



بررسی بانکداری اجتماعی در دنیا برای صنایع کوچک و ارائه راه حل چگونگی تعمیم آن در اردبیل

ناصر سیف‌اللهی^۱

وحیده ابراهیمی خراجو^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۰

چکیده

در صنعت بانکداری طیف متنوعی از فعالیت‌ها تحت عنوان اقدامات بانکداری اجتماعی معرفی شده است؛ بانک‌های اجتماعی تلاش می‌کنند در فعالیت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که موجب بهبود شرایط کل جامعه می‌گردد. سرمایه‌گذاری‌های باثبات و روش‌های وام‌دهی؛ از جمله مواردی هستند که این بانک‌ها به کار می‌گیرند تا کیفیت زندگی اجتماعی را افزایش داده و در تأمین مالی برای صنایع کوچک نقش مهمی را ایفا نمایند. اگر چه طی سالیان اخیر بانک‌ها در این زمینه مشارکت کرده‌اند؛ اما بانکداری اجتماعی رویکردی نوین در رشد صنایع کوچک می‌باشد. بنابراین مطالعه حاضر در پی بررسی بانکداری اجتماعی در دنیا برای صنایع کوچک و ارائه راه حل چگونگی تعمیم آن در استان اردبیل می‌باشد. این مطالعه از لحاظ جهت‌گیری، در دسته پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ ماهیت نیز، در گروه پژوهش‌های اکتشافی قرار می‌گیرد. همچنین به لحاظ قطعیت داده‌ها، کیفی به شمار می‌رود. روش نمونه‌گیری روش قضاوتی و هدفمند است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه خبرگان و صاحب‌نظران حوزه بانکداری است که در این میان ۲۰ مصاحبه انجام و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. نتایج به کمک نرم افزار مکس کیودا (MAXQDA) تحلیل شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با تحلیل تم انجام شده و پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری باز و محوری متن مصاحبه‌ها، چهار بعد از ابعاد بانکداری اجتماعی شناسایی شدند که عبارتند از (تأمین مالی، محیط زیست، مشتریان و جامعه) می‌باشد. و نهایتاً با بررسی‌های ادبیات پژوهشی و ارائه راهکارهای موفق بانکداری اجتماعی در دنیا؛ راهکارهای متناسب با شرایط محیط کسب و کار استان اردبیل برای صنایع کوچک واقع در شهرک‌ها و نواحی صنعتی این استان داده شد و پیشنهادهایی در این خصوص به بانک‌ها در جهت تأمین مالی این صنایع ارائه گردید.

واژه‌های کلیدی: بانکداری اجتماعی، مسئولیت اجتماعی، تأمین مالی، صنایع کوچک.

طبقه بندی JEL: E5, M1, G2, L5

۱- گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول) naser_seifollahi@yahoo.com

۲- گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران v.ebrahimi94@gmail.com

۱- مقدمه

بحران اقتصادی، افزایش فقر و بیکاری، ظهور معضلات اجتماعی و محدودیت‌های هزینه‌های عمومی، همگی منجر به بررسی و بکارگیری روش‌های نوین و جایگزین تأمین مالی به ویژه برای صنایع کوچک شده است. این شرکت‌ها به دلیل ریسک بالای سوددهی، مشکلات مدل حکمرانی و فقدان ارزیابی‌های اندازه‌گیری عملکرد، به ویژه در مورد اندازه‌گیری ارزش اجتماعی، در دستیابی به تأمین مالی با چالش‌های زیادی روبرو هستند. گزینه‌های غیر متعارف تأمین مالی می‌توانند بر اقتصاد تأثیر مثبت بگذارند و یک گزینه بالقوه مناسب برای تأمین مالی با ابزارهای متنوع خود برای توسعه شرکت‌های اجتماعی^۱ باشد (بیانکون و همکاران،^۲ ۲۰۱۸).

بانک‌ها به عنوان ابزاری برای جلوگیری از بحران‌های آینده و به عنوان مکانیسمی امنیتی برای جذب هر پی‌آمد منفی به حساب می‌آیند (سادات سلماسی و همکاران، ۱۴۰۰). نقش بانک‌ها به عنوان تسهیل‌گر و محرک چرخ‌های اقتصاد و تجارت، به عنوان نهاده‌های مولد ثروت و همچنین به عنوان فراهم‌آوردندگان خدمات برای اجتماعات محلی، ملی و بین‌المللی، بیانگر اهمیت این موسسات در به جریان اندازی حرکت فکری مسئولیت اجتماعی در کل جامعه است. بنابراین با توجه اهمیت مسائل اجتماعی در نظام بانکداری این رویکرد باعث پدید آمدن پدیده‌ای به نام «بانکداری اجتماعی»^۳ شده است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸). مسئولیت اجتماعی مفهومی است که به موجب آن سازمان‌ها به طور داوطلبانه برای بهبود وضعیت اجتماعی و کمک به داشتن جامعه‌ای بهتر و محیطی پاک‌تر تصمیم‌گیری می‌کنند (مرانی و همکاران، ۱۴۰۰). در مورد چرایی گرایش بانک‌ها به بانکداری اجتماعی تاکنون تحقیقات نسبتاً قابل توجهی انجام شده و تقریباً درک خوبی از علل مختلفی که بانک‌ها به بانکداری اجتماعی روی می‌آورند و مأموریت‌هایی که در این حوزه برای خود تعریف می‌کنند وجود دارد (بچیتی و همکاران،^۴ ۲۰۱۵؛ کوهلر،^۵ ۲۰۱۵).

بانکداری اجتماعی یکی از ابزارها جهت تأمین مالی خرد^۶ صنایع کوچک مطرح می‌شود (اسونگا و مورگان،^۷ ۲۰۲۰). بانکداری اجتماعی، ترکیبی از روندهای اجتماعی (مانند، فعالیت‌های سبز، کارآفرینی اجتماعی، وام‌دهی نظیر به نظیر و برنامه‌ریزی مالی از طریق شبکه‌های اجتماعی) با محصولات و خدمات بانکی است (رضایی و همکاران،^۸ ۲۰۲۱). با وجود اهمیت روزافزون بانکداری اجتماعی، نیاز به راهکارهای تحقق این مهم اجتناب‌ناپذیر است. مطالعات صورت گرفته در کشورهای مختلف گواه این مدعا است. امروزه مفهوم توسعه اجتماعی، مباحث جامعه مدنی، دموکراسی، عدالت اجتماعی، رفاه اجتماعی، سرمایه اجتماعی، جهانی شدن، حقوق اقلیت‌ها، یکپارچگی اجتماعی، محورهای اصلی توسعه اجتماعی را تشکیل می‌دهند (هزار جریبی و ارفعی‌مقدم، ۱۳۹۴). ارائه یک تعریف از بانکداری اجتماعی همیشه کار ساده‌ای نیست. دلیل این امر وجود رویکردهای بسیار متفاوتی

1. Social Enterprises

2. Biancone et al

3. Social Banking

4. Becchetti et al

5. Köhler

6. Micro-Financing

7. Essounga & Morgan

8. Rezaei et al

است که با عنوان «بانکداری اجتماعی» معرفی شده‌اند. منشأ این تفاوت‌های این است که در رویکردهای مختلف بر جنبه‌های متفاوتی از تغییرات اجتماعی تمرکز شده است (بندیکتر، ۲۰۱۱). سازمان ملل متحد، توسعه اجتماعی را افزایش ظرفیت نظام اجتماعی، ساختار اجتماعی، نهادها، خدمات و سیاست بهره‌گیری از منابع برای سطوح زندگی مطلوب‌تر که در معنایی وسیع‌تر در بردارنده ارزش‌هایی است که معطوف به توزیع معتبر درآمد، دارایی و فرصت‌هاست تعریف می‌کند. از سوی دیگر، جهانی شدن با مبانی توسعه و نوسازی کردن پیوند خورده است و یک حرکت رو به جلو و پیش‌رونده در جهت تغییرات سریع در ساختارهای زندگی بشری و هم‌گرایی بین جامعه جهانی تلقی می‌گردد. جهانی شدن یک بحث واقعی، فرا ملی و تاریخی است. باید به عنوان یک فرآیند فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تصور کرد که شامل ابعاد متنوع فرهنگی، تکنولوژی، سیاسی، محیطی دارد که هر یک از این‌ها دامنه‌ای از الگوها، روابط و فعالیت‌هایی را دربرمی‌گیرد (هزار جریبی و ارفعی‌مقدم، ۱۳۹۴).

مشکلات پیش‌روی اقتصاد جهان و بحران دامن‌گیر آن نشان از نارسایی‌هایی در فعالیت بانکداری دارد. بسیاری بر این عقیده‌اند بحران مالی که اروپا و آمریکا طی سال‌های اخیر پشت سر گذاشت و اثرات اجتماعی و اقتصادی همه‌جانبه‌ای بر روی مردم داشت به سبب عدم رعایت بانکداری اجتماعی و تبعیت از اصول اقتصادی آن هم به صورت نادرست و ناقص می‌باشد از این رو و ضمن در نظر داشتن اهمیت بانک‌ها در کشور و نیز تاثیراتی که اقتصاد، نوسازی و جهانی شدن جوامع می‌گذارند، الزام به رویکرد مسئولیت‌پذیری و به خاص مسئولیت اجتماعی در رسالت آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸). پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ که طی آن بانک‌های اجتماعی علی‌رغم زبان عمومی بانک‌ها موفق به افزایش نرخ سود آوری نیز شدند، محققان زیادی تلاش کردند که به تبیین مفهوم بانکداری اجتماعی و ابعاد آن بپردازند. در همین دوره توجه به مباحث مربوط به فعالیت بانک‌ها در شبکه‌های اجتماعی با رشدی روزافزون مواجه شده است. این فعالیت‌ها نیز به عنوان بانکداری رسانه‌های اجتماعی و بعضاً بانکداری اجتماعی معرفی شده‌اند (سووارنا، ۲۰۱۴).

در حال حاضر در بیشتر کشورها بانک‌های متعارف بی‌توجه به عواقب و عوارض پرداخت بسیاری از وام‌ها و بی‌هیچ دقت نظری نسبت به تأثیرات مخرب، در زمان انجام بسیاری از فعالیت‌های مالی خود صرفاً جنبه کاربردی تجهیز و تخصیص منابع را در دستور کار دارند، اما بانک‌های توسعه اجتماعی به آن دسته از افراد حقیقی و حقوقی وام اعطا می‌نمایند که پروژه‌های آنان در جهت، توسعه زیرساخت‌های بنیادین جامعه، اهداف بشردوستانه، حفاظت از محیط زیست، افزایش سطح کیفی رفاه عمومی و امنیت در جامعه و مواردی از این دست می‌باشد. بانک‌های فعلی بعضاً با هدف حفظ یا ارتقای جایگاه خود در شرایط مالی بسیار چالشی و رقابتی، مبادرت به اتخاذ روش‌های تأمین مالی غیرمسئولانه و بسیار مخاطره‌آمیز می‌نمایند، در حالی که بانک‌های اجتماعی طی بحران مالی اخیر به خوبی اثبات نمودند که چگونه با تبیین روش‌های صحیح در فرایندهای تأمین مالی و اعطای وام می‌توان در عرصه مالی و اقتصادی موفق بود (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸).

¹. Benedikter

². Suvarna

بنابراین باتوجه به اینکه؛ صنایع کوچک نسبت به تامین مالی با مشکل جدی مواجه هستند. پیامد این مسئله، تعطیلی این صنایع و یا کاهش قابل توجه میزان تولید بوده است. امروزه در کشورهای مختلف جهان سیاست‌های معطوف به گسترش صنایع کوچک، به سیاست‌های مهم و محوری تبدیل شده است و از این رهگذر پیشرفت صنایع کوچک نقش قابل توجهی در توسعه اجتماعی اقتصادی این کشورها بازی می‌کند (رضویان و رحیمی، ۱۳۸۸). پدیده بانکداری اجتماعی، موضوع نسبتاً جدیدی است که بنا به اقتضای شرایط محیط کسب و کار ایران می‌تواند یکی راهبرد نوین، اثربخش و کارا برای تامین مالی کسب و کارهای کوچک در ایران و به ویژه استان اردبیل به شمار آید. بازار بانکداری اجتماعی یک زیرمجموعه کوچک اما به سرعت در حال رشد از بخش بانکداری جهانی است. بانکداری اجتماعی بخشی از خدمات بانکی است که منحصراً بر معیارهای عملکرد اقتصادی متمرکز نیست، بلکه ابعاد اهداف اکولوژیکی و اجتماعی را در یک سطح برابر دنبال می‌کند (کروس و بتنفلد^۱، ۲۰۱۹).

و نهایتاً، مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای در سطح جهانی و رو به افزایش در میان دولت‌ها و مدیران بنگاه‌ها مبدل گشته است. گرچه صنعت بانکداری برای مدت طولانی، بخشی با تأثیرات منفی زیست محیطی و اجتماعی ناچیز و قابل چشم‌پوشی در نظر گرفته می‌شده است، اما در سال‌های اخیر، مدیران ارشد موسسات مالی به وسعت دامنه فعالیت‌های اجتماعی در موسسات خود پی برده‌اند و دریافته‌اند که بانک‌های فعلی نیز این مهم را می‌بایست به عنوان یکی از اصول بنیادین در زمینه تعامل با مشتریان خود در نظر داشته باشند. لذا شاید بتوان عنوان نمود که بانک اجتماعی توسعه محور، رویکردی مدرن در بانکداری می‌باشد که فرایندهای اعتباری و مالی را استاندارد می‌سازد. شایان ذکر است که در اصول اساسی این مدل کسب و کار بانکی چهار رکن را به عنوان شاخص اصلی در نظر گرفته‌اند که عبارتند از: ۱. انصاف، ۲. شفافیت، ۳. پاسخگویی و ۴. مسئولیت پذیری، که این ویژگی‌ها فراتر از مرزهای ساختارهای متنوع فرهنگی، حقوقی، اقتصادی و غیره کشورها مطرح است. از طرفی دیگر همانطوری که اشاره گردید در بانک توسعه اجتماعی هر فعالیتی انجام می‌گیرد بر پایه خلق بازدهی اجتماعی است، نتیجه‌ای که در آن سود حاصل از فعالیت‌ها و مبادلات پولی به هدف نهایی بلکه پیش نیاز رسیدن به مقاصد بالاتر است. از این رو بانک‌ها با برخورداری از دانش و تخصص در مدیریت مالی می‌توانند بزرگترین تاثیر را در رشد و توسعه کشور ایفا نمایند (نجفی و همکاران، ۱۳۹۴). از این منظر، پژوهش حاضر به دنبال یافتن راهکارهای موفق بانکداری اجتماعی در دنیا و ارائه راهکارهای متناسب با شرایط محیط کسب و کار استان اردبیل برای صنایع کوچک واقع در شهرک‌ها و نواحی صنعتی این استان می‌باشد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- بانکداری اجتماعی

بانک‌ها شریان حیاتی هر کشور محسوب شده و به عنوان نهادهای مالی دارایی‌ها را از منابع گوناگون جمع‌آوری کرده و در اختیار بخش‌هایی قرار می‌دهند که به نقدینگی نیاز دارند (ابولحسنی و همکاران، ۱۴۰۰). به گفته گارتنر، «بانکداری اجتماعی ترکیبی از روندهای اجتماعی، مانند شیوه‌های سبز، کارآفرینی اجتماعی، وام‌دهی

^۱. Krause & Battenfeld

همتا و برنامه‌ریزی مالی از طریق شبکه‌های اجتماعی، با محصولات و خدمات بانکی است» (کوگنیزات،^۱ ۲۰۱۴). برخلاف رویکرد سنتی، یک بانک اجتماعی تشخیص می‌دهد که دستیابی به اهداف اجتماعی مستلزم تعدیل گسترده با نحوه انجام کسب‌وکار توسط سازمان است. انتقال به مدل کسب‌وکار اجتماعی به معنای ایجاد قابلیت‌های مورد نیاز برای پردازش بینش از کانال‌های اجتماعی، تعامل و تعامل با مشتریان، پاسخگویی به نیازهای آن‌ها و شناسایی و اقدام بر روی فرصت‌های اجتماعی است (دلویت،^۲ ۲۰۱۴). دانش بانکداری اجتماعی چیز عجیبی و پیشرفته نیست. در واقع ایده بانکداری اجتماعی در اصل به کشورهای در حال توسعه مانند هند بازمی‌گردد. اما بدیهی است که باید متناسب با بافت کشور طراحی شود و ساختار منحصر به فردی وجود ندارد که بتوان آن را کپی کرد. اگر بانک‌ها می‌خواهند از تمام پتانسیل‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند، باید فراتر از ابزارهای شهرت الکترونیکی، بر این شبکه‌ها تمرکز کنند و باید با استفاده از بینش داده‌های اجتماعی به دنبال جلب مشارکت مشتریان و پیش‌بینی رفتار آن‌ها باشند (آکسننتور،^۳ ۲۰۱۱).

گارتنر در بانکداری اجتماعی به سه روند اشاره می‌نماید (نیتوسی،^۴ ۲۰۱۵). در روند اول به رابطه بانک و محیط زیست اشاره می‌کند که بانک‌ها با عملیات داخلی خود ممکن است باعث قطع درختان و افزایش انتشار گازهای گلخانه‌ای شود. که بانکداری دیجیتال یک راه حل ایده آل جهت کاهش این آسیب‌های زیست‌محیطی قلمداد می‌شود (یپ و بوکن،^۵ ۲۰۱۸). همچنین بانک با سرمایه‌گذاری و یا تأمین مالی طرح‌ها، پروژه‌ها و بنگاه‌ها باعث اثرات زیست‌محیطی می‌گردد (ریسالواتو و همکاران،^۶ ۲۰۱۹). بنابراین بانکداری اجتماعی به هر دو نوع تأثیر توجه داشته و آن‌ها را در سیاست‌های خود لحاظ می‌کنند (ژیخیا و همکاران،^۷ ۲۰۱۸). همزمان این روند در اقصی نقاط دنیا با مفاهیمی نزدیک به هم توسعه یافته و موجب رشد و توسعه بانک‌هایی شد که مفاهیم بانکداری اخلاقی را پیش می‌برند. در دهه هشتاد بانکداری اجتماعی یکی از بزرگترین روندهای بانک‌ها در اروپا بوده است (بنندیکتر،^۸ ۲۰۱۱).

در روند دوم به ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی توجه می‌کند. حال کسب‌وکار اجتماعی یک فعالیت اقتصادی است و در آن کسب درآمد تا حدی که بتواند هزینه‌ها و ریسک‌های کسب‌وکار را پوشش داده و باعث پایداری آن به منظور تحقق هر چه بیشتر اهداف مسئولانه گردد لازم است (گرو و بریگ،^۹ ۲۰۱۴). بارزترین نمونه کارآفرینی اجتماعی، تأمین مالی خرد است. بانک‌های اسلامی را می‌توان به عنوان نوعی از بانک‌های دارای این رویکرد به حساب آورد (حمیدی و وورسینگتون،^{۱۰} ۲۰۱۸). هر چند مفهوم بانکداری اسلامی قدیمی تر از بانکداری اجتماعی است اما می‌توان آن را به عنوان یکی از منشأهای اولیه شکل‌گیری این روند به حساب آورد. به طور

¹. Cognizant

². Deloitte

³. Accenture

⁴. Nişescu

⁵. Yip & Bocken

⁶. Risalvato et al

⁷. Zhixia et al

⁸. Benedikter

⁹. Grove & Berg

¹⁰. Hamidi & Worthington

خاص، مفهوم قرض الحسنه که در بانک‌های اسلامی وجود دارد، همسو با ارزش‌های بانک‌های اجتماعی است که بیشتر متوجه فقرا و اقشار کم درآمد هستند (نبی و همکاران،^۱ ۲۰۱۷). نزدیکی و ارتباط مستمر و دائمی با اقشار کم درآمد که قصد اخذ وام را دارند از جمله خصوصیات بانکداری اجتماعی است که اولاً: آن‌ها را در شناسایی مستحقین وام یاری می‌نماید. ثانياً: در ارزیابی میزان اعتبار شخص وام‌گیرنده و توانایی وی در بازپرداخت وام کمک می‌کند و در نهایت پس از اعطای وام چگونگی استفاده از آن را روشن می‌سازد. به‌عبارت‌دیگر، احتمال بروز مشکلاتی از قبیل کژگزینی و کژمشی کاهش می‌یابد. در زمینه اخذ وثیقه بانکداری اجتماعی از ساز و کارهای فشار گروهی و فرایند تشکیل گروه جهت تضمین بازپرداخت وام‌ها از اقشار کم‌درآمد استفاده می‌کنند (ابراهیمی و باغستانی میبیدی، ۱۳۹۰). در گرامین بانک، وام‌ها فقط به گروه‌های متشکل از ده الی بیست عضو پرداخت می‌شود و در نتیجه کل گروه طرف حساب بانک به حساب می‌آید. هر عضو از این گروه‌ها که معمولاً شغل مشابهی (مانند کشت غلات، تولید صنایع دستی یا نظایر آن) را انجام می‌دهند، طرح تجاری و شیوه کسب‌وکار خاص خودش را دارد، ولی اگر یک یا تعداد بیشتری از این افراد در بازپرداخت اقساط وام قصور کنند، تعهد جمعی به عنوان ضامن برای بانک عمل می‌کند. تا آنجایی که حتی اگر پروژه یک فرد شکست بخورد و برخی از قرض‌گیرندگان قادر به بازپرداخت نباشند، هنوز امکان دارد کل گروه، بدهی را مدیریت کند. از دیدگاه اقتصادی نیز این روش بانک را از تحت نظر گرفتن جداگانه تک تک قرض‌گیرندگان بی‌نیاز می‌کند؛ چرا که خود اعضای گروه، یکدیگر را تحت نظر می‌گیرند و برای این کار انگیزه لازم را دارند (یونس و همکاران،^۲ ۲۰۱۰). روند سوم نیز ارائه خدمات مالی و پیدایش بانک‌های دیجیتالی است (عزیزی،^۳ ۲۰۱۶). بانک‌ها می‌توانند به وسیله تصویر مناسبی که از طریق حضور در رسانه اجتماعی در ذهن افکار ایجاد می‌نماید، برندشان را بهبود بخشند. درخواست مشتریان به دسترسی سریع و آسان به خدمات بانکی، بانک‌ها را مجبور کرده است که بر یک ارتباط براساس مدل بانکی معطوف به کانال‌های اجتماعی تمرکز کنند (هازاریکا و راج،^۴ ۲۰۱۴). البته لازم به ذکر است که فعالان این روند تنها بانک‌ها نیستند و انواع مختلفی از فین‌تیک‌ها نیز در سال‌های اخیر وارد این حوزه از خدمات مالی شده‌اند (پاینده و همکاران،^۵ ۲۰۲۱). فین‌تیک، یک صنعت مالی جدید است که با بکارگیری فناوری فعالیت‌های مالی را بهبود می‌بخشد (اسکوفل،^۶ ۲۰۱۶). و نهایتاً ادغام روندها، حرکت به سمت بانکداری اجتماعی شکل می‌گیرد (رضایی و همکاران،^۷ ۲۰۲۱).

¹. Nabi et al

². Yunus et al

³. Azizi

⁴. Hazarika & Nag

⁵. Payandeh et al

⁶. Schueffel

⁷. Rezaei et al

همانطور که در داستان‌های مالزی و مصر اشاره شده است، ایده ارائه کمک‌های مالی برای توسعه اجتماعی - اقتصادی از دهه ۱۹۶۰ آغاز شده است. تنها دو دهه بعد، مفهوم بانکداری اجتماعی به عنوان یک سیستم بانکی جدید در غرب معرفی شد (مایو،^۱ ۲۰۰۱؛ رلانیو،^۲ ۲۰۱۱).

سایرالی^۳ (۲۰۰۷) کشف کرد که یک دهه دیگر طول کشید تا سیستم بانکداری اجتماعی به طور گسترده در ایالات متحده، اروپا و بقیه جهان گسترش یابد. این سیستم بانکی منحصر به فرد یک مرکز تامین مالی جامعه است که سودآوری را از طریق بازده مالی و اجتماعی اندازه گیری می‌کند. تعریف بانک اجتماعی بر اساس وبر و دوان^۴ (۲۰۱۲)، رلانیو^۵ (۲۰۱۱)، وبر و رمر^۶ (۲۰۱۱)، مایو^۷ (۲۰۰۱): عملکرد مؤسسات مالی که اولویت را به نتایج اجتماعی و تأثیر مثبت فعالیت‌های مالی خود بر جامعه، محیط زیست، فرهنگ و/یا توسعه پایدار می‌دهد. همانطور که در گارتنر^۸ (۲۰۰۹)، «بانکداری اجتماعی: همه چیز درباره پول و تمرکز مشتری است» گزارش شده است (مهدنور و همکاران،^۹ ۲۰۱۶)، بانکداری اجتماعی بیش از این‌ها را در نظر می‌گیرد: رویکردهای نوظهور برای بانکداری خرده فروشی که سپرده گذاری، وام دهی و ارتباطات بین سپرده گذاران، وام گیرندگان و مؤسسات مالی را شفاف می‌کند. ریشه‌های آن در گرایش‌های اجتماعی/مصرف‌کننده، از جمله مسئولیت اجتماعی و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی، و روندهای مالی و بانکی، مانند شبکه‌های اجتماعی مالی، تامین مالی خرد و مدیریت مالی شخصی است. در همین حال، دکلرک^{۱۰} (۲۰۰۹) بر سه عنصر اساسی در تعریف بانکداری اجتماعی تأکید کرد: (۱) خط پایین سه گانه (مردم، سود، سیاره)؛ (۲) حداکثر شفافیت؛ و (۳) توسعه انسانی. به طور خلاصه، هدف بانکداری اجتماعی تنها به حداکثر رساندن سود نیست، بلکه تامین نیازهای توسعه‌ای جامعه در ارتقای جایگاه اجتماعی و ارتقای سطح زندگی آنهاست (تیلاکارانتا،^{۱۱} ۱۹۹۳). از این رو، مشتریان هدف گروهی هستند که از نظر مالی و اجتماعی محروم شده‌اند که شامل زنان، اقلیت‌های قومی و افراد کم درآمدی می‌شود که معیارهای مالی سیستم بانکداری اصلی را برآورده نمی‌کنند (سایرالی^{۱۲}، ۲۰۰۷).

علاوه بر این، بانکداری اجتماعی باید الزامات اخلاقی استانداردهای مالی را برآورده کند تا در بازار رقابتی مالی منحصر به فرد و انعطاف پذیر بماند. بنابراین، نیروهای پویای رویه‌های بانکداری اجتماعی تسلیم پیوند بین بانکداری برای گروه‌های محروم از نظر مالی و اجتماعی و بانکداری با رفتارهای اخلاقی می‌شوند. در واقع، عملکرد بانکداری اجتماعی در سراسر جهان به این دو گروه تقسیم می‌شود. تعدادی از بانک‌ها در کشورهای غربی مانند Alternative Bank Schweiz (سوئیس)، Banca Popolare Etica (ایتالیا)، Ekobanken (سوئد)،

¹. Mayo

². Relaño

³. Sairally

⁴. Weber and Duan

⁵. Relaño

⁶. Weber and Remer

⁷. Mayo

⁸. Gartner

⁹. Mohd Nor et al

¹⁰. De Clerk

¹¹. Tilakarantna

¹². Sairally

Spare Bank (نروژ)، GLS Gemeinschafts Bank (آلمان)، بانک Merkur (دانمارک)، Shore Bank (ایالات متحده)، Societefinanciere de la NEF (فرانسه)، و Triodos Bank (هلند) (بنکدیکتر،^۱ ۲۰۱۱؛ وبر و داو، ۲۰۱۲؛ وبر و رم،^۳ ۲۰۱۱) مسئولیت اجتماعی، اخلاقی، شفافیت و تصاویر پایداری را ترویج کرده‌اند. در آسیا، بنگلادش و هند مانند بانک BRAC و بانک گرامین (هاشمی،^۴ ۱۹۹۷) و بانکداری اجتماعی هند بانکداری را برای فقرا اجرا کرده‌اند (بورگس و پاندا،^۵ ۲۰۰۵).

۲-۲- تامین مالی صنایع کوچک

تأمین مالی همواره یکی از چالش‌های اساسی ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای نوپا بوده است (اسکندری و همکاران، ۱۴۰۰). شرکت‌های کوچک و متوسط نیز نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایفا کردند، زیرا آن‌ها اشتغال و محصولات جدید را برای کشورها فراهم می‌کنند و می‌تواند برای خرده مالکان دسترسی به بازارهای پایدار با سودآوری بالاتر را فراهم کنند (دگیلو و همکاران،^۶ ۲۰۲۱). شرکت‌های کوچک و متوسط تا حد امکان ساختار یافته‌اند تا فرصت‌های بازار را برای تولیدکنندگان ایجاد کنند. از آنجایی که شرکت‌های کوچک و متوسط در محیط نهادی مشابه تولیدکنندگان خرد زندگی می‌کنند، فلذا می‌توانند به عنوان واسطه‌های بالقوه و قابل اعتمادی بین تولیدکنندگان خرده‌مالک و شرکت‌های (بزرگ) در کشورهای توسعه‌یافته باشند (آدکامبی و همکاران،^۷ ۲۰۱۵). صنایع کوچک و متوسط تمایل دارند نرخ رشد بالایی را نسبت به سازمان‌های بزرگ داشته باشند، اما در این مورد چندان موفق نیستند. بزرگترین مانع بر سر راه صنایع کوچک و متوسط عدم دسترسی به منابع کافی است (کارجالاین و کمپاین،^۸ ۲۰۰۷). یکی از موارد مهم و اساسی برای ایجاد هر کسب‌وکار سرمایه و منابع مالی است. کمبود سرمایه و عدم دسترسی به منابع مالی از جمله بزرگ‌ترین مشکلاتی است که شرکت‌های کوچک و متوسط با آن مواجه هستند. روش‌های متفاوتی برای تأمین منابع مالی فعالیت‌های تجاری وجود دارد که بانک‌ها و موسسات مالی مختلف می‌توانند از آن‌ها برای تأمین مالی شرکت‌ها استفاده نمایند، و یکی از پیش‌شرط‌های اساسی موفقیت در کسب‌وکار، دسترسی به منابع مالی کافی، مدیریت صحیح منابع مالی و استفاده بهینه از آن است (پارک و پونیس،^۹ ۲۰۰۱). بنابراین یکی از محدودیت‌های جدی برای رشد و توسعه این واحدها، نوع و نحوه تأمین مالی آن‌ها است. زیرا مانند بنگاه‌های بزرگ از ضمانت مالی کافی برخوردار نیستند. در واقع دسترسی به دارایی‌های مالی برای بنگاه‌های کوچک بسیار دشوار است و نهادهای مالی و قانونی مانند بانک نقش مهمی در رابطه با این محدودیت بازی می‌کنند. بنابراین می‌توان بیان کرد که

¹. Benedikter

². Weber & Duan

³. Weber & Remer

⁴. Hashemi

⁵. Burgess & Pande

⁶. Dagbelou et al

⁷. Adekambi et al

⁸. Karjalainen & Kempainen

⁹. Park & Pincus

بزرگ‌ترین مانع بر سر راه بنگاه‌های کوچک و متوسط، عدم دسترسی به سرمایه کافی است (تامبونان،^۱ ۲۰۱۱). به طور کلی برای تشکیل و تمرکز منابع مالی یا سرمایه در سطح بنگاه‌های اقتصادی، دو طریق عمده وجود دارد که عبارتند از بدهی‌ها و حقوق صاحبان سهام. بنابراین سه منبع اصلی تأمین مالی کوتاه مدت به ترتیب اهمیت در بنگاه‌های اقتصادی عبارتند از: اعتبارات، استقراض از بانک و اسناد تجاری. از طرف دیگر چهار منبع اصلی تأمین مالی میان مدت و بلندمدت به ترتیب اهمیت در بنگاه‌های اقتصادی نیز استقراض از بانک‌های تجاری، انتشار و عرضه اوراق بهادار به عموم، انتشار و عرضه اوراق بهادار به صورت محدود و سایر منابع است (شعبانی، ۱۳۸۰). بنابراین، تمرکز سرمایه با منابع مالی در سطح بنگاه‌های اقتصادی از نظر محل منبع تأمین‌کننده به دو دسته تأمین مالی داخلی (منظور از داخل، درون بنگاه اقتصادی است) و تأمین مالی خارجی (منظور از خارج، خارج از بنگاه اقتصادی است) تقسیم می‌شود. بنابراین روش‌های ارائه شده در فوق، برای تأمین مالی بنگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، بنگاه‌های کوچک و متوسط، با توجه به اندازه محدود و در نتیجه اعتبار پایینی که دارند، دسترسی کمتری به بازارهای مالی نسبت به بنگاه‌های بزرگ دارند؛ زیرا واحدهای بزرگ معمولاً دارای سود تضمین شده بیشتر و صرفه‌های ناشی از مقیاس در فعالیت‌ها هستند؛ بنابراین، بیشتر از جانب بازار مالی مورد توجه قرار می‌گیرند. این محدودیت‌ها برای بنگاه‌های کوچک و متوسط بسیار جدی است و منجر به نزول توانایی فعالیت این واحدها می‌شوند. باید گفت که عامل اصلی در محدودیت تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط تنها قوانین سخت‌گیرانه نیست، بلکه مشکل اصلی زمانی مطرح می‌شود که دسترسی به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه با توجه به اندازه محدود بنگاه با مشکل مواجه می‌شود. بحث تأمین مالی در این واحدها یکی از مباحث مهم برای راه‌اندازی، گسترش فعالیت، توسعه محصولات جدید و سرمایه‌گذاری برای امکانات تولید و با کارکنان جدید است. تأمین مالی در این بنگاه‌ها معمولاً به فعالیت‌های آن بخش و چرخه رشد آن بستگی دارد. به منظور رشد، یک بنگاه باید بتواند به حقوق صاحبان سهام و بدهی‌ها تکیه کند. بنابراین این بنگاه‌ها همانند هر بنگاه دیگری دارای یک چرخه رشد مالی هستند که به منابع مالی برای رشد و شکوفایی نیاز دارند. حقوق صاحبان سهام سهم بیشتری در کاهش ریسک سرمایه‌گذاری بنگاه‌های کوچک و متوسط دارند که شرایط را برای دسترسی به منابع مالی خارجی (خارج از بنگاه) برای بنگاه فراهم می‌کنند. کمیسیون اروپا (۲۰۰۱) در مورد بنگاه‌های کوچک و متوسط اعلام کرد که در میان منابع تأمین مالی خارجی، بنگاه‌ها اغلب از وام‌ها و اعتبارات بانکی و لیزینگ استفاده می‌کنند. با این شرایط، اکثر بنگاه‌های کوچک و متوسط برای تأمین مالی به شدت به وام‌های بانکی و اعتبارات بانکی (نظیر چک) وابسته هستند. در بسیاری از کشورها مانند آلمان، ایتالیا و اتریش بنگاه‌های کوچک و متوسط کم‌تر بر سرمایه خود متمرکز می‌شوند و بیشتر به وام‌های بانکی روی می‌آورند، در حالی که در فرانسه، بلژیک، استرالیا و پرتغال، حدود ۳۹ تا ۴۲ درصد از تأمین مالی از منابع خارج از بنگاه است. این تفاوت‌ها را می‌توان در تفاوت در نظام‌های مالیاتی، سیستم‌های مالی و چارچوب‌های حقوقی

^۱. Tambunan

(از جمله، حداقل سهام مورد نیاز برای شروع فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط) نسبت داد (بالینگ و همکاران،^۱ ۲۰۰۹).

۲-۳- چالش‌های پیش‌روی نظام بانکداری اجتماعی در ایران

همانطور که به مزایای بانکداری اجتماعی اشاره شد، رویکرد جدیدی از بانکداری است که همه بانک‌داران و مجموعه‌های اقتصادی را برای تصمیم‌گیری راهنمایی می‌کند و دفترهای اقتصادی و اجتماعی را با هم 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 می‌کنند و در عین حال که پاسخ‌گویی به نیازهای واقعی امروز مدنظر است، پایداری و دوام اجتماعی، فرهنگی و زیست‌بومی جامعه را نیز مورد توجه قرار می‌دهد (محمدرزندی و طباطبایی مزدآبادی، ۱۳۹۶). فلذا مفهوم بانکداری اجتماعی به عنوان یک مفهوم جدید در ایران هنوز به یک دغدغه جدی برای مسئولین و مردم تبدیل نشده و تنها برخی بانک‌ها در سطح محدود در این زمینه فعالیت می‌کنند. این در حالی است که در کشورهای پیشرفته به عنوان یک پارادایم فکری غالب وجود دارد. از دلایل مهم این امر چالش‌هایی است که پیش‌روی نظام بانکی ایران در سال‌های پس از انقلاب اسلامی در بخش‌های اقتصادی کشور بوده است. به طور کلی می‌توان این چالش‌ها را به دو دسته کلی تقسیم نمود که عبارتند از:

الف) محدودیت‌هایی که با تحریم‌ها ایجاد شده و نظام بانکی در تعامل با بانکداری بین‌المللی به علت این محدودیت‌ها، مبادلات و تراکنش‌های مالی را با هزینه بالاتری انجام می‌دهد. قطع همکاری بین‌المللی نظام بانکی مشکلاتی از جمله، عدم امکان افتتاح و نگهداری حساب‌های ارزی، وقفه در نقل و انتقالات ارزی واردات و صادرات کالا و خدمات، عدم امکان تبدیلات ارزی، خرید و فروش اوراق قرضه و سپرده‌گذاری نزد بانک‌های کارگزار را به دنبال دارد. عدم امکان استفاده از ارزهای جهان و متعاقب آن، نگهداری ذخایر ارزی به چند ارز در چند کشور محدود منجر به افزایش ریسک و هزینه‌های عملیاتی می‌گردد. همچنین شاهد معضلات مربوط به تخریب زیرساخت‌های مالی و بانکی کشور، مشکلات فناورانه ناشی از ضعف علمی و فنی نیروی انسانی و مشکلات فنی و نرم‌افزاری بانک‌ها و نهادهای مالی به برداشتن تحریم‌ها در رفع محدودیت‌ها مؤثر بوده و با حضور نظام بانکداری در فضای بین‌المللی، اجبار و بشر مناسب جهت رفع این مسائل در میان‌مدت تا بلندمدت بوجود می‌آید (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸).

ب) دسته دوم از معضلات نظام بانکی که از اهمیت بیشتری برخوردار است. مربوط به مشکلات ساختاری بانک‌ها و بانک مرکزی است که قبل از تحریم‌ها هم وجود داشته و ربطی به تحریم‌ها ندارند؛ شامل مشکلات داخلی ساختار محبوب و شکننده نظام بانکی و رابطه بین دولت، نظام بانکی و بانک مرکزی و مشکلات بین‌المللی است. اهم این دسته از مشکلات عبارتند از: ۱. تنوع عملیات و ابزارهای تأمین مالی بانک‌ها و نهادهای مالی به اندازه موردنیاز نیست و این ابزارها باید حداقل در کوتاه‌مدت نیاز بانک‌های خارجی را در دوره پس از تحریم برآورده نمایند. ۲. تأمین مالی در کشور بانک‌محور بوده و نظام مالی از عمق کافی برخوردار نیست. ۳. بانکداری

^۱. Balling et al

مجازی در نظام بانکی ایران توسعه نیافته است و در بانک‌ها تعدد شعب وجود دارد، بنابراین هزینه‌های جاری افزایش یافته است. ۴. در بعد ساختاری و سازمانی، استقلال نسبی میان مقام ناظر و شبکه بانکی وجود دارد؛ اما عدم شفافیت نهادهای تأثیرگذار در تصمیمات پولی و بانکی، از جمله هیئت انتظامی بانک‌ها و نیز کمیسیون‌های تخصصی بانک مرکزی، تاحدودی موجب کاهش استقلال ساختاری ناظر (بانک مرکزی) شده است. در بعد مالی، بررسی قوانین مربوط به حقوق و مزایای ارکان بانک مرکزی، به‌ظاهر نشان‌دهنده استقلال مالی مقام ناظر است اما دقت در صورت سود و زیان بانک مرکزی می‌تواند استقلال مالی مقام ناظر را مختل نماید. که کاهش استقلال و اقتدار بانک مرکزی سبب بی‌ثباتی و افزایش فساد در بازار پولی و بانکی می‌گردد که قطعاً به دلیل سهم قابل توجه نظام بانکداری اجتماعی در این بازار، تحت تأثیر مضرات آن قرار خواهند گرفت (پرهیزکاری و روحانی، ۱۳۹۴). ۵. نرخ‌های سود بانکی برخی از سال‌ها بدون توجه کافی به شرایط اقتصادی به صورت دستوری تعیین شده‌اند. از دیگر نقاط ضعف و آسیب بسته‌های پولی در زمینه نرخ‌های سود بانکی این است که این نرخ‌ها برای یک دوره یکساله تعیین می‌شوند (حیدری، ۱۳۹۵). با توجه به تکیه بانک‌ها بر سود تسهیلات اعطائی و سپرده‌گذاری و سرمایه‌گذاری در سایر بانک‌ها، تعیین دستوری نرخ سود، فعالیت و سودآوری بانک‌ها را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. ۶. تلقی نامطلوب از راه‌اندازی نظام انحلال بانک‌ها و نهادهای مالی متوقف در نظام پولی و مالی ایران: در حقیقت وجود چنین امکاناتی نشانه‌ای از یک نظام سالم و پویای پولی است. قوانین و مقررات ناظر بر ورشکستگی بانکی ایران در چارچوب قوانین و مقررات قضایی است و مشتمل بر قوانین و مقررات حاکم بر نظام پولی و بانکی نیستند (یوسفی دیندارلو، ۱۳۹۶). این مورد به دلیل هزینه‌بری بالای بانک‌ها (بخصوص هزینه‌های ثابت) و عدم کارایی و بهره‌وری و اتکای شدید آن‌ها به بانک مرکزی و در نتیجه ناکارآمدی و زیان‌ده بودن عمده بانک‌ها به صورت جدی مطرح است. ۷. نبود الگوهای مختلف بانکداری در رابطه بانک‌ها و نهادهای مالی و بنگاه: بانکداری در ایران عمدتاً بر اساس الگوی بانکداری «تجاری» شکل گرفته، حال آن‌که طیفی از انواع بانک‌ها برای شکل‌دهی اشکال مختلف رابطه بانک و بنگاه وجود دارند. خلا ایجاد و توسعه بانکداری اجتماعی موجب شده الزامات و بسترهای رابطه مناسب بانک و بنگاه بر اساس نیازها و حوزه‌های مختلف فعالیت بنگاه‌ها فراهم نگردد (شهبازی غیائی، ۱۳۹۵).

۴-۲- پیشینه تحقیقات

اسونگا و مورگان^۱ (۲۰۲۰)، به بررسی انواع سازوکارهای ایجاد تأمین مالی خرد در بین بومیان آفریقا پرداختند. طبق یافته‌های آن‌ها، حاکمیت شرکتی خوب، افراد در کشورهای در حال توسعه را قادر می‌سازد وام دریافت کنند. در حالی که موسسات وام‌دهنده بازپرداخت چنین وجوهی را تضمین می‌کنند. به عبارتی دیگر، وقتی بومیان آفریقایی می‌پذیرفتند تا حاکمیت شرکتی مناسبی اعمال کنند، از حمایت موسسات مالی غیربانکی^۲ (NBFI) برخوردار می‌شدند.

^۱. Essounga Morgan

^۲. non-bank financing institutions

ابراهیمی و گشتابی (۲۰۱۹) در پژوهشی به «بررسی مفاهیم و تعاریف بانکداری اجتماعی» پرداختند. نتایج نشان داد بانک‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اقتصادی نقش انکارناپذیری در اجتماع دارند و فعالیت و عملکرد آن‌ها بر کل اجتماع تأثیرگذار خواهد بود. بانکداری اجتماعی مفهومی است که بر اهمیت بانک‌ها در اجتماع و لزوم توجه بانک‌ها به مسائل اجتماعی تأکید دارد. در این بانک‌ها تلاش می‌کنند در فعالیت‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که موجب بهبود شرایط کل جامعه می‌گردد و به دنبال ایجاد انتفاع برای عده معدودی از افراد جامعه نیست.

حمیدی و همکاران^۱ (۲۰۱۹) عملکرد اجتماعی بانکداری اسلامی در اندونزی، از جمله توجه آن به عنوان یک هدف بانکداری اسلامی و ابزارهای بهبود را تحقیق کردند. آن‌ها ۵۰۶ مشتری فعلی و بالقوه بانکی اسلامی را در شش استان اندونزی بررسی کردند. طبق یافته‌های آن‌ها، ۴۲.۸۹٪ از پاسخ‌دهندگان معتقدند که بانکداری اسلامی در اندونزی از نظر اجتماعی تدافعی است (حداقل کاری را که از نظر نتایج اجتماعی لازم است انجام می‌دهد)، در حالی که ۶.۹۲٪ معتقدند که منفعل است (انجام کار کمتر از آنچه ضروری است). از پاسخ‌دهندگان باقی مانده، ۳۴/۷۸ درصد عملکرد اجتماعی را انطباقی می‌دانند (انجام تمام موارد لازم) و ۱۵/۴۲ درصد آن را فعلا نه می‌دانند (انجام کارهای بیش از حد لازم). بیشتر پاسخ‌دهندگان (۵۲/۹۶ درصد) با ترکیب مسئولیت اجتماعی شرکت و سیستم ZIS (زکات، انفاق، صدقه) - سیستم وقف، را پیشنهاد می‌دهند. فقط برخی (۷.۱۱٪) تأسیس بانکداری اجتماعی اسلامی را پیشنهاد می‌کنند که ویژگی اصلی آن طراحی جایگزینی برای وثیقه است تا مشتریان کم درآمد و متوسط بتوانند با دسترسی آسان‌تری از بودجه بانکی استفاده کنند.

فلاح و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی به «طراحی چارچوبی برای پیاده‌سازی بانکداری اجتماعی» پرداختند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را صاحب‌نظران حیطة تجارت اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی و مدیریت تغییر تشکیل می‌دهد که با استفاده از روش نمونه‌گیری قضاوتی ۳۴ نفر برای نمونه انتخاب شدند. پس از شناسایی و تأیید ابعاد و شاخص‌ها توسط آزمون دو جمله‌ای، به منظور اولویت‌بندی آن‌ها از روش تحلیل شبکه‌ای استفاده شده است. چارچوب پیشنهاد شده پژوهش در قالب پنج بعد و بیست و چهار شاخص ارائه شده که به ترتیب اولویت شامل شرایط تکنولوژی، عوامل رقابتی، شرایط منابع، حمایت محیطی و شرایط سازمانی می‌باشند.

لگزیان (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی «تعیین میزان تأثیر عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اجتماعی از دیدگاه مشتریان» پرداخت. در این مطالعه با استفاده از روش تحقیق پیمایشی، پرسشنامه‌ای میان ۲۰۰ نفر از مشتریان بانک ملت در سطح شهر مشهد توزیع گردید و تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و با بهره‌گیری از روش همبستگی، رگرسیون و تحلیل مسیر صورت پذیرفت. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد سه عامل انتظار عملکرد، انتظار تلاش و تأثیرات اجتماعی بر تمایل استفاده از خدمات موثر هستند و دو عامل تمایل به استفاده و شرایط تسهیل‌گر روی استفاده از خدمات بانک داری اجتماعی تأثیرگذارند. در حالی که انتظار

^۱. Hamidi et al.

^۲. Fallah et al

تلاش، بیشترین تأثیر را روی پذیرش و استفاده دارد و انتظار عملکرد در جایگاه دوم اثرگذاری قرار دارد و دو عامل تأثیرات اجتماعی و شرایط تسهیل‌گر تأثیرات کمتری دارند. عوامل تعدیل‌گر نیز تنها در برخی از روابط معنادار شناخته شدند.

کریشنان و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی به «سنجش شیوه‌های نوین ارائه خدمات بانکداری اجتماعی در کشور مالزی» پرداختند. نتایج نشان داد که در بین خدمات ارائه شده، بیشترین استقبال و استفاده از عابر بانک و کم‌ترین آن از تلفن بانک بوده است. همچنین بر طبق مطالعات این محققان، بانکداری اجتماعی هنوز در مالزی ایجاد نشده است، اما به نظر می‌رسد دولت در پی ایجاد شرایط پیاده‌سازی آن است.

یاب و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی «بانکداری اجتماعی و اعتماد مشتریان» پرداختند. جامعه آماری آنان ۱۰ دانشکده و کارمندان اداری آن بود که باتوجه به سطح دانش آن‌ها بخت بیشتری در پاسخگویی دقیق و صادقانه به پرسش‌ها داشتند. پرسشنامه‌ها به طور برخط و در طول دو هفته و به تعداد ۲۰۲ عدد جمع‌آوری شد. پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که کیفیت خدمات سنتی باعث خلق اعتماد مشتری به خدمات بانکداری اجتماعی می‌شود. اندازه و شهرت بانک ضمانت ساختاری برای مشتری ایجاد می‌کند، اما نه در غیاب کیفیت خدمات سنتی.

چن و نور^۳ (۲۰۱۶) تأثیر تأمین اعتبار خرد یا خدمات اعتبار خرد در عملکرد صنایع کوچک در مالزی را بررسی کردند. آن‌ها یک چارچوب مفهومی برای آشکار کردن عناصر اساسی مالی درگیر در این مطالعه ایجاد کردند. عناصر شامل تأمین مالی یا تصدی‌گری وام، وثیقه، حاشیه تأمین مالی و روش بازپرداخت است. آن‌ها ادعان کردند، توسعه طرح سرمایه‌گذاری خرد در مالزی برای اطمینان از عملکرد صنایع کوچک نیاز به پشتیبانی قوی از همه آژانس‌های درگیر خصوصاً دولت و صندوق‌های سرمایه‌گذاری مالی دارد.

کیم^۴ (۲۰۱۵) قابلیت استفاده از مدل جدید تأمین مالی "توسعه مبتنی بر عملکرد" مربوط به بودجه تجهیزات پزشکی کشورهای در حال توسعه را تجزیه و تحلیل کرد. طبق الگویی که او ارائه داد، با استفاده از مشوق‌های مبتنی بر بازار و مشارکت عمومی و خصوصی، سرمایه‌گذاران اوراق قرضه اجتماعی با دریافت "اوراق قرضه" توسعه اجتماعی، در ازای دریافت مقدار اصل و سود از پیش تعیین‌شده و توافق‌شده، فناوری تجهیزات پزشکی را تأمین می‌کنند که فقط در صورت پرداخت به نظر می‌رسد که پروژه فناوری تجهیزات پزشکی مرتبط با معیارهای موفقیت از پیش تعیین‌شده و توافق‌شده (که توسط شخص ثالث تعیین شده است) را برآورده می‌کند. بنابراین، بخش دولتی فقط پروژه‌های فناوری تجهیزات پزشکی را تأیید می‌کند که باعث بهبود شفافیت، هماهنگی و کارایی چنین پروژه‌های کمک به توسعه فناوری تجهیزات پزشکی در کشورهای در حال توسعه می‌شود.

^۱. Krishnan et al

^۲. Yip et al

^۳. Chin & Nor

^۴. Kim

۳- روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، پژوهشی کاربردی است. به لحاظ ماهیت از نوع کیفی است و با داده‌های کیفی سروکار دارد. پژوهش کیفی^۱ هر نوع پژوهشی است که یافته‌هایی تولید کند که با توسل به عملیات آماری یا سایر روش‌های شمارشی حاصل نیامده باشد. بخش عمده تحلیل در پژوهش کیفی تفسیری است (استراوس و کوربین،^۲ ۱۹۹۸). اطلاعات موردنیاز به صورت کیفی و مبتنی بر مرور جامع ادبیات و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری؛ تحلیل و بررسی شدند. تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها با بهره‌گیری از روش تجزیه و تحلیل مضمون^۳ که به طور گسترده‌ای در پژوهش‌های کیفی کاربرد دارند صورت پذیرفت روش گلنزر برای انجام تجزیه و تحلیل مضمون انتخاب و با بکارگیری نرم افزار مکس کیودا^۴ نسخه ۱۰ انجام شد که در ادامه و در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها تشریح خواهد شد.

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه خبرگان و صاحب‌نظران دانشگاهی و حوزه بانکداری در استان اردبیل که تخصص و تجربه کافی در حوزه بانکی داشتند، بوده است. تمامی مصاحبه‌کنندگان دارای مدرک کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری بوده که ۷۰ درصد آن‌ها دارای سابقه کار بیشتر از ۱۰ سال بودند. همچنین ۵۰ درصد آنان بالاتر از ۴۰ سال سن داشتند. گزینش خبرگان با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند با هدف بررسی بانکداری اجتماعی در دنیا برای صنایع کوچک و ارائه راه حل چگونگی تسهیم آن در اردبیل انجام شد. متوسط زمان مصاحبه‌های تخصصی یک چهل و پنج دقیقه بود. در این پژوهش پس از ۱۵ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد، لیکن به منظور اطمینان بیشتر پنج مصاحبه دیگر نیز انجام و در نهایت پس از ۲۰ مصاحبه، فرآیند مصاحبه متوقف گردید. مصاحبه‌ها در زمستان ۱۴۰۰ انجام شد، تجزیه و تحلیل داده‌ها، استخراج مدل و اخذ تأییدیه خبرگان منتخب در نیمه اول سال ۱۴۰۱ به پایان رسید.

بررسی روایی به شیوه درونی، شامل بررسی نتایج توسط مشارکت‌کنندگان پژوهش انجام شده است. مصاحبه‌گر نگرش مشارکت‌کنندگان را در زمینه اعتبار یافته‌ها و تفاسیر جویا شد که به اعتقاد بسیاری این رویکرد به عنوان یکی از بهترین روش‌ها برای بررسی روایی نتایج پژوهش‌های کیفی گزارش شده است. در این پژوهش برای محاسبه پایایی از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار استفاده شد. پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌ها در این تحقیق برابر ۰/۸۴ محاسبه شد. این میزان بیش از ۰/۸۰ است قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و می‌توان ادعا نمود میزان پایایی پژوهش مناسب است.

پس از اتمام هر مصاحبه و پیاده‌سازی آن، متن مصاحبه‌ها به روش تحلیل مضمون و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا^۵ نسخه ۱۰ مورد بررسی قرار گرفت. بدین شیوه که نخست پیاده‌سازی متون مصاحبه با خبرگان از روی یادداشت‌های تهیه شده طی جلسات مصاحبه، تکمیل گردید. پس از آن با مطالعه دقیق این متون، با

^۱. Qualitative Research

^۲. Strauss & Corbin

^۳. Theme Analysis

^۴. MAXQDA

^۵. MAXQDA

استفاده از روش گلایزر در ابتدا برای هر یک از متون مصاحبه تمامی ایده‌های مستقل در قالب مفاهیم و مضمون‌های فرعی شناسایی و به هر کدام یک کد اختصاص داده شد. این کار برای هر کدام از مصاحبه‌ها انجام و در صورت وجود بخش‌ها با مضامین مشابه در متن مصاحبه‌های پیشین، از همان کدهای قبلی اختصاص داده شد. سپس بر اساس تمامی مضمون‌های فرعی شناسایی شده، دسته‌بندی کلی‌تری انجام شد و بدین ترتیب مضمون‌های اصلی که بیانگر عوامل اصلی کاربردپذیری است، شناسایی گردید. در واقع فرآیند مذکور در دو مرحله کدگذاری واقعی (کد گذاری باز و انتخابی) و کدگذاری نظری به شرح زیر صورت گرفت. به عبارتی در کدگذاری باز از روش تحلیل داده‌ها به صورت سطر به سطر استفاده شد. بعد از کدگذاری باز، انبوهی از کدها که ظاهراً چندان ارتباطی با هم ندارند پدیدار و با بهره‌گیری از روش مقایسه پایدار، با مقایسه مفاهیم مختلف، زمینه‌های مشترک بیشتری را میان آن‌ها کشف و کدهای مرتبط با یکدیگر ترکیب و تحت عنوان مقوله گروه بندی و نام گذاری مجدد شدند. سرانجام با مقایسه مقوله‌ها با یکدیگر، محورهای مشترک دیگری یافت شد. با استفاده از این تکنیک، زمینه ظهور ابعاد مشترک مفاهیم، یعنی مقوله محوری که به عنوان مقوله اصلی در بر گیرنده سایر مقوله‌های فرعی است، امکان پذیر گردید. کدگذاران به طور پیوسته میان تفکر استقرایی (ایجاد مفاهیم، مقولات و روابط بر اساس متن) و تفکر قیاسی (آزمون مفاهیم، مقولات و روابط در قبال متن) در رفت‌وآمد بودند تا مقوله‌های فرعی را به مقوله‌های اصلی مرتبط نمایند. زمانی که مقوله محوری نمودار شد، مرحله نهایی کدگذاری انتخابی یعنی کدگذاری مقوله‌های محوری آغاز شد. به عقیده اشتراوس کدگذاری انتخابی عبارت است از انتخاب سامان‌مند مقوله‌های اصلی (مضمون) و ارتباط دادن آن‌ها با سایر مقوله‌ها (مضمون‌های فرعی)، اعتبار بخشیدن به روابط و پرکردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتری دارند (اشتراوس و کوربین،^۱ ۱۹۹۸). در این مرحله کدگذاری روابط نهفته بین مقوله‌ها از طریق مراجعه مجدد به متن مصاحبه، بازبینی کدها انجام و مضمون‌های نهایی استخراج گردید. در نهایت با استفاده از کدگذاری انتخابی ضمن یکپارچه سازی و پالایش مقوله‌ها در چارچوب نظری پژوهش، مضمون‌های اصلی با مشخص نمودن مضمون‌های فرعی زیرمجموعه ارائه گردید و تأییدیه ۵ نفر از خبرگان منتخب که در زمان مصاحبه به ایشان مراجعه شده بود نیز اخذ شد.

۴- یافته‌های تحقیق

در این پژوهش جهت تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از روش تحلیل تم استفاده شده است. تحلیل تم روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است و داده‌های متنی پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. خلاصه ابعاد، تم‌های اصلی و تم‌های فرعی در جدول ۱ درج گردیده است. همان‌گونه که در این جدول ملاحظه می‌شود کدهای اولیه براساس سنخیت در یک مجموعه گردآوری شده و یک برچسب مفهومی دریافت نموده‌اند و در واقع سازنده یک تم فرعی شده‌اند. سپس مفاهیم به وجود آمده نیز با توجه به پیامی که در خود دارند به مقوله‌هایی تخصیص داده شده‌اند که هر یک از

^۱. Strauss & Corbin

این مقوله‌ها بار معنایی خاص خود را دارند و تم‌های اصلی را تشکیل می‌دهند و با توجه به مفاهیمی که از آن‌ها حمایت می‌کنند از یکدیگر متمایز می‌شوند. تم‌های اصلی نیز به نوبه خود تشکیل دهنده ابعاد یا تم‌های فراگیر هستند. محقق با عنایت به اینکه تم‌های اصلی مختلف شکل گرفته چه مضامینی مشترکی را القاء می‌نمایند آن‌ها را به ابعاد خاص تخصیص داده و در حقیقت یک فرایند استقرایی که از داده‌های خام به سمت مفاهیم (تم‌های فرعی)، مقولات (تم‌های اصلی) و ابعاد انتزاعی حرکت می‌کند در این طبقه‌بندی مشاهده می‌شود. شایان ذکر است برای نام‌گذاری برچسب‌های مفهومی، پژوهشگر در مراحل مختلف تحلیل داده‌ها برای واری اکتشافات خود و مقایسه‌پذیر ساختن آن، مرتباً به ادبیات مراجعه نمود تا بتواند یافته‌های پژوهش را در بافت تحقیقات گسترده‌تری بنشانند و در واقع ادبیات در این فرایند به نوعی نقش مشاور را برای پژوهشگر بازی نموده است. جدول ۱ فهرست تم‌های فراگیر، تم‌های اصلی و تم‌های فرعی حاصل از فرایند تحلیل تم را نشان می‌دهد.

جدول ۱- فهرست تم‌های فراگیر، تم‌های اصلی و تم‌های فرعی حاصل از فرایند تحلیل تم

تم اصلی	تم‌های (مضمون) فرعی
تأمین مالی	مدیریت نقدینگی: تنوع‌بخشی به پرتفوی اعتباری، پیش‌گیری از وقوع بحران نقدینگی، جلوگیری از سیال شدن منابع بانکی، تقویت نرخ سپرده‌ها مانند تابعی از نرخ تسهیلات، مدیریت نقدینگی، افزایش امکان نقدشوندگی منبع مالی، نسب‌های نقدینگی، حجم نقدینگی
	مدیریت سرمایه: کفایت سرمایه، ایجاد تعادل در نسبت اهرمی و بازدهی، دارایی بانک‌ها، جلوگیری از هدر رفتن منابع بانکی، سپر سرمایه، مدیریت دارایی
	مدیریت صحیح مطالبات معوقه: مدیریت مطالبات معوقه بانکی، روش‌های اعتبار سنجی و وثایق بانکی، عدم رعایت ضوابط در ارائه تسهیلات، لزوم نظارت بر تسهیلات، نظارت بر پرداخت تسهیلات، کنترل وثایق بانکی، نسبت‌های سودآوری
	مدیریت ریسک: مدیریت ریسک درماندگی مالی، تشکیل کمیته دائمی ریسک، مدیریت ریسک، رعایت استانداردهای مالی، مدیریت ریسک اعتباری، مدیریت ریسک سامانه‌ای، مدیریت ریسک تمرکز، مدیریت ریسک عملیاتی، مدیریت ریسک تطبیق، مدیریت ریسک در سطح موسسه، مدیریت ریسک بازار، مدیریت ریسک نقدینگی، تحلیل هزینه و منفعت
	اشتغال‌زایی: ارائه تسهیلات با حجم کوچک، کمک به دولت در توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان، نقش آفرینی بانک‌های اجتماعی در توسعه نیروگاه‌های تولید با مقیاس کوچک، حمایت از بهبود وضع اقتصادی و درآمدی روستاها و روستاییان به کمک توسعه مشاغل کوچک و متوسط روستایی

تم اصلی	تم های (مضمون) فرعی
	<p>کاهش فقر: خدمت به مردم فقیر و افزایش دامنه شمول تخصیص منابع مالی به این افراد، وام های بسیار کوچک به مردم بسیار فقیر، ضمانت جمعی توسط اعضای گروه وام گیرنده، جایگزین اخذ وثیقه به عنوان ضمانت می شود.</p>
	<p>حمایت از کشاورزان: حفظ ظرفیت تولید و نیل به خودکفایی در تولید محصولات اساسی کشاورزی و دامی، اصلاح الگوی مصرف براساس استانداردهای تغذیه، گسترش کشاورزی صنعتی و دانش بنیان، فراهم نمودن زیرساخت های امنیت غذایی، ارتقای ارزش افزوده بخش کشاورزی بر مبنای ملاحظات توسعه پایدار، پایداری تولید و توسعه صادرات.</p>
	<p>حفاظت از یکپارچگی و کارایی بخش مالی: استفاده مناسب از دارایی های بانک جهت پایداری مالی و یکپارچگی بانک</p>
مشتریان	<p>اعتماد مشتریان: تلاش برای جلب اعتماد مشتریان، ارتقای وفاداری آنان، ارتقاء محیط حرفه ای آنان، ارائه کلیه خدمات به صورت کامل و منظم</p>
	<p>اطلاعات مشتریان: محرمانه تلقی نمودن اطلاعات مشتریان توسط مدیران و کارکنان، طبقه بندی اطلاعات مشتریان و تعیین حدود دستیابی هر یک از این گروه های شغلی برای حفظ امنیت این اطلاعات و اطمینان بانک به مشتریان در جهت عدم استفاده از اطلاعات مرتبط با آنان جز امور بانکی</p>
	<p>شفافیت اطلاعاتی: شفافیت بانک در امور مالی و ارائه گزارش روند سرمایه گذاری و سایر فعالیت های مرتبط آگاه سازی مشتریان به صورت کاملا روشن و قابل فهم در رابطه با مزایا و خطرات مربوط به محصولات و خدمات ارائه شده به آنها.</p>
	<p>پاسخ گویی به مشتریان و گزارش انحراف از اصول و ترازنامه آیین نامه: پاسخ گویی بانک در قبال استفاده مسئولانه از سرمایه ها و منابع، دقت در گزارش دهی، گزارش انحرافات از اصول آیین نامه و...</p>
	<p>ارتقای کیفیت خدمات بانک: تلاش بانک در جهت ارتقای کیفی خدمات بانکداری از طریق حل مشکلات و ارائه خدمات جدید با بالاترین کیفیت به منظور کسب رضایت مشتریان.</p>
	<p>رفتار محترمانه با مشتریان: برخورد محترمانه با همکاران و مشتریان و رعایت ادب و احترام در ارائه خدمات به مشتریان</p>
	<p>رفتار منصفانه: ارائه خدمات به صورت عادلانه و منصفانه به مشتریان، نهادهای دولتی و خصوصی و همچنین نهادهای نظارتی.</p>

تم اصلی	تم‌های (مضمون) فرعی
جامعه	حفاظت از حقوق مشتریان: تلاش حداکثری بانک در جهت رعایت حقوق مشتریان، درک نیازها و آمادگی مواجهه با انتظارات آن‌ها، حفظ اطلاعات و اسرار مشتریان، پاسخ‌گویی مناسب به شکایات آنان.
	حمایت اساسی مشتریان: دسترسی مشتریان به خدمات بانکی و ارائه آسان تسهیلات قرض الحسنه برای آنان، مشاوره مالی و مشاور کسب و کار برای مشتریان، پشتیبانی از مشتریانی که با مشکل مالی مواجه شده‌اند، کمک به مشتریان در جهت تقویت سواد مالی آنان، پاسخگویی الکترونیکی به مشتریان اجتماعی بانک
	منافع جامعه: اهمیت به تأثیرگذار اجتماعی و جلوگیری از تضاد منافع، اجتناب از ایجاد تراحم و درگیری بین منافع شخصی و منافع بانک.
	قانون مداری و وفای به تعهدات: التزام عملی به سیاست اصول و اهداف سیاست‌گذاران مالی و بخشنامه‌های ابلاغی بانک مرکزی و کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی برای توسعه اقتصادی کشور پرهیز از اموری که موجب نقض قوانین می‌گردد.
	صداقت در تعاملات اجتماعی: پایبندی به اصل صداقت در رابطه با مشتریان، کارکنان، سهامداران و سایر بانک‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌ها.
	بی طرف بودن: اجتناب بانک از تبعیض و تعصب در نگرش، رویکرد و خدمات خود نسبت به جامعه، کارکنان، مشتریان و سایرین به دلیل ملیت، مذهب، موقعیت مالی و اجتماعی و جنسیت آنان.
	مسئولیت‌پذیری: مسئولیت‌پذیری بانک در قبال تمامی تصمیمات و اقدامات خود و انجام امور محوله به بهترین نحو و براساس سیاست‌های داخلی و مقررات نظارتی.
	مبارزه با پولشویی: اهتمام بانک به مبارزه علیه فساد، پولشویی‌های ناشی از جرم و تأمین مالی اقدامات تروریستی
	توجه به حقوق اجتماعی: اتخاذ تمهیداتی در جهت دسترسی اقشار مختلف جامعه به خدمات و محصولات بانک و حمایت از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی.
	توجه به اصول اخلاقی بین بانکی: تنظیم و رعایت اصول اخلاقی در تعامل با سایر بانک‌ها در مواردی مانند احترام به قوانین بانکی نهاد‌های بالا دستی، تبادل اطلاعات، پرهیز از رقابت ناعادلانه، رعایت اصول اخلاقی در تبلیغات.
رسانه‌ها: بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر.	

تم اصلی	تم‌های (مضمون) فرعی
	<p>حمایت کسب‌وکارها:</p> <p>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، کمک به حل مشکلات اجتماعی.</p>
	<p>حفاظت:</p> <p>اهمیت صیانت از محیط زیست جهت، تقویت فعالیت‌های دوست‌داری محیط زیست، ترویج کشاورزی ارگانیک، آموزش کسب و کارهای زیست محیطی، ترویج انرژی‌های تجدید پذیر، کمک به عدالت بین نسلی، نفع‌رسانی به محیط.</p>
	<p>بانکداری شرکتی:</p> <p>تأمین سرمایه پروژه‌های سبز، اوراق بهادر زیست محیطی، سرمایه‌گذاری و سهام خصوصی سبز</p>
	<p>بانکداری خرد:</p> <p>وام سبز خرید مسکن، وام سبز خرید اتومبیل، کارت‌های سبز اعتباری، حساب‌های سپرده شخصی</p>
	<p>بیمه‌های سبز:</p> <p>بیمه سبز اتومبیل، بیمه سبز کسب و کار منازل مسکونی</p>
	<p>مدیریت دارایی:</p> <p>صندوق‌های مالی سبز، مدیریت صندوق‌های سرمایه‌گذاری سبز، مدیریت صندوق‌های کاهش گازهای گلخانه‌ای.</p>
	<p>خط‌مشی‌های کلان اقتصادی سبز:</p> <p>خط‌مشی‌های پولی، خط‌مشی‌های مالی، خط‌مشی‌های زیست محیطی</p>
	<p>قوانین و مقررات مالی سبز:</p> <p>کاهش انتشارات کربن، سرمایه‌گذاری سبز در مقابل قهوه‌ای، کاهش مصرف آب، محافظت از منابع تولید انرژی، مدیریت ضایعات، قوانین پاسخ‌گویی و جبران خسارات، تدوین قوانینی توسط صنعت بانکداری جهانی، افزایش کارایی مصرف منابع طبیعی</p>
	<p>زیرساخت‌های سبز:</p> <p>اورگان‌های مالی، بازار مبادلات انتشار کربن، اولویت بندی سبز، تدوین مولفه‌های سهام سبز، فرایند ارزیابی فایده و هزینه محیط زیست، سیستم شبکه‌ای سرمایه‌گذاری سبز</p>
	<p>ابزارهای مالی سبز:</p> <p>بازار پول (اعتبارات و اوراق سبز)، بازار بیمه (بیمه سبز)، بازار سرمایه (صندوق سرمایه‌گذاری سبز)</p>

محیط زیست

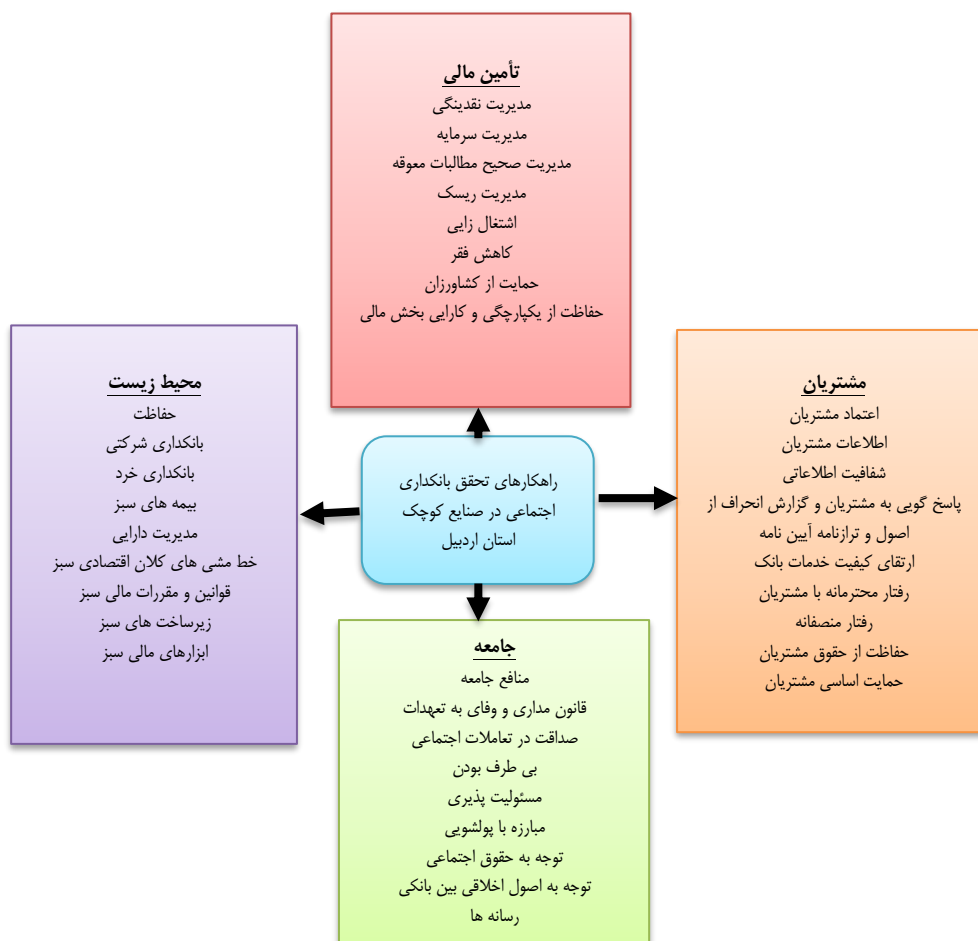
منبع: یافته‌های پژوهشگر

۵- بحث و نتیجه گیری

صنایع کوچک از اجزای اساسی هر اقتصادی محسوب می‌شوند که بسیار مورد توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران در سراسر جهان قرار گرفته‌اند. این واحدها عموماً سطح بالایی از اشتغال را شامل شده و منجر به رشد و نوآوری

تولید می‌شوند. بانک‌ها به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و اثرگذارترین سازمان‌های انتفاعی، نقش مهمی در کمک به توسعه اقتصادی کشورها دارند و به دلیل گستره فعالیت‌های تامین مالی و سرمایه‌گذاری خود، می‌توانند در راستای مسئولیت‌پذیری اجتماعی گام‌های بزرگی بردارند. بدین منظور بانک‌ها می‌توانند با ایجاد زمینه‌های رشد تولید و اشتغال موجبات بهبود شرایط رفاهی و اقتصادی جامعه را فراهم آورند. رویکرد بانکداری اجتماعی از جمله رویکردهایی است که با هدف فعالیت در زمینه مسئولیت اجتماعی و کمک به رفاه جوامع شکل گرفته است. این رویکرد به‌ویژه پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ مورد توجه قرار گرفت. بانکداری اجتماعی در فضای امروزی دو جنبه کلی دارد؛ در جنبه نخست، مفهوم بانکداری اجتماعی غالباً به بانکداری مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی مرتبط می‌شود. در جنبه دوم که موضوع اصلی نوشتار جاری است، مسئولیت اجتماعی بانک‌ها به‌عنوان کارکرد اصلی بانکداری اجتماعی در نظر گرفته می‌شود؛ عناوینی از جمله بانکداری مسئولانه، بانکداری اخلاقی، بانکداری پایدار، بانکداری سبز و بانکداری مبتنی بر ارزش‌ها غالباً به این رویکرد اشاره دارند. البته در جهان امروزی این دو رویکرد تا حد زیادی به هم نزدیک شده‌اند و بانک‌ها از رسانه‌های اجتماعی در جهت تحقق مسئولیت اجتماعی نیز بهره‌برداری می‌کنند. توجه بانک به رویکرد مسئولیت اجتماعی از آن جهت اهمیت دارد که بانک علاوه بر تلاش در جهت سودآوری، به اثرات اجتماعی و اقتصادی فعالیت‌های خود بر جامعه نیز نگاهی داشته باشد تا علاوه بر ایفای نقش موثر در تسهیل فعالیت‌های اقتصادی و ثروت‌آفرینی برای سهامداران خود، به این نکته نیز توجه داشته باشد که در قبال مسائلی همانند رفاه جامعه، محیط‌زیست و مانند آن نیز مسئول است و دامنه ذی‌نفعان آن تنها محدود به سهامداران یا سپرده‌گذاران نمی‌شود. در واقع در بانکداری اجتماعی، تلاش می‌شود تا خط‌مشی‌ها و راهبردهای سازمانی با نیازهای اقتصادی و اجتماعی و محیط زیستی جامعه گره بخورد. البته باید توجه داشت که مقصود از مسئولیت اجتماعی بانک صرفاً فداکاری در راستای برآوردن خواسته‌های دیگران نیست، بلکه اقدامات مربوط به مسئولیت اجتماعی باید به گونه‌ای انتخاب شود و به عمل درآید که منافع بلندمدت بانک و جامعه را به طور همزمان در پی داشته باشد. بدین ترتیب در این مطالعه سعی در بررسی اثر بانکداری اجتماعی بر تأمین مالی صنایع کوچک در استان اردبیل پرداختیم و با ارائه راه‌حل و تم‌های بانکداری اجتماعی چگونگی تعمیم آن را در صنایع کوچک استان اردبیل بررسی کردیم.

در مجموع نتایج تحلیل مصاحبه‌ها منجر به شناسایی راهکارهای تحقق بانکداری اجتماعی در صنایع کوچک استان اردبیل و استخراج شکل ۱ گردید که در زیر ارائه گردیده است.



شکل ۱- تم‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها

(منبع: یافته‌های پژوهشگر)

۵-۱- پیشنهادات تحقیق

در این بخش با توجه به تم‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها، جهت بهبود بانکداری اجتماعی برای شرکت‌های صنعتی اردبیل پیشنهادات زیر به تفکیک هر بعد ارائه شده است:

پیشنهادات در راستای تأمین مالی: از جمله ابعاد اصلی بهبود بانکداری اجتماعی برای شرکت‌های صنعتی اردبیل بعد تأمین مالی می‌باشد. فلذا بدین منظور باید به حمایت از سرمایه‌گذاری صنایع کوچک به هر شکل ممکن و حذف موانع اداری در پرداخت تسهیلات توجه داشت؛ به بررسی دقیق توجیه اقتصادی، فنی و مالی

طرح‌های صنایع کوچک به جای تمرکز روی وثیقه ملکی خارج از طرح پرداخت؛ همچنین به متناسب بودن اقساط تسهیلات دریافتی با درآمد صنایع کوچک؛ پرداخت به موقع تسهیلات تصویبی به منظور جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و از توجیه افتادن طرح‌ها؛ حمایت و هدایت طرح‌های تعاونی فعال و موفق جهت اجرای طرح‌های توسعه محور؛ بازنگری و اصلاح گردش کار، دریافت تسهیلات قبل از انجام هر گونه سرمایه‌گذاری، تعیین وضعیت مجریان طرح‌های سرمایه‌گذاری از نظر داشتن توجیه اقتصادی، فنی و مالی طرح مورد نظر صنایع کوچک توجه کافی داشته و سعی شود با مدیریت نقدینگی‌ها و جلوگیری از وقوع بحران‌های نقدینگی، مدیریت سرمایه و جلوگیری از هدر رفتن منابع بانکی، نظارت بر تسهیلات و مدیریت صحیح مطالبات معوقه، مدیریت ریسک و تحلیل هزینه و سودها در سطح سازمان‌ها همچنین کمک و نقش‌آفرینی در جهت ایجاد اشتغال و توسعه مشاغل، ارائه وام‌های بسیار کوچک به مردم فقیر و حمایت از محصولات کشاورزی و در جهت بکارگیری مناسب از دارایی‌های بانک جهت کارایی و اثربخشی مالی تلاش کنند. نهایتاً بانک‌های اجتماعی، باید حداقل سالی، یکبار و اغلب، سالی دو بار، از فعالیت‌های تأمین مالی خود، گزارش-های جزئی، منتشر کنند به نحوی که جزئیات هر وام با سرمایه‌گذاری که به هر سازمانی ارائه می‌کند را در سایتش منتشر نماید.

پیشنهادات در راستای مشتریان: از جمله ابعاد اصلی دیگر بهبود بانکداری اجتماعی برای شرکت‌های صنعتی اردبیل بعد مشتریان می‌باشد. فلذا بدین منظور باید توجه نمود که 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. باید همه وام‌های واگذار شده، ثبت و منتشر شوند و فرار مالیاتی، به طور صریح، از هر فعالیت و رابطه کسب و کار 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. بانک‌ها باید مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی را تشویق نمایند و شیوه‌های وام‌دهی به جای شیوه‌های رایج أخذ وثایق را کنار بگذارند و روش مبتنی بر اعتماد را در پیش بگیرند. بانک‌ها باید با برقراری نظام پیشنهادات شرايطی را ایجاد کنند تا مشتریان اطلاعات و تخصص خود را در خصوص مدیریت بانکی، در اختیار بانک قرار دهند و از انحرافات سیاست بانک، جلوگیری کنند و مشتری بتواند در خصوص فعالیت‌های بانک، به ارائه انتقاد و پیشنهاد بپردازد. سودهای منصفانه از مشتریان صنایع کوچک از طرف بانک دریافت و سرمایه‌گذاری مجدد سودهای کسب شده در اهداف اجتماعی انجام گیرد، و سعی گردد تا حقوق انسانی مشتریان و غیر مشتریان را در جامعه رعایت گردد، و پرداختی‌های از طرف بانک‌های اجتماعی به تأمین افراد سالمند و سایر سرمایه‌گذاری‌های بنیادین برای زندگی مشترک در راستای مسئولیت بشردوستانه خود انجام گیرد. این بانک‌ها باید به دنبال ارائه خدمت مالی بلند مدت و فوری به مشتریان خود برای استفاده در فعالیت‌های پایدار، نوآوری در زمینه محصولات و خدمات مالی مینی بر پایداری باشند و فعالیت‌هایی برای تنفع 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.

پیشنهادات در راستای محیط زیست: بعد اصلی دیگر بهبود بانکداری اجتماعی برای شرکت‌های صنعتی اردبیل بعد محیط زیست می‌باشد. فلذا بدین منظور بانکداری اجتماعی لازم است ریسک زیست‌محیطی پروژه‌ها در سیاست‌های اعتباری سالیانه بانک را لحاظ نمایند، واحدهای مستقل در ساختار بانک‌ها جهت بررسی مخاطرات زیست‌محیطی صنایع و هدایت پروژه‌های سبز جهت تامین مالی ایجاد کنند، سیاست‌های حمایتی بالادستی از بانک‌های سبز اعمال نمایند، به صیانت از محیط زیست و آموزش کسب‌وکارهای زیست‌محیطی بپردازد، به تامین سرمایه‌های پروژه‌های سبز توجه اکید داشته باشد، وام‌های خرید سبز مسکن و اتومبیل ارائه نماید که بیمه‌های سبز نیز داشته باشند، قوانین و مقررات سبز ارائه داده به منابع طبیعی توجه کند، شاخص‌های ارزیابی و مکانیزم رتبه‌بندی بانک‌ها در حوزه تامین مالی سبز تدوین کنند، موانع و چالش‌های تامین مالی سبز از دیدگاه شرکت‌های متقاضی تسهیلات بانکی جهت اجرای پروژه‌های سبز را رفع کنند، به انجام دوره‌های آموزشی کاربردی جهت کارکنان شبکه بانکی به منظور افزایش آگاهی در خصوص شناخت شرایط موجود و نیازمندی‌های پروژه‌های سبز بپردازند، به مراجع بالادستی در هدف‌گذاری سبز بانک‌ها با توجه به رسالت وجودی آن‌ها (در بخش‌های مختلف) توجه اساسی گردد. و نهایتاً بانک‌هایی که می‌خواهند در راستای بانکداری اجتماعی به صورت اثربخش فعالیت کنند باید در استراتژی‌ها و اهداف خود صیانت از مشترکاتی همچون محیط زیست و تلاش برای توسعه آن، ترویج کشاورزی ارگانیک، آموزش کسب‌وکارهای زیست‌محیطی و ترویج انرژی‌های تجدیدپذیر را در اولویت قرار دهند.

پیشنهادات در راستای جامعه: و نهایتاً بعد اصلی آخر بهبود بانکداری اجتماعی برای شرکت‌های صنعتی اردبیل بعد جامعه می‌باشد. فلذا بدین منظور بانکداری اجتماعی لازم است تا نیازهای اساسی افراد نیازمند مانند نیاز به بهداشت، مسکن، خوراک تامین نماید، به تأکید بر کرامت و ارزش والای انسانی که از مبانی رویکردهای اجتماعی به خصوص در مباحث اقتصادی است بپردازد، وام‌های مخصوص به مؤسساتی که تربیت درمانی می‌کنند، به خانه‌های سالمندان که وظیفه نگهداری و مراقبت از افراد جامعه را دارند، و برای اجرای پروژه‌های برای بیکاران اختصاص دهد، به ارتقای آگاهی‌های عموم جامعه از پول و تامین مالی بپردازد. همچنین 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 تامین نیازهای اساسی انسان‌ها است باشد، به افراد دارای ایده جهت رفع نیازهای اجتماعی، به توازن بین بازار و ارزش‌ها و حل مشکلات اجتماعی کمک کند. بانک‌ها باید به انتقال و پایبندی به مفهوم رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه، در تمام زمینه‌های مادی و معنوی را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهند و با بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر به تغییر ذهنیت افراد جامعه بپردازند که تغییر ذهنیت و ایجاد ذهنیت مالی صحیح در جامعه همان بانکداری اجتماعی و تامین مالی اجتماعی است. جلوگیری از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی اجتماعی به جامعه می‌شود مثلاً مبارزه با پولشویی را در پیش بگیرند.

۵-۲- محدودیت‌ها

اگرچه یافته‌های مطالعه حاضر، بینشی قابل توجه در رابطه با تعمیم بانکداری اجتماعی بر صنایع کوچک در اردبیل ارائه می‌دهند، اما از چند محدودیت نیز برخوردارند:

- دشواری دسترسی به خبرگان بانکی استان اردبیل به دلیل مشغله‌های کاری و خانوادگی و کمبود زمان برای انجام مصاحبه
- امکان عدم بیان همه تجارب و نظرات شخصی نخبگان بانکی مورد مصاحبه به دلیل ملاحظات شخصی و خودسانسوری و ترس از افشاء اطلاعات
- محدودیت تعمیم نتایج به کل کشور نیز به عنوان آخرین محدودیت پژوهش به شمار می‌رود زیرا استان اردبیل دارای شرایط اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی مختص خود در مورد فعالیت‌های بانکداری است و ممکن است در برخی از مناطق دیگر کشور، به عنوان مثال کلان شهرها، به دلیل شرایط متفاوت اجتماعی، ماهیت و تعمیم بانکداری اجتماعی تا حدودی متفاوت باشد.

فهرست منابع

- ۱) ابراهیمی، مسعود؛ گشتابی، محمد. (۱۳۹۵). «بررسی مفاهیم و تعاریف بانکداری اجتماعی». دومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار. رشت.
- ۲) ابراهیمی، سجاد؛ باغستانی میبیدی، مسعود. (۱۳۹۰). «مقایسه بانک تجاری و نهاد قرض‌الحسنه در حوزه تأمین مالی خرد». مجله اقتصادی - ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی. ۱۱(۵): ۷۳-۸۸.
- ۳) ابوالحسنی، اصغر؛ آل عمران، رویا؛ رحیم زاده، فرزاد؛ شکوهی فرد، سیامک. (۱۴۰۰). «اثرات تعداد و توزیع جغرافیایی شعب بر سودآوری بانکی». فصلنامه اقتصاد مالی. ۱۵(۵۷): ۳۸-۲۳.
- ۴) اسکندری، بهمن؛ وظیفه دوست، حسین؛ جعفری، پریش؛ موسی خانی، مرتضی. (۱۴۰۰). «تأثیر روشهای تأمین مالی کارآفرینی بر مشارکت جمعی در کسب و کارهای دانش بنیان». فصلنامه اقتصاد مالی. ۱۵(۵۷): ۲۸۴-۲۵۹.
- ۵) پرهیزکاری، سیدعلی. روحانی، سیدعلی. (۱۳۹۴). «آسیب شناسی نظام بانکی ۵». بررسی استقلال مقام ناشر از شبکه بانکی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- ۶) حسینی، سعیدعلی؛ کشاورز ترک، عین‌الله؛ گودرزی، غلامرضا؛ فضلی، صفر؛ بیات، روح‌الله. (۱۳۹۸). «شناسایی روندها و سناریوهای آینده نظام بانکی ایران». فصلنامه علمی-پژوهشی سیاستگذاری عمومی. ۱۵(۱): ۳۳-۵۸.
- ۷) حیدری، حسن؛ حیدری، نرگس. (۱۳۹۵). «آسیب شناسی نظام بانکی ۶». بررسی عملکرد سیاستگذاری پولی و اعتباری در ایران». مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- ۸) رضویان، محمدتقی؛ رحیمی بلداجی، ابراهیم. (۱۳۸۸). «نقش صنایع کوچک در توسعه منطقه ای». فصلنامه جغرافیا. ۳(۸): ۱۶۴-۱۴۵.
- ۹) سادات سلماسی، میرحمید؛ داداشی، ایمان؛ غلام نیاروشن، حمیدرضا. (۱۴۰۰). «بکارگیری رویکرد دلفی - فازی جهت تعیین عوامل موثر بر سطح مطلوب ریسک، ساختار بهینه سرمایه و کارایی در بانک های ایرانی». فصلنامه اقتصاد مالی. ۱۵(۵۷): ۸۶-۵۵.
- ۱۰) شعبانی، م. (۱۳۸۰). «بازارهای پولی و مالی بین‌المللی». انتشارات مهر، قم.
- ۱۱) شهبازی غیاثی، موسی؛ کاشفی، سیدمصطفی؛ سروریان، حامد. (۱۳۹۳). «آسیب شناسی نظام بانکی ۱۰». تحلیل آمار عملکرد شبکه بانکی در تأمین مالی بنگاه ها و بخش های اقتصادی». مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
- ۱۲) لگزبان، محمد؛ یغما، سمیه. (۱۳۸۹). «شناسایی و تعیین تاثیر عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک از دیدگاه مشتریان». دو فصلنامه اقتصاد پولی، مالی، ۱۷(۳۴): ۱۷۶-۱۵۳.
- ۱۳) محمدپورزند، حسین؛ طباطبایی مزدآبادی، سید محسن. (۱۳۹۶). «بانکداری اجتماعی با نگاهی به اقتصاد شهری و آموزش منابع انسانی». تهران: کوهسار.

- ۱۴) مرادی، داود؛ شیخی، محمدتقی؛ خادمیان، طلیمه. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر تحقق مدل بانکداری توسعه اجتماعی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور با تأکید بر شبکه بانکی». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۱(۲): ۱۲۱-۴۱۴.
- ۱۵) مرانی، فاطمه؛ صالحی، اله کرم؛ جرجرزاده، علیرضا؛ کعب امیر، احمد. (۱۴۰۰). «بررسی تأثیر قدرت مدیرعامل، ارتباطات سیاسی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر حساسیت سرمایه گذاری به وجه نقد در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادر تهران». *فصلنامه اقتصاد مالی*، ۱۵(۵۷): ۲۸۵-۳۰۸.
- ۱۶) نجفی، علی؛ نوربخش، محمد؛ جانعلی زاده، فاطمه؛ قنبری، مرجان. (۱۳۹۴). «بیان‌های رفتاری مسئولیت اجتماعی و بانکداری اجتماعی». *همایش ملی پژوهش کاربردی در حسابداری، اقتصاد و مدیریت*. دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان.
- ۱۷) هزارجریبی، جعفر؛ ارفعی مقدم، عبدالحیمد. (۱۳۹۴). «جهانی شدن و توسعه اجتماعی ایران در سه دهه گذشته بین سال های ۱۳۶۱-۱۳۹۱». *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال هفتم. شماره دوم.
- ۱۸) یوسفی دیندارلو، مجتبی. (۱۳۹۴). «آسیب شناسی نظام بانکی ۴. توقف و ورشکستی بانکی». مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.

- 19) Adekambi S., Ingenbleek P. and van Trijp H. (2015). Integrating producers at the base of the pyramid with global markets: A market learning approach. *J. Int. Market.*, 23 (4), 63-44.
- 20) Accenture. (2011). Smart mobile cities: opportunities for mobile operators to deliver intelligent cities. Accenture.
- 21) Azizi, S. (2016). Conceptual Mapping of Retail Banking: A Correspondence Analysis Approach. *Modern Research in Decision Making*, 1(3), 65-84.
- 22) Balling, M., Bernet, B., & Gnan, E. (2009). Financing SMEs in Europe, SUERF-The European Money and Finance Forum Vienna. Retrieved February, 18, 2014.
- 23) Benedikter, R. (2011). Social banking and social finance. In *Social banking and social finance* (pp. 1-128). Springer, New York, NY.
- 24) Becchetti, L., Ciciretti, R., Dalo, A., & Herzel, S. (2015). Socially responsible and conventional investment funds: performance comparison and the global financial crisis. *Applied Economics*, 47(25), 2541-2562.
- 25) Biancone, P., Secinaro, S. F., Mohamed Radwan Ahmed Salem, M., & Presti, P. (2018). The ethical tourism: the halal tourism.
- 26) Burgess, R., & Pande, R. (2005). Do rural banks matter? Evidence from the Indian social banking experiment. *American Economic Review*, 95(3), 780-795.
- 27) Chin, O., & Nor, M. M. (2016). Does the micro financing term dictate the performance of micro enterprises?. *Procedia Economics and Finance*, 35, 281-286.
- 28) Cognizant, (2014). How banks can use social media analytics to drive business advantage. Cognizant Technology Solutions. (Available online at: <http://www.cognizant.com/InsightsWhitepapers/How-Banks-Can-Use-Social-Media-Analytics-To-Drive-Business-Advantage.pdf>).
- 29) Dagbelou, V. K., Adekambi, S. A., & Yabi, J. A. (2021). Growth of small and medium-sized agricultural enterprises and export market integration by smallholder farmers. *Agro-Science*, 20(3), 1-8.

- 30) Deloitte, (2014). Who Says Banks Can't Be Social? Become a Social Bank, Inside and Out. Fagerberg, J., godinho, M., 2004. innovation and Catching-up, The Oxford Handbook of Innovation (chap 19).
- 31) De Clerk, F. (2009). Ethical Banking. In *Ethical Prospects: Economy, Society and Environment*, edited by L. Zsolnai, Z. Boda & L. Fekete. Budapest: Springer.
- 32) Essounga Njan, Y., & Morgan, M. D. (2020). Micro-financing in the era of good governance: economic benefits. An empirical study. *Transnational Corporations Review*, 12(4), 329-348.
- 33) Fallah, M. R., Jamipour, M., & Taheri, G. (2018). Designing a Framework to Implement Social Commerce from the Perspective of Organizational Change Capacity. *Journal of Business Management*, 9(4), 855-876.
- 34) Grove, A., & Berg, G. A. (Eds.). (2014). *Social business: theory, practice, and critical perspectives*. Springer Science & Business Media.
- 35) Hashemi, S. M. (1997). Building up Capacity for Banking with the Poor-Grameen Bank in Bangladesh. *Micro-finance for the Poor*, 109-128.
- 36) Hamidi, M. L., & Worthington, A. C. (2018). Islamic social banking: The way forward perbankan sosial Islam: Langkah kehadapan. *J. Ekon. Malays*, 52, 195-207.
- 37) Hazarika, D., & Nag, S. (2014). How banks can use social media analytics to drive business advantage. *publisher Cognizant, available at: <https://www.cognizant.com/InsightsWhitepapers/How-Banks-Can-Use-Social-Media-Analytics-To-Drive-Business-Advantage.pdf> (20 May 2017)*.
- 38) Karjalainen, K., & Kemppainen, K. (2008). The involvement of small-and medium-sized enterprises in public procurement: Impact of resource perceptions, electronic systems and enterprise size. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 14(4), 230-240.
- 39) Kim, W. G., Lim, H., & Brymer, R. A. (2015). The effectiveness of managing social media on hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 165-171.
- 40) Köhler, M. (2015). Which banks are more risky? The impact of business models on bank stability. *Journal of Financial Stability*, 16, 195-212.
- 41) 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.
- 42) Krishnan, T. R., Liew, S. A., & Koon, V. Y. (2017). The effect of human resource management (HRM) practices in service-oriented organizational citizenship behaviour (OCB): Case of telecommunications and internet service providers in Malaysia. *Asian Social Science*, 13(1), 67-81.
- 43) Mayo, E. (2001). Social banking made sense. In *Social banking seminar* (pp. 13-20). London: The Smith Institute.
- 44) Mohd Nor, S., Abdul Rahim, R., & Che Senik, Z. (2016). The potentials of internalising social banking among the Malaysian Islamic banks. *Environment, Development and Sustainability*, 18(2), 347-372.
- 45) Nabi, M. G., Islam, M. A., Bakar, R., & Nabi, R. (2017). Islamic microfinance as a tool of financial inclusion in Bangladesh. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 113(6218), 1-28.
- 46) Nițescu, D. C. (2015). Banking Business and Social Media-A Strategic Partnership. *Theoretical & Applied Economics*, 22(4).
- 47) Payandeh, R., Shahbazi, M., Manteghi, M., & Karimi, T. (2021). Bank-fintech collaboration: A systematic literature review. *Management Research in Iran*, 23(4), 130-172.
- 48) Park, C. W., & Pincus, M. (2001). Internal versus external equity funding sources and earnings response coefficients. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 16(1), 33-52.

- 49) 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.
- 50) Relaño, F. (2011). Maximizing social return in the banking sector. *Corporate Governance: The international journal of business in society*.
- 51) Risalvato, G. C. Venezia, and F. Maggio, (2019). Social responsible investments and performance. *International journal of financial research*.
- 52) Sairally, S. (2007). Community development financial institutions: Lessons in social banking for the Islamic financial industry. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 1(2), 19-37.
- 53) Schueffel, P. (2016). Taming the beast: A scientific definition of fintech. *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32-54.
- 54) Suvarna, V. K., & Banerjee, B. (2014). Social banking: leveraging social media to enhance customer engagement. *Capgemini White Paper*.
- 55) Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research techniques.
- 56) Tambunan, T. T. H. (2011). Development of small and medium enterprises in a developing country: The Indonesian case. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.
- 57) Tilakaratna, S. (1993). Social banking to meet needs of the poor. *University of Sri Jayawardenapura*.
- 58) Weber, O. & Duan, Y. (2012). Social finance and banking. In *Socially Responsible Finance and Investing: Financial Institutions, Corporations, Investors, and Activists*, edited by H.K. Baker & J.R. Nofsinger. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- 59) Weber, O., & Remer, S. (2011). *Social banks and the future of sustainable finance*. Routledge.
- 60) Yunus, M., & Moingeon, B. Lehmann the Grammen Experience er, K.(2010). Creating a World without Poverty: social business and th. New York, NY: PublicAffairs. on, B., & Lehmann-Ortega, L.(2010). Building social business models: l en Experience. *Long Range Planning*, 43, 308-325.
- 61) Yip, A. W., & Bocken, N. M. (2018). Sustainable business model archetypes for the banking industry. *Journal of cleaner production*, 174, 150-169.
- 62) Zhixia, C., Hossen, M. M., Muzafary, S. S., & Begum, M. (2018). Green banking for environmental sustainability-present status and future agenda: Experience from Bangladesh. *Asian Economic and Financial Review*, 8(5), 571-585.

Investigating social banking in the world for small industries and providing a solution on how to generalize it in Ardabil

Naser Seifollahi¹
Vahideh Ebrahimi Kharajo²

Received: 30/ March/2022 Accepted: 04/ June/2022

Abstract

In the banking industry, a diverse range of activities has been introduced under the heading of social banking measures; Social banks try to invest in activities that improve the conditions of society as a whole. Stable investments and lending methods; These are some of the things that these banks use to increase the quality of social life and play an important role in financing small industries. Although banks have been involved in this in recent years; But social banking is a new approach to the growth of small industries. Therefore, the present study seeks to investigate social banking in the world for small industries and provide a solution on how to generalize it in Ardabil province. In terms of orientation, this study is in the category of applied research and in terms of nature, it is in the category of exploratory research. It is also considered qualitative in terms of data certainty. The sampling method is a judgmental and purposeful method. The statistical population of the present study is all experts and experts in the field of banking, in which 20 interviews were conducted and analyzed. The results were analyzed using MAXQDA software. Data analysis was performed by analyzing the theme and after analyzing the interviews and open and centralized coding of the interview text, four dimensions of social banking were identified, which are (financing, environment, customers and society). Finally, by reviewing the research literature and presenting successful social banking solutions in the world; Solutions appropriate to the business environment of Ardabil province for small industries located in the towns and industrial areas of the province were given and suggestions in this regard were provided to banks to finance these industries.

Keywords: Social Banking, Social Responsibility, Financing, Small Industries

JEL: E5, M1, G2, L5

1. Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran (Corresponding Author) naser_seifollahi@yahoo.com

2. Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran; v.ebrahimi94@gmail.com

