

بررسی نقش بانکداری سبز بر خدمات اینترنتی

سارا اطمینانی^۱

دانشجوی کارشناسی ارشد، پیام نور، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۴

Investigating The Role Of Green Banking On Internet Services

Sara Etminani¹Master student, Payame Noor, Iran¹

Received: (24/01/2021)

Accepted: (29/02/2021)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه خدمات اینترنتی و خدمات بانکداری سبز می‌باشد. پس از جنگ جهانی دوم بازسازی اقتصاد های آسیب دیده و ارتقاء رشد اقتصادی با هدف بهبود سریعتر شاخص‌های رفاهی اهمیت روز افزون یافت. در آن مقطع منابع طبیعی و عوامل تولید به صورت نامحدود و محیط زیست نیز به عنوان مخزنی پایان ناپذیر برای تغذیه برنامه‌های رشد شتابان اقتصادی فرض می‌شد. اما تحولات روی داده در دهه های بعد ضرورت توجه به سرمایه‌های طبیعی و ایجاد تناسب میان نرخ بهره برداری از محیط زیست با سرعت ترمیم و بازگشت آن با استقبال بالایی روبرو شد. در نتیجه مفاهیمی نظیر اقتصاد سبز یا اقتصاد دوستدار محیط زیست؛ رشد سبز و بانکداری سبز در دهه های اخیر مطرح و مورد توجه کشور ها و سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی قرار گرفت. در این مقاله پس از معرفی مفاهیمی نظیر اقتصاد سبز و توسعه پایدار به موضوع جدید بانکداری سبز پرداخته می‌شود.

واژه‌های کلیدی

بانکداری سبز؛ خدمات اینترنتی؛ توسعه پایدار؛ اقتصاد سبز

Abstract

The purpose of this study is to investigate the relationship between Internet services and green banking services. After World War II, the reconstruction of damaged economies and the promotion of economic growth with the aim of faster improvement of welfare indicators became increasingly important. At that time, natural resources and factors of production were considered unlimited and the environment was considered as an inexhaustible reservoir to feed the programs of rapid economic growth. However, the developments that took place in the following decades, the need to pay attention to natural resources and create a balance between the rate of exploitation of the environment and the speed of its restoration and return were highly welcomed. As a result of concepts such as green economy or environmentally friendly economy; Green growth and green banking have come to the fore in recent decades and have attracted the attention of countries and regional and international organizations. In this article, after introducing concepts such as green economy and sustainable development, the new issue of green banking is discussed.

Keywords

Integrated communication, marketing, review approach

مقدمه

امروزه با توجه به مسائل زیست محیطی و توسعه منحصر به وظایف کارشناسان محیط زیست نبوده و مشارکت تمامی جامعه و متخصصان را در این مهم طلب می کند. مشکلات زیست محیطی در کره زمین آنچنان افزایش یافته که اندیشمندان و سیاستگذاران را ناگزیر از چاره اندیشی برای حل آن ها نموده است. بعد از برگزاری کنفرانس زمین در سال ۱۹۹۰ در ریودوژانیرو و تأیید بر ضرورت اقدامات سریع در جهت دستیابی به توسعه پایدار، این موضوع که بدون حفظ سلامت محیط زیست توسعه امکان پذیر نمی باشد اهمیت بسیاری یافت (بخشی و فلاحی، ۱۳۹۴). بر اساس آمارها، کشورهای آسیایی و حوزه اقیانوس آرام در دو دهه گذشته از بالاترین متوسط نرخ رشد اقتصادی در جهان برخوردار بوده اند، که در نتیجه آن بیش از نیم میلیارد نفر از چرخه فقر رهایی و استانداردهای زندگی آنها به طور ملموسی بهبود یافته اند؛ اما به موازات توسعه اقتصادی- اجتماعی این منطقه، هزینه های گزافی نیز به محیط زیست تحمیل شده است. رشد شتابان صنعتی همراه با افزایش نرخ شهرنشینی موجب افزایش مصرف منابع و در نتیجه به افزایش تخلیه و تخریب سرمایه های طبیعی و انتشار پسماندها در محیط زیست منجر شده است. از این رو کاهش فقر و اهداف دیگر بلندمدت در سایه کیفیت بهتر رشد اقتصادی همراه با رعایت الزامات زیست محیطی امکان پذیر می شود. در این ارتباط مفاهیم کاربردی نظیر رشد سبز و بانکداری سبز نیز بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. در این مقاله پس از معرفی مفاهیمی نظیر اقتصاد سبز و توسعه پایدار به موضوع جدید بانکداری سبز و رابطه آن با خدمات اینترنتی (به عنوان یکی از سرفصلهای حساب خدمات در محاسبه تولید ناخالص داخلی به شیوه درآمد) پرداخته می شود (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

امروزه چالش های زیست محیطی ایران به یکی از دغدغه ها تبدیل شده است. روند ناخوشایند نابودی جنگل ها و مراتع سبز، خشک شدن رودخانه ها و دریاچه ها، کاهش چشمگیر آب های زیرزمینی، آلودگی هوا در کلان شهرها، تولید گازهای گلخانه ای، فرسایش و تخریب خاک، کاهش تنوع زیستی و انواع گونه های جانوری، دستکاری ژنتیکی مواد غذایی و معضل پسماندها بخش های مهمی از این تراژدی طبیعت در کشور است. بدیهی است محافظت از محیط زیست 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 اثرگذار نده 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 (قلیچ، ۱۳۹۷).

چند دهه است که بانک ها متوجه شده اند که ذینفعان آنها تنها مشتریان سهامداران و کارکنانشان نیستند. هرنیاز و خواسته های که به دنبال پاسخگویی آن هستند بر جامعه و محیط زیست اثرات خاص خود را دارد. بنابراین باید به آن توجه داشت بدین ترتیب باید ظرفیت های فکری و مدیریتی را در عرصه فعالیت بانکی توسعه داد. از سوی دیگر مسائل اخلاقی در اثر فشار رقابت، خواست مشتریان، جامعه و فشارهای دولت افزایش یافته است. بانک ها امروزه نسبت به مسائل پیرامون خود دقیق، حساس و مسئولیت پذیرتر شده اند. در دنیای رقابتی امروز، موضوع مسئولیت اجتماعی بنگاه ها نسبت به مردم و زیست کره تبدیل به یک مزیت رقابتی شده است. مبنای این مزیت رقابت، در ساخت برندهای متعهد و لذا تاثیر مثبت بر افکار عمومی به عنوان مصرف کننده کالا و خدمات بنگاه هاست. یکی از ابعاد مهم مسئولیت اجتماعی بحث بانکداری سبز است که با توجه به حساسیت روز افزون افکار عمومی نسبت به مسائل زیست محیطی، می تواند به عنوان مزیت رقابتی در جذب مشتری و لذا سود بیشتر موثر باشد (حبیبی، ۱۳۹۹).

مروری بر ادبیات نظری

بانکداری سبز

بانکداری سبز بانکداری بدون کاغذ بدون سوخت و بدون اتلاف وقت و انرژی است. شیوه ای نوین از بانکداری که چنانچه به اولویت اصلی مصرف کنندگان خدمات بانکی تبدیل گردد؛ می تواند زمینه ساز توسعه پایدار در کشور شود. در واقع بانکداری سبز و توسعه پایدار به گونه ای با یکدیگر عجین هستند که یکی بدون دیگری بی مفهوم است (دادفر وهمکاران، ۱۳۹۶). در سراسر جهان بانک ها و موسسات مالی نیز همچون سایر ارگان ها در مورد تاثیر بر محیط زیست نگران هستند. بانک ها و موسسات مالی هم می توانند نقش تعیین کننده ای برای زندگی بهتر در سیاره زمین داشته باشند (پرخیده و فرهادیان، ۱۳۹۷).

بانکداری سبز به عنوان یک مفهوم، یک راه فعال و هوشمندانه ی تفکر فقط با تصور پایداری آینده ی سفینه فضایی زمین ما می باشد. محقق علم طراحی، ریچارد باکمیستر فولر، زمین ما را اینگونه نامگذاری کرد: "بانکداری سبز"، به عنوان یک اصطلاح، چند محدوده ی مختلف را پوشش می دهد، اما به طور کلی به این موضوع اشاره می کند که بانک ها چگونه دوستدار محیط زیست هستند و چگونه

به انجام سیاست‌های اخلاقی و سبز متعهد می‌شوند (ساوو ۲۰۱۲). بانکداری سبز به معنای ترکیب کردن پیشرفت‌های عملیاتی، فناوری و عادات‌های در حال تغییر ارباب رجوع در حرفه بانکداری می‌باشد (بیسواو ۲۰۱۱).

وقتی صحبت از بانکداری سبز می‌شود شاید تصور اولیه بیش از هر چیز بر روی بانکداری الکترونیک و سیستم‌هایی است که کمتر از کاغذ استفاده کنند، که قطعاً بخشی از بحث، همین موضوعات را دربرمی‌گیرد که سیستم‌های جدیدی که در بانک‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد به طور طبیعی منجر به حفاظت از محیط زیست می‌شود. این صرفه‌جویی از دو بعد قابل بررسی است. نخست آنکه بانکداری الکترونیکی سبب کاهش مصرف کاغذ می‌شود از سوی دیگر، رشد در جهت حفظ محیط زیست را نیز شامل می‌شود ولی وظیفه بانک فقط ارائه خدمات بانکی نیست. اگر بانک را مجموعه‌ای بدانیم که یک سری ورودی شامل منابع مالی و یکسری خروجی شامل سرمایه‌گذاری‌ها و وام‌ها داشته باشد. بنابراین بانکداری سبز باید در هر دو بعد تعریف شود؛ نه فقط در بخش ورودی که بیشتر تحت عنوان خدمات بانکی شناخته می‌شود (پرخیده و فرهادیان، ۱۳۹۷).

رویکردهای بانکداری سبز

همانطور که اشاره شد بانکداری سبز را می‌توان به عنوان "بانکداری تقویت‌کننده فعالیت‌های دوستدار محیط زیست و کاهش دهنده ردپای کربن حاصل از فعالیت‌های بانکداری" تعریف کرد. برداشت‌های متعددی از این تعریف استنباط می‌شود که در ادامه ارائه می‌شود. در یک دسته بندی کلی برداشت‌ها و تفسیرها از بانکداری سبز در برگیرنده دو رویکرد اصلی می‌شود؛ در وجه نخست بانکداری سبز روی انتقال عملکردهای داخلی بانک‌ها و عملیات بین بانکی به شیوه‌های دوستدار محیط زیست تمرکز می‌کند؛ یعنی بانک‌ها باید شیوه‌های مناسب به کارگیری انرژی‌های تجدیدشونده، اتوماسیون و معیارها و ابزارهای دیگر به منظور کمینه‌سازی انتشار کربن از فعالیت‌های بانکداری را بپذیرند. در وجه دوم، بانک‌ها فرایندهای تامین مالی را با توجه به مسئولیت‌های زیست‌محیطی می‌پذیرند. به این معنی که برای مخاطرات زیست‌محیطی پروژه‌ها پیش از ایجاد تصمیم‌های تامین مالی وزن بالایی در نظر گرفته و از افزایش سهم پروژه‌های سبز پشتیبانی و آنها را تامین مالی می‌کنند (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

خدمات و محصولات بانکداری سبز

در حال حاضر در سراسر جهان خدمات و فرآورده‌های ابتکاری بانکداری سبز عرضه می‌شود. فرآورده‌های مالی برای اینکه واجد شرایط خدمات و محصولات بانکداری سبز شوند باید برای کاهش هزینه‌های غیر مستقیم فعالیت‌های بانکی خود یک عامل انگیزه قوی در اختیار مشتریان قرار دهند. به دنبال آن، مشتری هم باید از طریق استفاده از فرآورده‌های بانکداری سبز، ارزیابی عمیقی نسبت به منافع زیست‌محیطی پیدا کند (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

خدمات و محصولات مالی و بانکی سبز به چهار زیر مجموعه تقسیم می‌شوند که عبارت است از: ۱- بانکداری خرد ۲- بانکداری شرکتی و بانکداری سرمایه‌گذاری ۳- مدیریت سرمایه و ۴- بیمه. این چهار گروه اصلی فعالیت‌های زیر مجموعه خود را داشته که به منافع مالی مشتریان بانک‌هایی که عهده‌دار فعالیت‌های پایدار سازگار با محیط زیست شده‌اند (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

خدمات الکترونیک

منگ و همکاران (۲۰۰۲) خدمات الکترونیک را به عنوان "هرگونه خدمت یا عملکرد تعریف می‌کنند که به وسیله یک کاربر با یک کسب و کار به صورت برنامه‌ریزی شده و در سراسر اینترنت از طریق معیارهای استاندارد خدمات و پروتکل ارتباطات استاندارد قابل دسترس است" (منگ و همکاران، ۲۰۰۲).

رویتر و همکاران (۲۰۰۱) خدمات الکترونیک را به عنوان یک نرم افزار تعاملی وابسته به سیستم‌های اطلاعاتی تعریف می‌کنند که به وسیله اینترنت ارائه می‌شود (رویتر و همکاران، ۲۰۰۱).

لوران و لین (۲۰۰۳) یک نظریه گسترده‌ای را در مورد خدمات الکترونیک مطرح می‌کند و آن را به عنوان خدمات محتوا محور و مبتنی بر اینترنت تعریف می‌کنند؛ که به وسیله کاربر ایجاد شده و با فرایندهای حمایت از مشتری سازمانی مربوط و تکنولوژی‌های با هدف تقویت رابطه تامین‌کنندگان خدمات عجین شده است (لوران و لین، ۲۰۰۳).

زیتهامل و همکارانش کیفیت خدمات الکترونیک را به عنوان حدی که یک وب سایت خرید کارا و موثر و تحویل کالاها و خدمات را تسهیل می‌کند تعریف کرده‌اند. مدیران سازمان‌ها برای ارائه کیفیت خدمات برابر با حضور در وب باید درک کنند که مشتریان چگونه خدمات آنلاین را برداشت و ارزیابی می‌کنند (پاراسورامان و دیگران، ۲۰۰۵).

افزایش کیفیت خدمات آنلاین، اعتماد مشتریان را به همراه دارد و وجود اعتماد در مبادلات الکترونیکی نه تنها انتظارات بالای خریداران

از انجام مبادلات رضایتبخش را برآورده می کند و همچنین عدم اطمینان، ریسک درک شده (پائولو ۲۰۰۳) و وابستگی های متقابل در بیشتر مبادلات اینترنتی را نیز برطرف می کند و انتظاراتی را برای انجام مبادلات موفق فراهم می آورد (اسکور و اوزان، ۱۹۸۵).

تجربه بانکداری سبز در دنیا

بانک سیلیکون ولی

این بانک در کالیفرنیا مستقر بوده و دارای گروه مالی قوی در زمینه بانکداری تجاری و به عنوان خلاق ترین بانک در تنوع خدمات مالی و بانکی است. مجموع سرمایه بانک در سال ۲۰۱۶ حدود ۳٫۴ میلیارد دلار آمریکا بوده و با بیش از ۲۲۴۷ کارمند بانکداری تجاری، اختصاصی و بین المللی را در بین شعب جهانی از جمله انگلیس چین و هند پشتیبانی می کند. بانک سیلیکون ولی به عنوان ارائه دهنده خدمات بانکداری عضوی از شرکت فدرال بیمه سپرده (FDIC) و سیستم فدرال رزرو است .

از ویژگی های اصلی که می توان به آن اشاره کرد ارائه خدمات قابل توجهی در زمینه بانکداری الکترونیک از جمله کارت های بدهی پیشرفته الکترونیکی، پرداخت های الکترونیک، پایا و پرداخت فایل های الکترونیکی از طریق اطلاعات پرداخت و با استفاده از هر سیستم حسابداری است (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

بانکداری سبز در ایران

بانکداری سبز در ایران، مفهوم جدیدی بوده و در سال های اخیر تلاش ها و مطالعات مختلفی در این زمینه از سوی بانک های کشور صورت گرفته است. در این بخش از مقاله بانکداری سبز در ایران در دو زیر بخش شامل گسترش استفاده از ابزارهای الکترونیکی در نظام های پرداخت کشور و رعایت الزامات زیست محیطی در فرآیند اعطای تسهیلات بانکی بررسی می شود (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

گسترش استفاده از ابزارهای الکترونیکی در نظام های پرداخت کشور

رویکرد گسترده بانک ها به بانکداری الکترونیک از مهمترین روش های ارتقاء کیفیت خدمت رسانی به مشتریان، کاهش هزینه ها و بهبود بهره وری در بانکها شناخته می شود. خوشبختانه نظام بانکی کشور از این روند بین المللی نه تنها دور نبوده بلکه با کاربردی گسترده فن آوری های نوین در انجام عملیات بانکی و ارائه خدمات به مشتری یکی از بالاترین نرخ های رشد تعمیم ابزارهای الکترونیک در فعالیت های بانکی در سطح جهان را به نام خود ثبت کرده است. در بعد کیفیت و تنوع ابزارها نیز سطح ارائه خدمات و بانکداری الکترونیکی در ایران بر اساس شاخص های جهانی در سطح کشورهای پیشرو بوده و از این لحاظ تحقق یکی از آرمان ها چشم انداز ۲۰ ساله نظام جمهوری اسلامی در خصوص کسب جایگاه نخست منطقه ای، قابل دستیابی به نظر می رسد. کسب این موفقیت مرهون تلاش و اقدامات گسترده ای است که در سطح نظام بانکی و شرکت های فن آوری اطلاعات با بسترسازی و هدایت گری بانک مرکزی رخ داده است (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

مزایای بانکداری سبز

شیلیکا لاکسمن (۲۰۱۴) بیان می کند اساساً بانکداری سبز تا آنجا که ممکن است از کار روی کاغذ اجتناب می کند، ممکن است شما درصدد باشید کارت های اعتباری سبز، وثیقه های سبز و همچنین همه فعالیت های مالی را به صورت آنلاین انجام دهید. ایجاد آگاهی از کسب و کار افراد در مورد مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی، آنها را قادر می سازد تا به شیوه دوستدار محیط زیست کسب و کار خود را انجام دهند. برای وام دهی، استانداردهای زیست محیطی را دنبال می کنند که یک ایده واقعاً خوب است و باعث می شود مالکان کسب و کار خود را به صورت دوستدار محیط زیست تغییر دهند؛ که برای نسل های بعدی ما مناسب است (بخشی و فلاحی، ۱۳۹۴).

این نوع بانکداری این اطمینان را به بازرگانان می دهد که کسب و کار خود را به صورت دوستدار محیط زیست تغییر دهند؛ که برای نسل های آینده ما مناسب است؛ این نوع بانکداری از طریق سازماندهی آگاهی از برنامه توسعه، هوشیاری مشتریان در مورد محیط زیست را توسعه می دهد؛ به واسطه حمایت از محیط زیست تصویر بانک در ذهن ما را بهبود می دهد.

به دلیل مصرف کمتر ملزومات اداری، انرژی و آب هزینه های عملیاتی را کاهش می دهد.

برای وام دهی استانداردهای زیست محیطی را در نظر می گیرد.

برای اعطای وام نرخ های به طور مقایسه ای کمتر را پیشنهاد می دهد.

راه مناسبی است که مردم از گرم شدن کره زمین آگاه شوند.

از طریق نصب تجهیزات دوستدار محیط زیست مخاطرات بهداشتی را کاهش می دهند.

از طریق استفاده صحیح از منابع ، بهره وری و کارایی کارکنان را بهبود می دهد.

از طریق محصولات ابتکاری بانکداری جوی را برای بانک ایجاد می‌کند تا در یک محیط کسب و کار ایده آل کار کند. مشتریان بالقوه و فعلی و کارکنان را به استفاده از محصولات منابع با فناوری دوستدار محیط زیست تشویق می‌کند (شیلپییکا لاکسمن ۲۰۱۴).

مروری بر پیشینه پژوهش

پژوهش‌های داخلی

یک جامعه پایدار در پی بقا و بهبود مشخصه‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی یک ناحیه است تا اعضای آن بتوانند سالم، بهره‌ور و با لذت به ادامه حیات بپردازند. پایداری در بانکداری سبز به عنوان رویکردی در کسب و کار مطرح است که به خلق ارزش‌های درازمدت برای مشتری و کارکنان از طریق استراتژی سبز و در نظر گرفتن تمامی ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی یک کسب و کار می‌پردازد (طیپی، خانی زاده امیری، آذربایجانی و جانقربان، ۱۳۹۰).

بخشی و فلاحتی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی رابطه خدمات اینترنتی و خدمات بانکداری سبز" به بررسی این رابطه در بانک‌های ملی و صادرات شهر کرمانشاه پرداخته‌اند. داده‌های این پژوهش از طریق پرسشنامه استاندارد و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و سپس تصادفی ساده گردآوری شده‌اند. جامعه آماری این پژوهش نامحدود است و از مشتریان بانکهای ملی و صادرات که حداقل از خدمات وب سایت این بانک‌ها در مناطق مختلف شهر کرمانشاه استفاده می‌کنند، تشکیل شده است. از این تعداد ۱۹۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند که با توزیع پرسشنامه بین مشتریان در نهایت ۱۲۰ پرسشنامه سالم و قابل تحلیل به دست آمد. در این پژوهش از روایی محتوا و روایی سازه استفاده شده است. نتایج با استفاده از نرم‌افزار Amos و spss تحلیل شده است. با توجه به ضریب همبستگی پیرسون میان متغیرها که بالاتر از ۰/۶۵۵ و وسطه معناداری صفر که کمتر از ۰/۰۱ است. نتایج نشان می‌دهد میان دقیق و بدون خطا بودن امنیت و بدون ریسک بودن وب سایت با بانکداری سبز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه تمام فرضیه‌ها پژوهش تایید می‌شود.

حمیدی و جوانمرد (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان "مروری بر بانکداری سبز فناوری اطلاعات و مزیت‌های رقابتی" به بررسی بانکداری سبز پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ظهور فناوری‌های نوین و ایجاد زمینه‌های مناسب ارتقاء فناوری به ویژه در صنعت بانکداری با اتکا به خدمات و زیرساخت‌های الکترونیکی و بهره‌برداری از این تجهیزات و به‌کارگیری منابع در جهت گسترش فعالیت‌های سبز جزء استراتژی‌های نوین سیستم بانکی است. در سال‌های اخیر بانکها با اتکا به پیشرفت‌های فناوری اطلاعات حتی پا را فراتر نهاده و در سرمایه‌گذاری‌های اکوسیستم مانند تولید آب، کاهش گازهای گلخانه‌ای و شیوه‌های نوین تولید انرژی شرکت کرده و دیدگاه جدیدی برای گسترش خدمات خود ارائه کرده‌اند. برخی از این زمینه‌سازی‌ها شامل ۱- آموزش و آگاهی ۲- بانکداری مجتمع ۳- افزایش کیفیت در سطوح مختلف مدیریت ۴- شعب سبز و ۵- بازاریابی سبز است. همچنین در این مقاله به تاکتیک‌های اجرای موفق راهبرد توسط بانک‌های سبز پرداخته می‌شود.

مقدسی‌نیا (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان تاثیر بانکداری سبز بر رفتار مصرف‌کنندگان خدمات بانکی جهت دستیابی به توسعه پایدار (مطالعه موردی بانک صادرات کرمانشاه) به بررسی نقش بانکداری سبز بر رفتار مصرف‌کنندگان خدمات بانکی و تاثیر آن بر توسعه پایدار پرداخته است. در این مقاله بانکداری سبز، بانکداری بدون کاغذ، بدون سوخت و بدون ائتلاف وقت و انرژی است؛ شیوه‌ای نوین از بانکداری که چنانچه به اولویت اصلی مصرف‌کنندگان خدمات بانکی تبدیل شود می‌تواند زمینه ساز توسعه پایدار در کشور شود. در واقع، بانکداری سبز و توسعه پایدار به‌گونه‌ای با یکدیگر عجین هستند که یکی بدون دیگری بی مفهوم است. هدف از این پژوهش بررسی ابعاد بانکداری سبز، مفهوم توسعه پایدار و عوامل موثر بر رفتار مصرف‌کنندگان در استفاده از خدمات نوین بانکی در جامعه امروز ایران است. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی، پیمایشی است. گردآوری اطلاعات و داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و توزیع پرسشنامه و انجام رسیده که پایایی آن به وسیله آلفای کرونباخ تایید شده است. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده صورت گرفته و پاسخگویان به پرسش‌ها، کارکنان و مشتریان بانک صادرات کرمانشاه هستند. اطلاعات به دست آمده به وسیله نرم افزارهای spss و Amos و از طریق آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن تجزیه و تحلیل شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری بین بانکداری سبز و توسعه پایدار از دید کارکنان و مشتریان بانک صادرات وجود دارد (قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

وام سبز خرید مسکن یا وام خرید مسکن با قابلیت بهره‌وری و مدیریت انرژی با نرخ سود به میزان قابل توجه پایین‌تر از نرخ‌های بازار، به عنوان یک عامل تشویقی به مشتریان بانکهای خرد داده می‌شود.

این وام به مشتریانی داده می شود که خانه هایی با قابلیت بهره‌وری و تجدیدپذیری انرژی اقدام می کنند. بانک‌ها همچنین می توانند به پرداخت وام‌های سبز خرید مسکن با احتساب هزینه های تغییر تکنولوژی انرژی مصرفی منازل از سیستم های متعارف به روش‌های قابل تجدید اقدام نمایند (حسن زاده و زاهدی ۱۳۹۲).

به طور کلی در این سیستم بانکی روش تامین سرمایه مورد نیاز پروژه ها به صورت عرضه ترکیبی سهام و اوراق قرضه انجام می‌شود. تامین مالی پروژه‌ها که تامین بودجه بدون منبع نیز نامیده می‌شود به وام‌هایی گفته می‌شود که در بانکداری کلان برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های زیربنایی بزرگ داده می‌شوند.

این پروژه های هدف در بخش‌هایی نظیر مخابرات، پتروشیمی و منابع طبیعی شناسایی می شوند. همچنین بانک های سرمایه گذاری به طور روزافزونی در تامین سرمایه پروژه‌هایی فعالیت می کنند که منابع جایگزین و یا تجدیدشونده انرژی را توسعه می‌دهند. این طرح جدید نه تنها نقش مهمی را در محافظت از محیط زیست ایفا می‌کند، بلکه در کاهش نرخ های روزافزون انرژی و سوخت تاثیر بسزایی دارد (حسن‌زاده و زاهدی ۱۳۹۲)

پژوهش های خارجی

بیهاوی و پاندی (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان "بانکداری سبز در هند" به بررسی اهدافی چون

۱- مطالعه مفهوم بانکداری سبز

۲- شناسایی گام‌های لازم برای اتخاذ بانکداری سبز

۳- بررسی میزان آگاهی در مورد بانکداری سبز در میان کارکنان بانک و عموم مردم

۴- ایجاد آگاهی درباره بانکداری سبز در میان عموم مردم مشتریان و کارمندان بانک در کشور هند پرداخته است. در این مقاله بانک های منتخب هند شامل بانک‌های خصوصی و عمومی از نظر ارائه خدمات و محصولات بانکداری ارزیابی و صورت‌تحساب‌های سود و زیان آنها در مقاطع مختلف زمانی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش آنها نشان می‌دهد که بانک‌های هندی در زمینه بانکداری سبز نسبت به بانک‌های مشابه در کشورهای توسعه یافته بسیار عقب هستند. از این رو اگر بانک های هندی تمایل به ورود به بازارهای جهانی دارند شناسایی مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی ضروری است در حال حاضر، بسیاری از بانک‌های هندی در مسیر سبز شدن از طریق ارائه محصولات و خدمات سبز به مشتریان و استفاده از ابتکارات در عملیات تجاری با هدف نگرانی های زیست محیطی تلاش می کنند. این تلاش ها شامل بانکداری اینترنتی، موبایل بانک، دستگاه‌های خودپرداز، انتقالات وجوه الکترونیکی، وام سبز، کارت‌های اعتباری سبز، استفاده از انرژی خورشیدی و بادی بازیافت کاغذ سازمان‌های سبز و موارد دیگر است در نتیجه برای بانک‌های هند تنظیم اهداف سبز کوتاه مدت و بلندمدت با توسعه راهبردهای سبز و اجرای فعالیت‌های سبز به شیوه مرحله به مرحله ضروری است بانکداری سبز از یک سوی دارای فایده دوجانبه برای بانک‌ها و از سوی دیگر برای صنایع و اقتصاد است. بانکداری سبز نه تنها صنایع سبز را ایجاد می‌کند بلکه به بهبود کیفیت دارایی‌های بانک‌ها را در آینده تسهیل خواهد کرد (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

لالون (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان "بانکداری سبز: سبز شدن" به بررسی ابعاد مختلف بانکداری سبز پرداخته است. بر این اساس بانکداری سبز به هر شکلی از بانکداری که منافع زیست محیطی را برای کشور و ملت ایجاد کند اشاره دارد. یک بانک معمولی از طریق هدایت عملیات اصلی خود به سمت بهبود محیط زیست به بانک سبز تبدیل می شود. این مقاله بر روی فعالیت‌های بانکداری سبز بانک‌های تجاری بنگلادش و نیز پاسخ به علت اینکه چرا این سیاست تصویب شده و انجام مقایسه‌ای بین شیوه های بانکداری سبز در بانک‌های تجاری تمرکز دارد. در این پژوهش به خط مشی های سیاستی، مقررات، علت و چگونگی اتخاذ شیوه های بانکداری سبز نیز پرداخته شده است. این پژوهش بر اساس داده های منابع مختلف بنگلادش و تجربیات عملی بانک‌ها در این کشور تهیه شده است (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

بیس واس (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان "سازگاری با محیط زیست به روش بانکداری سبز نیاز زمان"، بانکداری سبز را به صورت ترکیب پیشرفت های عملیاتی، فناوری و تغییر عادات مشتری در کسب و کار بانکی تعریف می‌کند. اتخاذ شیوه های بانکداری سبز نه تنها برای محیط‌زیست مفید است بلکه در بازده عملیاتی بیشتر، آسیب‌پذیری کمتر از اشتباهات دستی و کلاهبرداری و کاهش هزینه‌ها در عملیات بانکداری نیز مفید است. وی در این پژوهش تلاش کرده است تا مزایای اصلی مقابله با چالش ها و جنبه‌های راهبردی بانکداری سبز برجسته شود. همچنین وضعیت بانک های هندی تا آنجا که مربوط به اتخاذ شیوه های بانکداری نیز می شود ارائه شده است نتایج بررسی ها نشان می دهد که ابتکار عمل چندانی در این زمینه توسط بانک‌های هندی وجود نداشته است. هرچند آنها نقش فعالی در اقتصاد نوظهور هند بازی می کنند. بانک‌ها بایستی به سمت سبز شدن حرکت کرده و جنبه های زیست محیطی و اکولوژیکی

را به عنوان بخش مهمی در اصل وام خود مدنظر قرار دهند، تا از این طریق صنایع را به سرمایه‌گذاری اجباری در زمینه مدیریت زیست محیطی، استفاده از فناوری‌های مناسب و نظام‌های مدیریتی مجبور کنند (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶). صنعت بانکداری و الزامات زیست محیطی در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر می‌باشند. برای مثال بانک‌ها با اعطای وام به شرکت‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی به منظور تامین فعالیت‌هایی که به ناچار بر روی محیط زیست اثر می‌یابند نقش فعالی را در بالا بردن استانداردهای زیست محیطی ایفا می‌کنند. (ماهلینگ و پاتل، ۲۰۱۲).

همچنین با توجه به اهمیت فعالیت زیست محیطی در برخی از کشورهای توسعه یافته، یک بانک ممکن است مسئولیت قانونی مستقیم برای رفع آلودگی زیست محیطی داشته باشد که گاهی اوقات هزینه بازسازی و رفع آلودگی می‌تواند قابل توجه و در برخی مواقع حتی به نقطه‌ای بیش از اصل وام برسد (کمیل و اسلاگ، ۲۰۱۱).

در سال‌های اخیر توجه قابل ملاحظه‌ای از سوی دولت‌ها به نگرانی عمومی در مورد وضعیت محیط زیست، وضعیت آب و هوا، کاهش کیفیت هوا در مناطق شهری، افزایش گازهای گلخانه‌ای و غیره شده است (منجزوی، ۲۰۱۵). این تغییرات هشداردهنده به بخشی از مصرف‌ناپایدار صنعت از منابع طبیعی و آلودگی همراه اشاره دارد (بن‌هالمی و لارسن، ۲۰۱۵).

چانگ و فانگ (۲۰۱۰) معتقدند که مفهوم بانکداری سبز به عنوان محرکی برای رضایت و وفاداری مشتریان است. بر اساس تحقیق آنها در مورد تجربیات مشتریانی که خرید سبز داشته یا محصولات زیست محیطی در تایوان خریداری شده‌اند مشخص شد که تصویر سبز از شرکت می‌تواند منجر به تاثیر گذاری بر رضایت و وفاداری سبز مشتری شود (پرخیده و فرهادیان، ۱۳۹۷).

نتیجه‌گیری

ایجاد انگیزش و ارائه حمایت‌ها و الزامات مختلف برای استفاده از اصول و موازین حفظ محیط زیست در بطن موفقیت راهبردهای رشد سبز قرار دارد. هرچند ساز و کارهای معمول اقتصاد نقش کلیدی در موفقیت برنامه‌های رشد اقتصادی ایفا می‌کنند، اما این ساز و کارها به صورت خودکار قادر به تخصیص بهینه منابع و تضمین رشد پایدار نیستند. هماهنگ سازی فعالیت‌ها در راستای رشد سبز، منافع بلندمدت اقتصادی را به ارمغان می‌آورد و البته در بیشتر موارد این سرمایه‌گذاری‌ها در یک بازه زمانی طولانی به بانک و اقتصاد باز می‌گردند (جعفری قدوسی و کاظمی، ۱۳۹۶).

با بالا بودن امنیت، دقت و کاهش خطاهای وب سایت می‌توان در جهت افزایش استفاده از خدمات اینترنتی و کاهش بانکداری سبز که منجر به کاهش استفاده از کاغذ، سوخت و زمان و هزینه در جهت پایین آوردن گازهای گلخانه‌ای و دی‌اکسیدکربن و در نهایت کاهش قطع درختان جنگلی شویم که باعث کاهش آسیب‌های زیست محیطی و در نهایت حفظ محیط زیست به عنوان یکی از اهداف اصلی بانکداری سبز شویم (بخشی و فلاحتی، ۱۳۹۴).

وقتی صحبت از بانکداری سبز می‌شود شاید تصور اولیه بیش از هر چیز بر روی بانکداری الکترونیک و سیستم‌هایی است که کمتر از کاغذ استفاده کنند، که قطعاً بخشی از بحث هم این موضوعات را در برمی‌گیرد که سیستم‌های جدیدی که در بانک‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد به طور طبیعی منجر به حفاظت از محیط زیست می‌شود. این صرفه جویی از دو بعد قابل بررسی است: نخست آن که بانکداری الکترونیکی سبب کاهش مصرف کاغذ می‌شود؛ از سوی دیگر رشد در جهت حفظ محیط زیست را نیز شامل می‌شود.

وظیفه بانک فقط ارائه خدمات بانکی نیست؛ اگر بانک را مجموعه‌ای بدانیم که یکسری ورودی شامل منابع مالی و یکسری خروجی شامل سرمایه‌گذاری‌ها و وام‌ها داشته باشد بنابراین بانکداری سبز باید در هر دو بعدی تعریف شود نه فقط در بخش ورودی که بیشتر تحت عنوان خدمات بانکی شناخته می‌شود. کشور ایران یکی از غنی‌ترین نقاط جهان از حیث تنوع زیستی و اقلیمی است. برخورداری از منابع طبیعی و معدنی به مدیریت صحیح منابع تجدیدپذیر و بهره‌برداری خردمندانه از این منابع بستگی دارد. بانک‌های کشور می‌توانند بودجه لازم برای صیانت از این مواهب خدادادی را فراهم آورند. کوشش‌هایی در زمینه بازاریابی سبز در ایران صورت گرفته است. نظام بانکی کشور نیز باید با این فعالیت‌ها همگام شود. انجام برنامه‌های بازاریابی سبز و زیست محیطی نیاز به منابع مالی دارد و این در توان بانک‌های کشور است. مدیران بانک‌های خصوصی و دولتی باید با اهداف و برنامه‌های بانکداری سبز آشنا باشند. باید بانکداری سبز در چشم انداز و ماموریت صنعت بانکداری در نظر گرفته شود. در این صورت نظام بانکداری کشور به سوی بانکداری سبز حرکت خواهد کرد. استفاده از پرسشنامه بانکداری سبز در این زمینه می‌تواند راه‌گشا باشد (حبیبی، ۱۳۹۹).

بررسی خدمات پولی و مالی به ابعاد بانکداری سبز، امری چالش برانگیز است. از سوی دیگر بانکداری سبز، یکی از محوری‌ترین مسائل جامعه و کسب و کارهای ما به شمار می‌آید که در نظام بانکداری معنا و مصادیق خاص خود را دارد (شاهبندرزاده و همکاران، ۱۳۹۵).

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادات زیر ارائه می شود:

- ۱- پیشنهاد می شود در جهت افزایش استفاده از خدمات اینترنتی از طریق ارتقاء بیش از پیش امنیت و کاهش بانکداری سنتی که منجر به کاهش استفاده از کاغذ، سوخت و زمان و هزینه در جهت پایین آوردن گازهای گلخانه‌ای و دی اکسید کربن و در نهایت کاهش قطع درختان جنگل می‌شود. این عوامل منجر به کاهش آسیب های زیست محیطی و در نهایت حفظ محیط زیست به عنوان یکی از اهداف اصلی بانکداری سبز می شود.
- ۲- ترویج بانکداری اینترنتی و تشویق مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی از طریق توسعه طرح‌های وفاداری و با پرداخت جوایز نقدی به استفاده‌کنندگان از درگاه های اینترنتی.
- ۳- اولویت پرداخت تسهیلات بانکی به طرح‌های مرتبط با حفظ و ارتقاء محیط زیست (پرخیده و فرهادیان، ۱۳۹۷).
- ۴- پیشنهاد می گردد توجه مدیران و کارشناسان واحدهای انفورماتیک به فناوری‌های نوین بانکی و تحقیق و توسعه در جهت کسب تکنولوژی های بشردوستانه و غیرمضر برای محیط زیست تشدید شود.
- ۵- با توجه به بالا رفتن سطح دانش زیست محیطی افراد جامعه که منجر به روی آوردن مشتریان به سمت کالاها و خدمات سبز شده است؛ پیشنهاد می‌شود با بازاریبان سازمان اقداماتی جهت ارتقاء دانش و فرهنگ زیست محیطی مشتریان انجام دهند.
- ۶- پیشنهاد می گردد مدیران بانک آینده در تعریف قابلیت‌های بازاریابی با ایجاد ارزش افزوده برای خدمات قابل ارائه به مشتریان و برآوردن تقاضاهای و نیازهای رقابتی با به کارگیری دانش و مهارت منابع انسانی خود در جهت بهبود ارتقاء با مشتری و وفادار نمودن مشتری اقدام نمایند.
- ۷- پیشنهاد می‌گردد بانک آینده با شرکت در برنامه‌های حمایت از محیط زیست، سبز بودن خود را به مشتریان یادآوری نموده و از این طریق افراد نسبت به خرید خدمات بانک تمایل بیشتری پیدا کنند (موسوی زاده و محسن زاده، ۱۳۹۷).

منابع:

- پرخیده، احمد، فرهادیان، فائزه . (۱۳۹۷). بررسی نقش بانکداری سبز بر شهرت شعب تجارت شهر تهران با توجه به نقش میانجیگری رضایت مشتری. پنجمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری .
- شاهبندزاده، حمید، کبگانی، محمدحسین، شجاع الدین، سیده نعیمه. (۱۳۹۵). ارائه مدل و تحلیل کمی خدمات پولی و مالی بانک ها بر مبنای ابعاد عملکردی در بانکداری سبز. راهبرد مدیریت مالی. سال چهارم. شماره ۱۴ . صفحات ۶۷-۴۹
- موسوی زاده، حمزه، محسن زاده، فتاح . (۱۳۹۷). مطالعه میزان اثر گذاری بازاریابی سبز بر وفاداری مشتریان با در نظر گرفتن نقش قابلیت بازاریابی (بانکداری سبز). کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین کاربردی در مدیریت - دانشگاه شیخ بهایی.
- جعفری قدوسی، آمنه، کاظمی، سیده سمیه. (۱۳۹۶). بانکداری سبز در بستر اقتصاد سبز. فصلنامه روند، سال بیست و چهارم، شماره ۸۷ ، صفحات ۱۰۹-۱۴۴
- بخشی، سعید، فلاحتی، علی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه خدمات اینترنتی و خدمات بانکداری سبز. اولین همایش های ملی مدیریت.

حبیبی، آرش . (۱۳۹۹). بانکداری سبز. وب سایت پارس مدیر . <https://parsmodir.com/db/research/green-banking.php>

قلیچ، وهاب. (۱۳۹۷). بانکداری سبز و چالش‌های زیست محیطی ایران. شبکه خبری اقتصاد و بانک ملی.

<https://www.ibena.ir>

مقدسی نیا، حسین. (۱۳۹۵). تأثیر بانکداری سبز بر رفتار مصرف کنندگان خدمات بانکی جهت دستیابی به توسعه پایدار مطالعات موردی بانک صادرات کرمانشا ه. سومین کنفرانس بین المللی اقتصاد سبز، بابلسر، شرکت پژوهشی صنعتی طرود شمالا.

Bihari, Suresh Chandr and Pandey, Bhavna. (2015). Green Banking In India. Journal Economics and International Finance. vol. 7(1), pp. 1-17.

Lalon, Raad Mozib. (2015). Green Banking: Going Green. International Journal of Economics, Finance and Management Sciences. vol. 3, no. 1, 2015, pp. 34-42.

Biswas, Nigamananda. (2011). Sustainable Green Banking Approach: The Need of the Hour. Business Spectrum. vol. I, no. 1, pp. 32-38.

- Meng, J., Krithivasan, R., Su, S. Y., & Helal, S. (2002). Flexible inter-enterprise workflow management using e-services. In *Advanced Issues of E-Commerce and Web-Based Information Systems, 2002.(WECWIS 2002). Proceedings. Fourth IEEE International*
- Luarn, P., and Lin H.-H. (2003). A Customer Loyalty Model For E-Services Context, *Journal of Electronic Commerce Research, VOL. 4, NO.*