

Developing a Comprehensive Business Model in Banking Institutions

Ghasem Abdollahzadeh ¹, Bahareh Banitalebi Dehkordi ^{2*}, Hamid Reza Jafari ³

1. PhD student of Accounting, Shahrekord branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran.

2. Associate Professor of Accounting Department, Shahrekord Branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran: (corresponding author).

3. Assistant Professor of Accounting Department, Shahrekord Branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages: 241-266

Article history:

Received: 31 Oct 2021

Edition: 6 Jan 2022

Accepted: 13 Mar 2022

Published online: 20 Mar 2022

Keywords: business model, economic factors, social factors, meta-analysis method.

Corresponding Author:

Bahareh Banitalebi Dehkordi

Address:

Iran, Shahrekord, Islamic Azad University, Shahrekord Branch, Department of Accounting.

Orchid Code:

0000-0002-3528-7633

Tel:

038-3361024

Email:

Banitalebi57@yahoo.com

ABSTRACT

Background and purpose: The business model is an architecture of the flow of goods, services and information, as well as the description of the potential advantages of actors and sources of business income. The purpose of the research is to provide a comprehensive framework of business in banking institutions by reviewing valid domestic and foreign articles and localization of business components according to the country's environmental conditions and the law of usury-free banking operations.

Materials and methods: For this purpose, qualitative and quantitative methods have been used. In this way, first by using the subject literature review and using the meta-analysis method, the basic framework of the business was extracted based on the components of the banking sector, and then through interviews with 12 banking experts, the data obtained from the interviews were analyzed using the theme analysis method. Then, the framework extracted from the previous step has been completed and localized according to the country's banking environment.

Findings: The comprehensive business model proposed in this research for banking institutions includes 12 social, economic, marketing, governance, supply chain, infrastructure, cultural, information technology, environmental, managerial, innovation, and customer personality traits that It has been classified into 26 more detailed sub-sections and finally 200 codes, some of the sub-sections and codes identified in this model have been proposed for the first time in banking business models. Ethical considerations: In all stages of writing the present research, while respecting the originality of the texts, honesty and trustworthiness have been observed.

Conclusion: The results showed that the designers of banking business patterns, in order to achieve maximum productivity, should pay special attention and attention to the changing and new paradigms of the business field with a customer-oriented approach and ultimately value creation.

Cite this article as:

Abdollahzadeh G, Banitalebi Dehkordi B, Jafari HR. *Developing a Comprehensive Business Model in Banking Institutions*. *Economic Jurisprudence Studies*. 2022.



تدوین الگوی جامع کسب و کار در مؤسسات بانکی

قاسم عبدالله‌زاده^۱، بهاره بنی‌طالبی دهکردی^۲، حمیدرضا جعفری^۳

۱. دانشجوی دکتری حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

۲. دانشیار گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران (نویسنده مسئول).

۳. استادیار گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: الگوی کسب‌وکار یک معماری از جریان کالا، خدمات و اطلاعات همچون توصیف مزایای بالقوه بازیگران و منابع درآمدهای کسب و کارهاست. هدف پژوهش، ارائه چارچوب جامع کسب‌وکار در مؤسسات بانکی از طریق بررسی مقالات معتبر داخلی و خارجی و بومی‌سازی مؤلفه‌های کسب‌وکار با توجه به شرایط محیطی کشور و قانون عملیات بانکی بدون ربا است.

مواد و روش‌ها: بدین منظور از روش‌های کیفی و کمی بهره گرفته شده است. به این ترتیب که ابتدا با استفاده از بررسی پیشینه پژوهش و استفاده از روش فراتحلیل، چارچوب اولیه کسب‌وکار بر اساس مؤلفه‌های حوزه بانکی استخراج شد و سپس از طریق مصاحبه با ۱۲ خبره بانکی، داده‌های حاصل از مصاحبه با روش تحلیل تم بررسی شد. سپس چارچوب استخراج‌شده از مرحله قبل، متناسب با محیط بانکی کشور، تکمیل و بومی‌سازی شده است.

یافته‌ها: الگوی جامع کسب‌وکار پیشنهادی در این پژوهش برای مؤسسات بانکی، شامل ۱۲ بخش اجتماعی، اقتصادی، بازاریابی، حاکمیتی، زنجیره تأمین، زیرساختی، فرهنگی، فناوری اطلاعات، محیطی، مدیریتی، نوآوری و ویژگی‌های شخصیتی مشتریان است که خود به ۲۶ زیر بخش جزئی‌تر و در نهایت ۲۰۰ کد طبقه‌بندی شده است که برخی از زیر بخش‌ها و کدهای شناسایی‌شده در این مدل، برای اولین بار در مدل‌های کسب‌وکار بانکی مطرح شده‌اند.

ملاحظات اخلاقی: در تمام مراحل نگارش پژوهش حاضر، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانت داری رعایت شده است.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که طراحان الگوهای کسب‌وکار بانکی، به‌منظور دست‌یابی به حداکثر بهره‌وری، باید به پارادایم‌های در حال تغییر و نوین عرصه تجاری با رویکرد مشتری‌مداری و در نهایت خلق ارزش توجه و اهتمام ویژه داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: مدل کسب‌وکار، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، روش فراتحلیل.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۲۴۱-۲۶۶

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۹

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۰/۱۰/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

واژگان کلیدی:

مدل کسب‌وکار، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، روش فراتحلیل.

نویسنده مسئول:

بهاره بنی‌طالبی دهکردی

آدرس پستی:

ایران، شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرکرد، گروه حسابداری.

کد ارکید:

0000-0002-3528-7633

تلفن

۰۳۸-۳۳۶۱۰۲۴

پست الکترونیک:

Banitalebi57@yahoo.com

۱. مقدمه

افزایش اثربخشی و حداکثرسازی سود، بنا نهاده شده است (کشاورزیان، ۱۳۹۶) و با استفاده از آن می‌توان به بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکی نظیر گروه های مشتریان، روش‌ها، ابزارها، سیستم‌های ارتباط با مشتری، منابع و جریان درآمدی و هزینه‌ها برای ارائه خدمات به مشتریان پرداخت و با راه‌برد-برد به حداکثرسازی سود و منافع بانک، مشتری و سایر ذی‌نفعان اقدام کرد. در این راستا، بررسی مدل‌های کسب‌وکار موجود در عرصه بانکی نشان می‌دهد عوامل اقتصادی و اجتماعی در کنار عوامل فرهنگی و سودآوری مالی جزو چهار چالش عمده موجود در حوزه بانکی است (کومار^۴ و همکاران، ۲۰۲۰).

گوگرچیان و همکاران (۲۰۱۰) طی بررسی سیستم-های کسب‌وکار بانکی دریافتند به دلیل عواملی از قبیل ساختار سنتی و رویکردهای غالب و یک‌نواخت به مشتریان، ساختار و الگوی کسب‌وکار مناسب طراحی نشده است و انواع خدمات ارائه شده به مشتریان در همه بانک‌ها یکسان است. از سوی دیگر یافته‌های پژوهش هاشمی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که فقدان و یا ضعف الگوی کسب‌وکار مناسب در سیستم بانکی، علاوه بر پیامدهای اقتصادی، پیامدهای زیست‌محیطی و اجتماعی فراوانی دارد که تا کنون به صورت کامل برطرف نشده است. این درحالی است که در مدل‌های تجاری کسب‌وکار به صورت ویژه و تخصصی به رویکرد توسعه پایدار بر مسائل اقتصادی و همچنین تأثیرات

بروز بحران مالی جهانی به وجود آمده طی سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ و تسری آن به سال‌های بعد، موجب شده است که صنعت بانکداری به صنعتی بسیار ناپایدار، درهم تنیده و غیر قابل انعطاف تبدیل شود. به گونه‌ای که به دلیل ناپایداری مدل‌ها، درک چگونگی کسب‌وکار بانک‌ها، دشوارتر شده است و اقتدار و یکه‌تازی آن‌ها در عرصه اقتصاد به تدریج و بنابر ضرورت‌ها و الزامات داخلی و بین‌المللی کشور-ها، کاهش یافته است (گیوری^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). از سوی دیگر این تحولات، موجب تغییر اساسی در مدل تجاری بانکداری، نحوه تعامل بانک‌ها با مشتریان، نحوه مدیریت عملکرد لایه میانی و لایه پشتیبانی بانک‌ها شده است و فرآیندهای نظام ارزشی سنت‌محور بانک‌ها را به چالش کشانده است (وینرس و همکاران، ۲۰۱۶). در پی این وقایع و با وجود تحولات تأثیرگذار در تغییر مدل کسب‌وکار، لزوم بازنگری احتیاطی در مدل‌های کسب‌وکار بانکی، مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته است و رویکرد تحلیل صنعت بانکداری را دگرگون کرده است (جوسین^۲، ۲۰۱۵). بررسی‌ها نشان می‌دهد وجود مدل کسب‌وکار در هر بانک و در کل، در شبکه بانکی کشور، از اتلاف منابع و درگیر شدن بانک‌ها در امور موازی و مهم‌تر از آن، به وجود آمدن رقابت‌های ناسالم که از فقدان مدل کسب‌وکار در بانک‌ها و تشابه خدمات همه بانک‌ها نشئت می‌گیرد، پیش‌گیری می‌کند (تیکانن و همکاران^۳، ۲۰۱۸). همچنین در مدل‌های جدید کسب‌وکار بانکی، ساختار نوینی برای

^۳. Tikkanen, H., Lamberg, J. A., Parvinen, P., & Kallunki, J. P

^۴. Kumar

^۱. Goyri

^۲. Jočienė

۱۹۹۸). بر این اساس، در مدل‌های کسب‌وکار گوناگون، اولویت‌های مورد توجه با یکدیگر متفاوت است.

مدل همل (۲۰۰۰)، مفهوم مدل کسب‌وکار را با نوآوری پیوند می‌دهد. در این مدل، مفهوم نوآوری عبارت از ظرفیت خلق مدل‌های کسب‌وکار بسیار متفاوت نسبت به تجربیات قبلی است. همچنین رویکرد این مدل کسب‌وکار، توجه به قابلیت‌هایی نظیر کارایی، یک‌تایی، تناسب و شتاب‌دهنده‌های سود است. بر این اساس در مدل، منافع مورد نظر مشتری باید بیشتر از هزینه‌های تولید این منافع باشد. نیز مدل کسب‌وکار متفاوت از مدل‌های رقبا است و وقتی اجزای مدل در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، در راستای یک هدف مشترک عمل می‌کنند. ضمن اینکه مدل، به‌طور مداوم خود را با شرایط بازار تنظیم و توانایی سرمایه‌گذاری سریع روی اولین موفقیت‌ها را گسترش می‌دهد.

چسبرگ و روزنبلوم (۲۰۰۲) در مدل خود، با تأکید بر عوامل اقتصادی و تکنولوژیکی در قالب ورودی و خروجی مدل، کارکردهای مدل کسب‌وکار را مواردی نظیر تعیین ارزش قابل ارائه، شناسایی یک بخش بازار، مشخص کردن مکانیزم‌های تولید درآمد، تعریف ساختار زنجیره ارزش مورد نیاز شرکت، برآورد ساختار هزینه و پتانسیل سوددهی ارزش قابل ارائه معرفی کردند. در این الگو، تدوین استراتژی رقابتی که سبب ایجاد مزیت رقابتی برای شرکت و حفظ آن در مقابل رقبا می‌شود، هدف اصلی مدل است که برای تحقق آن باید علاوه بر عوامل اقتصادی، به عوامل رفتاری، اجتماعی و فرهنگی در کنار عوامل تکنولوژیکی توجه ویژه شود و در حقیقت در این

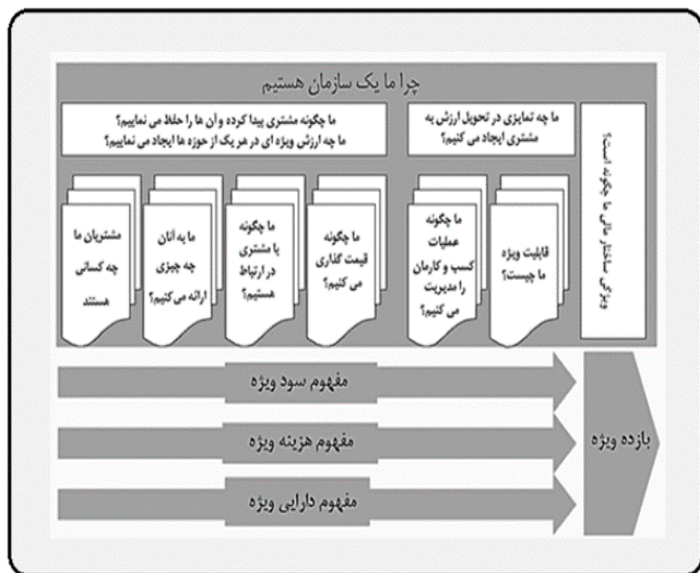
اجتماعی و محیطی فعالیت‌ها توجه شده است (یپ و بکمن، ۲۰۱۸).

در هر صورت چون فضای کسب‌وکار بانکی، درهم تنیده با سیستم حسابداری است و حسابداری نیز تابع شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط فعالیت است؛ تطبیق مدل کسب‌وکار بانکی با شرایط اقتصادی و اجتماعی ضرورتی انکارناپذیر است که در الگوهای کسب‌وکار بانکی ایران کمتر به آن توجه شده است و اغلب چالش‌های موجود در این فضا، حکایت از نیاز به بازطراحی الگوها با در نظر گرفتن شرایط مورد نظر را داراست. از این رو در این پژوهش تلاش شد تا الگوی جامع کسب‌وکار با تأکید بر عوامل اقتصادی-اجتماعی در مؤسسات بانکی با استفاده از روش فراتحلیل طراحی شد.

۱.۱. مفاهیم مدل کسب و کار و انواع آن

مدل کسب‌وکار، مجموعه‌ای از باورها به‌منظور خلق ارزش از کسب‌وکار پیشنهادی است (نیک‌بین و همکاران، ۱۳۹۷). به بیان دیگر نقش‌ها و ارتباطات میان مصرف‌کنندگان، مشتریان و عرضه‌کنندگان شرکت و جریان‌های تولیدی، اطلاعاتی، مالی و منافع اصلی شرکا را مشخص می‌کند (ماسانل و همکاران، ۲۰۱۲). در نتیجه مدل کسب‌وکار، یک معماری از جریان کالا، خدمات و اطلاعات از جمله توصیف بازیگران کسب‌وکاری مختلف و نقش آن‌ها، مزایای بالقوه بازیگران کسب‌وکاری گوناگون و نیز توصیف منبع درآمدهاست (تیمرز^۱،

^۱. Timmers



شکل ۱: چارچوب مدل کسب و کار عملیاتی لیندر و کانترل (۲۰۱۰).

مدل کسب و کار گرویدیجن (۲۰۱۵) نیز مبتنی بر آنتولوژی است که توضیح می دهد یک مدل کسب و کار چیست؟ در فلسفه، آنتولوژی^۸ نظریه ای است از آنچه وجود دارد. هدف آنتولوژی، ایجاد مفهوم سازی مشترک، صریح و رسمی برای مدل کسب و کار الکترونیکی و عبارت از مدلی از واقعیت منطق کسب و کار است. در این مدل ذی نفعان باید مدل کسب و کار را به صورت یکسان تفسیر کنند که این کار با مرتبط نمودن آنتولوژی به واژه شناسی پذیرفته شده در این زمینه حاصل می شود. این مدل، قابل پردازش با رایانه است و نرم افزار می تواند آن ها را تحلیل و پشتیبانی کند. بدین منظور، مدل کسب و کار باید صریح باشد. یعنی صرفاً در ذهن افراد موجود نباشد و مکتوب

مدل، بستر اقتصادی مناسب از طریق پرداختن به عوامل غیر اقتصادی بیان شده محقق می شود. در مدل کسب و کار لیندر و کانترل (۲۰۱۰) که در شکل ۱ ارائه شده است، اینترنت، تأثیر زیادی بر روش دستیابی شرکت به مشتریان، قیمت گذاری و سفارشی کردن تجربه تجارت داشته است و فعالان الکترونیکی به راه کارهای خلق ارزش جدید، پیکربندی های کانال جدید و مدل های درآمدی جدید نظیر مدل قیمت گذاری^۱، مدل درآمدی^۲، مدل کانال^۳، مدل فرایند تجارت^۴، مدل روابط تجاری مبتنی بر اینترنت^۵، مدل کل سازمانی^۶ و مدل ارزش قابل ارائه^۷ بسیار توجه کردند. طراحان این مدل معتقد هستند سازمان ها بر سر مشتریان و منابع رقابت می کنند و یک مدل کسب و کار عملیاتی خوب بر فعالیت های متمایز و رویکردهایی تأکید می کند که قادر باشند شرکت را در جذب مشتریان، کارکنان، سرمایه گذاران و تحویل محصولات و خدمات به صورت سودده به موفقیت برسانند.

^۵. Internet-based business relationships model

^۶. Total organizational model

^۷. Available value model

^۸. Anthology

^۱. Pricing model

^۲. Income model

^۳. Channel model

^۴. Business process model

پس از این تغییر رویکرد، آثار اقتصادی آن‌ها بیشتر پدیدار شود. زیرا رویکرد پایداری یک موضوع چند بعدی است و بدون توجه به نگرانی‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی شکافی در تحقق اهداف اقتصادی بانک‌ها رخ خواهد داد.

بیات و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی، مدل بانک-داری شرکتی پویا و استفاده از آن در بازاریابی اجتماعی با تکیه بر فناوری‌های نوین بانکی را طراحی کردند. این پژوهش با استفاده از روش متاسنتز و به صورت کیفی و بر اساس پژوهش‌های پیشین که از ابتدای سال ۲۰۲۱ در پایگاه ساینس دایرکت در حوزه بانک‌داری شرکتی و بازاریابی اجتماعی منتشر شده بود، انجام شد. یافته‌ها شامل مدلی در چهار بُعد و پانزده مؤلفه بود که در آن اولویت چهار بعد به ترتیب شامل عوامل تکنولوژیکی، عوامل مسئولیت اجتماعی شرکتی، عوامل خارج از کنترل بانک و در نهایت شیوه‌های نوین بانک‌داری بود. همچنین ترتیب اولویت مؤلفه‌های شناسایی شده در مدل نیز شامل تکنولوژی مالی، وام‌دهی تکنولوژی مالی، تأمین سرمایه جمعی، عوامل فرهنگی، عوامل سیاسی، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، بازاریابی سبز، افشای محتوای مالی با رعایت قانون‌گذاری، عدالت در پرداخت تسهیلات بانکی به شرکت‌ها، توجه به بانک‌داری سایه‌ای، بانک‌داری غیر حضوری، بانک‌داری باز، بانک‌داری دیجیتال و بانک‌داری غیر متمرکز است.

اسدالله و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با هدف شناسایی مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر مدل کسب‌وکار

شود. آنتولوژی به تعیین مفاهیم و روابط لازم در طراحی یک مدل کسب‌وکار کمک می‌کند. اگر ذی-نفعان بر روی یک مدل کسب‌وکار به توافق برسند، مدل در قالب مجموعه‌ای دقیق هستی‌شناسی^۱ از الزامات کسب‌وکاری برای سیستم اطلاعاتی تجارت الکترونیک عمل خواهد کرد. این الزامات برای معماران کسب‌وکاری که طراحی سیستم تجارت الکترونیک را از دیدگاه فنی بررسی می‌کنند، سودمند خواهد بود.

بررسی سیر پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه، نشان می‌دهد کوی^۲ و همکاران (۲۰۲۲)، مدل کسب-وکار و وفاداری مشتریان بانکی با توجه به نقش واسطه‌ای رفتار شهروندی مشتری را طراحی کردند. نتایج حاصل از این طراحی نشان داد که طراحی‌های مبتنی بر بهره‌وری و نوآوری می‌توانند بر وفاداری مشتریان بانک تأثیر گذارند و غیر مستقیم وفاداری مشتری را از طریق میانجی‌گری رفتار شهروندی مشتری زیر تأثیر قرار دهند. نتایج حاصل از این الگو به طراحی مدل کسب‌وکار برای پایداری در بانک‌ها کمک می‌کند و می‌تواند مفاهیم مدیریتی نوینی را با رویکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی، روان‌شناسی، اخلاق‌گرایی و فرهنگی برای مدیران بانکی به ارمغان آورد.

جاسینکی^۳ و همکاران (۲۰۲۱)، مقاله‌ای با عنوان «طراحی ابزارهای توسعه مدل کسب‌وکار بانکی با رویکرد پایداری» ارائه داده‌اند. به اعتقاد آن‌ها توسعه مدل‌های کسب‌وکار بانکی، نیازمند تغییرات اساسی در رفتار رویکردها اجتماعی و فرهنگی افراد است تا

^۲. Jasiński, dominik

^۱. Ontology

^۲. Qiu

محیطی، فنی و سازمانی نیز در مقام دوم تا چهارم قرار گرفته‌اند. هفده زیرمعیار هم به لحاظ اولویت، شناسایی و رتبه‌بندی شدند که مهم‌ترین آن‌ها به- ترتیب شامل قوانین و مقررات حمایتی، سرمایه بانک، مدیریت نظارت مناسب، انتخاب طرح‌های دارای توجیه، وجود کانال توزیع کارآمد، منابع انسانی توانمند، مدیریت ارتباط با مشتریان، داشتن محصول خاص و رقابت‌پذیر، تخفیف مالیاتی، توجه به مناطق محروم در سرمایه‌گذاری‌ها، مدیریت ریسک، استفاده از خدمات نوین، فرهنگ سازمانی، توجه به محیط زیست در تصویب طرح، ذخیره قانونی کمتر در قیاس با بانک تجاری، وجود فرآیندهای کارا و آموزش هستند.

با توجه به مبانی نظری و هدف اصلی پژوهش حاضر که ارائه چارچوب جامع کسب و کار با تأکید بر عوامل اقتصادی-اجتماعی در مؤسسات بانکی است، پرسش تحقیق به این صورت مطرح شده است: مؤلفه‌ها و اجزای تشکیل‌دهنده چارچوب جامع کسب و کار با تأکید بر عوامل اقتصادی-اجتماعی در مؤسسات بانکی، کدام‌اند؟

۲. مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی و نیمه- تجربی و با استفاده از روش فراتحلیل انجام شده است. فراتحلیل یک بررسی و روش تحقیق منظم محسوب می‌شود که امکان شناسایی و ارزیابی مهم همه شواهد مربوط را فراهم می‌کند. در نتیجه خطر انحراف در تخمین شاخص‌های آماری را محدود می‌کند. مراحل فراتحلیل نیز به ترتیب شامل: شناسایی نتایج تحقیقات، ترکیب نتایج تحقیقات انتخاب‌شده و مقایسه آن‌ها با یکدیگر است. ارزش-

بانک‌داری الکترونیک در قالب پیشران‌ها و پیامدها با استفاده از پیشینه موضوع و روش فراترکیب، انجام دادند. این پژوهش، با استفاده از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی (قضاوتی و گلوله برقی) از نظرات ۱۷ خبره دانشگاهی و ۱۷ مدیر یکی از بانک‌های خصوصی کشور بهره گرفته است. نتایج نشان می‌دهد در حوزه پیشران‌ها به ترتیب شاخص‌های ساختار مؤسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان، توسعه-دهندگان فناوری‌های مالی و محیط کسب و کار بیشترین اهمیت را دارد. در خصوص ابعاد مدل کسب و کار نیز به ترتیب خدمات پیشنهادی ارائه‌شده دارای بیشترین اهمیت و پس از آن سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و جنبه مالی در رتبه-های بعدی قرار دارند. در حوزه پیامدهای طراحی مدل کسب و کار بانک‌داری الکترونیک نیز به ترتیب شاخص‌های بهبود فضای کسب و کار، بهبود عملکرد سازمانی و رواج بانک‌داری مجازی دارای بیشترین اهمیت است.

صحت (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی مؤثر بر موفقیت بانک‌های توسعه‌ای در ایران، در پی شناسایی و تبیین عوامل (معیار و زیرمعیار) مؤثر بر موفقیت بانک‌های توسعه‌ای در ایران و سپس اولویت‌بندی آنان است. این اولویت‌بندی از طریق فرآیند تحلیل سلسله مراتبی که از جمله تصمیم‌گیری‌های چند معیاره است انجام شده است. طی این پژوهش، معیارها و زیرمعیارهای مؤثر بر موفقیت بانک‌های توسعه‌ای شناسایی و سپس به ترتیب اهمیت اولویت‌بندی شدند که معیار رویکرد مدیریتی در قالب مهم‌ترین معیار برای دستیابی به هدف موجود، موفقیت بانک-های توسعه‌ای در ایران شناسایی شد. معیارهای

فرا تحلیل خارج شدند و در نهایت، ۱۱۵۲ مقاله دریافت شد که از این تعداد، ۷۹۸ مقاله به دلیل نامربوط بودن عنوان، ۲۳۱ مقاله به دلیل عدم ارتباط چکیده و ۸۰ عنوان مقاله به دلیل نامرتب بودن محتوای مقاله با موضوع پژوهش، حذف و تعداد ۴۳ مقاله در قالب نمونه پژوهش، مشخص شدند. روایی مقالات نیز از طریق ابزار کنترل کیفیت روبریک ارزیابی شد و ۴ مقاله به دلیل کسب نکردن امتیاز لازم حذف شدند. در نهایت تعداد ۳۹ مقاله برای انجام فرایند فراتحلیل به شرح نگاره ۱ مورد ارزیابی قرار گرفتند.

۳. ملاحظات اخلاقی

پژوهش حاضر اصول اخلاقی امانت‌داری در منابع و مراجعه به منابع را مبنا قرار داده است.

یابی نتایج فراتحلیل به منظور کاهش خطا در برآورد، شکاف‌های موجود در پیشینه، همچنین موارد ضعف-های نظری را آشکار و زمینه ارائه الگویی مبتنی بر نتایج علمی غنی را فراهم می‌کند.

در این پژوهش، بر اساس روش هفت مرحله‌ای سندولوسکی و باروسو (۲۰۰۷)، هفت گام اجرا شد که عبارت‌اند از: تنظیم پرسش پژوهش، مرور سیستماتیک پیشینه پژوهش، جست‌وجو و انتخاب متون مناسب، استخراج اطلاعات متون مورد نظر، تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی، کنترل کیفیت و ارائه یافته‌های پژوهش.

در مرحله اول، انتخاب مقالات مرتبط منتشر شده در پایگاه آی.اس.آی. (ISI) شامل جی.سی.سی.آر، الزویر، تیلور، امرالد، اسپرینگر، فرانسیس و نیز مجلات دارای رتبه علمی-پژوهشی داخلی انجام شده است.

جست‌وجوی مقالات زبان انگلیسی در بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ و مقالات فارسی در بازه زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۰ انجام و استخراج شده است. در مرحله دوم، پیشینه دانشی پژوهش بر اساس جامعه مطرح شده در پژوهش، به صورت سیستماتیک و بر طبق واژه‌های کلیدی کسب‌وکار، الگوهای کسب‌وکار، بانک‌داری، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، گزارشگری، گزارشگری اجتماعی، گزارشگری اقتصادی، گزارشگری، سیستم بانکی، صنعت بانکی، مشتریان بانک، عملکرد بانکی و معادل انگلیسی این واژه‌ها استخراج شده است.

در پژوهش حاضر، مقالات منتشر شده بر اساس اصطلاحات مورد نظر، در پایگاه‌های علمی اعلام شده، بررسی شده است. در مرحله بعدی، مقالات استخراج شده، بر اساس عنوان، چکیده، متن و کلیدواژه‌ها، در چندین مرتبه بازبینی و در طی هر مرحله از بازبینی، تعدادی از مطالعات از فرآیند

نگاره ۱

ردیف	عنوان	نویسنده	پایگاه انتشار
۱	Digital technologies catalyzing business model innovation for circular economy—Multiple case study	Ranta, V., Aarikka-Stenroos, L., & Väisänen, J. M. (2021).	wiley
۲	Stimulating Customer Citizenship Behavior With Service Climate: The Mediating Role of Customer Psychological Empowerment	Qiu, H., Wang, N., & Li, M. (2021).	elsevier
۳	Sustainable banking; evaluation of the European business models	Nosratabadi, S., Pinter, G., Mosavi, A., & Semperger, S. (2020).	springer
۴	6 Innovation: “We Need Something Really Innovative, They Said”. In: <i>Unnatural Disasters</i> .	Lizarralde, Gonzalo.(2021).	emerald
۵	Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges.	Lee I, & Shin Yong J.(2018).	wiley
۶	Sustainable development model for measuring and managing sustainability in the automotive sector	Jasiński, dominik, Dominik; Meredith, James; Kirwan, Kerry.(2021).	elsevier
۷	Requirements of the Iranian Banking System	Hasheminejad., S. M. SadeghiMoghaddam, M.R., & Jafarnejad, A., Safari., H.(2018).	Emerald
۸	Open business model innovation via the internet: How Wiki technologies can improve the quality of business models	Bretschneider, U., Ebel, P. A., (2021).. & Leimeister, J. M.	Springer
۹	Designing a tourism business model on block chain platform	Aghaei, H., Naderibeni, N., & Karimi, A. (2021).	Elsevier
۱۰	Correction to: Combining multicriteria decision analysis and cost-benefit analysis in the assessment of maritime projects financed by the European Investment Bank	Clintworth, M., Boulougouris, E. & Lee, B.S.(2018).	Taylor
۱۱	John F. Bovenzi: Inside the FDIC: Thirty Years of Bank Failures, Bailouts, and Regulatory Battles	Al-Shammari, M., Mili, M. (2021).	Springer
۱۲	Empirical evidence on bank market power, business models, stability and performance in the emerging economies	Sudrajad, O.Y., Hübner, G.(2019)	Elsevier
۱۳	Income Structure and Bank Business Models: Evidence on Performance and Stability from the German Banking Industry	Busch, R., Kick, T.(2015)	springer
۱۴	Bank customers’ decision-making process in choosing between ethical and conventional banking: a survey-based examination	Bayer, S., Gimpel, H. & Sarikaya, S.(2019)	elsevier
۱۵	Women on boards and bank efficiency in ASEAN-5: the moderating role of the independent directors	Ramly, Z., Chan, SG., Mustapha, M.Z. et al.(2017)	Taylor
۱۶	Measuring bank performance with a dynamic network Luenberger indicator	Fukuyama, H., Weber, W.L.(2017)	emerald
۱۷	Research on using Six Sigma management to improve bank customer satisfaction	Zhuo, Z.(2019)	springer
۱۸	Competition and voluntary disclosure: evidence from deregulation in the banking industry	Burks, J.J., Cuny, C., Gerakos, J. et al.(2018)	Springer
۱۹	Bank employees’ internal and external perspectives on e-service quality, satisfaction and loyalty	Stamenkov, G., Dika, Z.(2016)	Wiley
۲۰	Evaluation of financial performance of selected banks	Gowri, C.M., Malepati, V.(2017)	Emerald
۲۱	تدوین استراتژی ریسک اعتباری بر اساس مدل SWOT در بانک ملی ایران.	حسینزاده، محمدرضا؛ خدادادی، عباس، (۱۳۹۷)	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۲	طراحی مدل نظام اعتبارسنجی در بین مشتریان بانکداری شرکتی با رویکرد بازاریابی اجتماعی.	سرداری، احمد؛ آزاد، ناصر؛ نعمی، عبدالله، (۱۴۰۰).	مجلات علمی پژوهشی وزارتین
۲۳	بررسی تأثیر نظریه‌های کارایی و انتشار نوآوری بر اعتماد مشتریان در بانکداری اینترنتی بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری (نمونه‌پژوهی: کارکنان شعب بانک تجارت استان تهران).	جوان امانی، ودود؛ اکبری، حمید، (۱۳۹۹).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۴	تحلیل نقش بانکداری اجتماعی در کاهش تضاد مالی بین بانکها و بنگاه‌های تولیدی (نمونه‌کاوی: بانک قرض‌الحسنه رسالت).	امیری، محمد؛ رادفر، رضا؛ فائزی رازی، فرشاد، (۱۳۹۹).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین

۲۵	ارتباط بین ویژگی‌های شخصی مشتریان و ارزیابی آن‌ها از کیفیت خدمات حضوری در شعب.	فخریان، سارا؛ گلزاریان‌پور، دکتر سیاوش؛ بیانی، میثم، (۱۳۹۸).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۶	تأثیر حاکمیت شرکتی بر سلامت مالی بانک‌های تجاری ایران.	طبائی‌زاده فشارکی، حمید؛ محمد پورزند، محمد ابراهیم؛ مینویی، مهرزاد، (۱۳۹۷).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۷	ارائه مدل تأثیر ارزش‌های اخلاقی سازمان بر توانمندسازی مشتریان پست مدرن در صنعت بانکداری.	قاسمی، بهروز؛ فریب گرکانی، سمیرا؛ سرمد سعیدی، سهیل، (۱۳۹۹).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۸	بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری مالی توسط مشتریان بانک (مطالعه موردی: بانک پاسارگاد).	افتخاری سینجانی، سیده شیما؛ روستا، علیرضا؛ نعیمی، عبدالله، (۱۴۰۰).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۲۹	بررسی ابزارهای امنیتی بانکداری الکترونیک در بخش بانکداری دولتی بانک‌های هند با مروری بر جهانی شدن.	عزیزی سرخانی، محمدجواد؛ کردلونی، حمیدرضا، (۱۳۹۵).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۰	الگوی جامع مدیریت ریسک اعتباری در نظام بانکداری ایران.	ثقفی، علی؛ دامغانیان، جمال؛ سیاح، سجاده؛ خضوعی، حسین، (۱۳۹۶).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۱	بررسی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی مدل کسب‌وکار بانکداری شخصی مبتنی بر آنتولوژی کسب‌وکار استروالد (مطالعه موردی: بانک رفاه کارگران)	رضائی بنجار، محمود؛ عباسی، ابراهیم، (۱۳۹۷)	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۲	طراحی مدل کسب‌وکار شهری.	طلایی مهدی، دل‌انگیزان سهراب، نادری نادر (۱۳۹۹)	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۳	مدل کسب‌وکار ابزاری برای ساماندهی بانک‌های کشور.	کشاورزبان، اکبر، (۱۳۹۶)	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۴	ضرورت سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی با الگوی فرهنگی (مورد مطالعه: بانک‌های دولتی).	عسگری، کاظم؛ عزیزی، شهریار؛ مشبکی، اصغر، (۱۳۹۹).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۵	آینده‌نگاری صنعت بانکداری با به‌کارگیری رویکرد سناریونویسی و ماتریس تأثیرات متقاطع.	بکامیری، حمید؛ لگزبان، محمد؛ پویا، علیرضا؛ شریف؛ حسین؛ (۱۴۰۰).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۶	مدل درگیری مشتریان با برند در رسانه‌های اجتماعی در صنعت بانکداری.	دهدشتی، شاهرخ؛ محمدیان محمودی- تبار، محمود؛ کیماسی، مسعود؛ ساجدی‌فر، علی‌اصغر، (۱۳۹۸).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۷	ارائه مدل و شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک هدف و انجام سرمایه‌گذاری با رویکرد گرنرد تئوری و معادلات ساختاری (مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران).	درستکار، ملیحه؛ رنجبر، محمدحسین، (۱۳۹۸).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۸	ارزیابی توان تبیین شاخص‌های حسابداری مدیریت در نظام ارزیابی سلامت بانکی.	سودبخش، امیر؛ جهانشاد، آزیتا، (۱۳۹۹).	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین
۳۹	بررسی امکان‌سنجی استقرار مهندسی مجدد صنعت بانکداری ایران با رویکرد استراتژیک در راستای بهبود فضای کسب‌وکار.	مهابادی، عادل؛ مستوفی، محمدرضا؛ رسولیان، محسن، (۱۳۹۲)	مجلات علمی- پژوهشی وزارتین

منبع: یافته‌های تحقیق

۳. ملاحظات اخلاقی

در تمام مراحل نگارش پژوهش حاضر، امانت‌داری و صداقت در کنار اصالت متن، رعایت شده است.

۴. یافته‌ها

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی کسب‌وکار بانک، با تأکید بر عوامل اقتصادی-اجتماعی از طریق فراتحلیل که نوعی مطالعه کیفی است، انجام شده است. در روش فراتحلیل، از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، موضوعات و استعاره‌های نو و اساسی، شناسایی و نگرشی منسجم و نظام‌مند برای پژوهشگران فراهم می‌آید. برای تحقق این هدف، لازم است نمونه مورد نظر در راستای پرسش پژوهش، از مقالات دارای شرایط لازم انتخاب شود. این امر مستلزم داشتن دیدی وسیع و عمیق به موضوع مورد نظر و انجام بازنگری دقیق داده‌ها است تا در نهایت مرتبط‌ترین یافته‌ها به دست آید. در فراتحلیل، پژوهشگر، برای پاسخ‌گویی به پرسش خود، داده‌های ثانویه نتایج حاصل از سایر مطالعه‌ها را باهم ترکیب می‌کند و به نتایج جدیدی دست می‌یابد.

در این روش، پژوهشگر به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، مفاهیم و تم‌های مرتبط با سؤال پژوهش را جست‌وجو می‌کند. پس از مشخص شدن تم‌ها، دسته‌بندی موضوعی آن‌ها با توجه به شباهت‌شان با یکدیگر، توسط پژوهشگر انجام می‌شود.

در ادامه، به منظور کنترل پایایی یافته‌ها، نظر پژوهشگر با خبرگان دیگر در این زمینه، همچنین محاسبه ضریب توافق کاپای بررسی می‌شود. این

روش چنین است که پس از اینکه پژوهشگر کدگذاری اولیه و طبقه‌بندی تم‌ها را انجام داد، پژوهشگر دیگری نیز همین طبقه‌بندی را به صورت جداگانه انجام می‌دهد. نزدیک بودن کدهای دو پژوهشگر به هم، نشانگر توافق بالای دو کدگذار و در نتیجه پایایی روش فراتحلیل است. اگر ضریب مذکور که از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه می‌شود، بالاتر از ۰/۶ باشد، قابل قبول است (موسی‌خانی و همکاران، ۱۳۹۶). ضریب کاپای به دست آمده در این پژوهش، ۰/۷۵ و دارای پایایی است. چون کیفیت پژوهش، به پژوهش‌های پیشین وابسته است و این پژوهش‌ها نیز استخراج‌شده از منابع علمی معتبر هستند، بنابراین، پژوهش از این نظر نیز معتبر است. یافته‌ها، در مرحله نهایی فراتحلیل، ارائه می‌شوند. چارچوب اولیه این مرحله، مطابق با نگاره ۲ حاصل شده است.

مفهوم	مقوله	ردیف
همزیستی شغلی	اجتماعی	۱
تعارضات ارزشی		
اکولوژیکی و اجتماعی		
صنعت خدمات		
تست درک مشتری		
مدیریت سبز-کاهش اثرات زیست محیطی		
حمایت از گروه های اجتماعی محروم		
فعالیت داوطلبانه		
حمایت از سازمان های غیر دولتی		
حمایت از فرهنگ، هنر و علم		
حمایت از کودکان کار		
حمایت از بیماران		
اعطالی تسهیلات قرض الحسنه ازدواج		
اعطای تسهیلات کم بهره در جهت فعال سازی کسب و کار و اشتغال		
ارائه خدمات بانکی به اقشار خاص		
گسترش سطح بانکداری الکترونیکی		
تأمین مالی سرمایه گذاری در راستای حفاظت از محیط زیست		
مبارزه با پول شویی و فساد مالی	اقتصادی	۲
ارزش افزوده		
اکوسیستم های تجاری		
بانکداری الکترونیک		
بانکداری شرکتی		
بحران مالی جهانی		
بحران وام		
تعهدات اقتصادی		
توزیع بازار مالی		
چرخه تأمین مالی		
حقوق صاحبان سهام		
دارایی، سپرده ها		
درآمد		
درآمدزایی و هزینه		
درآمدهای بانکی		
درآمدهای غیر مشاع		
سرمایه		
سرمایه گذاران		
سهام		
سود خالص بانک ها		
سودآوری		
ظرفیت های اقتصادی		
فضای باز اقتصادی		
فعالیت اقتصادی باز		
کسب و کار اینترنتی		
محصولات مالی		
مدیریت مالی		
منابع مالی		

مؤسسات مالی		
واسطه مالی		
وام خرد		
ارتباطات در بازاریابی	بازاریابی	۳
بخش بندی مشتریان		
سازه ارتباطی مشتریان		
استقبال مشتری		
تبلیغات اینترنتی		
تبلیغات محیطی		
اصول طراحی شغل		
بازار هدف		
بازاریابی الکترونیکی		
بخش بندی مشتریان		
تعامل با مشتریان		
تولید ارزش		
جایگاه رقابتی		
جذب مشتری		
جهانی شدن بازارها		
جهت گیری بازار		
خدمات پس از فروش		
خرده فروشی		
رقابت تجاری		
رقیب		
سطح واحد تجاری		
مدل تجاری پایدار		
مدیریت کسب و کار		
مشتری		
مشتری محوری		
مشتریان خاص		
معرفی محصولات		
وفاداری مشتری		
موانع قانونی و سیاسی	حاکمیتی	۴
تجارت بانکی		
نظام های دادوستد مالی		
حمایت قانونی		
انتقال دهنده سیاست های اقتصادی دولت	زنجیره تأمین	۵
ابعاد مختلف کسب و کار		
برنامه ریزی		
بیمه گذاران		
بازار بین الملل		
پایانه های حمل و نقل		
توزیع		
تولید		
تولید مشارکتی		
چابکی سازمانی		
خدمات حمل و نقل		

زنجیره ارزش و مالی		
سازمان‌دهی		
کنترل و نظارت		
مهندسی خدمات		
تفکر تحلیلی و همگرا	زیرساختی	۶
ارزش‌آفرین		
ساختار مؤسسات مالی		
مدیریت زیرساخت		
اپراتورها		
استراتژی‌های کلان		
انتخاب مدل کسب‌وکار آینده		
بازار اشباع		
بازآفرینی مستمر سازمان کسب‌وکار		
بلوک سازنده		
چالش‌های بازار		
خدمات		
رفتار مشترک سازمان‌های موفق		
روندهای کلیدی تأثیرگذار بر کسب‌وکار		
سناریوهای احتمالی برای کسب‌وکار		
کسب‌وکار شرکتی		
کسب‌وکار شهری		
مدیریت زیرساخت و ارزش پیشنهادی		
مدیریت شهری		
مدیریت کسب‌وکار		
مشاغل سنتی		
نحوه ایجاد کسب‌وکار		
نقش نظارتی		
نوع کسب‌وکار		
بسترسازی ساختاری و فرهنگی	فرهنگی	۷
رفتار شهروندی مشتری		
صنعت توریسم		
فرهنگ کسب‌وکار		
کارآفرینی		
ناسازگاری		
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	فناوری اطلاعات	۸
فناوری محور		
توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی		
بانک‌داری مجازی		
اقتصاد دیجیتال		
تجهیزات ارتباطی و شبکه‌ها		
توسعه تکنولوژی		
چاپ و نشر الکترونیکی		
خدمات الکترونیک		
ذخیره اطلاعات به صورت الکترونیکی		
عوامل الکترونیکی		
فرایندهای دیجیتال		

فناوری‌های مالی		
قابلیت دسترسی فزاینده به فناوری		
کسب‌وکار اینترنتی		
نحوه جست‌وجو کسب‌وکار		
بازخورد	محیطی	۹
سطح شرکت و سطح صنعت		
عدم اطمینان کاربران		
عوامل محیطی و سازمانی		
مدل تجاری		
نظریه ابزار		
نگرانی زیست‌محیطی		
خدمات پیشنهادی		
محیط کسب‌وکار		
کارآیی و بهره‌وری		
استراتژی	مدیریتی	۱۰
انتخاب مدیریتی		
تفکر استراتژیک مدیریتی		
قابلیت‌های مدیریتی		
برنامه‌ریزی صحیح		
مدیران و متصدیان کسب‌وکار		
مدیریت منابع انسانی		
مهارت‌های مدیران		
نظریه مدیریتی		
نقش سرپرستی		
نوع مدیریت		
هدایت و رهبری		
بهره‌وری و نوآوری		
نوآوری‌های مبتنی بر فروش		
نوآوری پیچیده		
نوآوری در صنعت خدمات مالی		
نوآوری مخرب	نوآوری	۱۱
خصوصیات فردی		
تولید ثروت		
اشتغال مولد		
همکاری	ویژگی‌های شخصیتی	۱۲

۴.۱. روش تحلیل تم

بیشتری به منظور دفاع از دیدگاه‌های خود طرح کند. روال مصاحبه بر اساس الگوی هفت مرحله‌ای کوال که به ترتیب شامل تعیین موضوع، طراحی مصاحبه، اجرا، نسخه‌برداری، تحلیل، تأیید و در نهایت گزارش است، انجام شده است. در انجام همه مراحل نیز پژوهشگران، به دقت تلاش کردند تا اعتبار مصاحبه و مراحل آن حفظ شود. سنجش پایایی مصاحبه‌ها نیز بر اساس روش توافق درون موضوعی دو محقق بررسی شد. پس از انجام مراحل فوق، ضریب پایایی به دست آمده برای مصاحبه‌ها ۰/۸ به دست آمد و با توجه به اینکه از ۰/۶ بیشتر است بر اساس نظر کوال (۱۹۹۶)، بنابراین مصاحبه از اعتبار کافی برخوردار است. همچنین با توجه به اینکه گویه‌های پژوهش با دقت و بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌ها ارائه شده، است، مصاحبه از روایی قابل قبول برخوردار است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۸۹). پس از اتمام مصاحبه‌ها، به منظور بومی‌سازی داده‌ها، تحلیل‌های لازم با استفاده از روش تحلیل تم بر روی داده‌ها شامل بازبینی مستمر بین داده‌ها و خلاصه‌های کدگذاری شده با تحلیل داده‌های به وجود آمده، انجام شده است (کلارک و همکاران، ۲۰۰۶).

شش مرحله تحلیل تم عبارت‌اند از: در مرحله اول که آشنایی با داده‌هاست و در آن نسخه‌های متنی به دست آمده از مصاحبه‌ها با دقت تکمیل و بررسی شد تا به کمک آن بتوان به الگوی لازم برای اصلاح الگوی کسب‌وکار بانکی دست یافت. در مرحله دوم، کدهای اولیه به صورت دستی ایجاد شدند. در این مرحله باید توجه داشت که همه خلاصه‌های داده‌ها کدگذاری شده باشند. مصاحبه‌ها از شماره ۱ تا ۱۲ کدگذاری شدند. همچنین کدهای حاصل از هر مصاحبه نیز از

به منظور بومی‌سازی الگوی پیشنهادی کسب‌وکار بانکی، از روش تحلیل تم استفاده شده است. اطلاعات لازم برای انجام تحلیل تم، از طریق انجام مصاحبه عمیق با خبرگان حوزه بانکی دارای دانش حسابداری، گردآوری می‌شود. مصاحبه از نوع نیمه ساختاریافته و در چارچوب یافته‌های حاصل از مقالات علمی انجام می‌شود که بهترین منبع در زمینه بومی‌سازی چارچوب اولیه است.

خبرگان تعداد ۱۵ نفر از مدیران ارشد بانک هستند که علاوه بر دارا بودن تحصیلات در رشته‌های حسابداری، حسابداری، مدیریت مالی و علوم بانکی، در حوزه کسب‌وکار نیز تخصص دارند و از طریق روش گلوله برفی انتخاب شدند و با آن‌ها مصاحبه انجام شد. درباره تعداد نمونه‌گیری در این مرحله ملاک رسیدن به نقطه اشباع است. بدین معنا که استفاده از نمونه‌های اضافی، تأثیر و کمکی در مشخص کردن یک مقوله نظری ندارد و نتایج نیز تفاوتی نخواهد کرد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۸). برای بررسی صحت و اجرایی بودن الگوی کسب‌وکار بانکی پیشنهادی، ابتدا نتایج استخراج شده از تحلیل محتوای پژوهش‌های منتشر شده در زمینه الگوی کسب‌وکار بانکی، در قالب پرسش‌های مصاحبه بین نمونه پژوهش توزیع و سپس نتایج ناشی از دیدگاه‌های آن‌ها گردآوری و در نهایت تجزیه و تحلیل شد.

برای اجرای مصاحبه، ابتدا مقدمه‌ای درباره کلیت پژوهش و موضوع آن ارائه شد و به همراه آن پرسش‌های مصاحبه که مبتنی بر الگوی پیشنهادی پژوهش بود، مطرح شد. در زمان طرح دیدگاه‌های مصاحبه‌شونده نیز از وی درخواست شد که توضیحات

فناوری اطلاعات، محیطی، مدیریتی، نوآوری و ویژگی‌های شخصیتی مشتریان در نظر گرفته شود. این الگو زمینه توسعه و رونق کسب‌وکار بانکی را منطبق با رویکردهای نوین مورد انتظار مشتریان فراهم می‌کند و می‌تواند فعالیت‌های بانکی را متحول کند.

۱ تا ۲۰۰ شماره‌گذاری شدند. در مرحله سوم، خلاصه داده‌های کدگذاری شده بر اساس تم‌ها دسته‌بندی شد. در مرحله چهارم، به منظور دستیابی به متناسب‌ترین طبقه‌بندی، مجدد دسته‌بندی کلی مورد بازنگری قرار گرفت. در مرحله پنجم، پژوهشگر، تم‌های ارائه‌شده برای تحلیل‌ها را تعریف و مجدد بازبینی و سپس داده‌های موجود در هر تم را تحلیل کرد. در مرحله ششم، از طریق گزارش‌نویسی حاصل از تحلیل تم، الگوی کسب‌وکار بانکی، بومی‌سازی و خلاصه شد.

نتایج حاصل از پژوهش که شامل مؤلفه‌ها و الگوی کسب‌وکار بانکی است، در نگاره ۳ ارائه شد و پاسخی به پرسش پژوهش حاضر است. این پژوهش در سال ۱۴۰۱ انجام شده است و طی آن به منظور دستیابی به الگوی کسب‌وکار بومی‌سازی شده بانکی، مقالات انگلیسی و فارسی منتشر و نمایه شده در پایگاه‌های معتبر علمی، به ترتیب طی بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۱ و ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۰، مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت پس از چندین مرتبه بازبینی عنوان، چکیده و متن، منطبق بر اصطلاحات کلیدی مشخص شده منطبق بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش، در نهایت جمعاً تعداد ۳۹ مقاله فارسی و غیر فارسی برای انجام فرایند فراتحلیل مورد ارزیابی قرار گرفتند.

الگوی نهایی ارائه‌شده در پژوهش، چارچوب جامع کسب‌وکار در مؤسسات بانکی را به ۱۲ بخش که خود به ۲۶ زیربخش جزئی‌تر طبقه‌بندی شده‌اند و در نهایت شامل ۲۰۰ کد هستند، طبقه‌بندی کرده است. در این الگو تلاش شده است تا همه ابعاد کسب‌وکار در حوزه بانکی از منظر اجتماعی، اقتصادی، بازاریابی، حاکمیتی، زنجیره تأمین، زیرساختی، فرهنگی،

جدول ۲. مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

ردیف	مقوله	مفهوم	کد افشا	
۱	اجتماعی	رفتاری	پاداش، مجازات، درک تناقضات یا همان احساس انتخاب با ریسک بالا، تعارض ارزشی، سلامت روانی، تنوع زیستی، بوم‌شناسی، کیفیت خدمات، ارزش درک-شده و ارزش ویژه برند، تجربیات عاطفی، الگوهای پیچیده روانی.	
		فعالیت‌های حمایتی	حمایت از گروه‌های اجتماعی محروم، فعالیت داوطلبانه، حمایت از سازمان‌های غیر دولتی، حمایت از فرهنگ، هنر و علم، حمایت از کودکان کار، حمایت از بیماران.	
		خدمات خاص با رویکرد اجتماعی	اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج، اعطای تسهیلات کم‌بهره در جهت فعال‌سازی کسب‌وکار و اشتغال، ارائه خدمات بانکی به اقشار خاص.	
		مسئولیت‌های اجتماعی	مدیریت سبز-کاهش اثرات زیست‌محیطی، تأمین مالی سرمایه‌گذاری در راستای حفاظت از محیط زیست، استفاده از شبکه‌های اجتماعی.	
۲	اقتصادی	اکوسیستم‌های تجاری بانک‌داری	کسب‌وکار اینترنتی، بانک‌داری الکترونیک، گسترش سطح بانک‌های الکترونیک، بستر اینترنت. بانک‌داری شرکتی، ارزش افزوده.	
		ریسک	ریسک عملیاتی، بحران مالی، بحران وام خرد و کلان، ریسک اعتباری، ریسک نقدینگی، ریسک بازار، ریسک-های قانونی و نظارتی، سایر ریسک‌ها و تحلیل‌های مرتبط، محیط قانونی و نظارتی قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت.	
		تعهدات اقتصادی	توزیع بازار مالی، ظرفیت‌های اقتصادی، فضای باز اقتصادی، فعالیت اقتصادی باز.	
		اقدام صورت‌های مالی	مدیریت مالی، منابع مالی، مؤسسات مالی، واسطه مالی.	بدهی‌ها، چرخه تأمین مالی، محصولات مالی، مدیریت مالی، سپرده‌ها.
			دارایی، سپرده‌ها.	درآمدهای بانکی، درآمدهای غیر مشاع.
			درآمدهای بانکی، درآمدهای غیر مشاع.	حقوق صاحبان سهام، سرمایه، سهام، سرمایه‌گذاران

<p>سود خالص بانکها، تسهیلات و تعهدات ترجیحی، پرداخت انواع وام(ریالی و ارزی) در قالب کوتاهمدت، میانمدت و بلندمدت، نرخ سود و کارمزد کم یا تسهیل در تضامین انواع وام ارزی در قالب سرمایه‌گذاری خارجی، تخصیص خطوط اعتباری، تسهیل‌سازی مرادفات تجاری-کارگزاری و ... ، خدمات ایجاد تعهد و ضمانت، خدمات صرافی، روش‌ها و خدمات نو و بدیع بین‌المللی(فین تک و ...)، نقل و انتقال وجوه، مدیریت پرتفولیو(نقدینگی، کفایت سرمایه و ...)، صرفه‌جویی در زمان و هزینه، نقش مکمل نهادهای فعال در حوزه صادرات، سودآوری عملیاتی و غیر عملیاتی ارائه تسهیلات و خدمات سرمایه‌گذاری و مشارکت برند/اعتبار، نیروهای بازار، توجه به بخش‌های بازار، نیازها و تقاضاها، شناخت بازار و درک فرصت‌های بالقوه، زیرساخت اقتصادی، نیروهای اقتصاد کلان، مواد مصرفی و سایر منابع بازارهای سرمایه، وضعیت جهانی بازار، هزینه‌های ثابت و متغیر، هزینه‌های سود و کارمزد،</p>			
<p>ارتباطات در بازاریابی</p> <p>بخش‌بندی مشتریان، مشتری-محوری، مشتریان خاص.</p> <p>سازۀ ارتباطی مشتریان، تعامل با مشتریان، وفاداری مشتری.</p> <p>استقبال مشتری، جذب مشتری.</p>	<p>مشتری‌مداری</p>	<p>بازاریابی</p>	<p>۳</p>
<p>تبلیغات اینترنتی، تبلیغات محیطی، اصول طراحی شغل بازار هدف، خدمات پس از فروش، خرده‌فروشی، بازاریابی الکترونیکی.</p>	<p>تبلیغات و بازاریابی</p>		
<p>تولید ارزش، رقابت تجاری، رقیب، سطح واحد تجاری.</p> <p>مدل تجاری پایدار.</p> <p>جایگاه رقابتی، جهانی شدن بازارها، جهت‌گیری بازار .</p>	<p>مدیریت کسب‌وکار</p>		
<p>فهرست الزامات مهم حاکم بر سیستم بانکی، موانع قانونی و سیاسی.</p>	<p>قوانین و مقررات</p>	<p>حاکمیتی</p>	<p>۴</p>
<p>نظام‌های دادوستد مالی حاکم در عرصۀ بانکی، حمایت-های قانونی و عرفی، حمایت‌های اقتصادی دولت، مبارزه با پول‌شویی و فساد مالی.</p>	<p>حمایت‌ها</p>		
<p>توزیع، تولید، تولید مشارکتی، توزیع، پایانه‌های حمل-ونقل، بیمه‌گذاران،</p>	<p>ابعاد مختلف کسب‌وکار</p>	<p>زنجیرۀ تأمین</p>	<p>۵</p>
<p>زنجیرۀ ارزش و مالی، مهندسی خدمات، خلق ارزش.</p>	<p>چابکی سازمانی</p>		

۶	زیر ساختی	ساختار	نوع تفکر، ساختار مؤسسات مالی مدیریت زیرساخت، اپراتورها، خدمات، کسب‌وکار شرکتی، کسب‌وکار شهری، مدیریت زیرساخت و ارزش پیشنهادی.
۷	فرهنگی	بستر سازی	ساختاری و فرهنگی، رفتار شهروندی مشتری، فرهنگ، ناسازگاری فرهنگی،
		کار آفرینی	کار آفرینی، فرهنگ کسب‌وکار، نیازسنجی، شغل
۸	فناوری اطلاعات	فناوری-محور	توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی، بانک‌داری مجازی. اقتصاد دیجیتال، تجهیزات ارتباطی و شبکه‌ها، توسعه تکنولوژی، چاپ و نشر الکترونیکی، خدمات الکترونیک، ذخیره اطلاعات به صورت الکترونیکی، عوامل الکترونیکی.
		فرایندهای دیجیتال	فرایندهای دیجیتال، فناوری‌های مالی، قابلیت دسترسی فزاینده به فناوری.
۹	محیطی	عوامل محیطی و سازمانی	محیط کسب‌وکار، مدل تجاری، ارتباطات بیرونی، سطح شرکت، سطح بانک، بازخوردها، نوع خدمات پیشنهادی.
۱۰	مدیریتی	استراتژی	کارایی و بهره‌وری.
			استراتژی، تفکر استراتژی.
			راه‌برد و نوع انتخاب مدیریتی.
			تفکر استراتژیک مدیریتی.
		مهارت مدیریتی	مدیریت منابع انسانی، قابلیت‌های مدیریتی برنامه‌ریزی صحیح، نقش سرپرستی.
			هدایت و رهبری، نوع مدیریت، مدیران و متصدیان کسب‌وکار.
۱۱	نوآوری	خدمات فناور و نوآور	بهره‌وری و نوآوری، فناورانه.
			نوآوری‌های مبتنی بر فروش.
			نوآوری مخرب، استارت‌آپ.
		دانش بنیان	نوآوری در صنعت خدمات مالی، نوآوری پیچیده
نوآوری مخرب.			
۱۲	ویژگی‌های شخصیتی	خصوصیات فردی	جنسیت، سن، تیپ شخصیتی.

منبع: یافته‌های پژوهش

اند و توجه به آن‌ها می‌تواند در رفع کاستی مدل‌های کسب‌وکار کنونی و جامعیت‌بخشی به مدل‌های موجود اثرگذار باشد. مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت، نیروی انسانی شاغل در بانک‌ها، تنوع و کیفیت خدمات بانکی، رضایت مشتریان از کارکنان، مطلوبیت محیط داخلی و محل استقرار شعب در بانک‌داری نوین از جمله ابزارهای مهمی هستند که علاوه بر مؤلفه‌های اقتصادی و مالی، زیرساختی، راه‌بردی و حاکمیتی، در بانک‌داری نوین در جذب بهینه منابع پولی آثار مهمی دارند. مسلماً توسعه کاربردهای ارتباطات در کنار فناوری اطلاعات در الگوهای بانکی که نمونه آن می‌تواند از طریق بخش ارتباط با مشتریان بانکی و محتوای پیام‌های آن‌ها صورت پذیرد، ضمن آنکه منجر به واکنش سریع و به‌هنگام در مقابل نیازهای مشتریان دارد، نقش مؤثری در کاهش مشتریان ناراضی و آثار نامطلوب ناشی از آن ایفا می‌کند و زمینه برندسازی صنعت بانک‌داری در حوزه مسئولیت اجتماعی همچنین نوآوری و خلق ارزش را فراهم می‌کند. از سوی دیگر برقراری ارتباط دو طرفه بین بانک‌ها و مشتریانشان، یکی دیگر از فاکتورهایی است که توجه ویژه به آن در الگوی کسب‌وکار بانکی، نه تنها باعث احساس اعتماد و امنیت بیشتر مشتریان در قبال بانک‌ها می‌شود، بلکه باعث ارتقای دانش مالی سطوح مختلف مردم می‌شود و در نهایت ایجاد چنین نگرش مثبتی در فضای جامعه به بانک‌ها در توسعه کسب‌وکار بانکی تأثیرات شگرفی را در پی خواهد داشت. چون در دنیای پر رقابت امروز، الگوی کسب‌وکار طراحی شده در هر بانک تعیین‌کننده و هدایتگر مسیر خلق ارزش آن است، توجه ویژه به مؤلفه‌های شناسایی شده در الگوی پژوهش حاضر، نظیر ذی‌نفعان، سهام-

بررسی مؤلفه‌های کسب‌وکار استخراج‌شده در مدل بانکی نشان می‌دهد در زمینه‌هایی نظیر راه‌بردها، خدمات فناور و نوآور، دانش بنیان، مشتری‌مداری، شخصیت‌شناسی و اطلاعات فناوری دیجیتال مؤلفه‌های با اهمیتی وجود دارد که کمتر در الگوهای ارائه‌شده بانکی مورد توجه است. پرداختن به تیپ-شناسی شخصیتی مشتریان و پرسنل بانک از شاخص‌های مهم در الگوی کسب‌وکار نوین بانکی است که با در نظر گرفتن آن در قالب یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در حوزه توسعه کسب‌وکار بانکی، با توجه به تنوع وظایف خدمات‌رسانی بانکی به مشتریان و نیازهای عمده و متنوع آن‌ها، می‌توان ضمن ارتقای روابط انسانی، به شخصیت و رفتار فرد و چگونگی اثرگذاری آن در خلق و گسترش مفاهیمی نظیر انگیزش، وفاداری، اعتمادسازی در حوزه رفتار سازمانی و در نهایت الگوی کسب‌وکار بانکی تأکید و اهتمام ویژه کرد. بر اساس دیدگاه خبرگان و با توجه به پژوهش‌های بین‌المللی مورد مطالعه در صنعت بانکی، می‌تواند به نقش مهم و اساسی این فاکتورها در تحول گسترده الگوهای کسب‌وکار بانکی با رویکردهای گوناگون و کارآمدی آن در تصمیم‌گیری‌های موثرتر استفاده‌کنندگان تأکید کرد.

۵. نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد تا از طریق ارائه الگوی جامع کسب‌وکار بانکی، مؤلفه‌هایی از کسب‌وکار ارائه شود که هرچند در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان، نقش‌آفرین و تأثیرگذار هستند، اما در مدل‌های موجود کسب‌وکار بانکی کمتر مورد توجه قرار گرفته-

۶. سهم نویسندگان

همه نویسندگان ب صورت برابر در تهیه و تدوین پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند. این مقاله برگرفته از رساله دکتری است.

۷. تضاد منافع

در این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

داران، در کنار سایر مشتریان و نیز تعیین زنجیره چگونگی خلق ارزش بانکی با در نظر گرفتن همه امکانات و محدودیت‌های بانکی، از جمله سازوکارهای استراتژیکی است که می‌تواند به عامل موفقیت‌های بانکی در مسیر پر التهاب کسب‌وکارهای کنونی در نظر گرفته شود. علاوه بر موارد بالا نگرستن به این حوزه از منظر مشتریان بانک در نظر گرفتن بهترین علایق آن‌ها با توجه به ویژگی‌های شخصیتی و سطوح ادراک آن‌ها، درصد تأمین انتظارات آن‌ها را افزایش خواهد داد و بهبود رسالت بانکی در زمینه پاسخ‌گویی، اطمینان‌بخشی و تضمین خدمات را به ارمغان خواهد آورد. نتیجه و ماحصل این پژوهش می‌تواند منجر به ارتقای کیفی الگوهای کسب‌وکار بانکی و تغییر نوع نگرش و تفکرات مدیریتی در حوزه کسب‌وکار شود. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهشگرانی نظیر پیچ و لیتزل (۲۰۱۹) و ماسو و همکاران (۲۰۱۶) هم‌سو است. بر اساس یافته‌های پژوهش، به برنامه‌نویسان و طراحان الگوهای کسب‌وکار حوزه بانکی پیشنهاد می‌شود، ضمن بازبینی الگوهای موجود کسب‌وکار، تغییرات پارادایم حسابداری و توجه لازم به رویکرد خلق ارزش با مؤلفه‌های نوین را در الگوهای جدید مورد توجه جدی قرار دهند. همچنین در مسیر طراحی الگوهای نوین کسب‌وکار در عرصه‌های مختلف از جمله صنعت بانک‌داری، جایگاه ویژه‌ای برای فاکتورهای مرتبط با رویکردهای اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی لحاظ کنند. به پژوهشگران نیز پیشنهاد می‌شود ضمن انجام مطالعات تطبیقی در حوزه الگوهای مختلف کسب‌وکار موجود در عرصه سازمانی، الگوهای جدید طراحی شده را از منظر فزونی منافع بر مخارج مورد سنجش قرار دهند.

منابع

- 10.22034/jifb.2022.302856.1292
۱۳۹۹.
- حسینزاده، محمدرضا؛ خدادادی، عباس، «تدوین استراتژی ریسک اعتباری بر اساس مدل SWOT در بانک ملی ایران، نشریه تحقیقات بازاریابی نوین، ۱۰(۳۸)، ۵۵-۶۸. doi: 10.22108/nmrj.2018.106242.1401
۱۳۹۷.
- درستکار، ملیحه؛ رنجبر، محمد حسین، «ارائه مدل و شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک هدف و انجام سرمایه‌گذاری با رویکرد گرند تئوری و معادلات ساختاری(مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران)، دانش سرمایه‌گذاری، ۸(۳۰)، ۳۸۲-۳۵۵، ۱۳۹۸.
- دهدشتی، شاهرخ؛ زهر محمدیان محمودی تبار، محمود؛ کیماسی، مسعود؛ ساجدی‌فر، علی‌اصغر، «مدل درگیری مشتریان با برند در رسانه‌های اجتماعی در صنعت بانکداری»، مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، ۸(۲۹)، ۱۴۲-۱۱۳، doi: 10.22054/ims.2019.10378
۱۳۹۸.
- رضائی بنجار، محمود و ابراهیم عباسی، «بررسی عوامل موثر بر پیاده‌سازی مدل کسب‌وکار بانکداری شخصی مبتنی بر آنتولوژی کسب‌وکار استروالدر(مطالعه موردی: بانک رفاه کارگران)»، دوره ۶، شماره ۴، پیاپی ۲۳، زمستان ۱۳۹۷، ص: ۸۹-۱۰۷، ۱۳۹۸.
- سرداری، احمد؛ آزاد، ناصر؛ نعیمی، عبدالله، «طراحی مدل نظام اعتبارسنجی در بین مشتریان بانکداری شرکتی با رویکرد بازاریابی اجتماعی»، فصلنامه مطالعات مالی و بانکداری اسلامی، ۷(پاییز و زمستان)، ۱-۲۰. doi: 10.22034/jifb.2022.325554.1319
۱۳۹۹.
- بکامیری، حمید؛ لگزیان، محمد؛ پویا، علیرضا؛ شریف، حسین، «آینده‌نگاری صنعت بانکداری با به‌کارگیری رویکرد سناریونویسی و ماتریس تاثیرات متقاطع» مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، ۱۰(۳۷)، ۲۶۶-۲۳۳. doi: 10.22054/ims.2020.49555.1664
۱۴۰۰.
- ثقفی، علی؛ دامغانیان، جمال؛ سیاح، سجاده؛ خضوعی، حسین، الگوی جامع مدیریت ریسک اعتباری در نظام بانکداری ایران، دانش سرمایه‌گذاری، ۶(۲۴)، ۸۲-۵۵، ۱۳۹۶.
- جوان امانی، ودود؛ اکبری، حمید، بررسی تأثیر نظریه‌های کارایی و انتشار نوآوری بر اعتماد مشتریان در بانکداری اینترنتی بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری(نمونه پژوهی: کارکنان شعب بانک تجارت استان تهران). فصلنامه مطالعات مالی و بانکداری اسلامی، ۶(پاییز و زمستان)، ۱۲۱-۱۰۳. doi: 10.22034/jifb.2022.302856.1292
۱۳۹۹.

سازمان بر توانمندسازی مشتریان پست مدرن در صنعت بانکداری»، دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۹(۳۳)، ۲۹۵-۲۸۵، ۱۳۹۹.

- کشاورزبان، اکبر، «مدل کسب و کار ابزاری برای ساماندهی بانک‌های کشور»، مجله اقتصادی شماره‌های ۷ و ۸، مهر و آبان ۶۹۳۱، ۱۳۹۶.

- مهابادی، عادل؛ مستوفی، محمدرضا؛ رسولیان، محسن، «بررسی امکان‌سنجی استقرار مهندسی مجدد صنعت بانکداری ایران با رویکرد استراتژیک در راستای بهبود فضای کسب‌وکار». حسابداری مدیریت، ۶، (شماره ۴(پیاپی ۱۹))، ۱۲۸-۱۱۷، ۱۳۹۲.

- ودادهیر، ابوعلی، «فرا ترکیب نتایج واکاوی‌های کیفی و مطالعات فرهنگی: واقعیت یا توهم». برگ فرهنگ، شماره ۲۲، صص: ۲۴-۴۵، ۱۳۹۸.

- Afuah A, Tucci C. Internet Business Models and Strategies. McGraw-Hill, New York;2003.

- Aghaei, H., Naderibeni, N., & Karimi, A. (2021). Designing a tourism business model on block chain platform. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100845.

- Al-Shammari, M., Mili, M. A fuzzy analytic hierarchy process model for customers' bank selection decision in the Kingdom of Bahrain. *Oper Res Int J* 21, 1429-1446 (2021). <https://doi.org/10.1007/s12351-019-00496-y>

- Bayer, S., Gimpel, H. & Sarikaya, S. Bank customers' decision-making process in choosing between ethical and conventional banking: a survey-based examination. *J Bus Econ* 89, 655-697 (2019). <https://doi.org/10.1007/s11573-019-00934-5>

10.22034/jifb.2022.330456.1344

۱۴۰۰.

- سودبخش، امیر؛ جهانشاد، آریتا، «ارزیابی توان تبیین شاخص‌های حسابداری مدیریت در نظام ارزیابی سلامت بانکی»، دانش حسابداری و حساب-رسی مدیریت، ۹(۳۵)، ۳۱۹-۲۹۹، ۱۳۹۹.

- طبائی‌زاده فشارکی، حمید؛ محمد پورزندی، محمدابراهیم؛ مینوئی، مهرزاد، «تأثیر حاکمیت شرکتی بر سلامت مالی بانک‌های تجاری ایران»، حسابداری مدیریت، ۱۱(۳۸)، ۱۲۶-۱۰۹، ۱۳۹۷.

- طلائی، مهدی؛ دل‌انگیزان، سهراب؛ نادری، نادر، «طراحی مدل کسب‌وکار شهری». فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، ۸ (۳۰): ۱۲۹-۱۵۳، ۱۳۹۹.

- عزیزی سرخانی، محمدجواد؛ کردلوئی، حمیدرضا، «بررسی ابزارهای امنیتی بانکداری الکترونیک در بخش بانکداری دولتی بانک‌های هند با مروری بر جهانی شدن». دانش سرمایه‌گذاری، ۵(۱۸)، ۲۵۳-۲۶۲، ۱۳۹۵.

- عسگری، کاظم؛ عزیزی، شهریار؛ مشبکی، اصغر، «ضرورت سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی با الگوی فرهنگی(مورد مطالعه: بانک‌های دولتی)، دانش سرمایه‌گذاری، ۹(۳۳)، ۳۵۰-۳۲۷، ۱۳۹۹.

- فخریان، سارا؛ گلزاریان‌پور، سیاوش، بیانی، میثم، «ارتباط بین ویژگی‌های شخصی مشتریان و ارزیابی آن‌ها از کیفیت خدمات حضوری در شعب»، فصلنامه مطالعات مالی و بانکداری اسلامی، ۴(زمستان)، -، doi: 10.22034/jifb.2020.188346.1131، ۱۳۹۸.

- قاسمی، بهروز؛ قریب گرکانی، سمیرا؛ سرمد سعیدی، سهیل، «ارائه مدل تأثیر ارزش‌های اخلاقی

- Jasiński, dominik, Dominik; Meredith, James; Kirwan, Kerry. Sustainable development model for measuring and managing sustainability in the automotive sector. *Sustainable Development*, 2021.
- Lee I, & Shin Yong J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 2018, 61: PP 35-46.
- Lizarralde, Gonzalo. 6 Innovation: "We Need Something Really Innovative, They Said". In: *Unnatural Disasters*. Columbia University Press, 2021. p. 177-212.
- Nosratabadi, S., Pinter, G., Mosavi, A., & Semperger, S. (2020). Sustainable banking; evaluation of the European business models. *Sustainability*, 12(6), 2314.
- Qiu, H., Wang, N., & Li, M. (2021). Stimulating Customer Citizenship Behavior With Service Climate: The Mediating Role of Customer Psychological Empowerment. *SAGE Open*, 11(1), 21582440211006065.
- Ramly, Z., Chan, SG., Mustapha, M.Z. et al. Women on boards and bank efficiency in ASEAN-5: the moderating role of the independent directors. *Rev Manag Sci* 11, 225–250 (2017). <https://doi.org/10.1007/s11846-015-0186-4>
- Ranta, V., Aarikka-Stenroos, L., & Väisänen, J. M. (2021). Digital technologies catalyzing business model innovation for circular economy—Multiple case study. *Resources, Conservation and Recycling*, 164, 105155.
- Stamenkov, G., Dika, Z. Bank employees' internal and external perspectives on e-service quality, satisfaction and loyalty. *Electron Markets* 26, 291–309 (2016). <https://doi.org/10.1007/s12525-016-0221-6>
- Sudrajad, O.Y., Hübner, G. Empirical evidence on bank market power, business
- Bretschneider, U., Ebel, P. A., & Leimeister, J. M. Open business model innovation via the internet: How Wiki technologies can improve the quality of business models. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 2021, 18(02), 2040004.
- Burks, J.J., Cuny, C., Gerakos, J. et al. Competition and voluntary disclosure: evidence from deregulation in the banking industry. *Rev Account Stud* 23, 1471–1511 (2018). <https://doi.org/10.1007/s11142-018-9463-1>
- Busch, R., Kick, T. Income Structure and Bank Business Models: Evidence on Performance and Stability from the German Banking Industry. *Schmalenbach Bus Rev* 67, 226–253 (2015). <https://doi.org/10.1007/BF03396875>
- Clintworth, M., Boulougouris, E. & Lee, B.S. Correction to: Combining multicriteria decision analysis and cost–benefit analysis in the assessment of maritime projects financed by the European Investment Bank. *Marit Econ Logist* (2018). <https://doi.org/10.1057/s41278-018-0109-9>
- Fukuyama, H., Weber, W.L. Measuring bank performance with a dynamic network Luenberger indicator. *Ann Oper Res* 250, 85–104 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10479-015-1922-5>
- Gowri, C.M., Malepati, V. Evaluation of financial performance of selected banks. *Decision* 44, 3–14 (2017). <https://doi.org/10.1007/s40622-016-0140-6>
- Hasheminejad., S. M. SadeghiMoghaddam, M.R., & Jafarnejad, A., Safari., H. Requirements of the Iranian Banking System, First Edition, Tehran, Pars Mehregan Investment, 2017.

models, stability and performance in the emerging economies. Eurasian Bus Rev 9, 213–245 (2019).

<https://doi.org/10.1007/s40821-018-0112-1>

- Zhuo, Z. Research on using Six Sigma management to improve bank customer satisfaction. Int J Qual Innov 5, 3 (2019).

<https://doi.org/10.1186/s40887-019-0028-6>