیری هدفمند متوالی (نمونه‌گیری گلوله‌برفی و نظری) و با رعایت حداکثر تنوع به تعداد ۱۳ نفر بودند که با تکنیک مصاحبه ساختاریافته، داده‌ها در سه مرحله کدگذاری اولیه، متمرکز و نظری در نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۰ تحلیل شدند. نتایج ارزیابی کیفیت نشان داد ۸۵ درصد تطابق پاسخ‌ها یا مفاهیم موجود در ذهن مصاحبه‌شوندگان با مفاهیم مدنظر محققان وجود دارد. یافته‌ها نشان داد می‌توان فرآیند استقرار بانکداری اجتماعی را با دو بُعد مسئولیت و تکالیف اجتماعی به همراه بانکداری مردم‌مدار در خوشه‌های معنایی تسهیل‌کننده (نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کارآمد، سرمایه اجتماعی و سیاست‌های حاکمیتی و دولتی)، عوامل شکل‌دهنده (قوانین و سیاست‌های بانکی، نظام پاسخ‌گویی در حکمرانی مطلوب، بانکداری فرهنگ‌محور)، عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد (بانکداری مبتنی بر سود، هم‌آفرینی ارزش و مدیریت مبتنی بر ارزیابی عملکرد و بازاربایی)، راهبردهای مواجهه با پدیده بانکداری اجتماعی (بانکداری دیجیتال و نظام بوروکراسی عقلانی) و پیامدها و پس‌آیندهای ناشی از ظهور بانکداری اجتماعی تبیین و تلخیص کرد. بنابراین، بانک سپه می‌تواند با برنامه‌ریزی روی اهداف اجتماعی، به بازطراحی ساختار سازمانی خود متناسب با مشکلات اجتماعی اقدام کند تا امکان تحکیم سرمایه اجتماعی، استقرار حکمرانی پاسخ‌گو با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین فراهم شود.

واژه‌های کلیدی: اکوسیستم، بانکداری اجتماعی، هم‌ساخت‌گرایی.

مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای سعید هوشیار است.

استناد: هوشیار، سعید؛ دانایی، ابوالفضل؛ رشیدی، احتشام (۱۴۰۲). مفهوم‌پردازی الگوی بانکداری اجتماعی در اکوسیستم بانک سپه: پژوهشی داده‌بنیاد با رویکرد هم‌ساخت‌گرایی، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۶(۶۰)، ۲۷۶-۲۴۷.

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۳/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۶



DOI: 10.22111/JMR. 2023.44096.5908

نوع مقاله: علمی پژوهشی

حق مؤلف © نویسندگان

ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان

مقدمه

یکی از مهم‌ترین نهادهای اقتصادی هر کشوری، بانک‌ها هستند که نقش انکارناپذیری در جامعه و بهبود شرایط اجتماعی دارند؛ متناسب با رویکرد تحولی نظام بانکداری در رابطه با معضلات اجتماعی، نوع جدیدی از بانکداری با اهداف اجتماعی در اکوسیستم بانکداری شکل گرفته است (Adinefar et al., 2018). این نوع از بانکداری با رویکرد نوآوری در بخش بانکی و پولی و ایجاد بسترهای مناسب برای رقابت‌مندی و پایداری در امر بانکداری، گام‌های جدی در مسیر "گذار سبز"^۱ برداشته است؛ براساس چنین رویکردی، نوآوری‌های پولی به واسطهٔ مثلث جامعه، دانشگاه و محیط طبیعی به شدت در مسیر پایداری حرکت می‌کنند و ابتکارات بانکی با رویکرد پایین به بالا و همکاری‌ها در بُعد اجتماعی و اکولوژیکی، تأثیر بسزایی در سطح جامعه به جای گذاشته است (Kubus et al., 2020). به تعبیری، تأثیرات مثبتی بر ارزش‌های اجتماعی و اهداف آن در راستای انتفاع اجتماعی و خلق ارزش به صورت عملکرد اخلاقی، یکی از ابعاد بانکداری اجتماعی است که با فعالیت‌های خود، فعالیت‌های دوست‌دار محیط را تقویت کرده و اقتصاد اجتماعی را ارتقاء می‌بخشد (Shahchera & Jozdani, 2016). بانکداری اجتماعی به مثابهٔ نظام بانکداری جایگزینی است که با هدف توانمندسازی و ایجاد پویایی در کیفیت روابط بین بانک و مردم تلاش دارد تا برای افراد آسیب‌دیدهٔ اجتماعی‌ای مثرتر باشد که به دنبال کارآفرینی هستند (Hani et al., 2021).

بانکداری اجتماعی به‌عنوان حوزهٔ نوین در صنعت بانکداری عمدتاً بر ارائهٔ خدمات بانکی به گروه‌ها و اقشار نیازمند، در راستای تأمین نیازهایی نظیر وام‌های قرض‌الحسنه جهت تأمین مسکن، ارائهٔ وام‌های اشتغال و کارآفرینی گروه‌های آسیب‌پذیر، کمک هزینهٔ ازدواج، پرداخت کمک هزینه‌های آموزشی برای دانشجویان و سایر کمک‌های ضروری است (Moradzadeh et al., 2021). بانک‌های اجتماعی، فرهنگی را پرورش می‌دهند که صدای مشتری را با خود به همراه دارد. با توسعه و حفظ روابطی که ورای معاملات منفرد است، فرصت‌هایی را برای کسب‌وکار و مشتریان ایجاد می‌کنند (Deloitte, 2013). چراکه، یکی از ابعاد اخلاقی و مثبتی بر مسئولیت اجتماعی بانکداری، تمرکز روی حوزهٔ اجتماعی است؛ بانک‌های اجتماعی خود را به مثابهٔ بانک‌های باوجدان^۲ معرفی می‌کنند؛ زیرا با منابع

1. Green transition

2. Banks with a conscience

در اختیار خود به تجهیز افراد مواجه با موانع و مشکلات پرداخته و حمایت مالی را در دستور کار خود دارند (Lotfi Ghahroudi et al., 2020). بانکداری مسئولانه با تأثیر اجتماعی خود به دنبال خلق ارزش اجتماعی^۱ و نیز بازده اجتماعی^۲ می‌باشد (Kocornik- Mina et al., 2021). نتیجه تعامل کنش‌گران اجتماعی و عاملان اقتصادی، شکل‌گیری نهادهایی همچون بانک‌های اجتماعی هستند؛ زیرا بیانیه مأموریت بانک‌های اجتماعی بر ارائه ارزش بیش‌تر به جامعه تمرکز دارد (Bosheim, 2013). موضوع ارزش‌آفرینی^۳، در حوزه بین کارهای خیریه‌ای و بانک‌های معمولی قرار می‌گیرد؛ رویکردی منحصر به فرد به منظور «ایجاد تأثیر مثبت بر جامعه و محیط‌زیست» است (Weber, 2011a).

خط‌مشی اعتباری بانک سپه متناسب با سیاست‌ها و ضوابط اعتباری در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد منابع بانکی به صورت سپرده‌های قرض‌الحسنه (پس‌انداز و جاری غیردولتی)، سرمایه‌گذاری مدت‌دار و سایر سپرده‌ها است که نشان‌گر شیوه‌های جلب مشارکت مردمی در بانک سپه و نحوه جذب منابع مالی است با ذکر این نکته که، مصارف بانک سپه در قالب عقود اسلامی خاصه مشارکت مدنی عمدتاً تخصیص منابع در راستای اهداف اقتصاد مقاومتی، تأمین سرمایه در گردش واحدهای مولد، تکمیل طرح‌های نیمه تمام بوده است. یکی از خلاءهای تأمل‌برانگیز نخستین بانک ایرانی در کنار مسئولیت‌های اجتماعی آن، خلق ارزش مبتنی بر همبستگی اجتماعی، مشتری‌مداری اقشار فرودست جامعه با هدف بسترسازی کسب‌وکار اجتماعی، ایجاد بسترهای تأمین مالی جمعی، عدالت اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی و شفافیت بوده است. هدف پژوهش این است که پس از بررسی مفاهیم بانکداری اجتماعی و ابعاد آن، عوامل کلیدی موفقیت بانکداری اجتماعی را در بانک سپه مورد واکاوی قرار دهد و سپس سازکار پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی و تثبیت بانکداری اجتماعی را در جهت مردمی‌شدن بانک سپه مورد توجه قرار دهد. با این توضیحات، این سؤال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان اکوسیستم بانکداری را با رویکرد بانک اجتماعی در بانک سپه تثبیت کرد و این‌که نقشه‌راه بانک اجتماعی در بانک سپه چیست؟ چراکه نقشه راه بانکداری اجتماعی، طرح جامعی را برای بانک سپه ارائه خواهد کرد تا براساس آن، محصولات و خدمات را براساس ظرفیت‌های خود طراحی کرده و برنامه‌های مورد نیاز را برای اجرا و بهبود آن‌ها ایجاد کنند. شناسایی سازکار این امر شامل عوامل علی اثرگذار،

1. Social value creation

2. Social return

3. Value creation

زمینه‌ای (بستر)، مداخله‌گر، راهبردها، و ابعاد پیامدی در استقرار بانکداری اجتماعی در بانک سپه است. بر همین اساس، پژوهش حاضر به دنبال مفهوم‌پردازی بانکداری اجتماعی در اکوسیستم بانک سپه با رویکرد هم‌ساخت‌گرایی در ایران است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به زعم چاکرابارتی^۱ (۲۰۱۲) بانکداری اجتماعی یکی از نمودهای فعالیت بانکی است که در آن ثروتمندان با انجام خدمات مالی و ارائه آن، به نوعی به فقرا یارانه می‌دهند و کسب‌وکار بانکی به جای استثمار توده‌ها به سمت خدمت به توده‌ها معطوف می‌شود (Chakrabarty, 2012). بانکداری اجتماعی با تمرکز روی تغییر آگاهی مصرف‌کنندگان و عموم مردم در نسبت با چپستی پول و نحوه استفاده بهینه از آن درصدد است بینش اجتماعی را با هدف دستیابی به جهانی عادلانه‌تر و متعادل‌تر در نسبت با مناسبات بین پول، جامعه، سیاست، فرهنگ و آموزش تقویت کند؛ در واقع بانکداری اجتماعی به دنبال عقلانی‌سازی و رهایی برای جامعه است (Benedikter, 2011). بانکداری اجتماعی با نمود (۱) استراتژی در گرامین بانک^۲ و براک^۳ بنگلادش، آی‌سی‌سی^۴ هند، کردیت^۵ سوئیس به صورت ارائه خدمات و محصولات مسئولانه و اخلاقی، (۲) کسب‌وکار در فیدور بانک^۶ آلمان، بی.بی.وی.آ^۷ اسپانیا، ولز فارگو^۸ آمریکا که نزدیک به بانک‌های دیجیتال است به ارتباط و تعامل بین مشتریان با هدف خلق ارزش، توجه دارند و در قالب وام‌های نظیر به نظیر و تامین مالی جمعی فعالیت دارند، (۳) به مثابه کانال رسانه اجتماعی ارائه خدمات بانکداری در جی.تی.بانک^۹ نیجریه، اینگ‌دایرکت^{۱۰} کانادا به سهولت دسترسی مشتریان توجه دارند و (۴) کانال تعامل با مشتری در گارانتی بانک^{۱۱} ترکیه، آگسیس بانک^{۱۲} هند به ارتباط مداوم و متنوع با جامعه و مشتریان تمرکز دارند (Rezaei et al., 2021). براساس چنین رویکردی

1. Kamalesh Chandra Chakrabarty

2. Grameen Bank

3. BRAC

4. ICIC

5. Credit

6. Fidor BANK

7. BBVA

8. Wells Fargo

9. GT Bank

10. ING DIRECT

11. Garanti Bank

12. Axis Bank

به امر اجتماعی در نظام بانکی، در جدول (۱) به برخی از تعاریف مرتبط با بانکداری اجتماعی اشاره شده است.

جدول شماره ۱: تعاریف بانکداری اجتماعی

تعاریف	نظرگاه‌ها
نوعی از بانکداری با آثار اجتماعی و مبتنی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی در رفع چالش‌های پیش‌روی جامعه تلقی می‌شود.	شوستر ^۱ (۲۰۰۱)
به بانکداری مشخصی دلالت دارد که به منظور بهبود «سواد مالی» بیش‌ترین تعداد مردم و جمعیت ممکن و هموارسازی شیوه‌های ارتقای آگاهی عمومی و پایدار در مورد پول و امور مالی فعالیت دارند.	راینفر ^۲ (۲۰۰۶)
کلرک با طرح مفهوم «خط پایانی سه گانه» ^۳ ، بانک‌های اجتماعی را با سه استاندارد مختلف سود، محیط‌زیست و مردم تعریف کرده است که فرصت‌های وام‌دهی همه آن‌ها به یک اندازه است.	کلرک ^۳ (۲۰۰۹)
با عناوین بانکداری اخلاقی یا جایگزین به مثابه واسطه‌های مالی عمل می‌کنند تا تأمین مالی پروژه‌های جامعه‌محور و بنگاه‌های اجتماعی تحقق یابد.	دفورنی ^۵ (۲۰۱۱)
به بانک‌هایی دلالت دارد که باهدف تعامل با جامعه، به ردوبدل کردن پول برای برقراری عدالت و برابری و توزیع عادلانه ثروت و امکانات به دنبال سودمحوری اجتماعی هستند.	بندیکتر ^۶ (۲۰۱۱)
سازمانی غیرانتفاعی است که در آن، منافع مشترک مقدم بر منافع خصوصی است و برای توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت دارند.	رمر ^۷ (۲۰۱۴)
واسطه‌های مالی هستند که به معیارهای غیراقتصادی شامل اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی توجه دارند.	کورن و سافارز ^۸ (۲۰۱۴)
نوعی از بانکداری است که با فقر مبارزه می‌کند.	راینفر و فورد ^۹ (۲۰۱۹)
به بانک‌هایی اطلاق می‌شود که رویکرد اخلاقی-اجتماعی را در عملکرد بانکی خود به کار می‌گیرند.	کراوس و بتنفلد ^{۱۰} (۲۰۱۹)
به معنای وسیع، هر دو مأموریت اجتماعی و مالی را ترکیب می‌کند تا مأموریت خود را در دوگانه کارایی اجتماعی و مالی به سرانجام برساند؛ در کارایی اجتماعی به دنبال بهینه‌کردن درجه استفاده از خدمات بانکی برای بهبود کیفیت زندگی افراد و در کارایی مالی در صدد استفاده حداکثری از ورودی‌های بانکی در جهت ارائه مطلوب خدمات بانکی است.	مارتینز کامپیلو ^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۰)

1. Schuster

2. Reifner

3. Clerck

4. "triple bottom line"

5. Defourny

6. Benedikter

7. Remer

8. Cornée & Szafarz

9. Reifner & Ford

10. Krause & Battenfeld

11. Martinez & Capillo

اولاف وبر^۱ (۲۰۱۱) معتقد است بانکداری اجتماعی برخلاف بانکداری معمولی، روی انتفاع اجتماعی و موضوعات زیست‌محیطی تمرکز دارد و مسئولیت اجتماعی آن در مفهوم واقعی خود دنبال می‌شود تا آثار اجتماعی بانکداری را بر بازده مالی روشن ساخته و نقشی سازنده در رفع چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی داشته باشد (Weber, 2011b). وبر در خصوص آینده بانکداری اجتماعی به شاخص‌هایی اشاره می‌کند که براساس هرکدام از آن‌ها، میزان اثرگذاری، توسعه اجتماعی، و پایداری اقتصادی نوسان پیدا می‌کند:

- ۱- اندازه بانک‌های اجتماعی؛
 - ۲- چالش‌های آینده محصولات و خدمات بانکداری اجتماعی؛
 - ۳- راهبردهای آینده برای مشتریان آینده؛
 - ۴- اندازه‌گیری تأثیر بانکداری اجتماعی؛
 - ۵- کاهش هزینه‌های معاملات؛
 - ۶- مدیریت منابع انسانی آینده؛
 - ۷- برقراری ارتباط بین حمایت اجتماعی و بازده مالی؛
 - ۸- رشد بانک‌های اجتماعی - افزایش تأثیر بدون کم‌رنگ‌شدن اخلاق (Weber, 2011a).
- جورج زیمل^۲ روی اهمیت پول و تأثیر آن بر روابط اجتماعی متمرکز شده و معتقد است جوهره اصلی وجودی بانک‌ها را پول و منابع تعیین می‌کنند و عموماً شاخص شناسایی بانک به واسطه پول است. به زعم زیمل، پول وسیله‌ای است که تقریباً در تعاملات اجتماعی افراد وارد می‌شود و نقشی تعیین‌کننده در خلق ارتباطات اجتماعی بین افراد دارد این روابط که به صورت پیوستگی‌های غیرشخصی سود-هزینه است توانایی رفتن ورای مرزهای اجتماعی و فیزیکی را دارد و همین امر باز نمود منطق محاسبه‌گر و عقلانیت سرمایه‌نگر است چراکه پول خاصیت این را دارد که موجبات جدایی منابع از جامعه شده و یا زمینه پیوند اجتماعی شود. در رویکرد زیملی، پول زمینه به حرکت درآمدن منابع در جامعه است در واقع دارایی خود تبدیل به کنش و اشتغالی در تعاملات می‌شود (Deflem, 2003).
- با عنایت به اهمیت مشکلات اجتماعی و راه‌حل مالی رفع آسیب‌های اجتماعی، در جدول (۲) برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط با بانکداری اجتماعی و یافته‌های آن‌ها ارائه شده است.

1. Olaf Weber

2. Georg Simmel

جدول شماره ۲: خلاصه پیشینه پژوهش

نتیجه	جامعه آماری	روش	محقق یا محققان
افزایش رقابت در صنعت بانکداری و تاثیر آن در شرایط ورود و خروج از صنعت بانکداری، تعداد بازیگران صنعت بانکداری و تقارن اطلاعات	متخصصان حوزه بانکداری اجتماعی	کمی- پیمایشی	پالیک (۲۰۱۸)
تمرکز بر نیازهای عموم افراد، مشارکت مشتریان و سایر ذینفعان در فرآیند تصمیم‌گیری و در بانک قرض الحسنه رسالت بیش‌تر از حد متوسط بوده است	کلیه مشتریان بانک	کمی- پیمایشی	اشجع (۲۰۱۸)
بانکداری اسلامی، بانکداری اخلاقی، بانکداری سبز، بانکداری الکترونیکی و بانکداری شبکه‌های اجتماعی از ابعاد بانکداری اجتماعی است	شاغلان شعب مرکزی شهر کرمان	کیفی- داده‌بنیاد	زنگی‌آبادی (۲۰۱۸)
تاثیر بالای شبکه‌های اجتماعی، موبایل بانک و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات بر توسعه بانکداری اجتماعی	کلیه مشتریان شعب بانک	کمی- پیمایشی	دقتی‌پور (۲۰۱۸)
اهمیت متغیرهای اعتماد، نگرش، حمایت اجتماعی، سودمندی درک شده و نفوذ اجتماعی دارای آثار میانجی در بانکداری اجتماعی و نیز سهم پذیرش از سوی کاربران در کاربرد تجارت اجتماعی در بانکداری	مشتریان بانک‌های ایران	کیفی و کمی	پوطی (۲۰۱۹)
مسئولیت اجتماعی بانک عامل اثرگذار بر رفع تضاد منافع است	مطالعات مرتبط با موضوع	کیفی	امیری و همکاران (۲۰۲۱)
مسئولیت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، معنابخشی، سرمایه‌گذاری در بخش سلامت اقتصاد، قرض‌الحسنه، تأمین مالی خرد و هم‌راستایی با تولید ملی و ارزش‌مداری، فرهنگ، نیاز به حکمرانی خوب و زیرساخت‌ها	خبرگان و مدیران ارشد بانکی کشور	ترکیبی (کیفی و کمی)	شهبازی و همکاران (۲۰۱۹)
اهمیت زنجیره ارزش و داشتن رویکرد اجتماعی بانک‌ها	خبرگان بانکی و استارت‌آپ‌های فین‌تکی	کیفی	رضایی و همکاران (۲۰۲۱)
اعتماد، احترام و رفتار متقابل ابعاد مهم کیفیت روابط برای پایداری خدمات بانکداری اجتماعی در کشورهای در حال توسعه هستند.	کشورهای در حال توسعه	کیفی	هانی و همکاران (۲۰۲۱)
- ارتباط اکوسیستمی - یافتن شرکاء در اکوسیستم بانکداری و ایده‌سازی	بانک رسالت و بانک گرامین بنگلادش	تطبیقی- کیفی	میرجلیلی و همکاران (۲۰۲۰)
کارایی اجتماعی و تعهد در اعطای وام	بانک‌های دولتی هند	کمی	مارتینز-کامپیلو و همکاران (۲۰۲۰)
مشتریان بانکداری اجتماعی تمایل زیادی به الگوهای خرید خدمات پایدار با بازده اجتماعی هستند	مشتریان سه بانک بزرگ آلمان	کمی	کراوس و بانفلد (۲۰۱۹)
آموزش، همگرایی، گسترش رقابت و ایجاد محیط رقابتی، طراحی سبد خدمات اجتماعی	کارشناسان بانکی و فناوری	کیفی و کمی	دسترنج و همکاران (۲۰۱۷)

تحلیل و واکاوی بدنه دانش بانکداری اجتماعی نشان داد پژوهش‌های انجام گرفته فاقد الگویی جامع از بانکداری اجتماعی بوده و عمدتاً پرداخت صرف کمی به موضوع داشته‌اند. ولی در پژوهش حاضر، فرآیند استقرار بانکداری اجتماعی در بانک سپه

متشکل از مداخله‌گرها، راهبردها، پیامدها و عوامل تسهیل‌کننده توصیف و تشریح می‌شوند؛ لذا نوآوری پژوهش حاضر پرداخت به موضوع بانکداری اجتماعی در یک بانک دولتی با روش کیفی و رویکرد هم‌ساخت‌گرایی چارمز (۲۰۱۴) است تا به این شیوه بتواند برای تحقق اهداف بانکداری اجتماعی در بانک سپه، الگویی جامع و فرآیندی ارائه کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش کیفی و با استفاده از نظریه داده‌بنیاد^۱ با نسخه هم‌ساخت-گرایی^۲ چارمز^۳ (۲۰۱۴) انجام شده است. چارمز از اصطلاح «هم‌ساخت‌گرایی» در برابر «برساخت‌گرایی»^۴ استفاده کرد؛ زیرا در رویکرد هم‌ساخت‌گرا، علاوه بر مشارکت‌کنندگان پژوهش، ذهنیت و درگیری محقق نیز در برساخت و تفسیر داده‌ها دخالت دارد و بر زمینه‌های اجتماعی، تعامل، دیدگاه‌های مشترک و فهم‌های تفسیری تأکید می‌شود. نمونه پژوهش شامل افرادی بود که در زمینه بانکداری اجتماعی دارای سوابق پژوهشی، دانشی، تجربی و فعالیت سازمانی بودند. چگونگی انتخاب و جذب مشارکت‌کنندگان با استفاده از راهبرد نمونه‌گیری غیراحتمالی به شیوه نمونه‌گیری هدفمند متوالی مشتمل بر نمونه‌گیری هدفمند و نظری بود که مطابق با متغیرهای زمینه‌ای همچون تحصیلات، پست سازمانی، سابقه شغلی و محل خدمت مطابق با تقسیم‌بندی خود بانک سپه در معاونت اجرایی مرکز، غرب و شرق کشور^۵ تا ۱۳ نفر نمونه‌گیری ادامه یافت و در نهایت با همین تعداد نفرات، اشباع نظری حاصل شد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در جدول (۳) آمده است.

1. Grounded Theory

2. Constructivism

3. Charmaz

4. Constructionism

5. Available from: <https://www.banksepah.ir/ModiriatEdarat>

جدول شماره ۳: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	جنسیت	تحصیلات	پست سازمانی	محل خدمت	سابقه کار (سال)
۱	مرد	کارشناسی ارشد	اعتبارات	خراسان رضوی	۲۷
۲	زن	دکتری	اداره کل بانکداری خرد	تهران	۱۹
۳	زن	کارشناس ارشد	اداره کل بازاریابی	تهران	۲۱
۴	مرد	دکتری	اعتبارات	آذربایجان شرقی	۲۲
۵	مرد	دکتری	اعتبارات	گلستان	۲۱
۶	مرد	کارشناسی ارشد	بازرس	اردبیل	۲۳
۷	مرد	کارشناسی ارشد	اعتبارات	تهران	۲۵
۸	مرد	کارشناسی ارشد	اعتبارات	خراسان رضوی	۱۸
۹	مرد	دکتری	روابط عمومی	تهران	۲۱
۱۰	مرد	کارشناسی ارشد	اعتبارات	یاسوج	۱۹
۱۱	مرد	دکتری	منابع انسانی	خراسان رضوی	۱۵
۱۲	مرد	دکتری	منابع انسانی	خراسان رضوی	۷
۱۳	زن	دکتری	تسهیلات	تهران	۱۸

در پژوهش حاضر، فرایند کدگذاری و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا ۱۲۰۲۰ صورت گرفت. مراحل کدگذاری در سه مرحله اولیه (کدهای درون‌متنی^۲ مأخوذ از واژگان مشارکت‌کنندگان و کدهای محقق‌ساخته)، متمرکز و نظری انجام شد. در کدگذاری اولیه که بیش‌ترین نزدیکی را به داده‌ها دارد، کدها در سطح کلمه به کلمه، خط به خط یا رویداد به رویداد انجام می‌شود. در مرحله کدگذاری متمرکز یا کانونی، داده‌های نزدیک به هم با فراوانی‌های مختلف در کنار هم قرار می‌گیرند و نیاز به تصمیم‌گیری درباره این مهم را دارد که کدام کدها به اندازه‌ای حساسیت نظری دارند که بتوانند داده‌ها را به صورت قوی و کامل طبقه‌بندی کنند. در مرحله سوم کدگذاری، چگونگی ارتباط کدهای متمرکز با همدیگر در جهت شکل‌دادن به نظریه نهایی عملی می‌شود تا محقق خط سیر داستان را از مقوله بانکداری اجتماعی در قالب کدگذاری نظری و چارچوب نظری ارائه کند.

1. MAXQDA 2020

2. In vivo Codes

ارزیابی کیفیت پژوهش مبتنی بر معیارهای اختصاصی چارمز شامل مقبولیت^۱، اصالت^۲، تکرارپذیری^۳ و سودمندی^۴ مفاهیم بود که جهت افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان به منظور ارزیابی برداشت‌های محققان صورت گرفت به همین منظور، برای حصول اطمینان از اعتمادپذیری، نظارت توسط مصاحبه‌شوندگان انجام گرفت؛ یعنی مقولات مربوط به کدگذاری محوری از جانب نمونه‌های پژوهش بازبینی و سپس در ارتباط با آن مقولات، اظهارنظرات مشارکت‌کنندگان دریافت و اعمال شدند. برای بررسی تطابق پاسخ‌ها یا مفاهیم موجود در ذهن مصاحبه‌شوندگان با مفاهیم مدنظر محققان، بعد از ارزیابی مقولات استخراجی توسط مصاحبه‌شوندگان و اعلام نظرات، نتایج نشان داد ۸۵ درصد توافق در خصوص مفاهیم و مقولات استخراجی در این مطالعه بین پژوهش‌گران و پاسخ‌گویان وجود دارد. ابزار پژوهش به صورت پروتکل مصاحبه متشکل از ۸ سوال باز بوده که تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از رویکرد چارمز (۲۰۱۴) در سه مرحله کدگذاری اولیه^۵، متمرکز^۶ و نظری^۷ و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا^۸ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های عمومی پاسخ‌گویان نشان داد از میان ۱۳ نفر مصاحبه‌شوندگان مورد مطالعه، ۳ نفر (۲۳٪) زن و ۱۰ نفر (۷۷٪) مرد بوده‌اند. افراد مورد مطالعه با تحصیلات دکتری به تعداد ۷ نفر (۵۴ درصد) و کارشناسی ارشد به تعداد ۶ نفر (۴۶ درصد) بوده‌اند. عمده نمونه‌های مورد ارزیابی دارای پست سازمانی کارشناس اعتبارات به تعداد ۶ نفر (۴۶٪) بوده‌اند. از طرفی، از بین ۱۳ نفر مصاحبه‌شونده، ۱ نفر (۰۸٪) دارای سابقه فعالیت کم‌تر از ۱۰ سال، ۶ نفر (۴۶٪) بین ۱۰ تا ۲۰ سال و

1. Credibility

2. Originality

3. Resonance

4. Usefulness

5. Initial coding

6. Focused coding

7. Theoretical coding

8. MAXQDA 2020

۶ نفر (۴۶٪) دارای بیش از ۲۰ سال سابقه بوده‌اند. هم‌چنین، تحلیل داده‌های کیفی در رویکرد هم‌ساخت‌گرایی برطبق دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش طی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی در جدول (۴) آمده است.

جدول شماره ۴: مفاهیم مورد شناسایی برای بانکداری اجتماعی

عوامل تسهیل‌کننده	نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کارآمد	سرمایه اجتماعی	سیاست‌های حاکمیتی و دولتی
عوامل شکل‌دهنده (زمینه یا بستر)	قوانین و سیاست‌های بانکی	نظام پاسخ‌گویی در حکمرانی مطلوب	بانکداری فرهنگ‌محور
عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد	بانکداری مبتنی بر سود	هم‌آفرینی ارزش	مدیریت مبتنی بر ارزیابی عملکرد و بازاریابی
راهبردهای مواجهه	بانکداری دیجیتال	نظام بوروکراسی عقلانی	-
پیآمدها و پسا‌پندها	آینده‌نگری برند سازمانی	بانکداری مشتری‌محور	-
مفهوم پدیده بانکداری اجتماعی	مسئولیت و تکالیف اجتماعی	بانکداری مردم‌مدار	-

عوامل زمینه‌ای تسهیل‌کننده

منظور از عوامل زمینه‌ای به شرایطی دلالت دارد که وقوع پدیده بانکداری اجتماعی را زمینه‌سازی کرده و باعث شکل‌گیری آن می‌شود. مطابق با یافته‌های پژوهش، این شرایط شامل کیفیت و کمیّت سرمایه اجتماعی، نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کارآمد و نقش سیاست‌های حاکمیتی و دولتی در بانک سپه بوده است. در توصیف آن‌چه با عنوان مقوله اصلی «سرمایه اجتماعی» نام‌گذاری شده است مشارکت‌کنندگان پژوهش، سرمایه اجتماعی را محصول (۱) مشارکت مردمی در بانکداری به صورت تمایل به پس‌انداز، افتتاح حساب، مشارکت در حساب‌های قرض‌الحسنه و غیره به همراه (۲) اعتمادسازی در نظام بانکی به صورت تعامل دوسویه بین کارکنان و مشتریان، احترام و اعتماد بین شعبات، تغییرات نگرشی در جهت خلق اعتماد، اهمیت اعتماد بین بانک و مشتریان و غیره معرفی کرده‌اند. کارشناس اعتباری بانک سپه می‌گوید: «... پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی در بانک سپه مستلزم راهبرد مردمی و استفاده از مشارکت عموم مردم است ... اهمیت توجه به گسترش امر قرض‌الحسنه و به نوعی جلب مشارکت در امر قرض‌الحسنه و رسالت اجتماعی توسط مردم باید در بین مدیران بانکی وجود داشته باشد...» (آقای ج-ز).

بازرس بانک سپه معتقد است: «... پذیرش بانکداری اجتماعی مرهون افزایش مقبولیت و وجهه اجتماعی بانک در جامعه و افزایش اعتماد مردم به بانک است...» (آقای م-خ).

کارشناس منابع انسانی می‌گوید: «... رویکرد اجتماعی بانک مستلزم استفاده از فرصت‌های همکاری و مشارکت و دستیابی به سرمایه‌های جدید و... است...» (آقای ح-ق). در کنار سرمایه اجتماعی به مثابه یکی از پایه‌های اصلی و پیشران شکل‌گیری بانکداری اجتماعی به واسطهٔ ایجاد و بسترسازی اعتمادسازی و مشارکت، مشارکت‌کنندگان پژوهش روی مقولهٔ «نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کارآمد» به عنوان یکی دیگر از محورهای موضوعی بانکداری اجتماعی متمرکز بوده‌اند که ماحصل (۱) تبلیغات به صورت شناساندن بانکداری اجتماعی، معرفی امکانات بانک سپه در رابطه با موضوعات اجتماعی، خدمات اجتماعی بانک در قالب تبلیغات و اطلاع‌رسانی، (۲) نهادینه‌سازی روابط عمومی مسئولیت‌پذیر به صورت استقرار تیم قوی رسانه‌ای، انتقال تازه‌ترین اخبار مرتبط با بانک سپه، بهره‌گیری از پیام‌رسان‌ها و معرفی آن‌ها، ورود تخصصی روابط عمومی به موضوع بانکداری اجتماعی، مسئولیت اجتماعی روابط عمومی و غیره و (۳) نقش روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی در قالب اطلاع‌رسانی برنامه‌های بانک در رابطه با خدمات اجتماعی بوده است.

کارشناس بازرسی بانک سپه می‌گوید: «... اطلاع‌رسانی خدمات اجتماعی بانک سپه یک امر مهم برای بانک بوده و همه بایستی از فعالیت‌های خدمات اجتماعی بانک مطلع گردند لذا تقویت واحد روابط عمومی بانک بعنوان سخنگوی سازمان از لحاظ چارت سازمانی بعنوان یک ضرورت می‌باشد...» (م-خ).

کارشناس اداره کل بازاریابی معتقد است: «... فعالیت بانک سپه در شبکه‌های اجتماعی قوی مرهون روابط عمومی قوی‌تری است... تا راه‌های ارتباطی با مشتریان ایجاد شده و مطابق با واقعیات جامعه و پذیرش آن انجام شود...» (س-م).

در توصیف آن‌چه با عنوان «نقش سیاست‌های حاکمیتی و دولتی بودن بانک سپه» نام‌گذاری شده است مشارکت‌کنندگان، سیاست‌های حاکمیتی و دولتی بودن بانک سپه را محصول (۱) حمایت‌های حاکمیتی به صورت حمایت‌های مالی دولت،

پیاده‌سازی انواع طرح‌ها با حمایت دولت، نقش حاکمیت در مقام تسهیل‌گر و حامی، حاکمیت در تأمین رفاه و ۲) دولتی بودن بانک سپه به صورت دولتی بودن بودجه‌ها و تأمین اعتبار، نقش اثرگذار مجموعه‌های دولتی در عملکرد اجتماعی بانک، نفوذ دولت در تعیین سیاست‌ها و اهداف بانک، سیاست‌های تکلیفی دولت، همسویی خط‌مشی بانک با سیاست‌های دولت و غیره معرفی کرده‌اند (شکل ۱).

مسئول اعتبارات بانک سپه معتقد است: «... بانک سپه در زمره بانکداری دولتی است که توانسته وظایف اجتماعی را عهده‌دار بوده... ولی چون سیاست کلان باید به حوزه اجتماعی برگردد به دلیل این که بانک قالب دولتی دارد لذا راهبردها براساس سیاست های کلان دولت از سوی مدیران انجام می‌شود...» (م-خ).

کارشناس اعتبارات بانک سپه می‌گوید: «...بانک سپه با توجه به دولتی بودن تقریباً به عنوان مجری سیاست‌های تکلیفی دولت انجام وظیفه کرده است و همیشه مدیران بانک در اجرای این سیاست‌ها پیشقدم بودند...» (ج-ز).

دیگر کارشناس اعتبارات بانک سپه معتقد است: «... به دلیل خصلت دولتی بودن بانک سپه، نفوذ دولت در معاملات بانکی، دولتی بودن منابع، و... امکان تحقق بانکداری اجتماعی با مشکلات همراه است...» (ر-ی).



شکل شماره ۱: عوامل زمینه‌ای تسهیل‌کننده (پیشران‌ها و ریشه‌ها) شکل‌گیری بانکداری اجتماعی

پدیده بانکداری اجتماعی به مثابه هسته مرکزی

منظور از پدیده کانونی یا هسته مرکزی پژوهش، بانکداری اجتماعی است که مشارکت‌کنندگان پژوهش آن را محصول ۱) مسئولیت و تکالیف اخلاقی و اجتماعی به صورت مسئولیت در قبال اقشار ضعیف و کم‌برخوردار، تحت پوشش کمیته امداد،

ارائه وام ساخت خانه، تکالیف قانونی و اعتباری و الزامات و تکالیف مرتبط با مسئولیت اجتماعی بانک سپه (۲) بانکداری مردم‌مدار به صورت مشخصه‌های بانکداری مردم‌مدار، کنش‌گران بانکداری اجتماعی، نگرش به بانکداری اجتماعی، ارائه خدمات به عموم مردم، داشتن راهبرد مردم‌مدار در گفتگوی با مردم معرفی کرده‌اند (شکل ۲).

کارشناس اعتبارات بانکی می‌گوید: «... بانک سپه در راستای رسالت‌های مالی و اقتصادی خود در تعامل با سایر نهادهای مردمی و اجتماعی و شفافیت حوزه‌های آسیب‌پذیر اجتماع گام‌های اثرگذاری برداشته است...» (ا-ب).

کارشناس اداره کل بازاریابی معتقد است: «...قبلاً موضوع جهادخودکفایی و تعاونی قالب مردمی بودن را نشان می‌داد...بانک می‌تواند دوره‌های آموزشی بگذارد تا موضوع مردم‌مدار بانک شناسایی شده و مسئولیت اجتماعی در سیاست‌گذاری کلان با آموزش انجام شود...» (س-م).

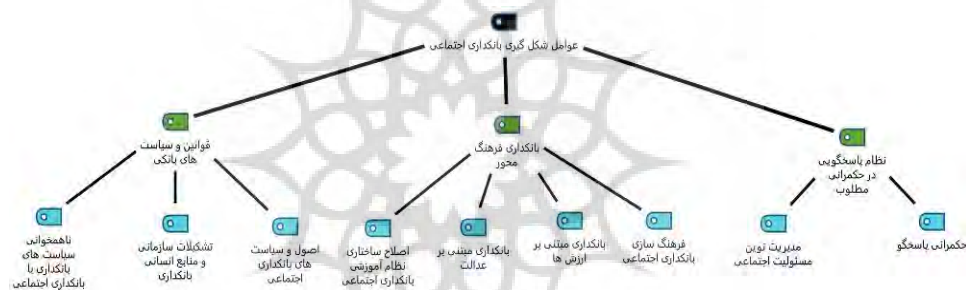


عوامل شکل‌گیری بانکداری اجتماعی به مثابه موضوع مرتبط با پدیده مرکزی عوامل شکل‌گیری بانکداری اجتماعی از نظر مشارکت‌کنندگان محصول (۱) قوانین و سیاست‌های بانکی که به صورت ناهمخوانی سیاست‌های بانکی با بانکداری اجتماعی، قوانین مرتبط با تشکیلات سازمانی و منابع انسانی در ربط با بانکداری اجتماعی، اصول و سیاست‌های بانکداری، (۲) بانکداری فرهنگ‌محور که به صورت بانکداری مبتنی بر عدالت، مبتنی بر ارزش‌ها، اصلاح ساختاری نظام آموزشی بانکداری اجتماعی و فرهنگ‌سازی بانکداری اجتماعی و (۳) نظام پاسخ‌گویی در حکمرانی مطلوب که به صورت حکمرانی پاسخ‌گو و مدیریت نوین مسئولیت اجتماعی معرفی شده‌اند (شکل ۳).

کارشناس اعتبارات بانک سپه می‌گوید: «... اهمیت ساختار فرهنگی در مأموریت بانک و حمایت فرهنگ حامی از سوی مشتریان در شکل‌گیری بانکداری اجتماعی تعیین کننده هستند...» (ع-گ).

کارشناس بازرسی بانک سپه معتقد است: «... چون منابع مالی تسهیلات ارزان قیمت از محل منابع ارزان قیمت باشد از همین رو باید مردم مشارکت در افتتاح حساب‌های قرض‌الحسنه براساس تفکر و فرهنگ‌سازی در بین مردم انجام باشد...» (م-خ).

کارشناس اعتبارات بانک می‌گوید: «...توجه به شفافیت اطلاعات مشتریان در نظام اعتبارسنجی و توجه به بازخورد رضایت مردم از کارکنان در نظام ارزیابی عملکرد... از نکات مهم در نظام حکمرانی بانکداری است...» (ر-ی).



شکل شماره ۳: عوامل شکل‌گیری بانکداری اجتماعی

عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد

عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد از نظر مشارکت‌کنندگان محصول (۱) بانکداری مبتنی بر سود که به صورت بانکداری اقتصادمحور و سودمحور بانک‌ها مورد توجه بوده و در دوسویه بانکداری اجتماعی و اخلاقی قرار دارند و در انتخاب راهبرد بانکی دخالت دارند، (۲) مدیریت مبتنی بر ارزیابی عملکرد و بازاریابی که با قالب‌های استراتژی‌های بازاریابی، بازخوردگیری از نتایج فعالیت بانکی، ایجاد و اجرای نظام سنجش مسئولیت‌پذیری و ارزشیابی رضایتمندی و (۳) هم‌آفرینی ارزش در بانکداری که به صورت خلق ارزش و همکاری‌های بانکی در جهت ایجاد و خلق ارزش افزوده اجتماعی معرفی شده‌اند (شکل ۴).

کارشناس منابع انسانی می‌گوید: «... تلاش هر یک از این بانک‌ها جهت ایجاد ارزش برای مشتریانشان سبب اهمیت پرداختن به این حیطة برای بانک سپه شده است...» (ح-ق).

کارشناس روابط عمومی می‌گوید: «... نه تنها در سیاست‌گذاری کلان بانک، بلکه بایستی در تمامی بخش‌های مختلف از جمله مدیریت، تعریف محصول و ارائه خدمت، فرایندسازی و به ویژه نحوه دستیابی بانک به منابع مورد نظر لحاظ شود...» (ع-ث).



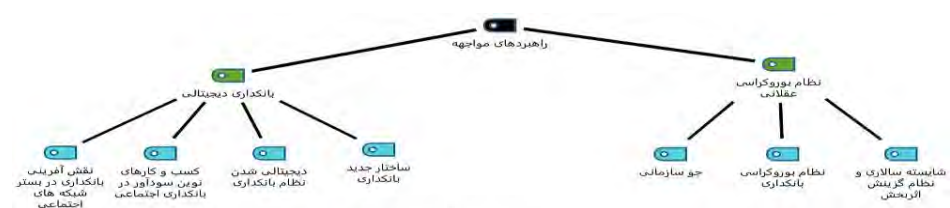
شکل شماره ۴: عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد

راهبردهای مواجهه با بانکداری اجتماعی

راهبردهای مواجهه با بانکداری اجتماعی در نزد مشارکت‌کنندگان محصول (۱) نظام بوروکراسی عقلانی که به صورت شایسته‌سالاری و عقلایی بودن نظام‌گزینش نیروی انسانی، نظام‌مندی دستگاه اداری و دیوانی بانک و فضای سازمانی چابک و (۲) بانکداری دیجیتال که به صورت ساختار جدید بانکداری، دیجیتالی شدن نظام بانکی و امورات مرتبط با آن، کسب و کارهای نوین با رویکرد انتفاع اجتماعی و نقش‌آفرینی بانکداری در بستر شبکه‌های اجتماعی معرفی شده‌اند (شکل ۵).

کارشناس روابط عمومی بانک می‌گوید: «... همگام با تغییر اکوسیستم‌های بانکی همسو با توسعه و ارتقاء فناوری‌های ارتباطی و دیجیتالی، بانک سپه هم اکوسیستم بانکداری دیجیتال را در نقطه بالای هدف‌گذاری‌ها و سیاست‌گذاری‌های خود قرار داده به نحوی که مطابق خط‌مشی‌های اتخاذ شده...» (ع-ث).

کارشناس بازرسی بانک می‌گوید: «... راه‌اندازی اپلیکشن‌های مناسب به منظور ایجاد ابزاری یکپارچه برای شناساندن بهتر و بیشتر محصولات و خدمات خود به مشتریان فعلی و آینده بانک، ساز و کار عملی خواهد شد...» (م-خ).



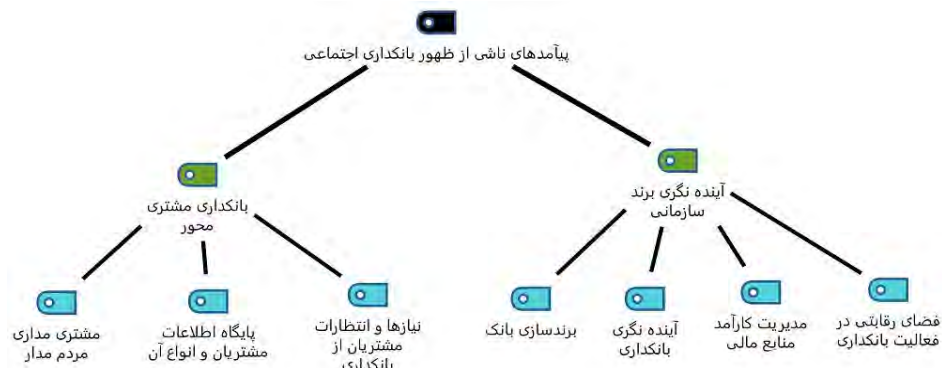
شکل شماره ۵: راهبردهای مواجهه

پیامدهای ناشی از ظهور بانکداری اجتماعی

پیامدهای ناشی از نحوه شکل‌گیری بانکداری اجتماعی و ظهور آن از نظر مشارکت‌کنندگان پژوهش محصول (۱) بانکداری مشتری‌محور که به صورت مشتری‌مداری مردم‌مدار، تهیه و تنظیم پایگاه مشتریان و سنخ‌شناسی آن با هدف جلب رضایت و حفظ و نگهداشت آن‌ها و ارزیابی نیازها و انتظارات مشتریان و (۲) آینده‌نگری برند سازمانی که به صورت برندسازی بانک به واسطه نحوه بازنمود تکالیف و رسالت اجتماعی در قبال عموم مردم، آینده‌نگری بانک از نظر ارائه خدمات، مدیریت کارآمد منابع مالی و ایجاد فضای رقابتی در فعالیت بانکداری معرفی شده‌اند (شکل ۶).

کارشناس اعتبارات بانکی معتقد است: «...ارتباط با مشتریان مهم‌ترین موضوع در بانکداری اجتماعی است... رضایتمندی مشتریان در بانکداری اجتماعی از جمله موضوعات اصلی در بانکداری است...» (ع-گ).

کارشناس اداره کل بانکداری خرد می‌گوید: «...ایجاد دسترسی آسان به خدمات مانند نصب دستگاه‌های خودپرداز در مناطق دوردست از جمله موضوعات مشتری‌مداری بانک است...» (ا-۱).



شکل شماره ۶: پیآمدهای ناشی از ظهور بانکداری اجتماعی

بحث و نتیجه‌گیری

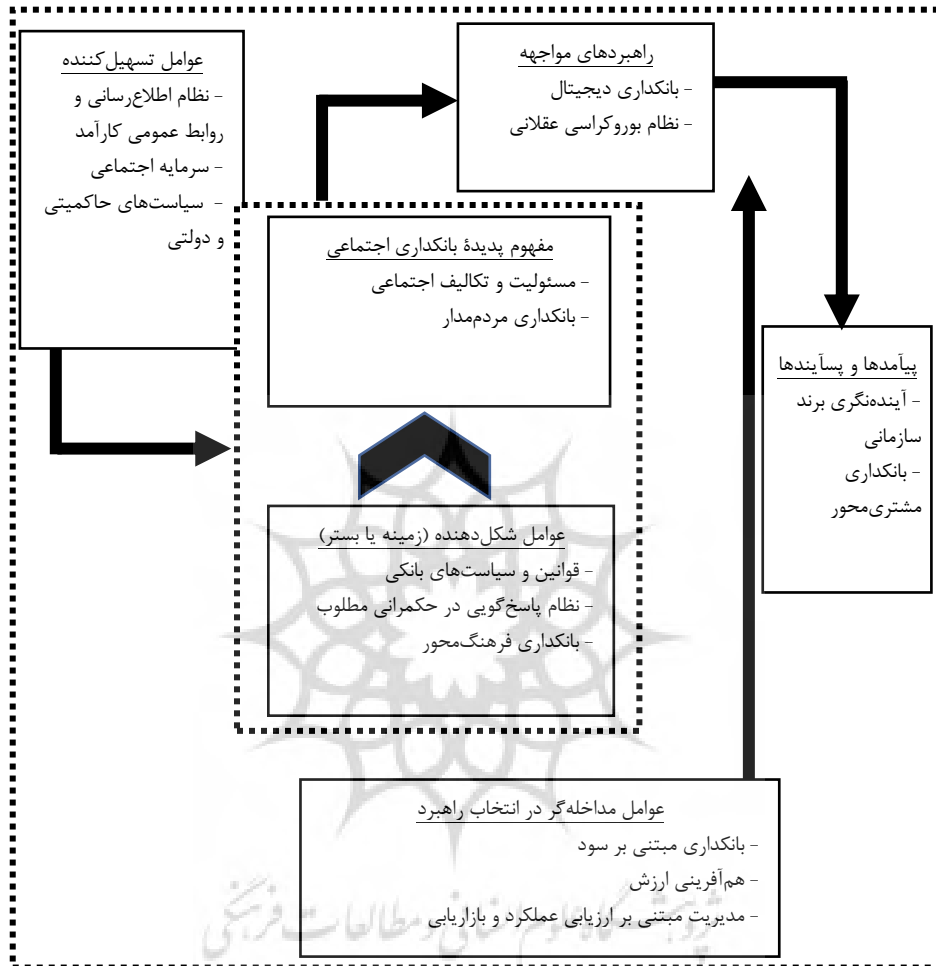
مسئولیت اجتماعی در نظام بانکداری مطابق با الزام حقوقی و اجتماعی که در پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصادی و اجتماعی جامعه دارد، یکی از موضوعات مهم در عرصه بانکداری مسئولانه به لحاظ اجتماعی است چراکه جامعه انتظار دارد به ازای ثروتی که نظام بانکی از محل سرمایه‌گذاری و پس‌انداز مردم کسب می‌کند خدماتی به اعضای ضعیف‌تر و آسیب‌پذیر یا نیازمند جامعه ارائه کند. این همان کارکرد اخلاقی و فراقضایی بانک‌ها در قالب مسئولیت اجتماعی است که سربار محسوب نشده بلکه هزینه پاک‌سازی جامعه تلقی می‌شود (Rezaeian et al., 2021).

شواهد موجود و مستندات پژوهشی در خصوص مفهوم پدیده بانکداری اجتماعی با یافته‌های برخی از پژوهش‌ها همسویی دارد (Martinez Campillo et al., 2020 Palik, 2018; Safavipour, 2018; Zangiabadi, 2018;). مضمون نظری بانکداری اجتماعی روی رسالت و تکالیف اجتماعی و مردم‌مدار بانک تمرکز دارد که در نسبت با نیازها و خواسته‌های مردم و در ربط با نیازهای اجتماعی و مشکلات جامعه تعریف می‌شود. نتایج پژوهش شهبازی و همکاران (۲۰۱۹)، رضایی و همکاران (۲۰۲۱) و دسترنج و همکاران (۲۰۱۷) روی محورهای فرهنگ، سیاست‌های بانکداری و پاسخ‌گویی حکایت از همسویی با برآیند نتایج پژوهش حاضر دارد.

در شکل‌گیری بانکداری اجتماعی (همان‌طور که در شکل ۷ آمده است)، لحاظ کردن آموزش نیروی انسانی و جامعه هدف، کار روی ابعاد فرهنگ‌سازی موضوع

بانکداری اجتماعی در ساختار تشکیلاتی بانک سپه و بازنگری در سیاست‌های بانکداری و قوانین مرتبط با آن در نسبت با رویکرد اجتماعی بانکداری در استحکام بنیان‌های پدیده بانکداری اجتماعی حائز اهمیت هستند.

تحقق بانکداری اجتماعی مرهون استقرار پیشران‌ها و تسهیل‌کننده‌های وجود اطلاع‌رسانی کارآ و روابط عمومی تخصصی با هدف جذب منابع ارزان‌قیمت برای تثبیت نظام قرض‌الحسنه و به نوعی بانکداری مردم‌مدار با حضور و مشارکت عموم مردم با هدف ایجاد انتفاع اجتماعی و عمومی است چنین امری در پیوند با اعتمادسازی و گستره آن بین نظام بانکی و مردم قرار دارد چراکه نظام روابط اجتماعی و نحوه اعتماد بینابینی در این خصوص دارای اهمیت مضاعفی برای تحکیم سرمایه اجتماعی بانک سپه تلقی می‌شود. چنین موضوعی در سیاست‌های حاکمیتی خاصه در خط‌مشی دولتی بودن بانک سپه باعث شده است تا نگاه مردم به بانک و انتظارات آن‌ها به خاطر جلوه دولتی بودن متفاوت باشد نتایج پژوهش حاضر با برخی از نتایج مطالعات و بدنه پژوهش هانی و همکاران (۲۰۲۱)، رضایی و همکاران (۲۰۲۱)، پوطی (۲۰۱۹) و اشجع (۲۰۱۸) همسویی داشته است. یکی دیگر از مؤلفه‌های اصلی در مدل پارادایم، شناسایی عوامل مداخله‌گر در شکل‌گیری بانکداری اجتماعی در نظام بانکداری سپه بود که در این خصوص مقولات محوری مرتبط با عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد به صورت بانکداری مبتنی بر سود، هم‌آفرینی ارزش و مدیریت مبتنی بر ارزیابی عملکرد و بازاریابی شناسایی شدند.



شکل شماره ۷: طرح شمانیک بانکداری اجتماعی و اجزای آن

پژوهش‌های قبلی به این نتیجه رسیدند ارتباط با مشتریان در قالب الگوهای مشارکتی و همکاری بین بانکی با هدف تأمین مالی خرد می‌تواند هم‌آفرینی ارزش‌مدار را به وجود آورد (Rahmanseresht & Sheikhi, 2020; Rahmanseresht et al., 2018) و همین امر در تحقق تأمین مالی از طریق وام‌های خرد برای محرومیت‌زدایی و خوداشتغالی مثرتر است (Safavipour, 2018; Mirjalili et al., 2020)، اقتصاد مالی نظام بانکی مستلزم سود و ارزش‌افزوده برای بانک است لذا

سیاست بانکداری سودمحور در مأموریت بانک همواره مورد توجه بوده است ولی تمرکز روی نیازهای عموم و دیگر ذینفعان باعث می‌شود بانکداری اخلاقی در دو سویه بانکداری سودمحوری خصوصی-جمعی دارای عایدات اجتماعی برای انواع جامعه هدف تلقی گردد (Ashja, 2018; Zangiabadi, 2018) همین امر در بازاریابی و ارزیابی عملکرد بانک در قبال مأموریت و تکالیف اجتماعی آن از نشانگان وضعیت عملکردی بانک است (Krause & Battenfeld, 2019; Poti, 2019) بی‌توجهی به موضوع انتفاع اجتماعی و نیز ارزش‌افزوده برای بانک، فقدان نظام ارزیابی عملکرد در کنار ضعف هم‌آفرینی با مشارکت آحاد جامعه و دیگر بانک‌ها، تحقق بانکداری اجتماعی با مشکل روبرو خواهد بود.

ماحصل دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان پژوهش به صورت مقولات محوری بانکداری دیجیتال و نظام بوروکراسی عقلانی استخراج شدند که در قالب راهبردهای مواجهه با پدیده بانکداری اجتماعی در مدل نظری ظاهر شده‌اند که نتایج پژوهش‌های دسترنج و همکاران (۲۰۱۷)، رضایی و همکاران (۲۰۲۱) و شهبازی و همکاران (۲۰۱۹) با نتایج پژوهش حاضر همسویی دارد. یکی از راهبردها به دیجیتالی‌شدن بانکداری مربوط می‌شود که در رفع موانع شکل‌گیری بانکداری اجتماعی و مواجهه منطقی با مشکلات آتی نقش مهمی خواهند داشت؛ بانک سپه با ورود به فضای شبکه‌های اجتماعی این امکان را خواهد یافت تا بسترهای شناسایی مشتریان متنوع و بازنگری در مأموریت سازمانی با واکاوی نیازها و انتظارات مشتریان فعلی و آتی را داشته باشد. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی به موضوع تسهیل‌کننده‌های تحقق بانکداری اجتماعی شامل سازکار کارآمدسازی نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی، تحکیم سرمایه اجتماعی در بانک و سیاست‌های کلان دولتی و نیز بسترهای مرتبط با بانکداری اجتماعی شامل کیفیت قوانین و سیاست‌های بانکی، پاسخ‌گویی در حکمرانی مطلوب بانکداری و فرهنگ‌سازی آن چگونه خواهد بود. بازنگری در سیاست‌های اجتماعی و فرهنگی بانکداری سپه در راستای استقرار هم‌آفرینی ارزش برای ایجاد و خلق ارزش افزوده اجتماعی می‌تواند انتفاع اجتماعی را برای اجتماع آسیب‌پذیر و اقشار بی‌بضاعت و نیز خود بانک به دنبال داشته باشد. چنین امری

می‌تواند تسهیل‌کننده سردرگمی بانکداری در دوگانه سود بانکی-سود اجتماعی و نیز تقویت مسئولیت‌پذیری و رضایتمندی متمرثمر باشد. از طرفی، اکوسیستم بانک سپه می‌تواند از راهبردهای مبتنی بر نظام‌مهندسازی بوروکراسی بانکداری سپه با بهره‌گیری عقلایی‌سازی نظام گزینش نیروی انسانی، نظام‌مندی دستگاه اداری و دیوانی بانک و فضای سازمانی چابک به همراه هوشمندسازی نظام بانکداری در بستر شبکه‌های اجتماعی استفاده کند.

برای پژوهش‌های آتی توصیه می‌شود مدل استخراجی این پژوهش در معرض سنجش کمی و پیمایش قرار گیرد تا تطبیقی با یافته‌های این پژوهش انجام گیرد. همچنین، مطالعه تطبیقی بین مدل بانکداری اجتماعی در بانک رسالت به عنوان بانک هدف و بانکداری در دیگر بانک‌ها در راستای مسئولیت و تکالیف اجتماعی آن‌ها انجام شود.

یکی از محدودیت‌های پژوهش به مشکلات جمع‌آوری داده‌های پرسشنامه در سطح کشور و در فضای بانک برمی‌گردد که دشواری‌های خاصی در اقتناع نمونه‌های پژوهش داشت. همچنین، قابلیت تعمیم یافته‌های پژوهش برای دیگر بانک‌های کشور مرتبط از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر محسوب می‌شود.

منابع فارسی

- اشجع، علی (۱۳۹۸). *آسیب‌شناسی استقرار بانکداری اجتماعی در شعب بانک قرض‌الحسنه رسالت استان اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، گروه مدیریت دانشکده علوم انسانی مؤسسه آموزش عالی راغب اصفهان، اصفهان.
- امیری، محمد؛ رادفر، رضا؛ فائزی‌رازی، فرشاد (۱۳۹۹). تحلیل نقش بانکداری اجتماعی در کاهش تضاد مالی بین بانک‌ها و بنگاه‌های تولیدی (نمونه‌کاوی: بانک قرض‌الحسنه رسالت). *فصلنامه مطالعات مالی و بانکداری اسلامی*، ۶(۱۵)، ۱۲۱-۱۴۸.
- آدینه‌فر، مجید؛ الوار، شیدا؛ جهرمی، فرزانه (۱۳۹۹). شناسایی اهداف و ویژگی‌های بانکداری اجتماعی جهت بهره‌گیری در برون‌رفت از تحریم‌ها، *اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری*، ۲۴ شهریورماه، ساری، ۱-۱۰.
- پالیک، حمزه (۱۳۹۸). *بررسی تأثیر گسترش بانکداری اجتماعی بر رقابت در صنعت بانکداری ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد گرایش تجارت الکترونیک، دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

پوطی، نسیمه (۱۳۹۹). مدل تمایل به پذیرش تجارت اجتماعی در کسب و کارهای خدمات محور با تمرکز بر بانکداری اجتماعی. رساله دکتری رشته مدیریت فناوری اطلاعات گرایش مدیریت خدمات و توسعه فناوری، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

دقتی‌پور، رضا (۱۳۹۸). شناسه‌ها و اولویت‌بندی پیش‌رانه‌های توسعه بانکداری اجتماعی در نظام بانکی بانک قرض الحسنه رسالت استان سیستان و بلوچستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش کسب و کار الکترونیک، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

رحمان سرشت، حسین و شیخی، نرگس (۱۳۹۸). هم‌آفرینی ارزش در بانکداری ایران: تحلیل عناصر و روابط خلق ارزش. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۲ (۴۶)، ۹۵-۱۲۲.

رحمان سرشت، حسین؛ خاشعی‌ورنامخواستی، وحید؛ ابراهیمی، مهدی؛ رحیمیان، مهرنوش (۱۳۹۷). مدل هم‌آفرینی ارزش راهبردی در صنعت بانکداری ایران، خلق ارزش در پارادایمی نوین، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۱ (۴۰)، ۲۷-۵۲.

رضایی، داود؛ اقدسی، محمد؛ سعیدی، فرشاد (۱۴۰۰). شناسایی انواع رویکردهای بانکداری اجتماعی و تحلیل اثرات آن‌ها بر بانک‌ها. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱ (۱)، ۲۶-۴۹.

رضائیان، علی؛ ودادی، احمد؛ ربیعی‌مندجین، محمدرضا؛ جعفری‌طاهری، حسن (۱۳۹۹). طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در نظام بانکی کشور. فصلنامه پژوهش‌های پولی-بانکی، ۱۳ (۴۳)، ۲۵-۶۸.

شاهچرا، مهشید و جوزدانی، نسیم (۱۳۹۶). نقش زنان در بانکداری اجتماعی در راستای توسعه پایدار (روش سلسله‌مراتب فازی)، دومین همایش ملی جایگاه زنان در کارآفرینی و توسعه پایدار، اصفهان.

شهبازی، مهدی؛ حصیرچی، امیر؛ سلگی، محمد (۱۳۹۹). طراحی و تبیین الگوی بانکداری اجتماعی در ایران: شناسایی پیش‌آیندها و پیامدها. مجله تحقیقات مالی اسلامی، ۱۰ (۱)، ۱۹-۶۷.

مراذاده، عبدالباسط؛ حیدریان، حامد؛ دهانی، ناصر (۱۳۹۹). بانکداری اجتماعی؛ رهیافتی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در صنعت بانکداری. ششمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه، ۲۹ آبان، تهران (۱-۱۲).

References

- Adinefar, M., Alvar, Sh., & Jahromi, F. (2019). Identifying the goals and characteristics of social banking to benefit from sanctions. *The first international conference on new challenges and solutions in industrial engineering and management and accounting*, 24 Shahrivarmah, Sari, 10-1. (In Persian)
- Amiri, M., Radfar, R., & Faezy Razi, F. (2021). Analyzing the Role of Social Banking in Reducing Financial Conflict between Banks and Manufacturing Enterprises (Case Study: Qarz al-Hasna Resalat Bank). *Quarterly Journal of Islamic Finance and Banking Studies*, 6(15), 121-148. (In Persian)
- Ashja, A. (2018). *Pathology of establishing social banking in the branches of Qarz Al-Hosneh Resalat Bank in Isfahan province*. Industrial Management

- Master's Thesis, Faculty of Human Sciences Management Department, Ragheb Isfahan Institute of Higher Education, Isfahan. (In Persian)
- Benedikter, R. (2011). Social banking and social finance. In *Social banking and social finance* (pp. 1-128). Springer, New York, NY.
- Bosheim, S. A. (2013). *Social banks and impact measurement: The cases of Charity Bank and Triodos Bank* (Master's thesis).
- Chakrabarty, K. C. (2012). *Social Banking and Finance Opportunities in Inclusion. Keynote address by Dr. KC Chakrabarty, Deputy Governor of the Reserve Bank of India*, at the 2nd FT-YES Bank International Banking Summit, 15, 2-6.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory*. sage.
- Clerck, F. D. (2009). *Ethical banking*. In *Ethical prospects* (pp. 209-227). Springer, Dordrecht.
- Cornée, S., & Szafarz, A. (2014). Vive la Différence: Social Banks and Reciprocity in the Credit Market. *Journal of Business Ethics*, 125(3), 361-380.
- Dastranj, N., Ghazinoory, S., & Gholami, A. A. (2017). Technology roadmap for social banking. *Journal of Science and Technology Policy Management*. 9(1), 102-122.
- Deflem, M. (2003). "The sociology of the sociology of money: Simmel and the contemporary battle of the classics". *Journal of Classical Sociology*, 3(1), 67-96.
- Defourny, J. (2011). From third sector to social enterprise: A European research trajectory. In *Social enterprise and the third sector* (pp. 33-57). Routledge.
- Deggatipour, R. (2018). *Identifiers and prioritization of drivers for the development of social banking in the banking system of Qarz al-Hasneh Resalat Bank of Sistan and Baluchistan province*. Master's Thesis, Department of Information Technology Management, Electronic Business, University of Sistan and Baluchistan. (In Persian)
- Deloitte (2013). Who says blacks can't be social? Become a social bank, inside and out. Available from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Financial-Services/gx-fsi-ca-who-said-bank-cant-be-social-2013-10.pdf>
- Hani, U., Wickramasinghe, A., & Kattiyapornpong, U. (2021). Reviving social banking using relationship quality dynamics in a developing country. *Journal of Strategic Marketing*, 29(7), 574-597.
- Kocornik-Mina, A., Bastida-Vialcanet, R., & Eguiguren Huerta, M. (2021). Social impact of value-based banking: Best practises and a continuity framework. *Sustainability*, 13(14), 1-40.
- Krause, K., & Battenfeld, D. (2019). Coming out of the niche? Social banking in Germany: An empirical analysis of consumer characteristics and market size. *Journal of Business Ethics*, 155(3), 889-911.

- Kubus, R., Pérez-Iñigo, J. M., & Fernández, S. G. (2020). Innovation ecosystems in banking and monetary sector: competitiveness versus sustainability. *Mercados y Negocios*, (41), 19-35.
- Lotfi Ghahroud, M., Hosseini, S., Ariannejad, A., & Partovi, E. (2020). The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Bank Reputation and Financial Performance (Case study: Iranian banks). *Journal of Economics and Environment*, 1(1).
- Martínez-Campillo, A., Wijesiri, M., & Wanke, P. (2020). Evaluating the double bottom-line of social banking in an emerging country: How efficient are public banks in supporting priority and non-priority sectors in India?. *Journal of business ethics*, 162(2), 399-420.
- Mirjalili, S. H., Baan, H., Soroosh, A., & Botshekan, M. H. (2020). Islamic Social Banking Platform (Case of Resalat Islamic Bank). *Journal of Money and Economy*, 15(1), 35-54.
- Moradzadeh, A., Heydarian, H., & Dahani, N. (2019). Social banking; An approach to developing social entrepreneurship in the banking industry. The 6th national conference on applied research in management, accounting and healthy economy in banking, stock exchange and insurance, 29 November, Tehran, 1-12. (In Persian)
- Palik, H. (2018). *Investigating the impact of the expansion of social banking on competition in the banking industry of Iran*. Master's thesis in economics, e-commerce, Faculty of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran. (In Persian)
- Poti, N. (2019). *A model of willingness to accept social business in service-oriented businesses with a focus on social banking*. Doctoral dissertation in the field of information technology management, service management and technology development, Allameh Tabatabai University, Tehran. (In Persian)
- Rahmanseresht, H., & Sheikhi, N. (2020). Value-Co-creation in Iran Banking Industry: Analysis of Value Creation Elements and Relationships. *Public Management Researches*, 12(46), 95-122. (In Persian)
- Rahmanseresht, H., Khashei Varnamkhashti, V., Ebrahimi, M., & Rahimian, M. (2018). Strategic Value Co-Creation Model in Banking Industry. *Public Management Researches*, 11(40), 27-52. (In Persian)
- Reifner, U. (2006). *Financial Literacy in Europe*, Nomos Publishers, Hamburg.
- Reifner, U., & Ford, J. (2019). *Banking for People: Social Banking and New Poverty, Consumer Debts and Unemployment in Europe-National Reports*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Remer, S. (2014). The social banking landscape in Europe. *Global Social Policy*, 14(2), 267-269.
- Rezaei, D., Aghdasi, M., & Saeedi, F. (2021). Identification of Social Banking Approaches and Analysis of Their Effects on the Bank's. *Management Research in Iran*, 25(1), 26-49. (In Persian)

- Rezaeian, A., Vedadi, A., Rabee Mandagin, M. R., & Jafari Taheri, H. (2020). Designing the Pattern of Social Responsibility in the Country's Banking System. *Journal of Monetary and Banking Research*, 13(43), 25-68. (In Persian)
- Schuster, L. (2001). *The Societal Responsibility of Commercial and Savings Banks. Banking and Social Cohesion*, C. Guene and E. Mayo (eds.). John Carpenter, Charlbury, UK. Pp. 159-163.
- Shahbazi, M., Hasirchy, A., & Solgi, M. (2020). Designing and Explaining the Social Banking Model in Iran: Identifying Antecedents and Consequences. *Islamic Finance Researches*, 10(1), 67-110. (In Persian)
- Shahchera, M., & Jozdani, N. (2016). The role of women in social banking in the direction of sustainable development (fuzzy hierarchy method). *The second national conference on the position of women in entrepreneurship and sustainable development*, Isfahan, 1-17. (In Persian)
- Weber, O. (2011a). *The future of social banking In Social banking and social finance* (pp. 15-47). Springer, New York, NY.
- Weber, O. (2011b). *Mission and profitability of social banks*. Available at SSRN 1957637.
- Weber, O. (2014). Social banking: Concept, definitions and practice. *Global Social Policy*, 14(2), 265-267.
- Zangiabadi, R. (2018). *Examining the dimensions of social banking with a data-based theorizing approach*. Master's thesis. Faculty of Management and Economics, Bahnar University of Kerman. (In Persian)



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی