

۱. مقدمه

© انسان‌ها همواره خواهان دنیایی به دور از مشکلاتی چون فقر، بی‌عدالتی، تبعیض نژادی و جنسیتی، جنگ‌افروزی، بیماری‌های فراگیر، نابرابری‌های تحصیلی و نابسامانی‌های محیط زیست هستند، به عبارتی ارتقای کیفیت زندگی، مطلوب همه افراد روی کره زمین است. انسان‌ها از دیرباز عموماً بر اساس فرهنگ و باورهای خود که بیشتر منبعث از دستوره‌های دینی بوده، خود را ملزم به رعایت اخلاق در مباحث مالی و اقتصادی می‌کردند.

سراغز ورود جدی مباحث اخلاقی در اقتصاد مالی و تجارت نوین چندان روشن نیست اما آنچه در تاریخ اقتصادی غرب می‌توان یافت آن است که در قرن هجدهم در انگلستان، «کواکرها» اولین گروهی بودند که از سرمایه‌گذاری در صنایعی که مخالف اخلاق به شمار می‌آمدند (مانند دخانیات، الکل، قمار و برده‌داری) اجتناب می‌ورزیدند. این اقدام به مرور زمان باعث محبوبیت و رشد تجارت این گروه در میان مردم شد و باب جدیدی را در مباحث متعارف اقتصاد غرب باز کرد. این نوع سرمایه‌گذاری اخلاقی بعدها به «سرمایه‌گذاری مسئولانه اجتماعی» معروف شده و دامنه آن روز به روز گسترده‌تر از پیش شد.

۲. معرفی بانکداری اخلاقی

شاید نتوان به علت تفاوت دیدگاه‌ها، شاخص‌های اخلاقی و نیز تفاوت فرهنگی - اجتماعی جوامع مختلف با یکدیگر، تعریف دقیقی و واحدی از بانکداری اخلاقی ارائه کرد، اما می‌توان بانکداری اخلاقی را فعالیتی بانکی با رعایت کامل حقوق انسانی و صیانت از مشترکاتی چون محیط زیست، التزام به رقابتی سالم و نیز مسئولیت‌پذیر و پاسخگو در قبال رفتارها توصیف کرد. با آنکه از ورود بانکداری اخلاقی به ادبیات بانکداری مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، اما به سرعت در حال رشد و توسعه است. برخلاف کشور ما، در برخی از کشورهای دیگر خصوصاً کشورهای غربی، توجه بسیار زیادی به این مقوله شده و از حیث مطالعات نظری و نیز عملیاتی و اجرایی جزو اولویت‌های بسیاری از نظام‌های بانکی قرار گرفته است. به عنوان مثال از جمله بانک‌هایی که تحت عنوان بانک‌های اخلاقی از آنها نام برده می‌شود، می‌توان به شور بانک، آ.اس.اف سوشیال فایننس، آلیانس بنکشیر و وینرایت بانک در آمریکا، بانک تعاونی، رلیانس بانک، شرد اینترست در انگلستان، جی.ال.اس بانک و اتیک بانک در آلمان، سیتیزنس بانک و ونسیتی بانک در کانادا، تریودوس بانک و رابو بانک در هلند، اتیکا در ایتالیا، بانک تعاونی اعتبار در فرانسه و میانک در مالزی اشاره داشت.

۳. اهداف بانکداری اخلاقی

بانکداری اخلاقی جزئی از حرکت جهانی به سمت مسئولیت‌پذیری بیشتر در قبال محیط زیست و دغدغه‌های اجتماعی در بخش مالی است. این حرکت که در صدد خدمت‌رسانی و تجارت منصفانه می‌باشد، در پی آن است که علاوه بر حصول اطمینان از بازدهی مناسب منابع، آن را در چارچوب اصول اخلاقی سرمایه‌گذاری کند. از آنجا که بسیاری از اقدامات به محیط زیست آسیب می‌رسانند و سطح بهداشت و سلامت انسانها را با خطر مواجه می‌سازند، بانک‌ها می‌توانند برای وام‌هایی که در فرایندهای منجر به افزایش ریسک آسیب‌رسانی به محیط زیست مورد استفاده قرار می‌گیرند، نرخ سود بالاتر و یا محدودیت‌های مالی بیشتر وضع کنند. همچنین بانک‌ها می‌توانند برای ساخت و خرید خانه‌هایی که صرفه انرژی در تولید آنها رعایت شده است و یا اتلاف انرژی آنها از حد استاندارد بالاتر نیست و یا برای خودروهایی که آلایندگی کمتری ایجاد می‌کنند، تسهیلات آسان و ارزان‌قیمتی اعطا کنند. افزون بر این، بانک‌ها می‌توانند با توافق سپرده‌گذاران از حساب کارت‌های اعتباری آنان در هر بار استفاده، مبلغی اندک به خدمات بشردوستانه مانند پزشکان بدون مرز اهدا کنند. در مجموع می‌توان برای بانکداری اخلاقی، اهدافی چون انجام فعالیت‌های کارا و مفید روی منابع بانکی خصوصاً سپرده‌ها، پرهیز از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی - اجتماعی به جامعه می‌شود، کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی کشور، ارائه بهترین خدمات و جلب رضایت مشتریان و حفاظت از حقوق و منافع آنان، رعایت حقوق و منافع کارکنان و مسئولین نظام بانکی، حفاظت از اعتبار و شهرت نظام بانکی، سامان‌دهی اعطای تسهیلات در راستای کاهش فقر و شکاف طبقاتی، حفاظت از

بانکداری اخلاقی در جهان



هباب قلیچ
کارشناس ارشد پژوهشی
گروه بانکداری اسلامی
پژوهشکده پولی و بانکی،
و دانشجوی دکتری
اقتصاد دانشگاه علامه
طباطبایی

محیط زیست و منافع فرانسوی را متصور بود.

با بررسی اجمالی دستوره‌های اخلاقی مدنظر این دسته از بانک‌ها، می‌توان چهار دسته کلی زیر را برای اهداف بانکداری اخلاقی ذکر کرد:

- عدم اخلال و بحران آفرینی در نظام سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی

- رعایت حقوق اجتماعی عموم جامعه، مشتریان، سهامداران و کارکنان بانک

- حفاظت از محیط زیست

- حفظ و ارتقای خوشنامی و اعتبار نظام بانکی

علاوه بر این در یک دسته‌بندی دیگر می‌توان اصول اخلاقی بانکداری را در سه دسته درون‌بانکی (رعایت حقوق کارکنان و مسئولین بانک، رعایت حقوق مشتریان بانک، رعایت حقوق سهامداران بانک، حفظ و ارتقای شهرت و اعتبار بانک)، بین‌بانکی (رعایت حقوق کلیه مؤسسات شبکه بانکی توسط یکدیگر و پرهیز از رقابت نامنصفانه و به دور از اخلاقیات) و فرابانکی (جهت‌گیری خدمات بانکی به منظور حفظ ثبات اقتصادی - اجتماعی جامعه، کاهش فقر و شکاف طبقاتی، صیانت از محیط زیست، حفاظت از منافع فرانسوی، رعایت حقوق شهروندی عامه مردم، رعایت حقوق سازمان‌ها و نهادهای دیگر) تقسیم‌بندی کرد.

بدیهی است این موارد در همه بانک‌های اخلاقی جهان به یک میزان مورد توجه قرار نمی‌گیرند و هر یک از این بانک‌ها بر اساس رسالت کلانی که برای خود در نظر گرفته‌اند، خود را تا حد مشخصی متعهد به تحقق این اهداف می‌کنند.

۴. چند نمونه از بانکداری اخلاقی در جهان

۱-۴. بانک تعاونی انگلستان

این بانک قوانین اخلاقی را در پنج محور صیانت از محیط زیست، توسعه بین‌المللی، حمایت از حقوق بشر، سرمایه‌گذاری اجتماعی و صیانت از آسایش حیوانات دسته‌بندی می‌کند.

در محور اول شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که موارد زیر را انجام می‌دهند، توسط این بانک تأمین مالی نمی‌شوند: شرکت‌هایی که از طریق استخراج و تولید سوخت‌های فسیلی، باعث تغییر و تحول مخرب آب و هوایی

می‌شوند؛ شرکت‌هایی که با تولیداتشان منجر به گرم‌شدن کره زمین می‌شوند یا دست‌اندرکار تولید سوخت‌های فسیلی هستند که مسبب باران اسیدی می‌شوند؛ شرکت‌هایی که به تولید کالاهایی اقدام می‌کنند که در طبیعت و محیط زیست برای مدت‌های مدید باقی مانده و پس از سالیان بسیار طولانی تجزیه می‌شوند؛ سازندگان مواد شیمیایی غیربهداشتی که به تخریب لایه اوزون می‌انجامد؛ شرکت‌هایی که به برداشت غیرحفاظتی از محصولات طبیعی مانند درختان، ماهیان و آبزیان اقدام می‌کنند و یا با تولیداتشان باعث توسعه ارگانوسم‌های تغییر نژادی و ازبین‌رفتن محیط زیست می‌شوند و شرکت‌هایی که با توسعه فعالیت‌های نانو تکنولوژی باعث آسیب‌رسانی به محیط زیست و سلامت انسانی می‌شوند.

از سوی دیگر شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که موارد زیر را انجام می‌دهند، تأمین مالی و حمایت می‌شوند: شرکت‌هایی که باعث بازیافت سالم مواد مصرف‌شده و زباله‌ها می‌شوند؛ شرکت‌هایی که از انرژی‌های تجدیدپذیر و کارا در فرایند تولیدی خود استفاده می‌کنند؛ شرکت‌هایی که به برداشت حفاظتی از محصولات طبیعی مانند درختان، ماهیان و آبزیان اقدام می‌کنند و شرکت‌هایی که تولیداتشان به هر نحوی به صیانت و بهبود محیط زیست منجر می‌شود.

در محور دوم یعنی توسعه بین‌المللی، هدف بانک تعاونی انگلستان کاهش فقر است. شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که موارد زیر را انجام می‌دهند، توسط این بانک تأمین مالی نمی‌شوند: شرکت‌هایی که حقوق اساسی نیروی کار مندرج در کنوانسیون سازمان بین‌المللی کار (مانند منع به کارگیری کارگران کودک و نوجوان یا منع فعالیت‌هایی که مخالف حقوق کارگران و آزادی آنان است، همچون ایجاد محدودیت برای اتحادیه‌های صنفی) را رعایت نمی‌کنند؛ شرکت‌هایی که رویکردهای غیرمسئولانه به پرداخت مالیات در کشورهای کمتر توسعه‌یافته دارند و شرکت‌هایی که درگیر فعالیت‌های بازاریابی غیرمسئولانه در کشورهای درحال توسعه با رویکرد دامن‌زدن به فروش دخانیات، محصولات جایگزین شیرمادر و انواع کالاهای جعلی و تقلبی هستند. در عوض این بانک، از فعالیت‌هایی که در پی اشتغال‌زایی و خودکفایی افراد فقیر و خروج آنان از فقر (مانند تأمین مالی خرد) هستند، حمایت و پشتیبانی مالی می‌کند.

در محور سوم یعنی حمایت از حقوق بشر، شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که موارد زیر را انجام می‌دهند، توسط این بانک تأمین مالی نمی‌شوند: هر کسب



و کار و یا شرکت منتسب به دولتی که باعث مخدوش شدن حقوق بشر شود؛ هر کسب و کاری که به نوعی مرتبط با رژیم‌های خودکامه و ستم‌پیشه باشد و یا آنکه برای آنان اسلحه و ادوات نظامی فراهم کند؛ ارگان‌هایی که به تبعیض و تهییج نفرت دامن می‌زنند؛ شرکت‌هایی که در ساخت و یا انتقال مهمات غیرانسانی چون بمب‌های خوشه‌ای و مهمات ساخته‌شده از اورانیوم رقیق شده فعال هستند و یا در ساخت و انتقال ادوات شکنجه و ابزارهای خشونت‌آمیز که مخالف حقوق بشر است، فعالیت دارند.

در محور چهارم کلیه شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که با اقدامات خود به ایجاد و توسعه سرمایه‌گذاری اجتماعی منجر می‌شوند همانند تعاونی‌ها، تعاونی‌های اعتباری و طرح‌های مالی اجتماعی از امکان تأمین مالی توسط این بانک برخوردار هستند.

در محور پنجم که مربوط به صیانت از آسایش حیوانات می‌شود، شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهایی که موارد زیر را انجام می‌دهند، توسط این بانک تأمین مالی نمی‌شوند: شرکت‌هایی که از حیوانات برای انجام کارها و نیز آزمایش لوازم آرایشی و بهداشتی خارج از استانداردهای موجود استفاده می‌کنند و یا از آنان به شکل نامناسبی در امور کشاورزی استفاده کرده و یا آنکه از آنان به منظور تجارت پوست و خز و یا مبارزه دادن با یکدیگر جهت جذب تماشاجی و کسب درآمد بهره می‌گیرند. اما از سوی دیگر تجارت‌هایی که در پی توسعه راه‌های جایگزین آزمایش بر روی حیوانات هستند و یا کشاورزی که فعالیت‌شان توأم با رفاه و سلامت حیوانات می‌باشد، تأمین مالی و حمایت می‌شوند.

۲-۴. آلیانس بانک

گروه آلیانس بنکشیر در آمریکا، یکی دیگر از بانک‌هایی است که قوانین اخلاقی خاصی برای خود تعیین کرده است. حفاظت از شهرت بانک و حسن اعتماد مشتریان به بانک از جمله مهم‌ترین اهداف این بانک آمریکایی است؛ هیچ‌یک از اعضای گروه نباید کاری کنند که بین منافع بانک، مشتریان، سهامداران و سپرده‌گذاران اختلاف و تضادی به وجود بیاید و همه اعضا مجبور به مطالعه و دانستن قوانین گروه هستند. وظیفه ریاست گروه آلیانس بانک است که از کیفیت و کارا بودن اجرای این دستورهای اخلاقی اطمینان خاطر حاصل کند. رعایت اصول اخلاقی وظیفه فردی هر یک از کارکنان، مسئولین و اعضای هیأت مدیره گروه می‌باشد. کارمندان بانک نباید رابطه خویشاوندی و دوستی خود را در اعطای خدمات و تسهیلات بانکی، مدنظر قرار دهند و بایستی روابط کارکنان با تمامی مشتریان بانک کاملاً منصفانه و به دور از تبعیض باشد؛ کارکنان بایستی از استقراض از افراد و یا مشتریان تجاری بانک پرهیز کنند؛ بایستی هیچ‌گونه اطلاعات محرمانه‌ای از بانک همانند اطلاعات شخصی کارکنان و مشتریان، سباه‌های مالی، وضعیت حساب‌ها، پرداخت‌ها، وام‌ها و موجودی‌ها افشا شود. این اطلاعات تنها تحت دستور مقامات بالا (مثلاً برای اطلاع‌رسانی به سهامداران بانک) در سطح محدود قابل اعلام است، همچنین کارکنان حق ندارند کار دوم (بیرون از مجموعه بانک) داشته باشند، زیرا این کار موجب آسیب‌رساندن به کارایی فعالیت آنان و تضییع حقوق مشتریان می‌شود. از این رو اگر کسی مایل به داشتن کار در بیرون بانک به عنوان کار دوم است، بایستی طی یک درخواست کتبی اجازه ناظر و مقامات بالادستی خود را اخذ کند.

جهت جلوگیری از رفتار تبعیض‌آمیز، کارکنان بانک و خویشاوندان آنان بایستی هیچ هدیه‌ای از مشتریان و سازمان‌هایی که در پی برقراری تجارت با آلیانس بانک هستند، دریافت نکنند. هدیه، انعام، قرض، حق‌الزحمه، وجه بابت جبران خدمات یا هر عنوان دیگری که ارزش پولی داشته باشد، جزء این ممنوعیت قرار می‌گیرد و تخطی از آن با برخورد مقامات بالا همراه خواهد بود. البته آلیانس بانک برخی از موقعیت‌هایی را که کارکنان اجازه دریافت هدیه

دارند، شناسایی و اعلام کرده است؛ به عنوان مثال دریافت هدایایی با ارزش اسمی کمتر از ۲۵۰ دلار که به مناسبت عید کریسمس یا تعطیلات دیگر و مناسبت‌های خاص جهت ابراز محبت و رابطه دوستی اعطا می‌شود و تفریحات معقول مانند دعوت به بازی گلف، ناهار، شام و ملاقات‌های کاری از سوی این بانک برای کارکنان بانک مجاز شمرده شده است. همچنین دریافت هدایا و ارضیه‌ای که بر اساس یک رابطه خویشاوندی داده شود و یا دریافت بلیط‌های متعارف هدیه جهت تماشای بازی‌های ورزشی بلامانع است.

در مورد فعالیت‌های سیاسی، اگر کارمندی از طرف خودش و از اموال شخصی‌اش به منظور حمایت مالی و خدماتی از یک کاندیدای خاص انتخاباتی یا جناح سیاسی استفاده نماید تا زمانی که وی به عنوان یک شخص حقیقی این کار را با منابع خود می‌کند و کننده گروه آلیانس بانک به حساب نمی‌آید، بلامانع است. این حمایت‌ها باید به نحوی باشد که حتی برداشت حامی و اسپانسر بودن بانک از آن کاندیدا یا جناح سیاسی در اذهان تداعی نشود، بایستی به هیچ‌وجه از نام و اعتبار و نشانی بانک استفاده شود. استفاده از ادبیات سیاسی و نمادهای تبلیغاتی در محل کار یا هر جای دیگر که شائبه حمایت بانک از یک کاندیدا یا جناح سیاسی خاص را به وجود می‌آورد، ممنوع است.

مشتریان بانک ممکن است از کارکنان بانک تقاضای معرفی مکان و یا افرادی چون حقوق‌دانان، کارگزاران اوراق بهادار، حسابداران عمومی، کنندگی‌های بیمه و یا کنندگی‌های معاملات املاک و مستغلات جهت ارائه خدمات حرفه‌ای کنند؛ کارکنان بانک نباید در این موارد که مربوط به یک تخصص حرفه‌ای خارج از بانک می‌شود، راهنمایی‌های اشتباه کنند. اگر کارکنان اطلاعات مفید و مطمئنی در این موارد ندارند بایستی به مشتریان به طور صریح اعلام کنند که اطلاعاتی در این زمینه ندارند و آنان باید به افراد متخصص مراجعه کنند. این مشاوره‌ها و راهنمایی‌ها نباید به نوعی باشد که مشتری برداشت کند که بانک، حامی و ضامن این افراد یا کنندگی‌هاست. البته اخلاق حرفه‌ای بانک اقتضا می‌کند که در زمینه‌هایی که مربوط به حرفه بانکی نمی‌شود و بیشتر از جنس توصیه‌های سرمایه‌گذاری، بیمه و مالیات است، وارد نشود و بهتر آن است که مشتریان به افراد متخصص در آن حوزه‌ها ارجاع داده شوند.

آلیانس بانک خود را متعهد به انجام فعالیت‌هایی همچون صیانت از محیط زیست؛ فراهم‌آوری محیط کاری به دور از تبعیض‌های نژادی، مذهبی، جنسیتی و موارد دیگر؛ حمایت از رقابت منصفانه و قوانین مخالف شیوه‌های تجارت غیرمنصفانه و تبعیت از قوانین امنیتی و بانکی فدرال و دولت می‌داند. همچنین این بانک خود را ملزم کرده است که اخبار و اطلاعات دوره‌ای را به طور کامل، دقیق، شفاف و سروقت به سپرده‌گذاران و سرمایه‌گذاران اعلام کند. کارمندان این بانک موظفند در برخورد با موارد مسلم و یا مشکوک به تخطی از قوانین، مقررات و یا اصول بانکداری اخلاقی سریعاً مراتب را به طور شفاهی یا کتبی به رئیس بانک و یا مقامات مسئول دیگر گزارش کنند. مسئولان بانک موظفند به گزارش‌ها، رسیدگی کرده و در صورت احراز تخلف رفتار مقتضی را اعمال کنند. کارکنان و مقاماتی که مرتکب چنین تخلفاتی شده باشند با کسر رتبه و یا حتی اخراج روبه‌رو می‌شوند.

۳-۴. میبانک

میبانک (بزرگ‌ترین گروه خدمات مالی مالزی با حضور گسترده در منطقه جنوب شرق آسیا) تقویت و حمایت از خوشنامی و اعتبار بانک و حفظ اعتماد عمومی در این مجموعه، کمک به حفظ امنیت و یکپارچگی نظام بانکی، حفظ رابطه بی‌طرفانه و بدون تورش (جهت‌گیری) مابین بانک و مشتریان، تقویت و حمایت از سطح بالای همبستگی، اتحاد و رفتار حرفه‌ای کارکنان بانک را جزو مهم‌ترین برنامه‌های اخلاقی خود معرفی می‌کند. همچنین این بانک کارکنان خود را از انجام برخی کارها مانند درگیری و اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در



هر فعالیت تجاری که در رقابت یا تضاد با منافع بانک باشد؛ استفاده نادرست و سوءاستفاده از موقعیت خود در بانک به منظور انتفاع شخصی خود یا دیگر اشخاص؛ تضییع حقوق مشتریان و سهامداران، حذف، کپی، ایجاد و یا هرگونه سوءاستفاده از اطلاعات به منظور انتفاع شخصی خود یا دیگران را منع کرده است.

۴-۴. تریودوس بانک

این بانک هلندی با فعالیتهای متنوع و گسترده در سطح محلی و بین‌المللی، بیشتر در مباحث اجتماعی فعال بوده و از پیشگامان بانکداری اخلاقی در جهان به حساب می‌آید. هسته اصلی فعالیت‌های این بانک که در کشورهای آلمان، بلژیک، انگلستان و اسپانیا نیز شعبه دارد، غیر از خدمات متعارف بانکی، شامل وام‌دهی به پروژه‌های سازگار با محیط زیست، ارائه خدمات فرهنگی - اخلاقی و ایجاد کارآفرینی‌های اجتماعی از پس‌انداز سپرده‌گذاران متعهد و وجوه مدیریت‌شده با اهداف خاص است. از جمله اقدامات نوآورانه اخلاقی در مدیریت منابع انسانی این بانک می‌توان به اعطای وام و سرمایه‌گذاری با هدف توسعه اجتماعی و اخلاقی در نزدیک به ۳۰ کشور در آسیا، آفریقا و آمریکای جنوبی که عمدتاً مربوط به پروژه‌های اجتماعی، تحصیلی، هنری، فرهنگی، ساخت مسکن، گسترش تولید و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و مواد غذایی سالم می‌شود، اشاره داشت. علاوه بر این یکی از مهم‌ترین اقدامات این بانک راه‌اندازی «صندوق سبز» برای حمایت از پروژه‌های زیست محیطی و گروه‌های «دوستداران زمین» بوده است.

تریودوس بانک به طور مستمر اقدامات خود را با فعالیت دیگر بانک‌های اخلاقی در تحقق هر چه بیشتر اهداف مدنظر، مقایسه می‌نماید. همچنین این بانک هر ساله لیستی از وام‌های اعطایی خود را منتشر می‌کند تا سپرده‌گذاران دقیقاً متوجه شوند که منابع آنان در چه حوزه‌هایی به کار گرفته شده است.

۵-۴. انجمن بانکداران ترکیه

این انجمن نیز مجموعه‌ای از اصول اخلاقی را برای بانک‌ها تهیه و تنظیم کرده‌اند که بر اساس آن، بانک‌ها ملزم به رعایت یکسری ویژگی‌های اخلاقی شده‌اند؛ از جمله این اصول می‌توان به رعایت صداقت در قبال مشتریان، کارکنان، سهامداران، بانک‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌های دیگر، بی‌طرفی و عدم تبعیض بین

کارکنان و عدم تبعیض بین مشتریان بر اساس نوع نژاد، جنسیت، ملیت، مذهب، طبقه اجتماعی و مالی، ارائه خدمات راحت و مطمئن، اعلان اطلاعات و آگهی‌ها به طور صحیح و به موقع، شفافیت در ارائه اطلاعات از حیث میزان ریسک، سودآوری، حقوق و مسئولیت‌های طرفین، رعایت حقوق اجتماعی، صیانت از محیط زیست، مبارزه با پولشویی، رشوه‌خواری و فساد، جلوگیری از افشای اطلاعات محرمانه و داخلی، نظارت بر اجرای قانون و مقررات اشاره کرد.

افزون بر این بانک‌ها باید به تعداد کافی و به تناسب حجم کاری موجود، کارمند استخدام کنند تا بیشترین بهره‌وری در طی ساعات کاری حاصل شده و به افراد استخدام‌شده فشار کاری زیادی وارد نشود و آنان مجبور به اضافه کاری نباشند، همچنین قادر باشند از میزان مرخصی‌های قانونی خود به اختیار استفاده کنند. همچنین کارمندان بانک نباید با مشتریان شخصا وارد روابط نقل و انتقال وام، ضامن یکدیگر شدن، باز کردن حساب مشترک و یا هر رابطه دیگری شوند که ذیل اصول اخلاقی بانکداری نمی‌گنجد.

همچنین این انجمن تأکید دارد که بانک‌ها در قبال هم وظایف مهمی دارند؛ مانند اینکه بانک‌ها باید از رقابت نامنصفانه و خارج از قانون پرهیز کنند. گرچه این حق کارمند است که بانک (محل کار) خود را انتخاب کند اما نباید شرایط بانک در جذب کارکنان چنان باشد که بانک دیگر را با خطر کسر اعتبار و تعطیلی مواجه سازد. همچنین بانک باید در ارائه اطلاعات کارمند خود که قصد پیوستن به بانک دیگری را دارد، کمال همکاری را داشته باشد و بانک مقصد را از وضعیت کارمند سابق خود مطلع سازد. گذشته از این مسائل، بانک‌ها باید در تبلیغات خود کاملاً صادق، واقع‌گرا، قانونمند و تحت ضوابط اخلاقی باشند و از اقداماتی که شهرت و اعتبار حرفه بانکداری را خدشه‌دار می‌سازد، پرهیز کنند. تبلیغات آنان نباید تحقیرکننده و یا توهین‌کننده به دیگر بانک‌ها و یا محصولات و خدمات‌دهی آنان باشد.

۶-۴. انجمن بانکداران بلغارستان

این انجمن اصول اخلاقی بانک‌ها را در پنج دسته ارتباطات بین‌بانکی، روابط بانک و مشتری، حل اختلافات، روابط بانک و عموم مردم و مقررات بانکی طبقه‌بندی کرده است. در زمینه ارتباطات بین‌بانکی، بانک‌ها باید به طور منصفانه و صادقانه با به‌کارگیری روش‌های قانونی و اخلاقی با یکدیگر رقابت

لازم است اطلاعات مطابق با نیاز مشتری و آنچه لازم است وی بداند تنظیم و ارائه شود و نیز فرم‌ها نباید گمراه‌کننده، گنگ، دارای اصطلاحات تخصصی پیچیده و به زبان خارجی باشد و نیاز است که اصطلاحات حقوقی، مالی، حسابداری و زبان خارجی به طور کامل تشریح و توصیف شود. لازم است بانک‌ها نمونه‌ای از اسناد و قراردادهای خود را در معرض نمایش عمومی قرار داده و از تغییرات و اصلاحات ناگهانی آیین‌نامه‌ها بپرهیزند و در صورت اعمال تغییر و اصلاحات، سریعاً آن را به اطلاع مشتریان برسانند، بانک‌ها باید از اطلاعات خصوصی مشتریان خود محافظت کرده و نباید از اسم، نشانی، شماره تلفن و دیگر مشخصات مشتریان در راه بازاریابی و تبلیغات استفاده کنند، مگر آنکه قبل از آن رضایت کتبی آنان را اخذ کرده باشند.

در زمینه حل اختلافات، بانک‌ها باید در حل اختلافاتی که منجر به نفع متقابل طرفین می‌شود، تلاش کنند و از طرح استدلال‌هایی که ربطی به فعالیت‌های عمومی بانک ندارد، ممانعت به عمل آورند. بانک‌ها باید برای دریافت موارد اختلاف و مورد اعتراض مشتریان و بررسی و ارائه جواب به آنان تاریخ مشخصی را تعیین کرده و روش کار و یا قوانینی را که توسط آن به حل اختلافات اقدام می‌کنند را در دسترس مشتریان قرار دهند. در زمینه روابط بانک و عموم مردم، بانک‌ها بایستی عموم جامعه را از خدمات و محصولاتشان با اطلاعات صحیح و دقیق آگاه و مطلع سازند و نباید عملکرد نظام بانکی را در اذهان عمومی بی‌اعتبار و بدنام کنند. همچنین بانک‌ها باید احتیاجات قانونی و اصول شفاف‌سازی را در حمایت‌های مالی از احزاب و سازمان‌های سیاسی رعایت کنند. در زمینه مقررات بانکی، کارکنان بانک‌ها بایستی همگی از قانون و مقررات مطلع باشند و به طور دقیق این مقررات را اجرایی سازند، بانک‌ها باید عملیات درونی خود را با مسئولیت‌پذیری زیاد، مدیریت

کنند، رابطه بین بانک‌ها باید متقابلانه و معتمدانه بوده و اطلاعات صحیح و جاری را بین یکدیگر مبادله کنند، بانک‌ها نباید در ارتباط با یکدیگر از اطلاعات دروغ و اشتباه استفاده کنند، همچنین نباید اقدامی کنند که امکان بی‌اعتباری و بدنامی بانک‌های دیگر فراهم شود و نیز بانک‌ها نباید با نرخ‌های بهره غیرواقعی و یا با سودها و مزایایی که ارتباط مستقیمی با بانکداری ندارند مشتریان یکدیگر را جذب کرده و این‌گونه به رقابت بپردازند. همچنین ضروری است در مبادله اطلاعات پرسنلی با یکدیگر همکاری داشته باشند و در استخدام کارمندانشان توسط بانک‌های دیگر ایجاد محدودیت نکنند. از سوی دیگر بانک‌ها نیز نباید به جذب همه کارکنان و یا اکثر کارکنان یک بخش از بانک‌های دیگر که منجر به آسیب دیدن آن بانک می‌شود، اقدام کنند.

در زمینه روابط بانک و مشتری، بانک‌ها باید اصول انصاف و اعتماد متقابل را در قبال مشتریان رعایت کنند، همچنین بایستی حقوق مشتری را مطابق با قانون و مقررات بانکی به طور کامل محترم بشمارند و مشخصات مشتری را قبل از انعقاد قرارداد بررسی کنند و از وام‌دهی و ایجاد قرارداد با افراد گمنام، مجهول یا افرادی که مظنون به این هستند که وجوه را در راه تروریسم و جنگ‌افروزی خرج می‌کنند، پرهیز کنند؛ به عبارت دیگر فعالیت‌های آنان نباید مخالف قانون قرار گیرد. کارکنان بانک‌ها نباید به طور مستقیم و غیرمستقیم بین مشتری و بانک ایجاد تبانی کنند، بانک‌ها نباید سبب از بین رفتن حق انتخاب مشتری در بین بانک‌ها شوند و لازم است به آنان آزادی کامل در انتخاب داده شود، حقوق و تکالیف تعهدشده بین بانک و مشتری بایستی کتبا به طور شفاف و صریح در جایی قید شده باشد و اطلاعات صحیح و کاملی در مورد آخرین به روزسانی‌های مربوط به خدمات و محصولات و نرخ‌های بهره به مشتری ارائه شود.



و کنترل کنند و اجازه فریب، کلاهبرداری و تقلب را به هیچ فرد یا گروه و حزبی ندهند و به این اطمینان برسند که تمامی کارکنان آنان آگاه به اصول بانکداری اخلاقی و اصلاحات و ضمیمه‌های آتی آن هستند.

۴-۷. انجمن بانکداران تانزانیا

این انجمن با اعتقاد به آنکه صنعت بانکداری نیازمند اعتماد متقابل و اطمینان عمومی است و این امر هر بانکداری را مشتاق به رفتار صحیح حرفه‌ای می‌کند، به تهیه مقدمات لازم برای کسب دانش و مهارت اعضای خود در بعد نظری و کاربردی بانکداری اقدام کرده و در زمینه بازپرداخت تسهیلات و نرخ بهره آن سهولت‌هایی را ایجاد کرده است. همچنین این انجمن برنامه‌های منظمی را برای یکپارچگی، رعایت اصول اخلاقی، اطمینان و اعتماد، صداقت، وفاداری و قانون‌مداری همه بانک‌های تحت نظر خود تدوین کرده است، برخی از این برنامه‌ها عبارت‌اند از:

- تهیه مجموعه‌ای از استانداردها و اعلام آن به بانک‌ها
- اطمینان‌بخشی به مشتریان در خصوص تبعیت بانک‌ها از اصول رفتار حرفه‌ای
- توسعه و ارتقای سطح اطمینان و اعتماد عمومی در حرفه بانکداری
- مشخص کردن رفتارهای غیرحرفه‌ای و نامناسب و اجتناب کردن از آنان
- حمایت و تأیید ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و قوانین صنعت بانکداری
- رعایت صداقت، بی‌طرفی و عدم تبعیض در فعالیت‌های بانکداری
- رعایت شایسته‌سالاری در فعالیت‌های بانکداری
- ایجاد هماهنگی بین مفاهیم سودآوری و مسئولیت‌های اجتماعی
- تعهدسپاری به رعایت حداکثری استانداردها و اصول رفتارهای اخلاقی از سوی بانک‌ها
- تقویت اجابت قوانین از سوی بانک‌ها

۵. جمع‌بندی

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. با آنکه از ورود بانکداری اخلاقی به ادبیات بانکداری مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، اما به سرعت در حال رشد و توسعه در بعد نظری و اجرایی در بین بانک‌های جهان شده است. با توجه به مبانی و اهداف تعالی‌خواه نظام جمهوری اسلامی ایران در فعالیت‌های پولی و بانکی، جای خالی مقوله بانکداری اخلاقی در کلیت نظام بانکی کشور به شدت احساس می‌شود. از این‌رو با عنایت به آنکه سال جاری به نوعی سال شروع طرح تحول نظام بانکی به عنوان یکی دیگر از هفت طرح کلان تحول اقتصادی به حساب می‌آید و عزمی جدی در بدنه حاکم نظام جهت تحول بنیادین نظام بانکی به چشم می‌آید، مطلوب آن است که محققین، اندیشمندان و دست‌اندرکاران حوزه بانکی، گام‌های مستحکمی را در تدوین اصول، معیارها و قوانین بانکداری اخلاقی و نیز اجرایی کردن آن در عرصه عملیات بانکداری کشور بردارند. امید است دست در دست هم با بهره‌گیری از فرهنگ اخلاق مدار جامعه اسلامی، طلیعه‌ای روشن برای فرادهای بهتر نظام بانکی کشور فراهم سازیم. ●

پی‌نوشت‌ها:

1- Quakers.

۲- در قرن ۱۸ و اوایل قرن ۱۹ بخش اعظم اقتصاد و صنعت انگلستان در دست اقلیت مذهبی نسبتاً کوچکی به نام کواکرها بود. اینان در دنیای آن روز نقش تعیین‌کننده‌ای در برقراری روابط تجاری بین کشورهای غربی و عمدتاً بریتانیا و آمریکا ایفا می‌کردند. موفقیت خیره‌کننده کواکرها از معاملاتی آغاز

شد که بین خود انجام می‌دادند. از آنجا که ورود این افراد به کلیه مشاغل دولتی ممنوع بود، در نتیجه تمامی فعالیت‌شان معطوف به تجارت می‌شد. آنها برای ایجاد تسهیلات در معاملات برای یکدیگر اعتبارات مالی زیادی قائل می‌شدند. این اعتبارات ناشی از اطمینان خاطر و اعتماد فراوان فروشنده نسبت به خریدار بود و از این‌رو پایه تجارت بر اساس اعتماد طرفین شکل می‌گرفت. آوازه معاملات اخلاقی و توأم با صداقت کواکرها، به سرعت در دیگر نقاط دنیا پیچید. کواکرها به انسان‌هایی صادق و دقیق در امر تجارت معروف شدند. مردم از انجام معامله با آنان احساس آرامش کرده و با آغوش باز روز به روز روابط تجاری- اقتصادی خود را با آنان گسترش می‌دادند. با رشد چشمگیر و غیرقابل انتظار کواکرها در اقتصاد غرب، اقتصاددانان متوجه شدند که بر خورداری از صداقت و امانت و رعایت مؤلفه‌های اخلاقی در انجام معاملات می‌تواند پارامتر مهمی جهت پیشرفت و موفقیت تلقی شود، از این رو کم‌کم فصل تازه‌ای در مباحث متعارف اقتصادی به نام اقتصاد اخلاقی گشوده شد (Surowiecki, 2004).

3- Social Responsible Investment

4- Ethical Banking

5- Shore Bank

6- RSF Social Finance

7- Alliance Bankshares

8- Wainwright Bank

9- Co-operative Bank

10- Reliance Bank

11- Shared Interest

12- GLS Bank

13- Ethik Bank

14- Citizens Bank

15- Vancity Bank

16- Triodos Bank

17- Rabo Bank

18- Banca Etica

19- Crdit Coopratif

20- MayBank Group

21- Fair Trade

22- International Labour Organization (ILO).

23- Green Fund

24- Friends of the Earth

25- The Banks Association of Turkey

26- The Association of Banks in Bulgaria

27- Tanzania Institute of Bankers (TIOB).

منابع و مأخذ

1. Surowiecki, James.(2004). The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business. Economies, Societies and Nations. NewYork: Doubleday Publishing.

2. http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking

3. <http://en.wikipedia.org/wiki/Quaker>

4. <http://www.maybank.com>

5. <http://www.goodwithmoney.co.uk>

6. <http://www.bot-tz.org>

7. <http://www.fheconvention.org>

8. <http://www.fbb.org.tr>

9. <https://www.alliancebankva.com>

10. <http://www.abanksbgb>