



الممارسات المصرفية الخضراء ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة-دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين في القطاع المصرفي /ميسان.

Green banking practices are a tool for sustainable development in the
twenty-first century an applied study of the opinions of a sample of
workers in the banking sector/ Mayson.

م.د.اياد حسن كاظم

Ayad Hassan kadhum

كلية الامام الكاظم (ع)

Imam Kadhum college

م.هادي حمد هادي

Hadi hamad hadi

كلية الامام الكاظم (ع)

Imam Kadhum college

ayad.hassan@alkadhum-col.edu.iq - hadihila84@gmail.com

المستخلص : يشهد العالم في الوقت الحاضر تأثيرات وتهديدات خطيرة للغاية منها النمو السكاني السريع من خلال زيادة الطلب على الموارد الطبيعية نتيجة لزيادة أنماط الاستهلاك والإنتاج هذا في المجال الاقتصادي، وفي جميع انحاء العالم . وبهذا الصدد على العالم استكشاف بدائل لها من خلال الاخذ في الاعتبار الجوانب الاجتماعية والبيئية لما لها من دور كبير في جميع القطاعات، وبما المصارف تمثل واحدة من تلك القطاعات ولما لها من دورا مؤثرا في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ومدى قدرتها في الاستفادة من ذلك الدور في تحقيق النمو المستدام.

حيث تمارس المؤسسات المالية بشكل عام والمصارف بشكل خاص دورا بارزا ووسيطا بين تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة من خلال اسهاماتها في تقديم خدمات مصرفية صديقة للبيئة ومسؤوليتها الاجتماعية في تخفيض الاثار المترتبة من انبعاثات الكربون بواسطة نظام لإدارة البيئة والمجتمع ، لذلك كان هدف الدراسة هو تقديم اطار فلسفي ومفاهيمي للممارسات الخضراء والميزة التنافسية المستدامة ، وتوضيح مميزاتها والفرص التي توفرها والتحديات التي تواجه مزاولتها من قبل المصارف ، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التطبيقي واستخدمت الاستبانة كأداة للقياس وتم استخدام البرنامج الاحصائي هو (تحليل SPSS)، وشمل مجتمع الدراسة المصارف العاملة في مركز محافظة ميسان وكان عددها(20) مصرفا واختيرت منها عينة من العاملين تضم 120 عامل، وكان من ابرز الاستنتاجات هي تقوم المصارف عينة الدراسة بتطبيق الممارسات المصرفية الخضراء فقط في عملية تقييم اداء العاملين السنوي وليس كاستراتيجية ممكن ان تحقق لها الميزة التنافسية المستدامة، ومن ابرز التوصيات هو تعزيز ودعم وتوظيف الممارسات المصرفية الخضراء في العمليات اليومية للمصارف من خلال اقامة التوجيه والارشاد للعاملين من خلال الاجتماعات والبرامج والسياسات وكاستراتيجية من اجل الوصول الى الميزة التنافسية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الممارسات المصرفية الخضراء، المنافع، التحديات، الخدمات المصرفية الخضراء، الميزة التنافسية المستدامة



Abstract: The world is witnessing at the present time the effects and threats of very serious, including rapid population growth through increased demand for natural resources as a result of the increase in consumption and production patterns this in the economic field, and all over the world. In this regard, the world should explore alternatives to it by taking into consideration the social and environmental aspects because of their great role in all sectors, and since banks represent one of those sectors and because of their influential role in achieving sustainable competitive advantage and the extent of their ability to benefit from that role in achieving sustainable growth. Where financial institutions in general and banks in particular play a prominent and mediating role between achieving economic growth and sustainable development through their contributions to providing environmentally friendly banking services and their social responsibility in reducing the consequences of carbon emissions through a system for managing the environment and society, so the study's goal was to provide a philosophical framework And my concept of green practices and sustainable competitive advantage, and clarifying their features, the opportunities they provide, and the challenges facing their practice by banks. There are (20) banks, from which a sample of employees, comprising (120) workers, was selected. One of the most prominent conclusions was that the study sample banks apply green banking practices only in the process of evaluating the annual performance of employees, and not as a strategy that can achieve a sustainable competitive advantage. Through meetings, programs, policies and as a strategy in order to reach a sustainable competitive advantage.

Keywords: green banking practices, benefits, challenges, green banking services, sustainable competitive advantage.

المقدمة:

أصبحت الممارسات المصرفية الخضراء في القرن الحادي والعشرين جزءاً أساسياً ليس فقط في مجال الأعمال ولكن أيضاً في علوم البيئة ولجميع الدول المتقدمة والنامية ،وعلى تلك الدول ان تأخذ بمبادرات من اجل تلك الممارسات، وتشير معظم التقديرات العالمية إلى أن مقدار الاستثمار في البنى التحتية للممارسات المصرفية الخضراء سيصل إلى 40 تريليون دولار بين 2012 و 2030، ونقصد بالممارسات المصرفية الخضراء إلى سلسلة من الوسائل الإدارية التي تتطلب تحمل المصارف التجارية والمؤسسات المالية الأخرى في البحوث والتطورات لإنتاج ورعاية ومعالجة التلوث ، وأن تشارك في الحماية البيئية وأعادتها وتطويرها وامكانية الاستفادة من موارد الطاقة



الجديدة ، والتركيز على الإنتاج الاقتصادي الأخضر من السلع والخدمات الخضراء من خلال تقديم قروض الدعم للشركات والمؤسسات ذات الصلة وتخفيض أسعار الفائدة المنخفضة وتركز الدراسة في الأعمال المصرفية الخضراء والتسويق الأخضر وبعض المشاريع الخضراء والتي تتطلب من القطاع المصرفي اتخاذ خطوات لتنفيذ تلك الممارسات الخضراء في المجتمع من أجل تحقيق الميزة التنافسية والتنمية المستدامة في المستقبل.

المبحث الأول منهجية البحث

أولاً: مشكلة الدراسة

أصبحت التنمية المستدامة من المفاهيم المهمة والاساسية في الوقت الحالي لكل بلدان العالم المتقدمة والنامية وخصوصاً بعد 2015، إذ تعد الممارسات المصرفية الخضراء أداة من أدوات تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لكونها تعتمد على استعمال الممارسات من قبل الموارد البشرية في المصارف ، لذلك أصبحت هناك حاجة ضرورية لمعرفة تلك الممارسات من قبل القطاع المصرفي والمؤسسات المالية الأخرى وبيان ما هو دورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ومعرفة وعي الزبون والمبادرات الأخرى التي تقدمها المصارف في تلك الممارسات الخضراء.

ثانياً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى تحقيق عدة اهداف منها الاتي:

- 1- فهم فلسفة تبني الممارسات المصرفية الخضراء والمزايا المرتبطة بها من قبل القطاع المصرفي.
- 2- التحقق من وجود وعي لدى العاملين في المصرف والزبائن عن الممارسات المصرفية الخضراء.
- 3- تشجيع الزبائن على الممارسات الخضراء من خلال تقديم القروض الخضراء ذات الفائدة المنخفضة واقامة الندوات المجانية واللوحات المجانية في الاماكن العامة وتوعية الزبائن بأدوات التنمية المستدامة.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهميتها من خلال النقاط الآتية:

- 1- تزايد الاهتمام بالقطاع المصرفي في العراق في الآونة الأخيرة، وهذا يعني ان القطاع المصرفي في العراق نجدة حديث العهد بتلك الممارسات على العكس مما نجده في البلدان الغربية، ولما لتلك الممارسات من أهمية في تحقيق الأداء البيئي والاقتصادي الجيد للمصارف لذا ازدادت أهميتها في البحث والدراسة.
- 2- يعد موضوع الممارسات المصرفية الخضراء من المواضيع المهمة التي لم يتناولها الباحثين في العراق والتي من الممكن ان تسهم في تحقيق التنمية المستدامة التي يسعى القطاع المصرفي ان يكون له الدور في تحقيقها.



رابعاً: نموذج الدراسة وفرضياتها

اعتمد الباحثان في تحديد نموذجهما للدراسة على تحديد الممارسات المتعلقة بفحص وجود تلك الممارسات في المصارف عينة الدراسة وكانت تلك الممارسات متمثلة بأربعة ممارسات هي:

- 1- ممارسات مرتبطة بالأفراد العاملين بالمصرف.
- 2- ممارسات مرتبطة بالعمليات التشغيلية اليومية للمصرف.
- 3- ممارسات مرتبطة بزبائن المصرف
- 4- ممارسات مرتبطة بسياسات واستراتيجيات عمل المصرف وفيما يتعلق بالممارسات الخضراء (shaumya&arulrajah,2016:1012) وقد أطلق عليها بالمكونات الأربعة للممارسات المصرفية الخضراء وكما يوضحها الجدول ادناه.

جدول (1) ابعاد او مكونات الممارسات المصرفية الخضراء والميزة التنافسية المستدامة

المصدر	الفا كرونباخ	عدد الفقرات	البعد
shaumya&arulrajah,2016:1012)	0.75	3	1.ممارسات مرتبطة بالأفراد العاملين بالمصرف.
	0.79	4	2.ممارسات مرتبطة بالعمليات التشغيلية اليومية للمصرف
	0.83	4	3.ممارسات مرتبطة بزبائن المصرف
	0.86	5	4.ممارسات مرتبطة بسياسات واستراتيجيات عمل المصرف
	0.94	16	الممارسات المصرفية الخضراء
محمود وآخرون، اكتب الصفحة والسنة	0.93	5	1- الجودة
	0.94	5	2- الاستجابة للزبون
	0.93	5	3- الكفاءة
	0.92	5	4- المقدرة الجوهرية
	0.98		الميزة التنافسية المستدامة

وفقاً لنموذج الدراسة في اعلاه، فإن الباحثان اختبرا الفرضيتان الآتية:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الممارسات المصرفية الخضراء والميزة التنافسية المستدامة وتنفرع منها اربعة فرضيات.

الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ممارسات العاملين وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العمليات التشغيلية اليومية للمصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.



الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ممارسات المتعلقة بزبائن المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سياسات واستراتيجيات المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للممارسات المصرفية الخضراء في الميزة التنافسية المستدامة. وتفرعت عنها أربعة فرضيات فرعية وهي:

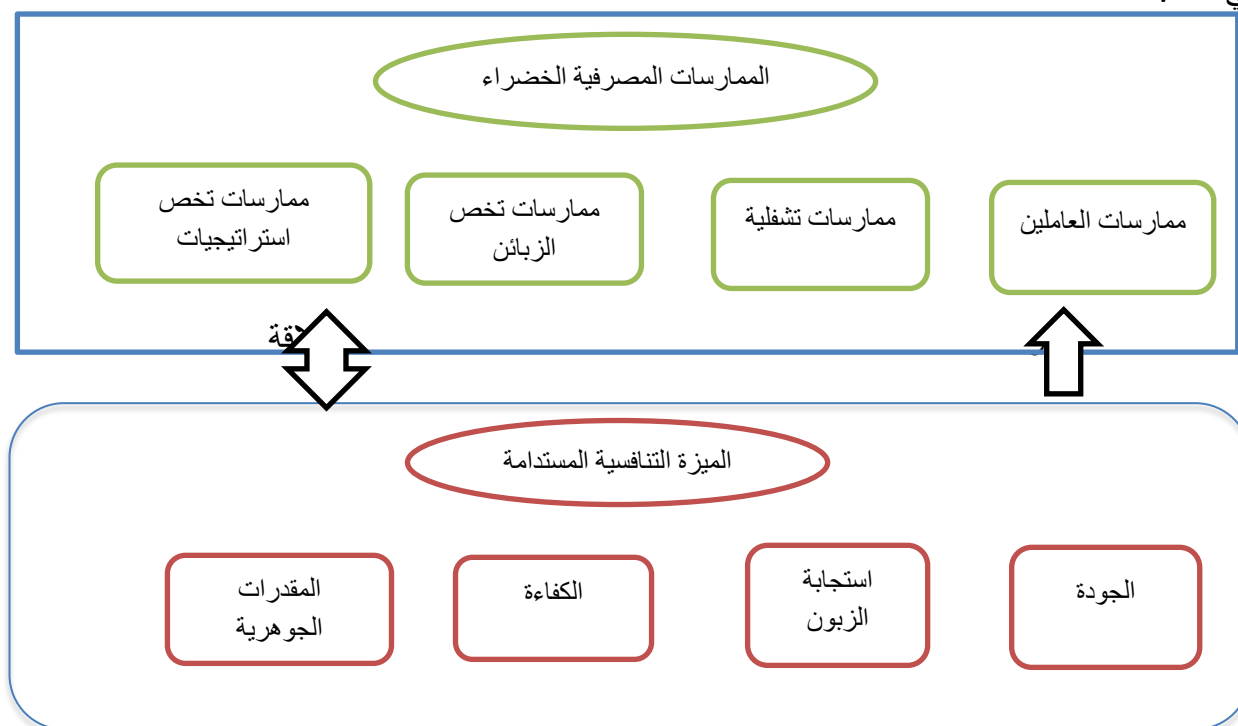
الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين ممارسات العاملين وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين العمليات التشغيلية اليومية للمصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين ممارسات المتعلقة بزبائن المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين سياسات واستراتيجيات المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

وبناء على ما تقدم أعلاه فإن نموذج البحث الفرضي المصمم وفقا لمشكلة البحث وعلاقتها يوضح فكرة البحث من حيث المتغير المستقل والتابع وعلاقات الارتباط والتأثير وكما يوضحها الشكل (1) في ادناه:





خامسا: مجتمع وعينة الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من القطاع المصرفي في مركز مدينة ميسان ويتكون المجتمع من (20 مصرفا) وكما موضح في الجدول ادناه:

جدول (2) مجتمع الدراسة

الملكية	عدد الفروع	اسم المصرف	التسلسل
حكومي	6	الرافدين	1-
حكومي	5	الرشيد	2-
حكومي	2	TIB	3-
القطاع الخاص			
قطاع خاص	1	الاقتصادي	4-
	1	بلاد الاسلامي	5-
	1	ايلاف الاسلامي	6-
	1	بابل	7-
	1	الاستثمار العراقي	8-
	1	بغداد	9-
	1	الاتحاد	10-
20 (13 حكومي و 7 خاص)			المجموع

وشملت عينة الدراسة عدد من العاملين في كلا القطاعين وتم اختيار عينة منهم تضم 125 عاملا في تلك المصارف.

سادسا: الأساليب الإحصائية: تم استخدام الأساليب الإحصائية من اجل تحليل الاستبانات الموزعة على العينة المبحوثة وكما يلي:

أ- مقياس الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص عينة الدراسة وعرض وتحليل اجابات العينة وفق الفقرات الواردة في الاستبانة واستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية.

ب- معامل الارتباط بيرسون: لتحديد قوة ونوعية العلاقة بين المتغيرات.

ت- تحليل الانحدار البسيط ((Analysis Regression Simple وهو أحد الأساليب الإحصائية التي تستخدم لتوضيح التأثيرات بين متغيرين أحدهما معتمد، والآخر مستقل.

ث- Test-F لغرض اختبار معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط او المتعدد.

ج- (Test-T: اختبار اثر المتغيرات المستقلة في المتغير التابع.



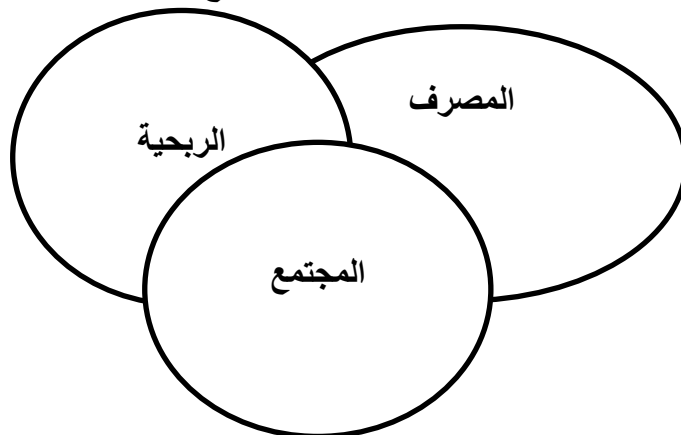
المبحث الثاني الجانب النظري

أولاً: العلاقة بين القطاع المصرفي والبيئة

للقطاع المصرفي دوراً رئيساً في اقتصاد البلاد وفي التنمية المستدامة. وكونه الممول الرئيس بشكل غير مباشر في التدهور البيئي عن طريق تمويل المشاريع والصناعات التي تؤثر أنشطتها تأثيراً سلبياً على البيئة. ويمكن للمصارف ومن خلال مشاركتهم بالممارسات الخضراء بطريقة حكيمة أن تساهم بشكل كبير في حماية البيئة ودارة المسؤولية الاجتماعية. وتعتمد اغلب المصارف في الوقت الحالي على استراتيجيات متنوعة يتم فيها التدقيق في المشاريع باستخدام مجموعة من الأدوات التي تأخذ بالاعتبارات الحماية البيئية. كما تشجع المصارف المشاريع التي تثير اهتمامها بالبيئة في شكل تنمية مستدامة، واستخدام الموارد الطبيعية المتجددة، وتقليل النفايات، ومنع التلوث، والصحة والسلامة المهنية، وكفاءة الطاقة، والرعاية الصحية البشرية والعديد من السمات المماثلة التي تحاول تحسين المجتمع. ويمكن توضيح عدة تأثيرات للبيئة على القطاع المصرفي منها (Tara et al., 2015:1032).

1- التأثير الداخلي: يعتبر القطاع المصرفي قطاعاً خالياً من التلوث ومتقدماً من الناحية التكنولوجية مع الحد الأدنى من التأثير السلبي على البيئة والمجتمع. وترتبط تلك التأثيرات مباشرة بالعمليات الداخلية للمصارف التي قد تزيد من انبعاثات والاحتباس الحراري مثل استهلاك الطاقة من الأعضاء، واستخدام أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الصراف الآلي، والتخلص من النفايات، وتأثيراتها أقل نسبياً من العديد من القطاعات الأخرى، ولكن بما أن حجم القطاع المصرفي كبير، لا يمكن تجاهل تأثيرها على البيئة كقطاع كامل.

2- التأثير الخارجي: وترتبط بالتأثيرات البيئية على الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف واداء الزبون مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، إذ أن الخدمات المصرفية لا تكون لها تأثير مباشر في البيئة ولكن الزبائن الذين يستعملون تلك الخدمات هم من يوثرون في البيئة. والشكل ادناه يوضح العلاقة بشكل أكبر بين المصرف والربحية والمجتمع.



شكل (1) العلاقة التفاعلية بين المصرف والمجتمع والاقتصاد

Sources: Tara, Kanak and Singh, Saumya and Kumar, Ritesh(2015) Green Banking for Environmental Management: A Paradigm Shift. Curr. World Environ., Vol. 10(3), 1029-1038.



وتركز جميع المؤسسات المالية والقطاع المصرفي بدرجة أساسية على حماية البيئة ، والغرض الأساس من التفاعل المزدوج بين الحلقات الثلاثة هو أن الدور الأول للمصارف هو في المسؤولية الاجتماعية الاخلاقية من خلال دوره في تقديم خدمات مصرفية خضراء وهذا الدور يتطلب منها دافع كبير من اجل تقديم الخدمات والحصول على الربحية .

ثانيا: مفهوم الممارسات المصرفية الخضراء

الممارسات المصرفية الخضراء هي شكل من أشكال النشاط المصرفي حيث تأخذ المصارف المبادرة للقيام بنشاطاتها اليومية بشكل مدرك وواعي بالمجتمع من خلال النظر الى الاستدامة البيئية الداخلية والخارجية، وتُعرف المصارف التي تقوم بهذا النوع من الأنشطة المصرفية بأنها مسؤولة اجتماعياً ومصرف مستدام أو مصرف أخضر أو مصرف أخلاقي. هذا النوع من الممارسات المصرفية لا يقتصر فقط على الأنشطة الخضراء الداخلية، بل إنه يساعد على جعل البيئة خضراء وقابلة للحياة من خلال تسهيل التمويل الأخضر وهي واحدة من أذكى طرق التفكير والاستباقية حول التنمية المستدامة في الأيام القادمة.

وقد ظهر اول مصرف اخضر في بنك ثيري دوز من الاصول الهولندية (Triodos) وبدا عمله في التنمية البيئية المستدامة منذ اليوم الاول لعمله عام 1990 حيث انشا البنك الصناديق الخضراء لغرض تمويل المشاريع الصديقة للبيئة وابدأ اهتمامه بشكل اكثر بالعمليات المصرفية الخضراء في ولاية فلوريدا في الولايات المتحدة الامريكية عام 2009 (Shumy&Anton,2017:79)

وان كلمة الخضراء (GREEN) تشير الى الخدمات المصرفية ومحاسبة المسؤولية والاداء البيئي في العمليات التي يقوم بها المصرف وحيانا يطلق على المصارف الخضراء ب(المصرف الاخلاقي) او المصرف المسؤول عن البيئة والمجتمع او المصرف المستدام. وتعني ايضا المصارف الصديقة للبيئة التي تخفض من التدهور البيئي وجعل البيئة صالحة للعيش وهذه المصارف تختلف في اختيار المداخل والاستراتيجيات ذات الاعمال المصرفية الخضراء. (Bahl,2012:27)

واشار اليها (Schultz,2010) بانها تقديم الخدمات المصرفية المتنوعة والصديقة للبيئة والتي تهدف الى تخفيض نسبة الكربون بواسطة العمليات المصرفية التي يقدمها المصرف لزبائنه . وعرفها (Rajan ,2016:4) بانها كل الممارسات المصرفية التي تهدف الى حماية العوامل الاجتماعية والبيئية الهادفة للمحافظة على البيئة والموارد الطبيعية. وتوجد الممارسات المصرفية الخضراء بأشكال متعددة ومتنوعة

وهذا يؤكد على تعزيز الممارسات الصديقة للبيئة من أجل النمو المستدام ويقلل من الاثار الكربونية في تقديم الخدمات المصرفية مثل دفع الفواتير عبر الإنترنت بدلاً من إرسالها بالبريد ، فتح حساب مصرفي عبر الإنترنت ، وتعتبر من الممارسات الجديدة في القطاعات المالية التي تهدف الى تغيير سلوكيات الزبائن من اجل تحقيق التنمية المستدامة في المستقبل وذلك عن طريق الانترنت الذي يساهم في تقليل تكاليف الأنشطة المصرفية (Gupta,2016:350)



ثالثاً: منافع الممارسات المصرفية الخضراء

هنالك العديد من المنافع للمصارف الخضراء يمكن تحديدها بالاتي (Ragupathi,2015:1004 & Sujatha).

- 1- ان المصارف الخضراء تتجنب العمل الورقي وتتم جميع المعاملات والنشاطات والخدمات المصرفية عن طريق الانترنت.
- 2- تقوم المصارف الخضراء بخلق وعي لرجال الاعمال والمؤسسات الاخرى حول المسؤولية البيئية والاجتماعية وتمكنهم من القيام بممارسات او نشاطات صديقة للبيئة.
- 3- ان المصارف الخضراء تتبع المعايير الصديقة للبيئة في عمليات الاقراض والتي هي الفكرة الحقيقية التي تجعل من اصحاب الاعمال التجارية لتغير اعمالهم في القيام بأنشطة صديقة للبيئة وهذا ما يساعدهم في تحقيق تنمية مستدامة في المستقبل.
- وهناك استراتيجيتين على المصارف ان تتبعها عند طرح خدمات مصرفية صديقة للبيئة وهما :
 - 1- استراتيجية عدم استعمال الورق في الانشطة المصرفية والتي بدورها تؤدي الى تقليل الانبعاثات الكربونية الناتجة من استعمال الورق وتوفير التكاليف للمصرف.
 - 2- تقديم قروض تدعم بناء مشاريع خضراء مثل الحزام الاخضر للشوارع مما يعني تقديم فائدة اكثر للزبائن من خلال نظم الطاقة الطبيعية والمعدات التي توفر الطاقة (مصدر السابق اعلاه ص79).
- وحدد (Lalon,2015:35) عدد من المميزات الخاصة للمصارف من استعمال العمليات المصرفية الخضراء وكما يلي:
- 1- يمكن للمصارف مساعدة البيئة من خلال الأتمتة والخدمات المصرفية عبر الإنترنت.
- 2- تركز الأعمال المصرفية الخضراء على السلامة والأمن الاجتماعي من خلال تغيير الآثار السلبية للمجتمع.
- 3- تعطي الأولوية دائماً للاستثمارات ذات المخاطر البيئية الاعلى وتقديم القروض ذات الفائدة المنخفضة
- 4- تبقي المصرف على اهتمام دائم بالنمو المستدام والأخضر في تقديم الخدمات المصرفية .
- 5- تخلق بيئة عمل ملائمة داخل وخارج المصرف.
- 6- يقلل من التكلفة والطاقة ، وبالتالي توفير المال وزيادة الناتج المحلي الإجمالي للبلد .ويطلب توفير الممارسات المصرفية الخضراء شرطين : (1) على المدى القصير ، تقديم المنتجات والخدمات الخضراء ، (2) على المدى الطويل ، تنفيذ استراتيجية تجارية طويلة الأجل للوفاء بالمسؤولية الاجتماعية والاخلاقية. وأشار.(Linh,2017: 144) الى عدد من المنافع للممارسات الخضراء وكما يلي:

- 1- يساهم (GB) Green Banking بشكل إيجابي في التوازن بين الاقتصاد، المجتمع والبيئة.
- 2- يساهم في تقليل المخاطر البيئية والاجتماعية من خلال التركيز على اولويات الاهتمام بالبيئة.



- 3- وعي الافراد ومؤسسات الاعمال بالاستثمارات الاقتصادية الخضراء في التطوير المستدام .
 - 4- خلق اتفاقات جماعية بين أصحاب المصلحة وإعادة توجيه الأموال في المشاريع الصديقة للبيئة .
 - 5- تحسين الحصة السوقية بكفاءة. بما أن منتجات التمويل الاخضر ذات نوعية جيدة ، فإنها تخلق باستمرار الطلب في الأسواق.
 - 6- زيادة الأرباح في الأعمال التجارية. معظم الزبائن يفضلون المنتجات الخضراء ، بحيث يجد المنتجون والبائعون فائدة في المنتجات الخضراء.
- ومن خلال الدراسات والبحوث السابقة والدروس والتجارب الدولية (بنغلاديش والهند وتركيا والمكسيك وفيتنام وسيرلانكا والصين وبريطانيا وهولندا والولايات المتحدة الأمريكية وغيرها التي اطلع عليها الباحثين يمكن ان توفر الممارسات الخضراء فرص اكبر في وقد ثبت أن GB سوف تخلق أيضا العديد من الفرص منها:
- 1- يطور GB علاقات وثيقة بين المصارف المحلية والدولية والمؤسسات المالية التي تعزز الاستثمار في رأس المال الاخضر .
 - 2- يوفر GB فرصة لتطوير إدارة أفضل من سلسلة التجهيز مع اعتماد تقنيات جديدة ، وبالتالي تقليل خسائر رأس المال .
 - 3- يدفع GB إلى تحسين العلاقة مع الزبائن من خلال استخدام الادوات الإلكترونية للتواصل مع الزبائن.
 - 4) يدعم GB إدارة أفضل لموارد المؤسسة من خلال تعزيز المعاملات الإلكترونية ، واعتمادها على القوى العاملة والوحدات التي تتعامل مع التحسين المستمر.
 - 5) خلق المزيد من الفرص في طرح خدمات مالية تحقق التنمية التجارية من خلال المنافع البيئية.
 - 6) GB هي فرصة لأصحاب المصلحة للانخراط في تقديم خدمات مصرفية خضراء ووفقا للمتطلبات البيئية .
 - 7) GB هو فرصة للمصارف لتحقيق المسؤوليات الاجتماعية واهدافها بشكل كامل ، وتحقيق أرباح أعلى من خلال اعتماد المدخل المستدام.
 - 8) GB هو فرصة لتشجيع وتحفيز القوى العاملة لمتابعة الممارسات الخضراء ، وكذلك لتشجيع الزبائن



رابعاً: مستويات الممارسات المصرفية الخضراء

حدد كلا من Kaeufer (5، 2010). و (TU&Dung، 6:2016). عدد من المستويات في تقديم تلك الممارسات ومنها:

المستوى الأول (الأنشطة المصرفية الأساسية): طبقاً لهذا المستوى، فإن تدخل المصارف في الأنشطة المصرفية الخضراء من خلال رعاية الأحداث الخضراء والأشغال العامة التي لا تعتبر أنشطتهم الرئيسية

المستوى الثاني (القيام بممارسات المصرفية الخضراء): وتقوم المصارف ضمن هذا المستوى بفصل ممارساتها الخضراء عن الممارسات التقليدية ومع ذلك فإن نسبة الممارسات الخضراء إلى بقية الأعمال تكون دون المستوى المطلوب.

المستوى الثالث (الممارسات المصرفية الخضراء النظامية): في هذا المستوى تصبح الممارسات الاجتماعية والخضراء ضمن المبادئ الأساسية للمصرف وتركيز المصرف يكون على كل أنشطته ومدى تأثير تلك الممارسات فيها ويكون ذلك من خلال المستويات الرئيسية الأربعة وهي الأفراد، العمليات، المبادئ، الغرض.

المستوى الرابع (وضع استراتيجية ابداعية) لتحقيق التوازن بين المصرف وبيئته من خلال الممارسات الخضراء ليس فقط بالأنشطة المصرفية وإنما من خلال انشاء التحالفات والدعم المجتمعي من اجل تحقيق الميزة التنافسية المستدامة .

المستوى الخامس (قيام المصارف باستراتيجية الابداع البيئي المقصود من خلال المسؤولية الاجتماعية والممارسات الخضراء مقصودة لدعم تلك الأنشطة او الممارسات.

خامساً: الممارسات المصرفية الخضراء

وتعني التطوير في انواع مختلفة من الممارسات المصرفية الخضراء وتشمل : قروض وإبداعات وخدمات مصرفية وفقاً للمتطلبات البيئية . وقد حددها (Meena, 2013:1184) بما يلي:

1- قروض خاصة : هذه القروض تمول من قبل منظمات دولية لدعم وتحقيق التنمية في الصناعة وتشجيع المستثمرين في الممارسات الخضراء .

2- قروض ذات نسب فائدة منخفضة : من خلال استعمال الدعم من الحكومة والبنك المركزي وانشاء الصناديق الخضراء .

3- معايير الائتمان الاخضر : وهو نوع من الائتمان يقدم من قبل المصارف التجارية وفقاً للمتطلبات والمعايير المتعلقة بحماية البيئة ومن خلال وزارة البيئة.

4- صناديق استثمار : تنشأ من خلال تقديم تمويل للمشاريع صغيرة ومتوسطة الحجم مع حجم كبير من الاستشارات في مجال تحقيق التنمية المستدامة وحماية البيئة مثال ذلك تقديم برامج للمزارعين في مجال تقنية البذور.



- 5- صيرفة الكترونية : على المصارف ان تطبق الخدمات المصرفية التي تدعم وتعزز الممارسات الخضراء وتخفيض من انبعاثات الكربون في البيئة وتشمل الاستفسارات عن طريق الانترنت ، المدفوعات الالكترونية ، النقل الالكتروني ، والصيرفة من خلال الهاتف النقال.
- 6- ابنية خضراء : حيث تقوم المصارف بتقديم قروض للأفراد الذين يستثمرون في الابنية الخضراء والتي تخفض من انبعاثات الكربون في البيئة مثل ، استعمال انظمة الطاقة الشمسية او موفرات الطاقة ويجب ان تكون ضمن الاسبقيات الاستراتيجية للمصرف .
- 7- ويجب ان تكون تلك الممارسات محددة Specific، وقابلة للقياس measurable ، والتحقق attainable ، ومرنة realistic ولها قدرة على بلوغ الاهداف في الوقت المناسب and timely green objectives ويرمز لها بالرمز SMART

وتواجه المصارف عدد من التحديات في تقديم الممارسات المصرفية الخضراء نذكر منها :

- 1- فهم وتعريف الممارسات الخضراء لها تأثير ايجابي في قدرة المصرف واستعداده الى تبني تلك الممارسات.
- 2- الممارسات المصرفية الخضراء في الوقت الحالي لها تأثير في مدى استعداد المصرف لتبني تلك الممارسات .
- 3- المعوقات امام عدم اتباع الممارسات الخضراء لها ارتباط سلبي باستعداد المصارف لتبني تلك الممارسات .
- 4- الممارسات المصرفية الخضراء المميزة لها تأثير ايجابي في استعداد المصرف لتبني تلك الممارسات والاستراتيجيات الخضراء.

سادسا: خطوات تبني الممارسات المصرفية الخضراء

(Gupta, 2015:350) و ((kaur, 2016:460 حدد عدد من الخطوات او المبادرات المتعلقة في توجه المصارف الى الممارسة الخضراء وهي كثيرة ومتنوعة نذكر بعض منها :

- 1- الاعتماد على الانترنت في العمليات المصرفية مما يدل على تقليل من استعمال الورق وبالتالي تقليل التكاليف .
- 2- تقديم خدمات مصرفية للزبائن من خلال الانترنت وباستعمال مواقع الكترونية يديرها المصرف مع زبائنه.
- 3- قيام المصرف بأنشاء الصراف الالي وتقديم الخدمات المصرفية للزبائن من خلاله مع تحقق الزبون لذلك العمل من خلال الشاشات الخاص بالصراف الالي مما يساعد ذلك على استدامة البيئة وتخفيض مخاطر العولمة .
- 3- تقديم القروض الخضراء للزبائن الذين يرغبون في تحسين مشترياتهم الخاصة بالمنازل من خلال شراء مواد منزلية صديقة للبيئة حيث يقوم المصرف بتقديم الدعم من خلال اسعار الفائدة وتخفيضها .
- 4- استعمال بطاقات الائتمان الخضراء حيث ان المبالغ التي توفرها البطاقات الخضراء سوف تذهب الى صناديق المنظمات الغير هادفة للربحية لأغراض استثمارها في خدمات صديقة للبيئة .



- 5- استعمال المعدات التي تحقق الوفرة في الطاقة من الآلات والمصابيح ويمكن ان يسهم ذلك في تحقيق برنامج التنمية المستدامة .
- 6- استعمال الهاتف النقال في عملية تقديم الخدمات المصرفية الخضراء .
- 7- استعمال منافذ متعددة من خلال وضع الصراف الآلي الذي يساعد على توفير الوقت والجهد للزبائن.

سابعا: الخدمات المصرفية الخضراء

وقد حددها (Wang & Zhia، 2016:13) بمجموعة من الخدمات وكما يلي :

- 1- الصناديق البيئية وصناديق التنوع البيولوجي: وهي تلك الصناديق التي تقدم الدعم المالي مباشرة او بصورة غير المباشر لمشاريع الحفاظ على التنوع البيولوجي والأنشطة التجارية لحماية منطقة التنوع البيولوجي. وتعزز الصناديق البيئية وصناديق التنوع البيولوجي الزراعة العضوية والسياحة البيئية والتنمية المستدامة للغابات وصيد الأسماك.
 - 2- المبادلات بالديون لأجل البيئة وحمايتها : وخصوصا في عملية تقديم الديون للبلدان التي تقدم خدمات مصرفية خضراء داعمة للبيئة واكثر البلدان التي تقوم بذلك المانيا والسويد والولايات المتحدة
 - 3- التوريق : من خلال استثمار ارباح الشركات واعادة نقلها ضمن مادة قانونية للاستثمار في اصدار اوراق مالية تدعم الاستثمار في حماية الغابات والنباتات الطبيعية .
 - 4- المشتقات المالية ذات العلاقة بالطقس والتغيرات البيئية : ويمكن لهذه المنتجات المالية الجديدة التعامل مع الخسائر المالية السلبية الناجمة عن التغيرات في المناخ شرط. إذا تجاوز مستوى تغير المناخ المعيار المنصوص عليه ومشتقات الطقس منذ عام 2002 تصل إلى مليارات الدولارات.
 - 5- سندات الدين ذات الصلة بالموارد الطبيعية : وهي اوراق مالية تصدر لغرض نقل وتخفيض المخاطر المرتبطة بالموارد الطبيعية تصدر من المصارف .
 - 6- صناديق الاستثمار الاخضر : ثقة الشركات للاستثمار في الصناديق الاستثمار الصديقة للبيئة ووطبقا للمعايير الاخلاقية والاجتماعية والاستدامة .
- واشار ((kaur، 2016:47 الى عدد من الخدمات المصرفية الخضراء وكما يلي :

- 1- الرهون العقارية الخضراء 2- القروض الخضراء 3- بطاقات الائتمان الخضراء 4- حسابات التوفير الخضراء 5- حسابات المراقبة الخضراء 6- المؤتمرات الخضراء لنزع السلاح 7- حسابات سوق المال الأخضر 8- العمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول 9- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت 10- الودائع عن البعد.

ثامنا: الميزة التنافسية المستدامة

اول من قام بدراسة الميزة التنافسية بورتر 1980-1985 وذلك بقيام المنظمات باختيار عدد من الاستراتيجيات التي حددها وهي (التمايز، الجودة، قيادة الكلفة وتكنولوجيا المعلومات) في حين أشار كلا من بيتر وويترمان 1982 الى التمايز كاستراتيجية من اجل تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، واكد ذلك بيتر 2010 ان استراتيجية التمايز هي افضل



استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وبين بيرني 1991 وويرنفلت 1984 ان مصادر المنظمات وقابليتها من اجل الوصول للميزة التنافسية المستدامة يجب ان تتصف بعدة خصائص منها الندرة ، ذات قيمة، لا يمكن إحلال بديل عنها ، وغير قابلة للتقليد ، في حين اكد الفا واخرون 2001 على الاسبقيات التنافسية هي في التصنيع والقرارات او الممارسات الداخلية الرئيسة وإمكانية تطبيقها لأجل الوصول الى الميزة التنافسية المستدامة (Barney,1991:9).

اولاً: المفهوم:

تعتبر الميزة التنافسية المستدامة النموذج المتطور للميزة التنافسية والمستهدف من قبل جميع المنظمات الرائدة في السوق، لأنها تضمن للمنظمة البقاء والاستمرار في مجال الأعمال من خلال احتفاظها في الميزة أطول مدة ممكنة، وتم تعريف الميزة على أنها كل ما ينجم عن عمل منظمات الأعمال من مركز أو حالة أو منفعة. وتعرف التنافسية على أنها جميع الخصائص التي تميز المنظمة عن نظيراتها، أما المستدامة ما يمكن الاحتفاظ أو الإطالة (المالك، 2009: 47). وذكر (Macmillan,2000,120) بان الميزة التنافسية المستدامة تمثل الامكانيات الجوهرية والنظام الفرعي الإداري التقني الذي يوجد في مختلف التقنيات والعمليات والموارد للحصول على ميزة تنافسية فريدة " وبهذا فأنا الميزة التنافسية المستدامة تمثل إداة تعتمد عليها المنظمة في تحقيق التفوق والتمايز على الآخرين في ميدان الأعمال (Macmillan,2000:89)، وعرفها (Kuncoro & Suriani,2018:186) القيمة التي تحققها المنظمة لربائنها وتحافظ على استمراريتها.

أي ان الميزة التنافسية المستدامة يمكن التعبير عنها "بالفائدة طويلة الأمد لإنجاز بعض القيم الفريدة لمدة أطول من المنافسين الحاليين والمحتملين مع عدم إمكانية نسخها" (Hofsted,2006:68).

و أن مصطلح الميزة التنافسية المستدامة يعتبر مظهراً جوهرياً تعتمد عليه المنظمات الرائدة بشكل أساسي لتبني المنافسة بين المجهزين لمواجهة التنوع في الطلب، وبهذا فأنا المنظمة التي تسمو إلى النجاح والرقى عليها أن تكافح لتوفير الخصائص الفريدة في الطلب لتحقيق بذلك ذاتها (العاني، 2014: 171).

ثانياً: خصائص الميزة التنافسية المستدامة.

ان للميزة التنافسية المستدامة خصائص عدة نذكر بعض منها(شاكر،ابراهيم: 2021: 296)

1-ان تكون متجددة وفق معطيات واعتبارات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المنظمة الداخلية من جهة اخرى.

2-ان تكون مستمرة ومستدامة وتحقق الاسبق للمنظمة على المدى الطويل.



3-ان تتناسب هذه الميزة مع الاهداف والنتائج التي تحاول المنظمة تحقيقها.

4-ان تكون مستمرة ومستدامة اذ تحقق المنظمة الاسبقية على المدى الطويل.

ثالثا- الابعاد الاساسية للميزة التنافسية المستدامة.

1-البيئة: تعتبر البيئة من الاولويات التنافسية التي تسهم في تقليل تداعيات تقليل نشاط الانتاج في مختلف مكونات البيئة، وهناك تداعيات اقتصادية واجتماعية وثقافية(ورود، عمران، 2021، 439)

2-الأبداع: " يعني إرضاء الزبائن الذي يجعل المنظمة تستطيع تلبية حاجاتهم وتحقيق توقعاتهم للجديد والمفيد إذ تتغير تلك الحاجات والتوقعات نتيجة تغير أذواق الزبائن وباستمرار، وهناك الكثير من المنافع التي تحصل عليها المنظمات المبدعة والتي جميعها ترجع إلى أسلوب استراتيجي الأبداع والتجديد التي تنتهجها ومنها الأبداع في استراتيجياتها وبرامجها(Hofsted,2015:68)، وبما أن العوامل في تغير مستمر لذا يجب أن تكون المنظمة مبدعة متجددة وخلاقة على الدوام والا فإنها ستواجه التدهور والخروج من الأسواق، فالإبداع من سمات المنظمات الناجحة والمميزة في الدول المتقدمة، من هذا فان المنظمات المبدعة لديها القدرة في الاستمرار في السوق عبر التفوق المتواصل، ولكي تضمن البقاء والنمو عليها إعادة النظر بشكل دوري في قدراتها الداخلية (رسالتها واستراتيجياتها) وما يتعلق بالظروف الخارجية (هيكل السوق، الزبون ، المنافسة، المجتمع) فالمنظمات المبدعة توصف بانها حيوية، إذ يوجه العاملين فيها والزبائن بشكل أبداعى" (فرحان، 2012، 180).

3- الجودة: تمثل النظام الذي من خلاله يمكن للمنظمات تحويل متطلبات الزبائن إلى مواصفات تلائم مراحل الإنتاج مشتملة على تصميم المنتج وتطويره وإنتاجه إلى جانب تقديمه واستخدامه من قبل المستفيدين(Kragewski& Ritzman,2005:71).

وتستخدم المنظمات "الجودة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة وتعد مساراً جيداً لتحقيق النمو السريع والأرباح، وتعني الجودة بمنظور القيمة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة على المد الطويل من خلال تلبية احتياجات الزبون ومتطلباته المشروعة ، وبهذا فهي تعتبر مفهوم إداري موجه نحو التحسين المستمر في نوعية المنتجات والخدمات بمشاركة كل المستويات والوظائف بالمنظمة وأن الهدف منها بناء الجودة منذ البداية بجعلها مسؤولية كل فرد فالجودة مسؤولية الجميع بدأ من مرحلة التصميم لحين انتهاء خدمات ما بعد البيع(فرحان، 2012:180).

4- التمايز: يمكن اعتبار بعد التمايز احد الأبعاد المهمة في بناء الميزة التنافسية المستدامة للشركة والواجب التركيز عليه كونه يبين تميز المنظمة عن غيرها من العاملات في نفس الميدان ويكون ذلك من خلال التفرد في تقديم منتجات فريدة متميزة عن ما متعارف عليه



في الأسواق أو تقديم خدمات تلبي طموحات ورغبات الزبائن تكون رائدة عن ما تقدمه المنظمات المماثلة وهذا بدوره يساعدها في الاستمرار كون المنظمة استطاعت من تقديم أشياء مميزه لا يمكن تقليدها بسهولة بمواصفات فريدة (المبيضين، 2015: 404).

5- القدرات الجوهرية: وتعني بانها الامكانيات والقدرات الملموسة وغير الملموسة التي تمكنها من تكوين ميزة تنافسية مستدامة من خلال الاستغلال الامثل لمواردها المتاحة (Barney&Hesterly, 2006:76)، وإشارة (Russell&Taylor, 2000,35) بان القدرات الجوهرية تعني المهارات الاساسية التي تساهم في تكوين ميزة تنافسية مستدامة وتتطور بمرور الزمن من خلال المعارف والخبرات المتراكمة.

وبناء على ذلك يؤكد الباحثان ان للموارد البشرية في المصارف دور كبير في تبني عدد من الممارسات الخضراء والتي كان لها الدور في الوصول الى الميزة التنافسية المستدامة وعلى الأمد البعيد والجدول ادناه يبين موارد وقابليات المنظمة الملموسة وغير الملموسة .

جدول (3) موارد وقابليات الملموسة وغير الملموسة

ت	الموارد	نوعها	مثال
1	مالية	ملموسة	السرعة في انشاء الصناديق الداخلية
2	مادية		موقع المصرف ،الياته، فروع
3	تكنولوجيا		المواقع الالكترونية ، الملكية الفكرية،الأمان الالكتروني
4	تنظيمية		تخطيط ،أنظمة رقابية،نظام معلومات اداري متكامل
5	موارد بشرية	غير ملموسة	مواهب ، ثقافات
6	ابداع		بحث وتطوير ، قابليات إبداعية وتغيير وخدمات جديدة
7	سمعة		ادراكات الزبون لجودة الخدمات المصرفية ، التمرکز من خلال رضا وولاء الزبون، المسؤولية الاجتماعية والبيئية



المبحث الثالث

الجانب العملي

القسم الأول : التحليل الاحصائي للبحث.

أ- الترميز ويشمل عملية ترميز الخاصة بمتغيرات البحث المستقلة والتابعة وابعاد كل واحدة منها والتي تم استعمالها في برنامج التحليل الاحصائي SPSS وكما موضح في الجدول (4) ادناه

ت	اسم المتغير	الرمز	نوع المتغير
1	الممارسات المصرفية الخضراء	gfp	المتغير المستقل
2	بعد ممارسات خاصة بالعاملين	erpm	بعد مستقل
3	بعد ممارسات تخص العمليات التشغيلية للمصرف	dorpm	بعد مستقل
4	بعد ممارسات تخص الزبائن	crpm	بعد مستقل
5	بعد ممارسات تخص السياسات والاستراتيجيات المصرفية	bprpm	بعد مستقل
6	الميزة التنافسية المستدامة	sac	المتغير المعتمد

ب- اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث:

صممت هذه الفقرة لغرض بيان علاقات الارتباط والتأثير بين متغيراتها المستقلة والتابعة وكما يلي :

1- اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: والتي اشارت الى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الممارسات المصرفية الخضراء والميزة التنافسية المستدامة. وتتفرع منها اربعة فرضيات.

أ- الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ممارسات العاملين وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

ب - الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العمليات التشغيلية اليومية للمصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.



ج-الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ممارسات المتعلقة بزبائن المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

ت-الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سياسات واستراتيجيات المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة. وبعد فحص علاقات الارتباط تبين الاتي في الجدول (5) ادناه

جدول (5) علاقات الارتباط بين المتغير المستقل وابعاده والمتغير التابع

المتغير المستقل	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	قيمة z المحسوبة	قيمة z الجدولية	مستوى المعنوي عند
ممارسات تخص العاملين	.863	.000	6.323	2.33	0.01
ممارسات تخص العمليات التشغيلية	.749	.000	4.620	2.23	
ممارسات تخص الزبون	.878	.000	5.790	3.11	
ممارسات تخص سياسات واستراتيجيات المصرف	.909	.000	3.400	1.31	
الممارسات المصرفية الخضراء	.924	.000	3.500	1.23	

N=75

حيث تبين قيم الجدول أعلاه ان قيمة (z) المحسوبة هي اكبر من قيمتها الجدولية وعلى ذلك ترفض فرضية العدم المذكور أعلاه للعلاقة وتقبل فرضية وجود علاقة ارتباط بين المتغير المستقل وابعاده والميزة التنافسية المستدامة.

2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للممارسات المصرفية الخضراء في الميزة التنافسية المستدامة. وتفرعت عنها أربعة فرضيات فرعية وهي:

أ-الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين ممارسات العاملين وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين العمليات التشغيلية اليومية للمصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

ت-الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين ممارسات المتعلقة بزبائن المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.



ث- الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين سياسات واستراتيجيات المصرف وابعاد والميزة التنافسية المستدامة.

والجدول (6) يبين اختبار علاقة التأثير بين المتغير المستقل وابعاده والميزة التنافسية المستدامة

المتغير التابع	مستوى المعنوية	قيمة p المعنوية	قيمة F	R2	الثوابت		المتغير المستقل وابعاده
					A	B	
الميزة التنافسية المستدامة	0.01	.000	213.512	0.52	0.90	0.71	الممارسات المصرفية الخضراء
		.000	93.115	0.20	0,45	0.40	ممارسات العاملين
		.000	213.512	0.40			ممارسات العمليات التشغيلية
		.000	93.115	0.43	0.60	0.64	ممارسات الزبون
		.000	245.447	0.36	0.66	0.68	ممارسات السياسات والاستراتيجيات
قيمة f الجدولية 26.18 N=75							

اذ توضح نتائج الجدول اعلاه أن قيمة (F) المحسوبة بلغت 213.512 وكانت هذه القيمة أكبر من قيمتها الجدولية 24.15 وبمستوى معنوية (0.01) وبحدود ثقة (99%) وهذا يعني وجود تأثير للممارسات المصرفية الخضراء في المتغير المستجيب الميزة التنافسية المستدامة، فضلا عن أن منحنى الانحدار جيد لوصف العلاقة بين المتغيرين، اما قيمة الثابت A والذي يعني وجودا لتأثير بين البعد الأول والميزة التنافسية حتى وان كانت الميزة التنافسية تساوي صفرا $\beta=0$ تشير الى ان تغيرا بمقدار (1) في ابعاد الممارسات المصرفية الخضراء سيؤدي الى تغيير في الميزة التنافسية المستدامة اما قيمة معامل التحديد (R2) يستخدم في تفسير مدى فائدة معادلة الانحدار في تقدير القيم، ويمثل نسبة الانخفاض في الاخطاء عند استخدام معادلة الانحدار وكما في بقية الابعاد.



المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

- 1- تقوم المصارف عينة الدراسة بتطبيق الممارسات المصرفية الخضراء فقط في عملية تقييم أداء العاملين السنوي وليس كاستراتيجية ممكن ان تحقق لها التطور المستدام.
- 2- اشارت نتائج البحث على ان المصارف عينة الدراسة لم تكون لديها اي مبادرات خضراء تجاه المجتمع.
- 3- تؤكد نتائج البحث ان المصارف لم تكون لديها اسهامات خضراء من خلال شراء المواد والمعدات المكتبية الصديقة للبيئة.
- 4- اكدت نتائج البحث على عدم توفير مكتب خاص بالمصارف عينة البحث مكتب خاص مرتبط عمله بتوفير ووضع سياسات لحماية واستدامة البيئة.

ثانياً: التوصيات

- 1- التأكيد على اهمية تغيير توجهات زبائن المصارف نحو المنتجات والخدمات المصرفية والخضراء.
- 2- تشجيع الافراد العاملين في المصارف على تطبيق واتباع الممارسات المصرفية الخضراء من خلال اقامة المؤتمرات والندوات والدورات التدريبية التي تشجع على ذلك.
- 3- تعزيز ودعم وتوظيف الممارسات المصرفية الخضراء في العمليات اليومية للمصارف من خلال اقامة التوجيه والارشاد للعاملين من خلال الاجتماعات او الملصقات.
- 3- دعم واسهام كل اصحاب المصالح في المصارف على تطبيق مفهوم الممارسات المصرفية الخضراء في صياغة استراتيجياتهم.

ثالثاً: مقترحات تبني المصارف للممارسات المصرفية الخضراء

- 1- انشاء مواقع على شبكة الانترنت ونشر جميع الاخبار الخاصة بالمصرف.
- 2- المشاركة بجميع الاحداث.
- 3- انشاء منافذ للترويج عن الاعمال الخضراء مثلاً القروض للمحافظة على البيئة.
- 4- خدمات المسؤولية الاجتماعية.
- 5- نخفيض الاثار الناتجة من مخلفات الطاقة وخصوصاً الكربونية من خلال دعم المصانع بالقروض التي تؤدي الى تخفيض تلك المخلفات الكربونية.



6- نقل عملية التعليم المتعلقة بكل ممارسة عن طريق برامج الكترونية .

7- جعل تلك الممارسات جزء من التقارير السنوية للمصارف .

المصادر العربية:

1-العاني، أريج سعد، 2004، تقيم دور القافة التنظيمية وإدارة المعرفة في إنجاح الميزة التنافسية المستدامة

2-فرحان، علاء، 2002، استراتيجية المحيد الأزرق والميزة التنافسية المستدامة، دار وائل للنشر، عمان.

3-شاكر، شذى عبود، ابراهيم، خالد عبدالله "دور ادارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة" 2021.

المصادر الاجنبية:

1-Rajan, Pappu(2016) Have Green Banks Been Startd With the aim OF protecting the Environment. International Journal of Management. I S SN: 2 2 5 0 - 2 9 7 1.

2-Kaeufer, Katrin(2010) Case Studies of Socially Responsible and GreenBankshttp://www.presencing.com
<http://webn.mit.edu/colab/index.html>.

3- Bahl,Sarita(2012) The Role of Green Banking in Sustainable Growth . International Journal of Marketing Financial & Management Research Vol.1 No.2 ISSN 2227-3622.

4-Gupta, Jeena(2015) Role of Green Banking in Environment Sustainability –A study of selected Commercial Banks in Himachal Pradesh. International Journal of Multidisciplinary Research and Development. Volume: 2, Issue: 8, 349-353.

5-Meena, Ravi(2013) Green Banking: As Initiative for Sustainable Development Global Journal of Management and Business Studies. ISSN 2248-9878 Volume 3, Number.pp. 1181-1186.

6- TU, Trnathi & Dung, Nguyen Thiphuong(2016) Factors affecting green banking practices Exploratory factor analysis on Vietnamese banks. Journal of Economic Development 24(2) 04-30.

7- Wang ,Yao& Zhi, Qiang(2016) The role of green finance inenvironmental protection Two aspects of market mechanism and policies.Energy Procedia 104 (2016) 311 – 316.

8- kaur, Manpreet(2016) GREEN BANKING: NEED OF THE HOUR. Research Paper Volume : 2Issue : 6. E-ISSN No : 2454-9916.



- 9- Tara, Kanak and Singh, Saumya and Kumar, Ritesh(2015) Green Banking for Environmental Management: A Paradigm Shift. *Curr. World Environ.*, Vol. 10(3), 1029-1038.
- 10 - Shaumya1,K& Anton, Arulrajah(2017) The Impact of Green Banking Practices on Bank's Environmental Performance Evidence from Sri Lanka. *Journal of Finance and Bank Management*. Vol. 5, No. 1, pp. 77-90.
- 11- Lalon, Raad Mozib(2015) Green banking: Going green. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*. 3(1): 34-42.
- 12- Ragupathi, M., &Sujatha, S. (2015). Green banking initiatives of commercial banks in India. *International Research Journal of Business and Management - IRJBM*, VIII(2), 74-81.
- 13- Linh, Do Hoai(2017) Impact of stakeholders on the performance of green banking products and services: The case of Vietnamese banks. *Economic Annals-XXI* (2017), 165(5-6),143-151.<http://orcid.org/0000-0001-9903-8479>.
- 14-Schultz, C. 2010. Green Bank Report <http://greenbankreport.com/green-bank-deals/what-is-themeanig>. of-green-banking/. 08 February 2001
1. 15-Hofsted, G., 2006, "The Usefulness of the Organization Culture Concept", *Journal of Management Studies*, May, Vol. 23, No.
- 16-Barney , J. B & Hesterly , W.S, " Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases " , 4st edition , Pearson Education , Inc., Upper Saddle River, New Jersey, USA, 2006.
- 17-Russell, Roberta S. & Taylor, Bernard W, "Operations Management", 1rd ed, prentice Hall Inc, New Jersey,2000.
- 18-Kuncoro, Wuryanti & Surian, Wa Ode," Achieving sustainable competitive advantage through product innovation andmarket driving" *Asia Pacific Management Review*, Vol (21), pp (486- 492), 2048.
2. 19-MacMillan Hugh and Tampoe Mahen,2009, "Strategic Management Process, Content, and Implementation" Oxford University Press Inc. New York.



- 20-Rajan, Pappu(2016) Have Green Banks Been Startd With the aim OF protecting the Environment. International Journal of Management. I S SN: 2 2 5 0 - 2 9 7
- 21-Kaeufer, Katrin(2010) Case Studies of Socially Responsible and GreenBanks<http://www.presencing.com>
<http://webn.mit.edu/colab/index.html>.
- 22- Bahl,Sarita(2012) The Role of Green Banking in Sustainable Growth . International Journal of Marketing Financial & Management Research Vol.1 No.2 ISSN 2227-3622.
- 23-Gupta, Jeena(2015) Role of Green Banking in Environment Sustainability –A study of selected Commercial Banks in Himachal Pradesh. International Journal of Multidisci plinary Research and Development. Volume: 2, Issue: 8, 349-353.
- 24-Meena, Ravi(2013) Green Banking: As Initiative for Sustainable Development Global Journal of Management and Business Studies. ISSN 2248-9878 Volume 3, Number.pp1181-1186.
- 25- TU, Trnathi & Dung, Nguyen Thiphuong(2016) Factors affecting green banking practices Exploratory factor analysis on Vietnamese banks. Journal of Economic Development 24(2) 04-30.
- 26- Wang ,Yao& Zhi, Qiang(2016) The role of green finance in environmental protection Two aspects of market mechanism and policies.Energy Procedia 104 (2016) 311 – 316.
- 27- kaur, Manpreet(2016) GREEN BANKING: NEED OF THE HOUR. Research Paper Volume : 2 Issue : 6. E-ISSN No : 2454-9916.
- 28- Tara, Kanak and Singh, Saumya and Kumar, Ritesh(2015) Green Banking for Environmental Management: A Paradigm Shift. *Curr. World Environ.*, Vol. 10(3), 1029-1038.
- 29 - Shaumya1,K& Anton, Arulrajah(2017) The Impact of Green Banking Practices on Bank's Environmental Performance Evidence from Sri Lanka. Journal of Finance and Bank Management. Vol. 5, No. 1, pp. 77-90.



- 30- Lalon, Raad Mozib(2015) Green banking: Going green. International Journal of Economics, Finance and Management Sciences. 3(1): 34-42.
- 31- Ragupathi, M., &Sujatha, S. (2015). Green banking initiatives of commercial banks in India. *International Research Journal of Business and Management - IRJBM*, VIII(2), 74-81.
- 32- Linh, Do Hoai(2017) Impact of stakeholders on the performance of green banking products and services: The case of Vietnamese banks. *Economic Annals-XXI* (2017), 165(5-6),143-151.<http://orcid.org/0000-0001-9903-8479>.
- 33-Schultz, C. 2010. Green Bank Report <http://greenbankreport.com/green-bank-deals/what-is-themeanig>. of-green-banking/. 08 February 2001
- 34-Shaumya1,K& Anton, Arulrajah(2016) Measuring Green Banking Practices: Evidence from Sri Lanka. International Conference on Business Management 13th. pp. 999-1022.