

Ethical Banking and Social Responsibility: Presenting a Green Banking Model

M. ZadFallah¹, H. Ganjnia 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.

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. Ganjnia, Dept. of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. Email: hosseinganjinia147@gmail.com

How to cite: M. ZadFallah, H. Ganjnia, 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

بانکداری اخلاقی و مسئولیت اجتماعی: ارائه مدل بانکداری سبز

موسی زادفلاح^۱، دکتر حسین گنجی نیا^{۲*}، دکتر محمد رضا آزاده دل^۲، دکتر سعید باقر سلیمی^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)

چکیده

زمینه: در بانکداری اخلاقی، 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 ۲۲ نفر با استفاده از نمونه‌گیری گلوله‌برفی و بعد از اشباع نظری به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. ابزار جمع‌آوری 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 علی شامل: بازاریابی، استفاده از تکنولوژی‌های نوین و الکترونیکی، حمایت حاکمیتی و قوانین و اسناد بالادستی بود که در بستر عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل بین‌المللی 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 مداخله‌گر شامل عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی است که هر یک به زیرابعاد مختلفی تقسیم میشوند و در نهایت پیامدها در دو بعد برون‌سازمانی و درون‌سازمانی قرار گرفتند.

کلیدواژه‌گان: بانکداری اخلاقی، مسئولیت اجتماعی، بانکداری سبز

سر آغاز

تجارت عادلانه، مصرف‌گرایی 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 می‌تواند تاثیر منفی بر اجتماع داشته باشد، مصرف نمی‌شود. پرداختن به رسالت مسئولیتهای اجتماعی، یکی از مهمترین موضوعاتی که سازمانها در فلسفه وجودی و مأموریت‌های 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 ارائه کرد زیرا تعریف رایج بانکداری ایران، تعریفی محدود بوده لذا عملکردی که در این بخش شاهد هستیم نیز مبتنی بر همین تعریف، محدود است.

بخش بانکی یکی از مهمترین عوامل اثر گذار بر فعالیت‌های اقتصادی و رشد اقتصادی^۱ است. با توجه به اینکه بانکها می‌توانند از طریق سیاست‌های مالی^۲ و وام‌دهی خود اثرات اجتماعی و محیطی قابل توجهی داشته باشند از دهه ۱۹۹۰ بانکها شروع به احساس فشار از سوی عموم مردم، سازمان‌های مردم‌نهاد، حکومت‌ها، نهادهای نظم‌دهنده و دیگران کردند تا تاثیر اجتماعی و محیطی خود را در نظر بگیرند و به بانکداری اخلاقی^۳ روی آورند^(۱). یک بانک اخلاقی، که بانک اجتماعی^۴، 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 مسئولانه اجتماعی^۷ است و با جنبش‌هایی مانند

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 مسئولیت پذیر اجتماعی تضمین می کنند که شیوههای آنها به صناعی که به مردم یا کره زمین آسیب می رسانند کمک نمی کند (۴).

بدیهی است محافظت از محیط زیست^{۱۱} و ممانعت از رویه های آسیب زنده به این نعمت های خدادادی نیازمند توجه و حمایت همه جانبه 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 گروه های 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^{۱۲} با همین هدف در نظام های بانکی جهان ایجاد شده و امروزه در ابعاد نظری و عملیاتی، پیشرفت قابل ملاحظه ای داشته است. نکته جالب توجه آنست که بانکداری اسلامی^{۱۳} نیز بی تفاوت به این موضوع نیست و توجه خاصی به بانکداری سبز در ذیل بانکداری اخلاقی دارد. به نظر می آید با توجه به احتمال رخداد بحران های زیست محیطی بزرگتر در ایران این مسئولیت برای نظام بانکی ایران به نحو ملموس تری احساس می شود. آنچه در این بین مهم است آنست که شرایط بحرانی روند آتی محیط زیست در کشور می طلبد 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 عهده دار نقش های 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 ریسک های زیست محیطی و اجتماعی (E&S) به عنوان بخشی از فرآیندهای تصمیم گیری بانک ها و اعطای وام سبز از طریق حمایت از مشاغل و صنایع با تأثیر مثبت بر محیط زیست 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 علی)
- 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 که ۲۲ نفر با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی و بعد از اشباع نظری به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. ابزار جمع آوری داده ها مصاحبه های 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 مشارکت کنندگان برای انجام مصاحبه آنان بتوانند با رضایت خاطر و راحتی و آرامش تجربه و دانش خود را در اختیار محقق قرار دهند. همچنین در ابتدا برای مشارکت کنندگان تشریح گردید که مصاحبه با ایشان به عنوان یک متخصص و خبره انجام پذیرفته و درستی یا نادرستی پاسخها مطرح نمیباشد. کلیه تجارب و اندیشه های 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

یکی از متخصصین درخواست گردید تا به‌عنوان همکار تحقیق (کدگذار) در تحقیق مشارکت نماید. برای هر کدام از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر کدگذار همکار با محقق مشابه بودند به‌عنوان موافق و کدهای غیر مشابه به‌عنوان مخالف و در صورت نظرنداشتن به‌عنوان ممتنع مشخص و در نهایت با استفاده از فرمول:

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

میزان پایایی و صحت پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت. پس از انجام مصاحبه‌ها، نظرات خبرگان به‌عنوان داده‌های 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 ۱۲۷ کد 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.

سوی مصاحبه شونده انتشار مطالب موکول به موافقت ایشان گردید. در شروع مصاحبه‌ها تلاش شد تا با تهیه سوالات مرتبط و درجه ساخت یافتگی مناسب به‌گونه‌ای 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 داده‌های مفید تا مرحله‌ی اشباع نظری مقوله‌ها تسهیل شود. از آنجا که برای تفسیر داده‌های به‌دست آمده تئوری بنیادی استفاده شده، از کارکرد پیشنهادی اسپیکارد برای ارتباط صحیح سوالات مصاحبه به سوالات تحقیق و تعیین چارچوبی مفید برای مصاحبه‌ها استفاده شد. براساس این کارکرد پژوهشگر ابتدا به شناسایی و طرح سوال اصلی پژوهش (CRQ) پرداخته و از آنجا که این سوال از عمومیت بیشتری برخوردار است در همین مرحله با طرح سوالات فرعی پژوهش (TQ) تلاش شد تا دستیابی به پاسخ سؤال اصلی تحقیق را تسهیل نماید. در مرحله نهایی طرح سوالات مصاحبه (IQ) برای عملیات‌تر کردن سوالات 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

جدول ۱. نتایج کدگذاری‌های عوامل علی در مدل بانکداری سبز

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

جدول ۲: نتایج کدگذاری های راهبردها در مدل بانکداری سبز

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز					
		مفهوم ثانویه	مفهوم اولیه				
راهبردها	کدگذاری انتخابی	مفهوم ثانویه	فراگیر نمودن لزوم استفاده از بانکداری الکترونیکی				
			تصویب قوانین حمایت از محیط زیست				
			حمایت دولت از بانکداری سبز				
			دولت				
			بانک مرکزی				
		کدگذاری انتخابی	مفهوم ثانویه	مفهوم ثانویه	ایجاد نیاز به بانکداری سبز در مشتریان		
					تبیین خطرات زیست محیطی ناشی از اشتباهات انسان		
					آموزش مفاهیم بانکداری سبز		
					ایجاد ذهنیت درباره بازتاب زیست محیطی اقدامات		
					کاهش استفاده از کاغذ		
					تبیین مزایای بانکداری سبز		
					ترویج بانکداری الکترونیک		
					خانواده		
					رسانه های عمومی		
	شبکه های اجتماعی						
	آموزش و پرورش						
	کدگذاری انتخابی	مفهوم ثانویه	مفهوم ثانویه	بازبینی و آسیب شناسی بروکراسی اداری			
				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			
				کدگذاری انتخابی	مفهوم ثانویه	مفهوم ثانویه	توسعه خدمات غیرحضور
							کاهش تعداد شعب
							دیجیتالی سازی امور
				کدگذاری انتخابی	مفهوم ثانویه	مفهوم ثانویه	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							

مقاله پژوهشی

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال نوزدهم، شماره ۱، ۱۴۰۳

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

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

		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
	بین المللی	تمایل افراد به استفاده از خدمات غیر حضوری
		توسعه گرایش به ارزشهای دیجیتال
		کمرنگ شدن نقش بانک ها در جهان
		قوانین بین المللی
		شیوع کرونا
		تحریم های بین المللی

جدول ۴: نتایج کدگذاری های عوامل مداخله گر در مدل بانکداری سبز

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

جدول ۵: نتایج کدگذاری های پیامدها در مدل بانکداری سبز

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز		
		مفهوم ثانویه	مفهوم اولیه	
پیامدها	برون سازمانی		کاهش هزینه استهلاک خودروها	
			افزایش ثبات و امنیت	
			آرامش جامعه	
			سلامت اعضای جامعه	
			کاهش ترافیک	
			برابری اجتماعی ^{۱۵}	
			صرفه اقتصادی	
			کاهش خروج ارز برای خرید کاغذ	
			کاهش نیاز به پولهای فیزیکی	
			توزیع عادلانه ثروت	
			توسعه پایدار	
			تحقق اقتصاد سبز	
	درون سازمانی			کاهش تخریب طبیعت و منابع طبیعی
				بهبود کیفیت محیط زیست
بازاریابی			کاهش خطرات زیست محیطی	
			تبلیغات برای بانک	



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 می‌شود.

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. (۹-۲۰).

پایمدها 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 بهره‌وری 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 می‌توان شامل عوامل برون سازمانی و درون سازمانی دانست که عوامل برون سازمانی شامل بررسی و بازمیانی 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 زمینه‌ای در مدل بانکداری سبز شامل عوامل فردی، عوامل سازمانی و عوامل بین‌المللی 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 پژوهش‌های مختلف مورد تایید بوده است (۱۸-۲۲).

بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود:

جهت تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانکها در قبال محیط زیست بهتر است به مواردی همچون کمک برای بازسازی شهری، کمک به نوسازی ناوگان حمل و نقل، ایجاد باور تجدیدنپذیر بودن محیط زیست، حمایت از فعالیت‌های 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، غیرحضور 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، عایق‌سازی 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، طرح‌های دوستدار محیط زیست، برای حمایت از روستاییان، برای خرید تلفن همراه و رایانه، برای استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، توسعه صنایع سبز، حمایت از استارت‌آپ‌ها یا سمنهای حامی محیط زیست، کاهش یا حذف مصرف کاغذ بپردازند.

جهت تقویت بازاریابی سبز به مواردی همچون تبیین ویژگی‌های سبز یک بانک، تعامل با سایر سازمان‌ها، استفاده از تکنولوژی‌های 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، بخشودگی‌ها و تخفیفات برای حامیان محیط زیست، برگزاری جشنواره، لوح سپاس، تصویب قوانین الزام‌آور برای بانکداری سبز و تحقق اجماع مدیران ارشد بر روی بانکداری سبز بپردازند. علاوه بر این، جهت بهبود قوانین و اسناد بالادستی به مواردی همچون الزام بانک‌ها به استفاده از بانکداری سبز، شفاف‌سازی قوانین و فرآیندهای بانکی و اصل ۹۰ قانون 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 پوله‌های 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 بهره‌وری واقعی بهتر است به افزایش پیمانهای بین‌المللی، کاهش هزینه نیروی انسانی، کاهش هزینه‌ها، کاهش تعداد شعب و بهبود عملکرد سازمانی و مشتریان توجه نمایند.

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، محدودیت‌های قانونی و تقویت فرهنگ، قیمت‌گذاری‌ها، ارزشها، عدم تجربه کافی بانک‌ها در حوزه بانکداری سبز، وابستگی فرآیندهای بانکی با سایر بانک‌ها و ماهیت سندسازی

فرهنگسازی با دو بخش موضوعات و عاملین است. عوامل درون‌سازمانی شامل ایجاد و اجرای تغییرات لازم بود. عوامل مداخله‌گر 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 مورد توجه قرار گرفته‌اند.

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 تأثیری
7. Socially responsible investment	سرمایه گذاری مسئولانه اجتماعی
8. Ethical consumerism	مصرف گرایی اخلاقی
9. Social business	کسب و کار اجتماعی
10. Social responsibility	مسئولیت 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

- 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).
- 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).
- 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.
- 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).

بانکداری توجه شود و جهت تمایل افراد به استفاده از خدمات غیرحضوری به توسعه گرایش به ارزشهای دیجیتالی، 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. یکی دیگر 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 تأثیر یکسری عوامل علی 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

- 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).
- 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).
- 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. *Sustainability*14: 39-59. <https://doi.org/10.3390/su14105939>.
- 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.



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).