Archive of SID.ir

Ethical Banking and Social Responsibility: Presenting a Green Banking Model

M. ZadFallah[1], H. Ganjinia Ph.D.[2*], M. Azadeh Del Ph.D.[2], S. Baghersalimi Ph.D.[2]

1. PhD Student in Public Administration, Dept. of Organizational Behavior, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

2. Dept. of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

Original article

Abstract

Background: In ethical banking, social responsibility is important and customers' money is not used to finance something that can have a negative impact on society. One of the dimensions of social responsibility is to pay attention to the environment. Considering the importance of this, the aim of this research is to provide a green banking model in the banking system.

Method: The current research was applied, qualitative and descriptive-survey research. The statistical population was the managers (experts) of the country's banking system, 22 of whom were considered as samples using snowball sampling and after theoretical saturation. The data collection tool was semi-structured interviews. The data were analyzed using the coding method and MAXQDA software.

Results: 127 primary codes were identified for green banking, which were classified into 15 core categories, and finally the green banking model was compiled by selective coding.

Conclusion: In the final model, the central category included management measures and environmental protection under the influence of a series of causal factors including: marketing, the use of new and electronic technologies, governmental support and upstream laws and documents, which are based on individual factors, organizational factors and international factors were formed. The strategies include extra-organizational factors, including the review and review of upstream documents and culture building with two sections, subjects and agents. Internal factors included the creation and implementation of necessary changes. Intervening factors include extra-organizational and intra-organizational factors, each of which is divided into different sub-dimensions. And finally, the consequences were placed in two external and internal organizational dimensions.

Keywords: *Ethical banking, Social responsibility, Green banking*

***Corresponding Author:** H. Ganjinia, Dept. of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. Email: hosseinganjinia147@gmail.com

How to cite: M. ZadFallah, H. Ganjinia, M. Azadeh Del, S. Baghersalimi. Ethical banking and social responsibility: presenting a green banking model. Ethics in Science and Technology. 2024,19(1): 92-101.

Copyright © 2024 Authors. Published by Iranian Association for Ethics in Science and Technology. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license. (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بانکداری اخلاقی و مسئولیت اجتماعی: ارائه مدل بانکداری سبز

موسی زادفلاح[۱]، دکترحسین گنجی نیا[۲*]، دکتر محمد رضا آزاده دل[۲] ، دکترسعید باقرسلیمی[۲]
۱. دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت دولتی- رفتار سازمانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.
۲. گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

(تاریخ دریافت:۱۴۰۱/۶/۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۸/۹)

مقاله پژوهشی

چکیده

زمینه: در بانکداری‌اخلاقی، مسئولیت اجتماعی اهمیت دارد و پول مشتریان برای تامین مالی چیزی که می‌تواند تاثیر منفی بر اجتماع داشته باشد، مصرف نمی‌شود . یکی از ابعاد مسئولیت اجتماعی توجه به محیط زیست است. با توجه به اهمیت به این مهم هدف پژوهش حاضر ارائه مدل بانکداری سبز در نظام بانکی است.

روش: تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کاربردی، کیفی و توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری، مدیران(خبرگان) سیستم بانکی کشور بودند که که ۲۲ نفر با استفاده از نمونه‌گیری گلوله‌برفی و بعد از اشباع نظری به عنوان نمونه در نظرگرفته شدند. ابزار جمع‌اوری داده‌ها مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بود. داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری و نرم افزار *MAXQDA* مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: برای بانکداری سبز ۱۲۷ کد اولیه شناسایی شد که در ۱۵ مقوله محوری طبقه‌بندی شد و در نهایت با کدگذاری انتخابی مدل بانکداری سبز تدوین شد.

نتیجه‌گیری: در مدل نهایی مقوله محوری شامل اقدامات مدیریتی و حفاظت از محیط زیست تحت تاثیر یکسری عوامل علّی شامل: بازاریابی، استفاده از تکنولوژی های نوین و الکترونیکی، حمایت حاکمیتی و قوانین و اسناد بالادستی بود که در بستر عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل بین المللی شکل می‌گرفتند. راهبردها شامل عوامل برون‌سازمانی شامل بررسی و بازبینی اسناد بالادستی و فرهنگ‌سازی با دو بخش موضوعات و عاملین است. عوامل درون‌سازمانی شامل ایجاد و اجرای تغییرات لازم بود. عوامل مداخله گر شامل عوامل برون سازمانی و درون سازمانی است که هر یک به زیرابعاد مختلفی تقسیم میشوند و در نهایت پیامدها در دو بعد برون‌سازمانی و درون‌سازمانی قرار گرفتند.

کلیدواژگان: بانکداری اخلاقی ، مسئولیت اجتماعی، بانکداری سبز

سرآغاز

بخش بانکی یکی از مهمترین عوامل اثر گذار بر فعالیت های اقتصادی و رشد اقتصادی[۱] است. با توجه به اینکه بانک‌ها می‌توانند از طریق سیاست‌های مالی[۲] و وام دهی خود اثرات اجتماعی و محیطی قابل توجهی داشته باشند از دهۀ ۱۹۹۰ بانک‌ها شروع به احساس فشار از سوی عموم مردم، سازمان‌های مردم نهاد، حکومت‌ها، نهادهای نظم دهنده و دیگران کردند تا تأثیر اجتماعی و محیطی خود را در نظر بگیرند و به بانکداری اخلاقی[۳] روی آورند(۱). یک بانک اخلاقی، که بانک اجتماعی[۵]، غیرسنتی، یا پایدار نیز نامیده می‌شود، بانکی است که با پیامدهای اجتماعی و محیطی سرمایه‌گذاری و وام‌هایش سر و کار دارد. جنبش بانکداری اخلاقی شامل: سرمایه‌گذاری اخلاقی[۵]، سرمایه‌گذاری تأثیری[۶]، سرمایه‌گذاری مسئولانۀ اجتماعی[۷] است و با جنبش‌هایی مانند تجارت عادلانه، مصرف گرایی اخلاقی [۸]و کسب و کار اجتماعی[۹] ارتباط دارد.(۲)

در بانکداری اخلاقی، مسئولیت اجتماعی[۱۰] اهمیت دارد و پول مشتریان برای تامین مالی چیزی که می تواند تاثیر منفی بر اجتماع داشته باشد، مصرف نمی شود . پرداختن به رسالت مسئولیتهای اجتماعی، یکی از مهمترین موضوعاتی که سازمانها در فلسفه وجودی و ماموریتهای خود به آن می‌پردازند و بانکداری سبز، یکی از مصادیق اصلی در انجام وظایف مربوط به رسالت اجتماعی است(۳). پیش از هر چیز باید تعریف جامعتری از رسالت اجتماعی ارایه کرد زیرا تعریف رایج بانکداری ایران، تعریفی محدود بوده لذا عملکردی که در این بخش شاهد هستیم نیز مبتنی بر همین تعریف، محدود است.

نویسندۀ مسئول: نشانی الکترونیکی: * hosseinganjinia147@gmail.com

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

به صورت کلی مسئولیت اجتماعی، پاسخگویی و توجه به مسائل محیط کسب و کار است. مسئولیت اجتماعی در برگیرنده ۳ بخش اصلی تحت عناوین مسئولیتهای اقتصادی، جامعه و محیطی است. بهره ور بودن، سودآور بودن، عدم اتلاف منابع، توجه و حساسیت نسبت به بیکاری، تورم و.... از جمله رویکردهای اصلی در مسئولیتهای اقتصادی است. پرداختن به مسائل مربوط به فقر، رشد جمعیت، بیماریها، مسائل زنان و جوانان، امنیت و.... از مسائل مطرح در مسئولیتهای حوزه اجتماعی می باشد. یکی از ابعاد مسئولیت اجتماعی توجه به محیط زیست است. بانک‌های اخلاقی یا مسئولیت‌پذیر اجتماعی تضمین می‌کنند که شیوه‌های آنها به صنایعی که به مردم یا کره زمین آسیب می‌رسانند کمک نمی‌کند(۴).

بدیهی است محافظت از محیط زیست[11] و ممانعت از رویه‌های آسیب‌زننده به این نعمت‌های خدادادی نیازمند توجه و حمایت همه‌جانبه است. امروزه در جهان نظام بانکداری در کنار سایر نهادهای دیگر در احیا و صیانت از محیط زیست دارای مسئولیت و نقش اثرگذارنده است و توقع و انتظار گروه‌های دوستدار محیط زیست در جهان از نظام بانکی نه به عنوان یک اقدام داوطلبانه بلکه به عنوان یک وظیفه اجباری اجتماعی ظهور یافته است(۵). پدیده بانکداری سبز[12] با همین هدف در نظام‌های بانکی جهان ایجاد شده و امروزه در ابعاد نظری و عملیاتی، پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشته است. نکته جالب توجه آنست که بانکداری اسلامی[13] نیز بی‌تفاوت به این موضوع نیست و توجه خاصی به بانکداری سبز در ذیل بانکداری اخلاقی دارد. به نظر می‌آید با توجه به احتمال رخداد بحران‌های زیست‌محیطی بزرگتر در ایران این مسئولیت برای نظام بانکی ایران به نحو ملموس‌تری احساس می‌شود. آنچه در این بین مهم است آنست که شرایط بحرانی روند آتی محیط زیست در کشور می‌طلبد که بانکداری سبز محدود به چند بانک محدود همانند بانک کشاورزی نشود و کلیت شبکه بانکی با مدیریت بانک مرکزی پیشگام در این عرصه بوده و عهده‌دار نقش‌های بزرگتری باشند(۶).

گسترش سریع بانکداری سبز در سناریوی بانکداری جهانی به دلیل شناخت نقش مهمی است که بانک ها می توانند در حفاظت و کاهش اثرات خطرناک صنعتی شدن بر جامعه ما ایفا کنند . عملیات داخلی بانک و تأمین مالی صنایع ناپایدار تأثیر عمیقی در تعیین استفاده و توزیع منابع در جامعه دارد .به همین دلیل، شرکت مالی بین المللی *(IFC)* نیاز به شیوه های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی *(ESG)* توسط بانک ها را شناسایی کرده است(۳).

بانکداری سبز عبارت است از: غربالگری و مدیریت ریسک‌های زیست‌محیطی و اجتماعی *(E&S)* به‌عنوان بخشی از فرآیندهای تصمیم‌گیری بانک‌ها و اعطای وام سبز از طریق حمایت از مشاغل و صنایع با تأثیر مثبت بر محیطزیست و جامعه. همچنین بانکداری سبز، محصولات سبز نوآورانه را برای حمایت از فعالیتهایی که برای محیط زیست مضر نیستند و برای کمک به حفظ محیط زیست ارائه میدهد . هدف آن استفاده از منابع یک بانک با مسئولیت پذیری اجتناب از فساد و اولویت دادن به محیط زیست و جامعه است.(۷). بانکداری سبز، اثرات نامطلوب مستقیم بر محیط زیست و جامعه ناشی از عملیات کسب و کار خود را از بین میبرد. تلاش برای تبدیل شدن به یک نیروی محرکه برای رساندن خیر به جوامع و محیط طبیعی که در آن فعالیت می کنیم با یافتن راههایی برای جلوگیری یا کاهش اثرات منفی و در عین حال ابداع ابزارهای جدید برای دستیابی به دستاوردهای مثبت، اقدامی شایسته است. همچنین با توجه به تأثیرات غیرمستقیم انسان بر محیط زیست و جامعه ناشی از تصمیمات تخصیص سرمایه، تلاش برای جلوگیری از اثرات منفی بر محیط زیست و جوامع در صورت امکان، و در صورت اجتناب ناپذیر بودن این اثرات، باید به حداقل رسانده یا به طور مناسب جبران شود(۸).

با توجه به اهمیت بانکداری سبز به عنوان رویکردی مهم در بانکداری اخلاقی پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل بانکداری سبز در نظام بانکی شکل گرفت. در این تحقیق محقق قصد دارد به پرسش های زیر پاسخ دهد:

۱- بانکداری سبز در نظام بانکی شامل چه مولفه هایی است؟ (پدیده)

۲-چه عواملی باعث شکلگیری مولفه های بانکداری سبز در نظام بانکی میشوند؟ (عوامل علّی)

۳- تحقق بانکداری سبز در نظام بانکی چه پیامدهایی به همراه خواهد داشت؟ (پیامدها)

۴- به منظور تحقق بانکداری سبز در نظام بانکی، از چه راهبردهایی میتوان استفاده نمود؟ (راهبردها)

۵- عوامل زمینه ای در مدل بانکداری سبز در نظام بانکی کدامند؟ (عوامل زمینه ای)

۶- عوامل مداخله گر در مدل بانکداری سبز در نظام بانکی کدامند؟ (عوامل مداخله گر)

روش

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کاربردی، کیفی و توصیفی – پیمایشی بود. جامعه آماری، مدیران (خبرگان) سیستم بانکی کشور بودند که ۲۲ نفر با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی و بعد از اشباع نظری به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. ابزار جمع اوری داده ها مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بود. تمامی مصاحبه ها توسط محقق هدایت و انجام شد تا استفاده از داده ها و اطلاعات موثر هر مصاحبه در مصاحبه های بعدی قابل استفاده باشد. محقق تلاش نمود تا با انتخاب محل کار مشارکت‌کنندگان برای انجام مصاحبه آنان بتوانند با رضایت خاطر و راحتی و آرامش تجربه و دانش خود را در اختیار محقق قراردهند. همچنین در ابتدا برای مشارکت‌کنندگان تشریح گردید که مصاحبه با ایشان به عنوان یک متخصص و خبره انجام پذیرفته و درستی یا نادرستی پاسخها مطرح نمیباشد. کلیهٔ تجارب و اندیشههای ایشان مهم و دارای ارزش بوده و تعهدنامه ای نیز توسط مصاحبه کننده مبنی بر حفظ اسرار و اطلاعات مصاحبه و محرمانه نگهداشتن آنها تقدیم گردید. در این تعهدنامه ضمن حفظ اختیار برای خاتمه همکاری در هر مرحله از

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

سوی مصاحبه شونده انتشار مطالب موکول به موافقت ایشان گردید. در شروع مصاحبه ها تلاش شد تا با تهیه سوالات مرتبط و درجه ساخت یافتگی مناسب به‌گونه ای نظام مند کمک شود تا مصاحبه شونده ضمن فهم و آشنایی با اهداف تحقیق امکان تبیین فرآیندهای مورداستفاده را یافته و امکان مشاهده برخی از مستندات و سوابق را نیز برای محقق مهیا نماید. همچنین اتخاذ این شیوه موجب گردید تا ضمن احتراز از پراکنده گویی احتمالی، شرایط برای دست یافتن به داده های مفید تا مرحله ی اشباع نظری مقوله ها تسهیل شود. از آنجا که برای تفسیر داده های بهدست آمده تئوری بنیادی استفاده شده، از کارکرد پیشنهادی اسپیکارد برای ارتباط صحیح سؤالات مصاحبه به سؤالات تحقیق و تعیین چارچوبی مفید برای مصاحبه ها استفاده شد. براساس این کارکرد پژوهشگر ابتدا به شناسایی و طرح سوال اصلی پژوهش (CRQ) پرداخته و از انجا که این سوال از عمومیت بیشتری برخوردار است در همین مرحله با طرح سؤالات فرعی پژوهش (TQ) تلاش شد تا دستیابی به پاسخ سؤال اصلی تحقیق را تسهیل نماید. در مرحله نهایی طرح سؤالات مصاحبه (IQ) برای عملیاتیتر کردن سؤالات فرعی انجام شد.

در آغاز مصاحبه، هدف تحقیق و مدلها و نظریات علمی مرتبط با موضوع به صورت خلاصه برای مصاحبه شونده شرح داده شد و سپس با طرح سوالات از وی خواسته شد تا نظرات خود را بیان کند.

در این تحقیق برای افزایش اعتبار درونی از روش‌های بررسی توسط مشارکت‌کنندگان، روش مثلثی و بررسی زوجی استفاده شد. و برای پایایی مصاحبه‌های روش کیفی نیز با روش توافق درون موضوعی از یکی از متخصصین درخواست گردید تا به‌عنوان همکار تحقیق (کدگذار) در تحقیق مشارکت نماید. برای هرکدام از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر کدگذار همکار با محقق مشابه بودند به عنوان موافق و کدهای غیر مشابه به‌عنوان مخالف و در صورت نظرنداشتن به عنوان ممتنع مشخص و در نهایت با استفاده از فرمول:

$$\text{درصدتوافق درون موضوعی} = \frac{2 \times \text{تعدادتوافقات}}{\text{تعدادکل کدها}} \times 100$$

میزان پایایی و صحت پژوهش مورد ارزیابی قرارگرفت.

پس از انجام مصاحبه ها ، نظرات خبرگان به عنوان داده ها ی تحقیق با استفاده از روش کدگذاری طی سه مرحله : کدگذاری باز، محوری و انتخابی و نرم افزار $MAXQDA$ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها

در بخش کدگذاری باز، مفاهیم و مقوله‌های اصلی پژوهش حاصل شد. که ۱۲۷کد اولیه شناسایی شد. در حوزه کدگذاری محوری با خلاصه کردن مفاهیم و مقوله‌های حاصله در بخش قبل، طبقات فرعی استخراج گردید و در نهایت ۱۵ مقوله محوری استخراج شد. در نهایت با جمع بندی طبقات فرعی، طبقات اصلی تدوین گردید. در ادامه، مفاهیم، مقوله‌ها، طبقات فرعی و طبقات اصلی بر اساس رویکرد نظریه پردازی داده بنیاد به صورت جداول ۱-۵ جمع بندی و ارائه شده است.

جدول ۱. نتایج کدگذاری های عوامل علی در مدل بانکداری سبز

کدگذاری باز		کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	زیرطبقه	طبقه اصلی
تبیین ویژگی های سبز یک بانک		بازاریابی	عوامل علّی
تعامل با سایر سازمان ها			
اتوماسیون اداری		استفاده از تکنولوژی های نوین و الکترونیکی	
خودپرداز			
بانکداری الکترونیک			
مالیات و جریمه برای آسیب به محیط زیست	انگیزش حامیان محیط زیست	حمایت حاکمیتی	
بخشودگی ها و تخفیفات برای حامیان محیط زیست			
برگزاری جشنواره			
لوح سپاس			
تصویب قوانین الزام آور برای بانکداری سبز			
تحقق اجماع مدیران ارشد بر روی بانکداری سبز			
الزام بانک ها به استفاده از بانکداری سبز		قوانین و اسناد بالادستی	
شفاف سازی قوانین و فرآیندهای بانکی			
اصل ۹۰ قانون برنامه پنجم توسعه			

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

جدول ۲: نتایج کدگذاری های راهبردها در مدل بانکداری سبز

کدگذاری باز		کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	زیرطبقه	طبقه اصلی
فراگیر نمودن لزوم استفاده از بانکداری الکترونیکی	بررسی و بازبینی اسناد بالادستی	برون سازمانی	راهبردها
تصویب قوانین حمایت از محیط زیست			
حمایت دولت از بانکداری سبز			
دولت			
بانک مرکزی			
ایجاد نیاز به بانکداری سبز در مشتریان (موضوعات)	فرهنگ سازی[۱۴]		
تبیین خطرات زیست محیطی ناشی از اشتباهات انسان (موضوعات)			
آموزش مفاهیم بانکداری سبز (موضوعات)			
ایجاد ذهنیت درباره بازتاب زیست محیطی اقدامات (موضوعات)			
کاهش استفاده از کاغذ (موضوعات)			
تبیین مزایای بانکداری سبز (موضوعات)			
ترویج بانکداری الکترونیک (موضوعات)			
خانواده (عاملین)			
رسانه های عمومی (عاملین)			
شبکه های اجتماعی (عاملین)			
آموزش و پرورش (عاملین)			
بازبینی و آسیب شناسی بروکراسی اداری	ایجاد و اجرای تغییرات لازم	درون سازمانی	
بازتعریف سود واقعی در سیستم بانکی			
تامین و توسعه زیرساختها			
چابک سازی سازمان			
توجه به ملاحظات زیست محیطی در تعاملات با مشتریان			
ارائه تخفیف به بنگاه های دوستدار محیط زیست			
درج ارزش های زیست محیطی در سند راهبردی			
جلب دیدگاه مثبت مدیران ارشد بانک ها			
توسعه خدمات غیرحضوری	کوچک سازی بانک ها		
کاهش تعداد شعب			
دیجیتالی سازی امور	تحقیق و توسعه		
بررسی میزان منابع طبیعی استفاده شده برای تامین لوازم اداری			
استخدام نیروی انسانی با استعداد			
تحلیل رفتار مشتری			
تبعیت از استانداردهای بین المللی			
مطالعه تجربیات سایر کشورها و بانک ها			
تلاش برای ارائه تکنولوژی های نوین			
تامین یا آموزش نیروی انسانی مستعد			

جدول ۳: نتایج کدگذاری های عوامل زمینه ای در مدل بانکداری سبز

کدگذاری باز		کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	زیرطبقه	طبقه اصلی
عدم شناخت افراد جامعه درباره بانکداری سبز		فردی	عوامل زمینه ای
میزان توجه افراد به جنبه زیست محیطی امور			
میزان درک مسائل زیست محیطی			
قوانین بانک مرکزی	قوانین	سازمانی	
محدودیت های قانونی			

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

فرهنگ		
قیمت گذاری ها		
ارزش ها		
عدم تجربه کافی بانک ها در حوزه بانکداری سبز		
وابستگی فرآیندهای بانکی با سایر بانک ها		
ماهیت سندسازی بانکداری		
تمایل افراد به استفاده از خدمات غیرحضوری	بین المللی	
توسعه گرایش به ارزهای دیجیتال		
کمرنگ شدن نقش بانک ها در جهان		
قوانین بین المللی		
شیوع کرونا		
تحریم های بین المللی		

جدول ٤: نتایج کدگذاری های عوامل مداخله گر در مدل بانکداری سبز

کدگذاری باز		کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	زیرطبقه	طبقه اصلی
نبود راهبرد مدون برای تحقق بانکداری سبز		برون سازمانی	عوامل مداخله گر
ضعف در قانون گذاری یا اجرای آن			
کمبود منابع			
سیاست گذاری ها و خط مشی ها			
نیاز ذاتی بانکها به مستندسازی غیرکاربردی امور	تکنولوژی	درون سازمانی	
به روز نبود بانک ها و صنایع			
عدم وجود برنامه مدون	عدم باور و همکاری واقعی مدیران		
مقاومت در برابر تغییر			
نبود تعریف جامع بانکداری سبز			
نبود شاخص های ارزیابی			
محیط کار			
کارکنان فعلی بانک ها			

جدول ٥: نتایج کدگذاری های پیامدها در مدل بانکداری سبز

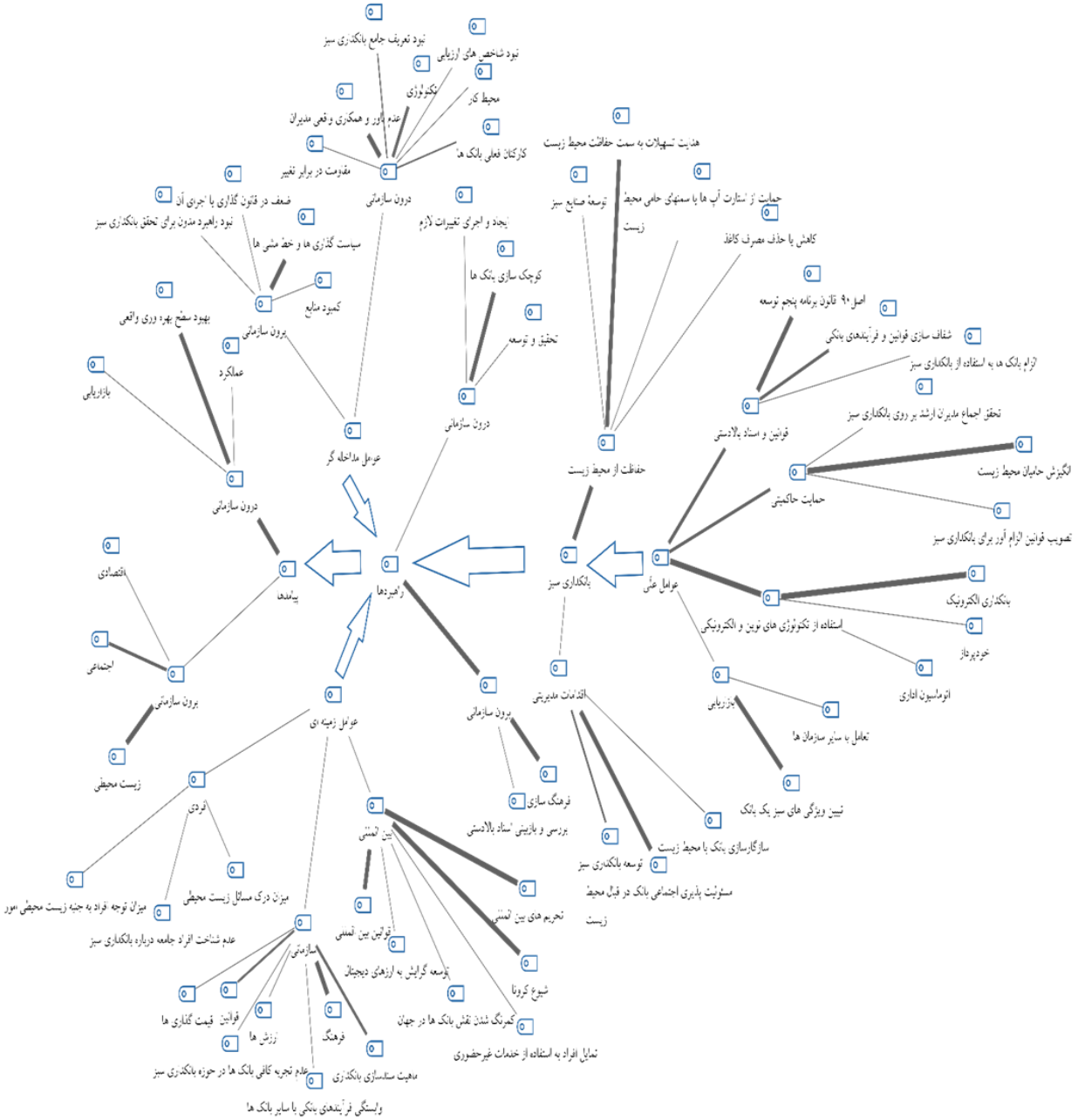
کدگذاری باز		کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	زیرطبقه	طبقه اصلی
کاهش هزینه استهلاک خودروها	اجتماعی	برون سازمانی	پیامدها
افزایش ثبات و امنیت			
آرامش جامعه			
سلامت اعضای جامعه			
کاهش ترافیک			
برابری اجتماعی[15]			
صرفه اقتصادی	اقتصادی		
کاهش خروج ارز برای خرید کاغذ			
کاهش نیاز به پولهای فیزیکی			
توزیع عادلانه ثروت			
توسعه پایدار			
تحقق اقتصاد سبز			
کاهش تخریب طبیعت و منابع طبیعی	زیست محیطی		
بهبود کیفیت محیط زیست			
کاهش خطرات زیست محیطی			
تبلیغات برای بانک	بازاریابی	درون سازمانی	

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

برندسازی برای بانک			
شهرت بانک			
افزایش پیمانهای بین المللی	بهبود سطح بهره وری واقعی		
کاهش هزینه نیروی انسانی			
کاهش هزینه ها			
کاهش تعداد شعب			
سازمانی	عملکرد		
مشتریان			

با توجه به طبقات استخراج شده بر اساس رویکرد داده بنیاد، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل شماره ۱ طراحی می‌گردد:



نگاره ۱. مدل پارادایمی تحقیق

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بحث

در این قسمت، ابتدا یافته‌های پژوهش را برای پاسخگویی به هر یک از سوالات پژوهش مورد بحث قرار می‌دهیم. لازم به ذکر است برای پاسخ به این سؤال از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان استفاده شده است. سپس به بررسی مقایسه نتایج این پژوهش با پژوهشهای پیشین پرداخته می شود.

نتایج نشان داد که مقوله محوری مدل بانکداری سبز شامل اقدامات مدیریتی و حفاظت از محیط زیست هستند. اقدامات مدیریتی شامل مسئولیت پذیری اجتماعی بانک در قبال محیط زیست، توسعه بانکداری سبز، سازگارسازی بانک با محیط زیست و حفاظت از محیط زیست شامل هدایت تسهیلات به سمت حفاظت محیط زیست هست. این نتیجه با نتایج تحقیق برخی محققان در این زمینه همسو است (۹- ۲۲).

نتایج نشان داد که عوامل علی مدل بانکداری سبز شامل بازاریابی سبز؛ حمایت حاکمیتی شامل انگیزش حامیان محیط زیست و قوانین و اسناد بالادستی است. این نتیجه با نتایج تحقیق برخی محققان همسو است. (۲۰-۹) .

پیامدها در مدل بانکداری سبز شامل برون سازمانی و درون سازمانی است که برون سازمانی شامل عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل زیست محیطی و درون سازمانی شامل عوامل بازاریابی، بهبود سطح بهره وری واقعی است. این نتیجه با نتایج تحقیق برخی محققان در این زمینه همسو است (۱۰ و ۵ و ۱۲-۱۷).

بر اساس نتایج به دست آمده راهبردها در مدل بانکداری سبز را می توان شامل عوامل برون سازمانی و درون سازمانی دانست که عوامل برون سازمانی شامل بررسی و بازبینی اسناد بالادستی (فراگیر نمودن لزوم استفاده از بانکداری الکترونیکی، تصویب قوانین حمایت از محیط زیست، حمایت دولت از بانکداری سبز، دولت و بانک مرکزی)، فرهنگ سازی با دو بخش الف:موضوعات و ب: عاملین و عوامل درون سازمانی شامل ایجاد و اجرای تغییرات لازم است. این نتیجه با نتایج تحقیقاتی در این زمینه همسو و همخوان است (۱۳-۲۲).

نتایج نشان داد که عوامل زمینه ای در مدل بانکداری سبز شامل عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل بین المللی است. این نتیجه با نتایج برخی تحقیقات همسو است (۱۰ و ۱۴ و ۱۵).

عوامل مداخلهگر در مدل بانکداری سبز شامل عوامل درون سازمانی و برون سازمانی است. این نتیجه نیز توسط پژوهش های مختلف مورد تایید بوده است (۱۸-۲۲).

بر اساس یافته های پژوهش پیشنهاد می شود :

جهت تقویت مسئولیت پذیری اجتماعی بانکها در قبال محیط زیست بهتر است به مواردی همچون کمک برای بازسازی شهری، کمک به نوسازی ناوگان حمل و نقل، ایجاد باور تجدیدناپذیر بودن محیط زیست، حمایت از فعالیت های دوستدار محیط زیست، تعامل با سایر سازمانها برای حفاظت از محیط زیست، تعریف حفاظت از محیط زیست به عنوان یک وظیفه سازمانی و ترویج حفاظت محیط زیست بپردازند. جهت تقویت توسعه بانکداری سبز به مواردی همچون مدیریت منابع انسانی، گسترش خدمات الکترونیک، کاهش مصرف کاغذ، غیرحضوری نمودن خدمات بانکی بپردازند. جهت افزایش سازگارسازی بانک با محیط زیست به مواردی همچون سازگاری طراحی سازمانی با محیط زیست، مدیریت پسماند اداری، کاهش مصرف سوخت و انرژی، بکارگیری کارشناس محیط زیست، عایق سازی مناسب و استفاده از انرژی و وسایل تجدیدپذیر و پاک بپردازند. جهت حفاظت از محیط زیست شامل هدایت تسهیلات به سمت حفاظت محیط زیست به مواردی همچون توجه به شرایط اقلیمی در ارزیابی تسهیلات، ملزم نمودن مشتریان به داشتن استانداردهای زیست محیطی، طرح های دوستدار محیط زیست، برای حمایت از روستاییان، برای خرید تلفن همراه و رایانه، برای استفاده از انرژی های تجدیدپذیر، توسعهٔ صنایع سبز، حمایت از استارت آپ ها یا سمنهای حامی محیط زیست، کاهش یا حذف مصرف کاغذ بپردازند.

جهت تقویت بازاریابی سبز به مواردی همچون تبیین ویژگی های سبز یک بانک، تعامل با سایر سازمان ها، استفاده از تکنولوژی های نوین و الکترونیکی از طریق اتوماسیون اداری، خودپرداز و بانکداری الکترونیک بپردازند. همچنین جهت افزایش حمایت حاکمیتی مالیات و جریمه برای آسیب به محیط زیست، بخشودگی ها و تخفیفات برای حامیان محیط زیست، برگزاری جشنواره، لوح سپاس، تصویب قوانین الزام آور برای بانکداری سبز و تحقق اجماع مدیران ارشد بر روی بانکداری سبز بپردازند. علاوه براین، جهت بهبود قوانین و اسناد بالادستی به مواردی همچون الزام بانک ها به استفاده از بانکداری سبز، شفاف سازی قوانین و فرآیندهای بانکی و اصل۹۰ قانون برنامه پنجم توسعه توجه شود.

جهت تقویت عوامل اجتماعی به کاهش هزینه استهلاک خودروها، افزایش ثبات و امنیت، آرامش جامعه، سلامت اعضای جامعه، کاهش ترافیک و برابری اجتماعی بپردازد. جهت تقویت عوامل اقتصادی به صرفه اقتصادی، کاهش خروج ارز برای خرید کاغذ، کاهش نیاز به پولهای فیزیکی، توزیع عادلانه ثروت، توسعه پایدار و تحقق اقتصاد سبز توجه نمایند. همچنین جهت تقویت عوامل زیست محیطی به کاهش تخریب طبیعت و منابع طبیعی، بهبود کیفیت محیط زیست و کاهش خطرات زیست محیطی توجه نمایند. جهت تقویت بازاریابی به تبلیغات سبز برای بانک، برندسازی برای بانک سبز و شهرت بانک سبز توجه نمایند. همچنین جهت بهبود سطح بهره وری واقعی بهتر است به افزایش پیمانهای بین المللی، کاهش هزینه نیروی انسانی، کاهش هزینه ها، کاهش تعداد شعب و بهبود عملکرد سازمانی و مشتریان توجه نماید.

میزان توجه افراد به جنبه زیست محیطی امور و میزان درک مسائل زیست محیطی توجه شود؛ همچنین جهت تسهیل قوانین به بررسی قوانین بانک مرکزی، محدودیت های قانونی و تقویت فرهنگ، قیمت گذاری ها، ارزشها، عدم تجربه کافی بانک ها در حوزه بانکداری سبز، وابستگی فرآیندهای بانکی با سایر بانک ها و ماهیت سندسازی

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

بانکداری توجه شود و جهت تمایل افراد به استفاده از خدمات غیرحضوری به توسعه گرایش به ارزهای دیجیتال، تبیین و ارائه راهکارهای جلوگیری از کمرنگ شدن نقش بانک ها در جهان، تسهیل قوانین بین المللی، ارائه راهکارهایی جهت ادامه فعالیت ها با روش های نوآورانه در هنگام شیوع کرونا و تحریم های بین المللی بپردازند.

از محدودیت‌های این پژوهش، استفاده از (روش کیفی) جهت شناسایی ابعاد بانکداری سبز در نظام بانکی ایران بوده است. یکی‌دیگر از محدودیت‌ها بی‌توجهی تحقیقات داخلی به ارائه مدل جامع بومی سازی شده و کمبود چارچوب ابعاد بانکداری سبز بوده است که این پژوهش مبنایی برای شروع تحقیقات آتی در این زمینه خواهد بود.

نتیجه گیری

بانکداری اخلاقی نوعی فعالیت بانکی است که علاوه بر داشتن اهداف متعارف نظام بانکی، تلاش دارد تا با احترام به حقوق آحاد جامعه، حفظ ثبات نظام اجتماعی اقتصادی، صیانت از محیط زیست و ارتقای سطح اعتماد و اطمینان عمومی به صنعت بانکداری به بهبود کیفیت زندگی افراد جامعه کمک برساند. پرداختن به رسالت مسئولیتهای اجتماعی، یکی از مهمترین موضوعاتی که در بانکداری اخلاقی مطرح است و بانکداری سبز، یکی از مصادیق اصلی در انجام وظایف مربوط به رسالت اجتماعی است. بانکداری سبز می تواند مزایای بسیاری داشته باشد همچون: ممانعت از قطع بی رویه درختان، مبارزه با بحران کم آبی، کاهش تولید زباله و ضایعات نفتی، اشتغال زایی و ... . در این مطالعه مشخص شد در مدل بانکداری سبز مقوله محوری شامل اقدامات مدیریتی و حفاظت از محیط زیست تحت تاثیر یکسری عوامل علّی شامل: بازاریابی، استفاده از تکنولوژی های نوین و الکترونیکی، حمایت حاکمیتی و قوانین و اسناد بالادستی بود که در بستر عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل بین المللی شکل می گرفتند. راهبردها شامل عوامل برونسازمانی شامل بررسی و بازبینی اسناد بالادستی و فرهنگسازی با دو بخش موضوعات و عاملین است. عوامل درونسازمانی شامل ایجاد و اجرای تغییرات لازم بود. عوامل مداخله گر شامل عوامل برونسازمانی و درونسازمانی است که هر یک به زیرابعاد مختلفی تقسیم میشوند. و در نهایت پیامدها در دو بعد برون سازمانی و درون سازمانی قرار گرفتند.

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ محرمانه بودن ، انتشار چندگانه و ... در پژوهش حاضر موردتوجه قرارگرفته‌اند.

واژه نامه

1. Economic growth	رشد اقتصادی
2. Financial politics	سیاست های مالی
3. Ethical banking	بانکداری اخلاقی
4. Social bank	بانک اجتماعی
5. Ethical investment	سرمایه گذاری اخلاقی
6. Effective investment	سرمایه گذاری تاثیری
7. Socially responsible investment	سرمایه گذاری مسئولانه اجتماعی
8. Ethical consumerism	مصرف گرایی اخلاقی
9. Social business	کسب و کار اجتماعی
10. Social responsibility	مسولیت اجتماعی
11. Environment	محیط زیست
12. Green banking	بانکداری سبز
13. Islamic Banking	بانکداری اسلامی
14. Cultivation	فرهنگ سازی
15. Social equality	برابری اجتماعی

References

1. Sadighi N, Mohammad Davoodi A, Ghorbanhoseini M, Amini Sabegh Z. (2020). Identifying and ranking of ethical components in the electronic banking industry. Ethics in Science and Technology; 15 (2) :45-51. (In Persian).
2. Nikbakht M, Haghshenas F, Momeni M. (2021). Designing an ethical marketing model in the banking industry. Ethics in Science and Technology; 16: 176-186. (In Persian).
3. Bukhari SAA, Hashim F, Amran AB. (2019). Green Banking and Islam: two sides of the same coin. Journal of Islamic Marketing; DOI 10.1108/JIMA-09-2018-0154.
4. Ramazani Rad F, Rezaeizadeh M, Kiakajouri D, Mokhtari Bayehkolaei M. (2020). Prioritizing the factors affecting organizational behavior management with emphasis on ethical principles and values in the banking industry. Ethics in Science and Technology; 15 (2) :180-184. (In Persian).
5. Sheikh A, Saeedi P. (2020). Identifying and leveling the factors affecting the green financing of companies through Iran's banking industry (using foundational data theory and interpretive structural modeling). 5th National Conference on Economics, Management and Accounting, Tehran, Iran. (In Persian).
6. Haghighi Nasab M, Taghavi Z. (2020). Adoption of green information technology using a technology framework. Environmental Organization in the Banking Industry; 2(1): 1-32. (In Persian).
7. Zhongfu T, Sadiq B, Bashir T, Mahmood H, Rasool Y. (2022). Investigating the impact of green marketing components on purchase intention: the mediating role of brand image and brand trust. Sustainability14: 39-59. https://doi.org/10.3390/su14105939.
8. Chan AP, Darko A, Olanipekun AO, Ameyaw EE. (2018). Critical barriers to green building technologies adoption in developing countries: the case of Ghana. Journal of Cleaner Production; 172: 1067-1079.

Archive of SID.ir

Archive of SID.ir

9. Schoenmaker D, Van Tilburg R. (2016). What role for financial supervisors in addressing environmental risks? Comp Econ Stud.; 58(3): 317–334
10. Kurowski Ł, Joanna Rutecka-Góra PS. (2022). Is knowledge on climate change a driver of consumer purchase decisions in Poland? The case of grocery goods and green banking. Journal of Cleaner Production; 369: 133-444.
11. Nabila N, Mehree I, Afrin R. (2020). Green banking adoption: an examination of state-owned banks of Bangladesh. International Journal of Technology and Human Interaction;16(2): 69-89.
12. Ebrahimi F. (2020). An overview of providing monetary and financial services of banks in the context of green banking. New Attitudes of Business Management; 1(6): 1-13. (In Persian).
13. García-De-Frutos N, Ortega-Egea JM, Martínez-Del-Río J. (2016). Anticonsumption for environmental sustainability: conceptualization, review, and multilevel research directions. J. Bus. Ethic; 148: 411-435
14. Abedi S. (2019). An analysis on the place of green banking strategy in sustainable economic development. Journal of Environment and Transsectoral Development; 4(64): 50-67. (In Persian).
15. Ranjbarian R. (2018). Sustainable development and the role of Haft Sabz components. Work and Society; 216: 75-82. (In Persian).
16. Abooei Ardakan M, Bayramzadeh S, Soltan Mohammadi N. (2021). Elaboration of electronic banking scenario strategy. Strategic Management Studies Quarterly; 12(45): 1-22. (In Persian).
17. Bose S, Khan HZ, Monem RM. (2021). Does green banking performance pay off? Evidence from a unique regulatory setting in Bangladesh. Corporate Governance: An International Review; 29 (2): 162–187.
18. Herath HM. (2019). Impact of green banking initiatives on customer satisfaction: a conceptual model of customer satisfaction on green banking. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM); 21(1): 24-35.
19. Park H, Kim JD. (2020). Transition towards green banking: role of financial regulators and financial institutions. Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility; 5(5): 1-25.
20. Chen Z, Nawazish Mirza MU. (2022). Green banking—can financial institutions support green recovery? Economic Analysis and Policy; 75: 389-395.
21. Xu X, Wang S, Yu Y. (2019). Consumer's intention to purchase green furniture: Do health consciousness and environmental awareness matter? Sci. Total. Environ; 704: 135275.
22. Jafari Ghodoosi A. (2017). Green banking in the context of green economy. Trend Quarterly; 24(78): 109-144. (In Persian).

Archive of SID.ir