



Corporate Banking Model Based on Green Businesses

Mohammad Hossein Salehi ¹, Parviz Saeedi ^{2*}, Maryam Bokharayan ³

1- Department of Financial Management, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad katoul, Iran.

E-mail: Salehi.saderat2020@yahoo.com

2- Department Finance and Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad katoul, Iran.

(Corresponding Author) E-mail: Dr.parvizsaeedii@gmail.com

3- Department Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad katoul, Iran.

E-mail: m.bokharayan@gmail.com

Article Info	Abstract
Article type: Research Article	The present study was conducted purposively in terms of applied purpose, survey research in terms of nature, and in terms of paradigm, exploratory mixed research, sampling was done in the qualitative part of the research purposively, and in the quantitative part, by stratified random sampling. In the qualitative stage, 15 people, academic experts, and activists in the field of banking were interviewed until theoretical saturation was achieved, and the samples of the quantitative part were selected based on Cochran's formula. The research tools in the qualitative part were identified using the exploratory method of the components of corporate banking and the factors affecting it, and in the quantitative part, they were evaluated through descriptive-survey research. The research tool in the qualitative part was a semi-structured exploratory interview, and in the quantitative part, a researcher-made questionnaire was used to evaluate corporate banking based on green businesses, which was designed based on the obtained codes in the qualitative stage. In the qualitative part, the interviews were analyzed using the grounded data analysis method. The validity and reliability of the components were investigated and Cronbach's alpha of all the above components was 0.7 and during it, the most important components of corporate banking and green businesses were measured. In the quantitative part, the accuracy of the research model was confirmed through the structural equation method using Amos software, and it was found that the selection of concepts, dimensions and indicators is highly accurate and can provide a suitable framework for the development of a corporate banking vision document based on green businesses. Accordingly, 21 components were identified and 124 indicators were classified based on axial coding and their relationship with the components was identified and classified.
Article history: Received: 18 June 2023	
Received in revised form: 22 May 2024	
Acceptance: 27 May 2024	
Published online: 4 September 2024	
Key words: Corporate banking, Green business, Structural equations, Foundation data theory.	

Cite this article: Salehi, M., Saeedi, P., & Bokharayan, M. (2024). Corporate Banking Model Based on Green Businesses. *Green Management*, 4(2), 63-79.



© The Author(s).

Online ISSN: 2821-0050

Publisher: Islamic Azad University, Aliabad Katoul Branch.

<https://sanad.iau.ir/journal/jgm>

الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار های سبز

محمدحسین صالحی^۱، پرویز سعیدی^{۲*}، مریم بخارایان^۳

- ۱- گروه مدیریت مالی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران. رایانامه: Salehi.saderat2020@yahoo.com
- ۲- گروه مالی و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران. (نویسنده مسئول) رایانامه: Dr.parvizsaedii@gmail.com
- ۳- گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران. رایانامه: m.bokharayan@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	پژوهش حاضر از نظر هدف بنیادین کاربردی، از نظر ماهیت، تحقیق های پیمایشی و از نظر پارادایمی، تحقیق های ترکیبی - اکتشافی، نمونه گیری در بخش کیفی پژوهش به صورت هدفمند و در بخش کمی به صورت تصادفی طبقه ای انجام شد. در مرحله کیفی با ۱۵ نفر، متخصصین و خبرگان دانشگاهی و فعالان در حوزه بانکی تا دستیابی به اشباع نظری مصاحبه صورت گرفت و نمونه های بخش کمی براساس فرمول کوکران انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش در بخش کیفی با استفاده از روش اکتشافی مولفه های بانکداری شرکتی و عوامل مؤثر بر آن مشخص شده و در بخش کمی از طریق تحقیق توصیفی- پیمایشی مورد ارزیابی قرار گرفتند. ابزار پژوهش در بخش کیفی مصاحبه اکتشافی نیمه ساختمند بوده است و در بخش کمی برای ارزیابی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار های سبز از پرسشنامه محقق ساخته که براساس کدهای بدست آمده در مرحله کیفی طراحی شد، استفاده شده است. در بخش کیفی تحلیل مصاحبه ها با استفاده از روش تحلیل داده بنیاد انجام شد. روایی و پایایی مولفه ها بررسی و آلفای کرونباخ همه مولفه های بالا ۰/۷ بوده و طی آن؛ مهم ترین مولفه های بانکداری شرکتی و کسب و کارهای سبز مورد سنجش قرار گرفته شد. در بخش کمی از طریق روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس، صحت مدل تحقیق، مورد تأیید قرار گرفت و معلوم گردید که انتخاب مفاهیم، ابعاد و شاخص ها از دقت بالایی برخوردار بوده و می تواند چارچوب مناسبی را برای تدوین سند چشم انداز بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز فراهم نماید. بر این اساس تعداد ۲۱ مؤلفه شناسایی شد و تعداد ۱۲۴ شاخص بر اساس کدگذاری محوری طبقه بندی و ارتباط آنها با مؤلفه ها شناسایی و طبقه بندی گردید. در نهایت برازش مدل انجام شده و نتایج بخش کمی یافته های بخش کیفی را تأیید می کند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۸	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۰۲	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۷	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۶/۱۴	
کلمات کلیدی: بانکداری شرکتی، کسب و کار سبز، معادلات ساختاری، نظریه داده بنیاد.	

استناد: صالحی، محمدحسین؛ سعیدی، پرویز؛ و بخارایان، مریم (۱۴۰۳). الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار های سبز. مدیریت سبز، ۴(۲)، ۶۳-۷۹.



© نویسندگان.

<https://sanad.iau.ir/journal/jgm>

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.

شاپا الکترونیکی: ۲۸۲۱-۰۰۵۰

مقدمه

مشکلات محیط زیستی، جهانی شدن، تحول فناوری، و همچنین بحران‌های مالی اخیر در بیشتر کشورها، به شکل‌گیری محیط‌های جدید برای کسب و کارها منجر شده است. در این بین، زمینه شکل‌گیری کارآفرینی سبز عمدتاً توجه به مسائل محیط زیستی فرآیندها است، زیرا کسب و کارها به عنوان یکی از عوامل اصلی بروز یا تشدیدکننده بیشتر مشکلات محیط زیستی شناخته می‌شوند (هارت، ۲۰۲۳). بنابراین توجه به کسب و کارهای سبز به عنوان راه حل تعدیل پیامدهای منفی توسعه کسب و کار، رو به افزایش است. اصولاً مشکلات محیط زیستی به شیوه و نوع فعالیت شرکت‌ها وابسته است (مود، ۲۰۲۱). در بیشتر موارد، رابطه مثبت بین تلاش‌های محیط زیستی کارآفرینان، مزیت‌های رقابتی و منافع نوآوری مورد تأیید قرار گرفته است. عموماً این نوع کسب و کارها با نام کلی کارآفرینی سبز رده بندی می‌شوند. این کسب و کارها به ارائه ایده‌هایی برای ایجاد شرکت‌های جدید، بازآفرینی فرآیندهای تولید، تغییر محصولات و خدمات با توجه به معیارهای محیط زیست، و نیز توسعه پایدار مبتنی بر سه اصل کاهش استفاده از منابع - به ویژه از نوع تجدیدناپذیر، بازیابی و استفاده مجدد از منابع استوار است (نیکولاوا و همکاران، ۲۰۱۱). براساس تجربیات پژوهشگران و مطالعه متون، تدوین خط‌مشی‌های جدید و متناسب با تحولات روزآمد سیستم‌های بازاریابی، فضای مجازی و الکترونیکی، مدیریت مالی و سایر بخش‌ها از سویی و تغییرات مدل‌های کسب و کار فعالین حوزه‌های مختلف اقتصادی در بازار از سوی دیگر ضرورت تغییر نگاه‌های بانکی به سمت مشتریان دارای پتانسیل و ظرفیت بالا را ایجاب می‌کند. مطالعه این موضوع می‌تواند تحقق اهداف، سهم بازار و سهم از مشتری را در نظام‌های مالی و اقتصادی بانکی به عنوان یک مؤسسه پویا در نیاز به جذب و تخصیص منابع مالی و ارتقای مستمر عملکرد با ضریب تأثیر بالا را محقق کند.

بانکداری شرکتی یکی از مهمترین زیربخش‌های حوزه بانکداری جامع است. بانکداری شرکتی عبارت است از مجموعه خدمات بانکی طراحی شده برای برآوردن نیازهای ویژه مشتریان شرکتی با توجه به شرایط و مسائل خاص هر کسب و کار. اهداف اولیه بانکداری شرکتی، افزایش حجم داد و ستد در حوزه شرکتی، ارتقای سطح رضایت و افزایش ارزش ایجادشده در این حوزه است. از آنجاییکه صنعت بانکداری در دنیا به شدت رقابتی شده، گرایش به پژوهش‌های مرتبط با شنا سایی نیازها و خواسته‌های مشتریان اهمیت بیشتری یافته است. به این منظور، اقدامات زیادی برای کسب شناخت از بازارهای هدف و انتخاب خرده بازارهای متشکل از اشخاص حقوقی بزرگ در بانک‌ها انجام می‌شود. بانک‌ها با شناسایی شرکت‌های فعال در حوزه زیست محیطی می‌توانند ضمن کسب درآمد با شناسایی مشاغل ارزش آفرین

1-Hart
2-Mudd
3-Nikolaoua et al

اهداف زیست محیطی را نیز تقویت کرده و ارتقا ببخشند. بنابراین، علاوه بر فرصت‌های کارآفرینی مبتنی بر تخریب خلاقانه، در محیط پیرامون هم شرایط و زمینه‌های مناسبی وجود دارند که برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار مساعد هستند. رویکرد اکتشافی در بخش‌های مختلف اقتصادی و نیز مناطق مختلف کشور از جمله استان گلستان، زمینه‌ها و ظرفیت‌های متنوعی برای توسعه کسب و کارهای سبز وجود دارد. شناسایی و معرفی این ظرفیت‌ها می‌تواند به جهت دهی سیاست‌های بانک‌ها و نیز هدایت سرمایه گذاری یاری رساند. لذا پژوهش حاضر، به دنبال ارائه الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز در استان گلستان است. مطالعات انجام گرفته نشان داد که الگوی مدرن و بومی شده در نظام بانکداری جمهوری اسلامی ایران وجود ندارد. بنابراین یک شکاف تحقیقاتی در این حوزه مورد ملاحظه قرار گرفت. برای رفع این نقیصه این پژوهش بر آن است که الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز را با نظر خبرگان بانکداری و اساتید مجرب در این حوزه ارائه نماید. با تکمیل این پژوهش شکاف تحقیقاتی در حوزه بانکداری شرکتی در کشور برطرف شده و خروجی نهایی این پژوهش می‌تواند راهگشای پیشرفت‌های جدید در بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز در کشور بوده و به درآمدزایی بیشتر بانک‌ها در این حوزه کمک شایانی بنماید.

ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

صنعت بانکداری با توجه به موقعیت رقابتی کنونی بازار، جذب و حفظ مشتریان را از اقدامات مهم خود قرار داده و می‌داند که درک صحیح نیاز مشتری همراه با ارائه مطلوب خدمات جهت وفادار ساختن مشتریان، ایجاد ارتباط صحیح با آنان و استفاده از خدمات نوین بانکی ضروری می‌باشد. بنابراین اقدامات نوین بانکی و بازاریابی رابطه مند در جذب و نگهداری مشتری مخصوصاً مشتریان حقوقی بسیار کارآمد است بانکداری شرکتی راهبرد ارائه خدمات و تشخیص فرصت‌های اصلی و تمرکز منابع برای تحقق منافع نهفته در آنها است. با توجه به اینکه بانکداری شرکتی از بزرگترین شرکت‌های هر کشور پشتیبانی می‌کند و در مجموع اثر عمیقی بر اقتصاد کشورها دارد، عرصه زندگی شهروندان و حقوق آنان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (روف، ۲۰۲۰). یک راهبرد موفق بایستی با هدف گذاری مناسب و متناسب با شرایط محیطی منابع ارزشمند داخلی را برای بهره برداری از فرصت‌ها و تبدیل آنها به فرصت‌های عملی همسو سازد. راهبرد بانکداری شرکتی در گام اول با تقسیم مشتریان به گروه‌هایی که دارای بالاترین فرصت خلق ارزش هستند آغاز می‌شود. آنچه مسلم است اینکه بانکداری شرکتی بیش از هر بخش دیگری در بانک به دلیل حجم امور تحت مدیریت بر افزایش فعالیت بانک اثرگذار است (دابونگ

و همکاران^۱ (۲۰۲۰). بدین ترتیب با تقویت این بخش و استفاده از استراتژی‌ها، ساختار و روش‌های خلاق رقابتی و اثربخش در این حوزه بانک می‌تواند به ارتقای شاخص سلامت خود و افزایش ارزش برای کلیه ذی نفعان امیدوار باشد. پلانسکی^۲ (۲۰۲۳)، در نتیجه تحقیقات خود، عواملی مثل حفاظت از محیط زیست، کارایی بیشتر منابع، صرفه جویی مالی، کاهش زباله و آلودگی، فشارهای درونی و بیرونی، مدیریت هزینه، مزیت رقابتی و تصویر مثبت از شرکت را بر توسعه کسب و کار سبز مؤثر می‌داند. وی بیان کرد بانک‌ها با بهره‌وری و سرمایه‌گذاری بر روی شرکت‌های فعال زیست محیطی یا به عبارتی کارآفرینان سبز می‌توانند درآمدزایی بیشتری کسب نمایند. ریموند و همکاران^۳ (۲۰۲۲)، با مطالعاتی که انجام داده‌اند، به ناتوانی محیط کسب و کار برای توسعه مشاغل سبز، فقدان برنامه‌های آگاه‌سازی، کمبود قوانین موردنیاز و افزایش بوروکراسی اداری به عنوان موانع ایجاد کسب و کارهای سبز و توسعه آن‌ها در نیویورک پی برده‌اند. آنها بیان کردند بانک‌های نیویورک به عنوان نهادهای سرمایه‌گذار فاقد سیاست‌های مناسب برای رشد مشاغل سبز هستند. موسسه مشاوره بانکداری و مالی تینک تانک^۴ (۲۰۲۱) در گزارش خود به بررسی وضعیت و بلندپروازی‌های درگاه‌های بانکداری شرکتی پرداخته است. مزیت فوق‌العاده‌ای که مرتباً بدان اشاره شده، امکان شخصی‌سازی خدمات و صرفه‌جویی در هزینه‌ها بوده است. اکثریت قریب به اتفاق بانک‌های شرکت کننده در مطالعه معتقدند که درگاه‌های مشتری در رقابت‌پذیری در تجارت مشتریان شرکتی برای بانک‌ها دارای نقش مهم یا بسیار مهم هستند. مهم‌ترین چالش پیش روی درگاه‌های بانکداری شرکتی، سیستم‌های قانونی و استانداردسازی خدمات برخط شناسایی شده است. سازمان بانکداری اروپایی^۵ (۲۰۱۹)، در گزارش خود به بررسی فرصت‌های اکتشاف داده‌ها^۶ در بانکداری شرکتی پرداخت. در این گزارش مفاهیم کاربردهای پردازش داده‌های بانکی با استفاده از فناوری‌های نوین رایانه‌ای تجزیه و تحلیل گردید. در این گزارش چنین نتیجه‌گیری شده است که ایجاد ارزش مبتنی بر داده در بانکداری شرکتی با این که هنوز صنعتی نوپا است ولی نویدبخش تحولاتی جدید می‌باشد. پیشگامان درون بانکی و برون بانکی فین تک^۷ نویدبخش سود رو به رشدی در فرصت‌های اکتشاف داده در بانکداری شرکتی بوده‌اند. هاینز^۸ (۲۰۱۷) به بررسی بانکداری شرکتی با مفهوم «بانکداری شرکتی متصل»^۹ پرداخت. در این گزارش به تشریح کارآیی بانکداری شرکتی پرداخته شده و نگاه دقیق‌تری به بخش‌های سودآور، بخش‌بندی مشتری، پیشران‌های فناوری و ارائه دهندگان نرم‌افزار

1-Dayong Zhang, Zhao Rong, & Qiang Ji

2-Polonsk , M. J

3-Raymond, N.F., Svendsen, E., & Campbell, L.K

4-Think Tank Corporate Banking & Finance

5-Euro Banking Association

6-Data Exploration

7-Fintech (Financial Technology)

8-Hines

9-Connected Corporate Banking

انداخته شده است. در این مطالعه به تعریف قابلیت‌هایی پرداخته شده است که بانک‌ها باید برای خدمت‌رسانی به مشتریان بانکداری شرکتی داشته باشند و نحوه دستیابی به آن و مقیاس و فناوری مورد نیاز برای رقابت در این زمینه‌ها تعریف شده است. بر بانک‌های غنا انجام دادند، ابزارهای مهم انتخاب بانک‌ها توسط شرکت‌ها را قیمت رقابتی، در دسترس بودن تسهیلات، کیفیت خدمات درک شده، جذابیت کارکنان و جذابیت‌های بانک دانستند. شیخ و همکاران (۱۴۰۰)، طی پژوهشی به شناسایی عوامل و الگوی تامین مالی سبز شرکت‌ها از طریق صنعت بانکداری ایران با رویکرد معادلات ساختاری پرداختند. نتایج حاصل نشان داد که مؤلفه‌های استخراج شده اثر مستقیم و معناداری بر فرایند تأمین مالی سبز شرکت‌ها داشته و اینکه در حال حاضر ابعاد اصلی تأمین مالی سبز شرکت‌ها از طریق صنعت بانکداری ایران در سطح آمادگی پایینی قرار دارد. افلاکی پاشاکی (۱۳۹۶)، در پژوهش خود به بررسی تأثیر بانکداری شرکتی بر رضایت مشتریان بانک تجارت پرداخته است. هدف این تحقیق ارائه مدلی به منظور بررسی رابطه بین بانکداری شرکتی و رضایت مشتریان این نوع بانکداری در بانک تجارت است. این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت در رده تحقیقات توصیفی-تحلیلی بوده و بر اساس آن که نحوه و میزان تاثیرات متغیرها و همبستگی آنها را با یکدیگر مطالعه می‌کند، به نوعی تحقیق همبستگی نیز شمرده می‌شود. تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق با روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس^۱ انجام شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که استفاده از بانکداری شرکتی بر رضایت مشتریان این نوع بانکداری در بانک تجارت تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. طالبی (۱۳۹۵) به ارزیابی کیفیت خدمات بانکداری شرکتی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر آن با استفاده از روش اچ پی^۲ پرداخته است. در این تحقیق به مطالعه موردی بانک اقتصاد نوین پرداخته شده است. نمونه آماری پژوهش شامل ۲۵۰ شرکت از مشتریان بانکداری شرکتی بانک اقتصاد نوین در سال ۱۳۹۴ بوده است. یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی تدوین و برای سنجش آنها، از آزمون ناپارامتریک ویل کاکسون بهره برده شد. از سوی دیگر به منظور رتبه‌بندی شاخص‌های بانکداری شرکتی از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد بین انتظارات مشتریان بانکداری شرکتی از کیفیت خدمات مالی، مشاوره، سرمایه‌ای و الکترونیکی بانک اقتصاد نوین تفاوت معناداری وجود دارد. در نهایت از منظر مشتریان، خدمات مالی رتبه اول اهمیت را به خود اختصاص داد. خدمات الکترونیکی، سرمایه‌ای و مشاوره رتبه‌های بعدی بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند.

1-Smart PLS

2- AHP

روش شناسی

تحقیق حاضر از لحاظ هدف یک تحقیق پیمایشی است که از نظر فرایند اجرا از نوع تحقیق ترکیبی (کمی - کیفی) است، از نظر نتیجه اجرا نیز یک تحقیق کاربردی است. همچنین، از نظر بعد زمانی مقطعی است. علاوه بر این، از منظر منطبق اجرا یک تحقیق آمیخته یا ترکیبی (قیاسی - استقرایی) و مبتنی بر گردآوری داده‌های مورد نیاز کتابخانه‌ای و میدانی است. در مرحله اول، ابتدا پژوهش‌گر پرسشنامه اولیه‌ای را به منظور استخراج ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی تهیه و آن را برای پاسخگویی در اختیار ۱۵ خبره نظری و تجربی قرار داده است. منظور از خبرگان نظری، اساتید دانشگاهی و خبرگان تجربی شامل کارشناسان ارشد بانکداری کشور می‌باشند که جهت انتخاب آنها از روش غیرتصادفی (روش گلوله برفی) استفاده شده است به گونه‌ای که در آن یک شرکت کننده در پژوهش ما را به شرکت کنندگان دیگر هدایت نمود.

جدول ۱: ویژگی‌ها و تعداد اعضای خبرگان

تعداد	مشخصات	خبرگان
۷	دارای حداقل ۵ سال سابقه تدریس و پژوهش باشند دارای مدرک دکتری یا دانشجوی دکتری باشند	خبرگان دانشگاهی
۸	دارای حداقل ۵ سال سابقه مدیریت باشند حداقل دارای مدرک کارشناسی ارشد باشند	خبرگان تجربی
۱۵ نفر		کل

از این رو، پژوهشگر بعد از انجام مصاحبه از طریق پرسش نامه فوق برخی از مهم‌ترین ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی چارچوب (مدل) مفهومی استخراج گردید که از آنها به منظور تدوین پرسشنامه دوم (اصولی) استفاده نموده است. لذا، پژوهشگر بعد از تهیه پرسشنامه دوم آن را در اختیار جامعه هدف پاسخگویان قرار داده است. در این مرحله داده‌ها و اطلاعات پرسشنامه که شامل ۱۵۱ نمونه آماری بوده است وارد فایل اکسل گردید. از این رو در این مرحله، که مربوط به تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی فرضیه‌های پژوهش می‌باشد، ابتدا تحلیل عاملی تحقیق انجام شده و بعد مدل اصلی پژوهش بررسی می‌شود. در نهایت فرضیات تحقیق آزمون می‌شوند. پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل کلیه کارشناسان ارشد بانک‌ها می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان استفاده شده و حداقل حجم نمونه مورد نیاز در سطح اطمینان ۹۵٪، برابر با ۱۵۱ نفر محاسبه

شد. برای بررسی و تحلیل فرضیات تحقیق از نرم افزار اس پس اس اس^۱ نسخه ۲۲ و همچنین نرم افزار آموس^۲ با استفاده از الگوسازی معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته ها

در کدگذاری باز مفاهیم شناسایی و در کدگذاری محوری با خلاصه کردن مفاهیم مقوله‌ها استخراج می‌گردد. در کدگذاری انتخابی یا مرحله نظریه پردازی، پدیده محوری به شکلی نظام مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده می‌شود و روابط را اثبات پژوهی کرده و مقوله‌هایی را که نیاز به بهبود و توسعه بیشتری دارند را بهبود می‌بخشند و در نهایت پژوهشگر یک مدل ارائه می‌دهد در این مرحله محقق از اطلاعات مؤلفه‌ها (محورها) مأخوذه از جدول کدگذاری محوری و با بررسی آنها و بازخورد توسط کارشناسان مطلع و بعضی از مصاحبه شونده‌ها (جزء افراد خبره تلقی می‌شدند) تعدیل و اصلاحات لازم انجام شده است. و با انتخاب از مقوله‌ها و محورهای منتخب در شرایط محوری مرتبط با بانکداری شرکتی مبتنی بر ثبات مالی به روش داده بنیاد ۱۵ مقوله اصلی شناخته شده‌اند و بعنوان عوامل مؤثر و تأثیر گذار پژوهش قلمداد گردیده است و جا گذاری در کدگذاری انتخابی انجام شد و مدل فرضی کیفی پژوهش ایجاد گردید. در این مرحله به شرح جدول ۱، تعداد ۲۱ مؤلفه شناسایی شد و تعداد ۱۲۴ شاخص بر اساس کدگذاری محوری طبقه بندی و ارتباط آنها با مؤلفه‌ها شناسایی و طبقه بندی گردید. نتایج کدگذاری محوری در پژوهش حاضر به شرح جدول زیر مؤلفه‌های کدگذاری محوری می‌باشد.

جدول ۲. مؤلفه‌های کدگذاری محوری

مفهوم	مفوه
سیستم الکترونیکی انتقال وجه، کارت‌های پرداخت نقدی و اعتباری، مدیریت نقدینگی، خدمات مربوط به صندوق‌های سرمایه گذاری، استراتژی تعاملی با مشتریان شرکتی	خدمات پرداخت شرکتی
یکپارچگی بانکداری در حوزه خدمات داخلی و بین المللی، بهینه سازی پورتفوی منابع، مصارف و تعهدات ارزی بانک	خدمات بین المللی
مدیریت ریسک ارزی، مدیریت ریسک کالا، مدیریت ریسک بیمه شرکت	مدیریت ریسک تسهیلات بانکداری شرکتی
استراتژی اصلی نگهداری و رشد مشتری، مدیریت مالی شرکت، مدیریت ادغام و تصرف شرکتی، عرضه سهام شرکتها در بورس، تأمین مالی خرید املاک شرکت، تأمین مالی پروژه‌های شرکت	مدیریت بازار
سیستم یکپارچه اطلاعاتی مالی و هویتی مشتریان، شفافیت صورت‌های مالی و اطلاعات مالی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات پایدار، فعالیت‌های پیش‌بردی متناسب با ویژگیهای مشتریان شرکتی، سیستم اعتبارسنجی متمرکز و معتبر، استفاده از دانش، سازمان‌های خارجی، مشارکت ذینفعان بانک، یکپارچگی بانکداری شرکتی، ایجاد شراکت پایدار	عوامل زیرساختی
شفافیت در سیاستگذاری، تدوین استراتژیهای مشخص و رقابتی در خصوص مشتریان شرکتی، وجود مدیریت استراتژیک و بلندمدت، یکپارچگی در سیاستگذاری، اجرا و نظارت، سازماندهی فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت ارتباط با مشتریان	عوامل مدیریتی-استراتژیک
آموزش نیروی انسانی، شایستگی محوری کارکنان، فرهنگ سازی بین کارکنان بانک‌ها، آگاهی و تخصص کارکنان بانک‌ها در حوزه بانکداری شرکتی، کارشناس متخصص و با	منابع انسانی

1-SPSS

2- AMOS20

تجربه بانکی در حوزه بانکداری شرکتی، جبران خدمات و انگیزش نیروی انسانی، افزایش دانش کارشناسان بانکی	
خدمات تخصصی و سامانه‌های شخصی سازی شده، ایجاد معاونت جدیدی تحت عنوان سامانه‌ها و خدمات نوین، توسط بخش بازاریابی و واحدهای توسعه و خلق تنوع و نوآوری در خدمات	تخصصی و سامانه‌های شخصی سازی شده، ایجاد معاونت جدیدی تحت عنوان سامانه‌ها و خدمات نوین، توسط بخش بازاریابی و واحدهای توسعه و خلق تنوع و نوآوری در خدمات
محصول، نظرسنجی، اعلام خود مشتری و درخواست خدمات، رصد و تحلیل مستمر رقبا، گروه‌های مذاکره و برگزاری اتاق فکر، تهیه بسته‌های متنوع و خاص تأمین مالی شرکتی.	
رقابت مالی بین بانکها، ساختار مالکیتی بانکها و شرکتها، افزایش انتظارات با ورود بانک‌های خارجی، رقابت کیفی بین بانکها، انتظارات شرکت‌های بزرگ، محصولات و خدمات بانکی	محیط رقابتی
برگزاری جلسات مذاکره و عقد تفاهم نامه با مشتریان، معرفی و تشویق مشتریان شرکتی برتر و بسته‌های تشویقی، بررسی و رفع مشکلات و تأمین نیازهای مشتریان، بازنگری، بهبود و توسعه خدمات متناسب با مشتریان	جذب، حفظ و نگهداری مشتریان
اجرای برنامه‌های وفادارسازی و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان، ارائه مزیت‌های رقابتی خدمات به مشتریان از طریق تبلیغات، سامانه‌های ماینورینگ، فرهنگ مشتری مداری، عقود تسهیلات مناسب در بانکداری شرکتی	
میزان سودآوری مشتریان داخل یا خارج شبکه بانکی، شناخت از محیط کسب و کار صنایع مختلف، توجه به طبقه مشتریان در شاخه‌های حقیقی و حقوقی، بانک‌های اطلاعاتی مشتریان، سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان و ماژول مشتریان ویژه، درخواست استفاده از خدمات مشتریان، شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی و بین المللی	شناسایی مشتریان
الگوبرداری از اقدامات سایر رقبا برای مشتریان، شناسایی نیازها و انتظارات مشتریان، یافتن نیازهای مشترک با تجمیع تجربیات حاصل از مراوده با مشتریان، طرح نیاز در جلسات حضوری مذاکره، بررسی و تحلیل رفتار و نیازهای مشتریان شرکتی، نظرسنجی، درخواست‌های ارائه شده و اطلاع رسانی مشتریان، سرعت پاسخگویی به نیازهای مشتریان و ذینفعان	شناسایی نیازها و انتظارات مشتریان
طراحی و تدوین نقشه راه فناوری اطلاعات بانک همراستا با برنامه‌های استراتژیک، بهره برداری از تکنولوژی‌های نوین همچون اینترنت اشیا، بیومتریکس، پیاده سازی سیستم‌های پشتیبان تصمیم دی اس اس ¹ در بانک، استفاده از فناوری‌های ابری در بانکداری شرکتی	توسعه و بهبود فناوری‌های نوین
خدمات بانکی بر اساس نیازها و خواسته‌های مشتریان طبقه بندی شده، تهیه بسته‌های متنوع و خاص تأمین مالی شرکتی، اعطای خطوط اعتباری به شرکت‌ها، تخصیص بینه منابع در قالب بانکداری شرکتی، توسعه خدمات بانکداری الکترونیک	توسعه محصول و ابزارهای خدمات بانکی
زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، جبران و بهبود تکنولوژیکی، فرصت طلبی و بهبود خلاقیت و نوآوری، انتقال تکنولوژی از خارج	نوآوری در محصولات و تقویت تکنولوژی
وجود قوانین و مقررات بانکی شفاف در حوزه بانکداری شرکتی، انطباق با قوانین، انطباق با الزامات بانک مرکزی، انطباق با استانداردهای بین المللی، انطباق با الزامات حاکمیت شرکتی، انطباق با قوانین و مقررات حسابرسی	عوامل قانونی
بالا بودن هزینه‌های روزرسانی شبکه‌ها، مشکل بودن تأمین مالی هزینه‌های مربوط به بسته‌های مخابراتی، بازده مالی غیر محسوس بانکداری شرکتی، زمان بر بودن بازده مالی بانکداری شرکتی، بالا بودن هزینه‌های مربوط به طراحی و اتصال به شبکه‌های ماهواره‌ای و وب...	عوامل مالی
ثبات سیاسی، خلاء ارزی موجود	عوامل سیاسی
بهبود و توسعه منابع ساختاری، بهبود و توسعه منابع سرمایه، رشد و توسعه صنعت بانکداری، ایجاد ارزش افزوده بین بانکی و شرکت‌ها، کاهش هزینه‌های بانکداری، حفظ زنجیره ارزش خدمات در بانکها، افزایش کارایی در حوزه بانکداری شرکتی	ارتقا بهره وری بانکی
شفاف سازی، رشد و توسعه کسب و کارها، صرفه جویی زمان در گام‌های مشتریان شرکتی، خلق سازمانی با عملکرد بالا، مدیریت دارایی‌های شخصی	صرفه اقتصادی
تعیین فضای مناسب برای دستیابی به سطح مطلوبی از نتایج، شناسایی عوامل بازدارنده دستیابی به نتایج رضایتبخش، پیروی از قوانین و آیین نامه‌های مربوطه، اجرای درست و مناسب اهداف برنامه/ طرح/ فعالیت در حال اجرا	اثربخشی
جذب شرکت‌های فعال و پرآورده کردن نیازهای آنان، وجود و امکان جذب بالای مشتریان شرکتی فعال در صنایع مرتبط، توسعه بخشیدن، مکانیزه و مدرن نمودن فعالیت‌ها، هماهنگی بین گزارش‌های مالی داخلی و سیستم‌های بین المللی، انطباق بیشتر خدمات ب، نیازها، چابک سازی فرآیندهای بانکداری شرکتی، رضایت و وفاداری مشتریان، کاهش بروکراسی و کاغذبازی اداری بانکها	

از آنجایی که پژوهش‌های کیفی دارای منطق استقرایی (جزء به کل) است، به همین دلیل از شواهد به سمت تبیین پیشرفته و گام به گام در هر مرحله به مفاهیمی کلی‌تر دست می‌یابد (از شاخص به مؤلفه، از مؤلفه به بعد و از بعد به مفهوم و در نهایت پس از سنجش روایی شاخص‌ها با روش سه مرحله‌ای دلفی به تأیید خبرگان رسیده است).

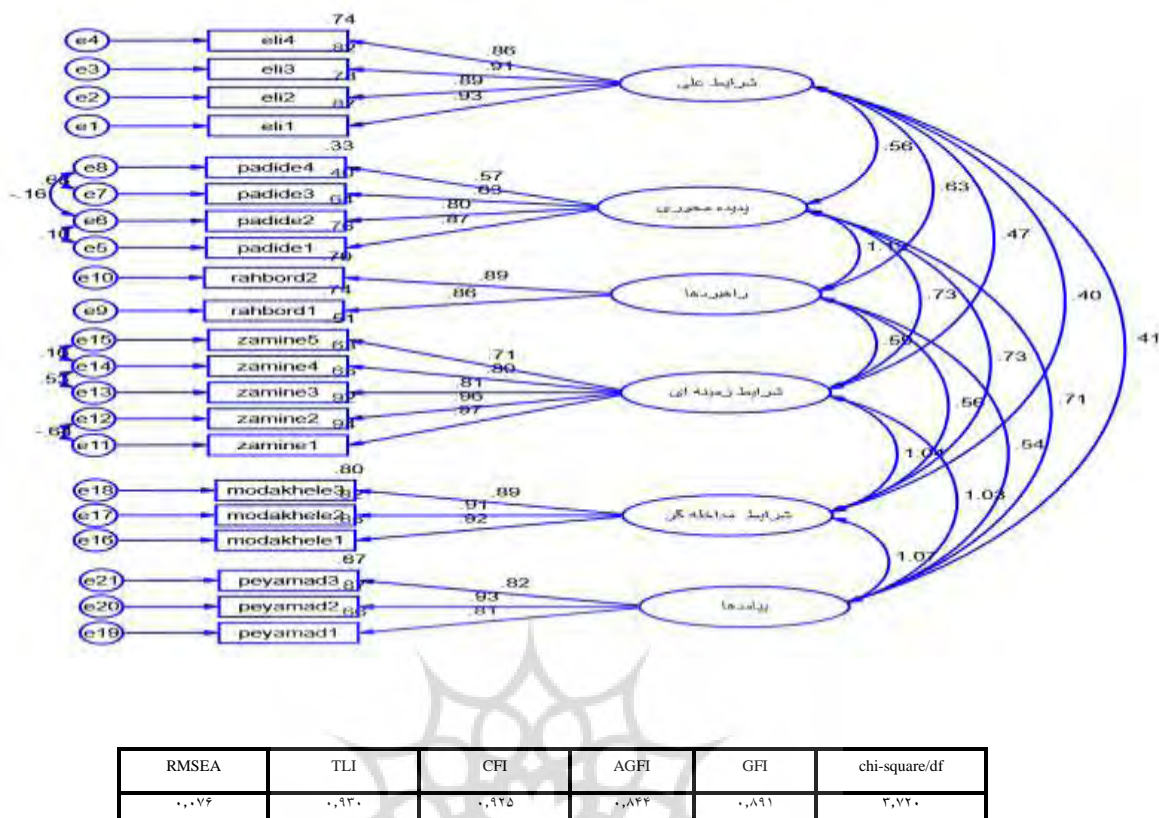
مدل مفهومی تحقیق

بر این اساس و با توجه به موارد فوق، در پایان برای نشان دادن روابط میان مفهوم، ابعاد و مؤلفه‌های به دست آمده و کدگذاری گزینشی و با توجه به مفاهیم و مقوله‌های مورد واکاوی، مدل نظری و مفهومی تحقیق به صورت شکل زیر تنظیم و ارائه می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق بر اساس کدگذاری گزینشی (انتخابی)

پس از جمع‌آوری اطلاعات تحقیق و استخراج اطلاعات نمونه، اطلاعات با نرم‌افزار آماری اس‌پی‌اس‌اس، مورد پردازش و تجزیه تحلیل اولیه قرار گرفتند. در مرحله بعد، اطلاعات با نرم‌افزار آماری آموس، مورد پردازش و تجزیه تحلیل قرار گرفتند به منظور آزمون مدل تحقیق، از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده و اطلاعات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. مدل اندازه‌گیری کلی بانکداری شرکتی مبتنی بر ثبات مالی در شکل زیر گزارش شده است.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری کلی الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز

مشاهده می‌شود بار عاملی تمامی مقوله‌های بیش از ۰/۵ و مناسب ارزیابی شده است. همچنین پی مقدار مربوط به تمامی مقوله‌های از ۰/۰۵ کمتر بوده بنابراین این نتیجه حاصل می‌شود که تمامی مقوله‌های مربوط به الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز نهایی تأثیر قابل توجه و معنی داری در اندازه‌گیری آنها دارند. همچنین در شکل فوق مشاهده می‌شود که جهت بهبود شاخص‌های نیکویی برازش مدل الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز نهایی اصلاح شده و بین برخی مقوله‌ها همبستگی لحاظ شده است.

شاخص کای دو به درجه آزادی ۳/۷۲۰ و REAMREA ۰/۰۷۶ بوده‌اند که به ترتیب کمتر از ۵ و ۰/۱ هستند همچنین CFI و GFI و TLI به ترتیب ۰/۹۲۵ و ۰/۸۹۱ و ۰/۹۳۰ بوده‌اند که بیش از ۰/۹ هستند و AGFI نیز ۰/۸۴۴ بیش از ۰/۸ و در حد قابل قبول خود بوده است. بنابراین مدل با داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه آماری تحقیق برازش خوبی داشته و تمام شاخص‌های نیکویی برازش مدل در محدوده‌ی مورد پذیرش، واقع شده‌اند و مدل اندازه‌گیری نهایی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز مورد پذیرش می‌باشد.

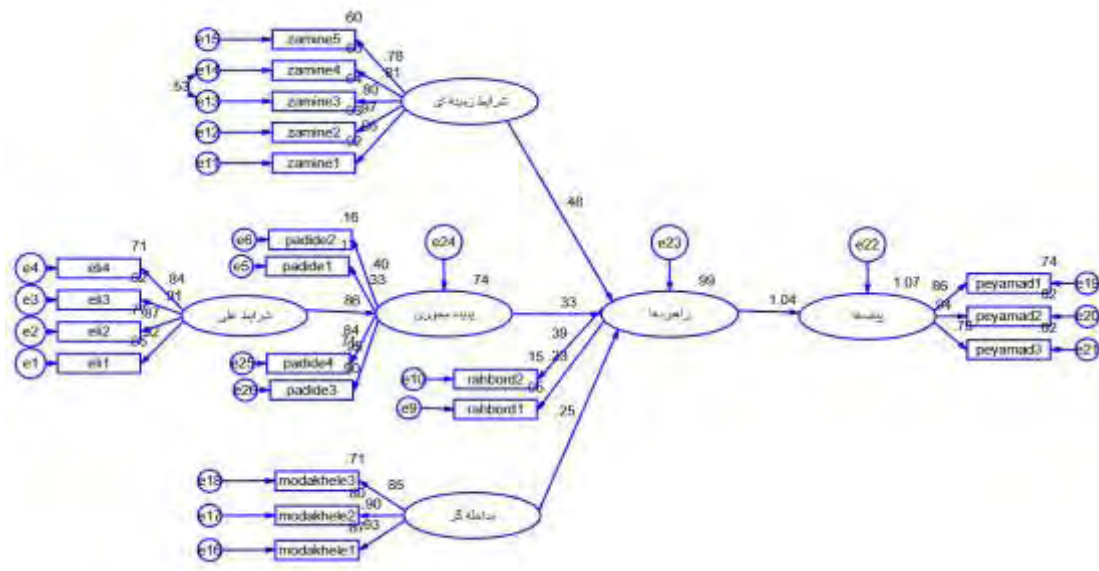
جدول ۳. بارهای عاملی مدل اندازه گیری کلی

نوع مقوله	مقوله	نماد	بار عاملی	بی مقدار
شرایط علی	خدمات پرداخت شرکتی	الی ۱	۰,۹۳۱	<۰,۰۰۱
	خدمات بین‌المللی	الی ۲	۰,۸۸۶	<۰,۰۰۱
	مدیریت ریسک تسهیلات بانکداری شرکتی	الی ۳	۰,۹۰۷	<۰,۰۰۱
	مدیریت بازار	الی ۴	۰,۸۵۸	<۰,۰۰۱
پدیده محوری	عوامل زیرساختی	پدیده ۱ ^۱	۰,۸۷۵	<۰,۰۰۱
	عوامل مدیریتی-استراتژیک	پدیده ۲	۰,۷۹۸	<۰,۰۰۱
	منابع انسانی	پدیده ۳	۰,۶۳۳	<۰,۰۰۱
	تنوع و نوآوری در خدمات	پدیده ۴	۰,۵۷۱	<۰,۰۰۱
راهبردها (کنش‌ها و تعاملات)	محیط رقابتی	رهبرد ۱ ^۲	۰,۸۵۸	<۰,۰۰۱
	جذب، حفظ و نگهداری مشتریان	رهبرد ۲	۰,۸۸۷	<۰,۰۰۱
	شناسایی مشتریان	زمینه ۱ ^۳	۰,۹۶۸	<۰,۰۰۱
	شناسایی نیازها و انتظارات	زمینه ۲	۰,۹۵۸	<۰,۰۰۱
	توسعه و بهبود فناوری‌های نوین	زمینه ۳	۰,۸۰۶	<۰,۰۰۱
عوامل زمینه‌ای	توسعه محصول و ابزارهای	زمینه ۴	۰,۷۹۶	<۰,۰۰۱
	نوآوری در محصولات و	زمینه ۵	۰,۷۱۳	<۰,۰۰۱
	عوامل قانونی	مداخله ۱ ^۴	۰,۹۱۹	<۰,۰۰۱
عوامل مداخله‌گر	عوامل مالی	مداخله ۲	۰,۹۰۶	<۰,۰۰۱
	عوامل سیاسی	مداخله ۳	۰,۸۹۴	<۰,۰۰۱
	پیامدها	ارتقا بهره وری بانکی	پیامد ۱ ^۵	۰,۸۱۱
صرفه اقتصادی		پیامد ۲	۰,۹۳۳	<۰,۰۰۱
اثربخشی		پیامد ۳	۰,۸۲۱	<۰,۰۰۱

برازش مدل ساختاری الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبزی

نتایج حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبزی نشان داده شده است.

1- eli
2-padide
3-rahbord
4-zamine
5-modakhele
6-peyamad



RMSEA	TLI	CFI	AGFI	GFI	chi-square/df
۰,۰۸۱	۰,۹۱۶	۰,۹۵۰	۰,۸۳۱	۰,۹۱۱	۴,۹۷۲

شکل ۳. مدل ساختاری الگوی بانکداری شرکتی در نظام بانکداری جمهوری اسلامی ایران

با توجه به جدول مربوط به شاخص‌های مدل ملاحظه می‌شود که شاخص‌های کای دو به درجه آزادی ۴/۹۷۲ گزارش شده که برازش مناسب مدل را نشان می‌دهد و شاخص RMSEA ۰/۰۸ برآورد شده که مقدار مناسبی اتخاذ کرده است. شاخص‌های CFI ۰/۹۴۳، GFI ۰/۹۲۰ و TLI ۰/۹۲۹ بوده که آنها نیز برازش منطقی مدل را گزارش می‌کند. همچنین، شاخص AGFI ۰/۸۲۱ و در حد قابل قبول خود بوده و نتیجه می‌شود که از برازش مدل ساختاری بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز پذیرفته می‌شود. بنابراین با استفاده از آزمون معنی دار بودن ضریب مسیرهای برآورد شده مدل نهایی برای بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز تدوین خواهد شد. با توجه به مقادیر T و P مقدار برآورد شده که در این جدول گزارش شده می‌توان در مورد پذیرش یا عدم پذیرش معناداری روابط بین سازه‌ها تصمیم گرفت. چنانچه مقادیر مشاهده شده آماره T در آزمون معنی داری رابطه بین دو متغیر بزرگتر از ۱/۹۶ و یا کوچکتر از ۱/۹۶- برآورد شود و یا اینکه P مقدار مربوط به مسیرها کمتر از ۰/۰۵ باشد نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها در سطح خطای ۵ درصد دارد.

جدول ۴. بررسی روابط مستقیم الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز

مسیر	ضریب	خطای معیار	آماره T	P-مقدار
شرایط علی <---	۰٫۸۵۹	۰٫۰۳۸	۶٫۳۳۲	<۰٫۰۰۱
پدیده محوری <---	۰٫۳۳۳	۰٫۰۳۹	۶٫۶۲۴	<۰٫۰۰۱
شرایط زمینه‌ای <---	۰٫۴۸۴	۰٫۰۳	۴٫۲۱۱	<۰٫۰۰۱
شرایط مداخله‌گر <---	۰٫۲۴۸	۰٫۰۱۹	۳٫۳۸۸	<۰٫۰۰۱
راهبردها <---	۱٫۰۳۶	۰٫۷۳۱	۴٫۶۲۴	<۰٫۰۰۱

نتایج حاصل از بررسی روابط مستقیم مقوله‌های الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز:

از آنجا که آماره آزمون مربوط به مسیر شرایط علی به پدیده محوری الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز $۶/۳۳۲$ و P - مقدار آن کمتر از $۰/۰۰۱$ برآورد شده و ضریب این مسیر $۰/۸۵۹$ مقداری مثبت است، نتیجه می‌شود شرایط علی تأثیر مستقیم و معنی داری بر پدیده محوری الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز دارد. آماره آزمون مربوط به مسیر پدیده محوری به راهبردهای الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز $۶/۶۲۴$ و P - مقدار آن کمتر از $۰/۰۰۱$ و ضریب این مسیر $۰/۳۳۳$ برآورد شده، پس نتیجه می‌شود پدیده محوری تأثیر مستقیم و معنی داری بر راهبردهای مدل الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز دارد. با توجه به اینکه آماره آزمون مربوط به مسیر شرایط زمینه‌ای به راهبردهای الگوی بانکداری شرکتی $۴/۲۱۱$ و P - مقدار آن کمتر از $۰/۰۰۱$ و ضریب این مسیر $۰/۴۸۴$ برآورد شده و نتیجه می‌شود شرایط زمینه‌ای تأثیر مستقیم و معنی داری بر راهبردهای مدل الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز دارد. آماره آزمون مربوط به مسیر شرایط مداخله‌گر به راهبردهای الگوی بانکداری شرکتی $۳/۳۸۸$ و P - مقدار آن کمتر از $۰/۰۰۱$ و ضریب این مسیر $۰/۲۴۸$ برآورد شده، پس می‌توان گفت پدیده محوری تأثیر مستقیم و معنی داری بر راهبردهای الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز دارد. مقدار آماره آزمون مربوط به مسیر راهبردها به پیامدهای الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز $۴/۶۲۴$ و P - مقدار آن کمتر از $۰/۰۰۱$ و ضریب این مسیر $۱/۰۳۶$ برآورد شده، که مقداری مثبت است و نشان می‌دهد راهبردها تأثیر مستقیم و معنی داری بر پیامدهای الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز دارد. از آنجا که تمامی روابط مستقیم مدل الگوی بانکداری شرکتی برقرار بود در ادامه به بررسی روابط غیر مستقیم و روابط کل بین مقوله‌های الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز پرداخته شده است در جدول زیر روابط غیر مستقیم و کلی متغیرها گزارش شده است.

جدول ۵. نتایج بررسی روابط غیر مستقیم الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز

	کل			غیر مستقیم		
	پدیده محوری	راهبردها	پیامدها	پدیده محوری	راهبردها	پیامدها
P-1	شرایط مداخله گر	۰	۰,۲۷۱	۰,۲۵۰	۰	۰,۲۵۰
	شرایط زمینه‌ای	۰	۰,۴۶۲	۰,۵۳۱	۰	۰,۵۳۱
	شرایط علی	۰,۸۴۰	۰,۳۸۰	۰,۳۶۱	۰	۰,۳۶۱
	پدیده محوری	۰	۰,۳۳۳	۰,۳۴۵	۰	۰,۳۴۵
	راهبردها	۰	۰	۱,۰۳۶	۰	۰
P-2	شرایط مداخله گر	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱
	شرایط زمینه‌ای	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱
	شرایط علی	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱
	پدیده محوری	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱
	راهبردها	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱	<۰,۰۰۱

در جدول فوق تمامی ضرایب در سطح خطای ۵ درصد معنی دار هستند. همانگونه که مشاهده می‌شود تمامی روابط معنی دار هستند و بنابراین الگوی نهایی الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز ایران نیازی به اصلاح ندارد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش درصدد بوده است تا به ارائه الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز و برازش مدل بدست آمده با استفاده از روش معادلات ساختاری بپردازد. بر همین اساس و در راستای تحقق اهداف و پاسخ به پرسش‌های پژوهش، از شیوه‌های ترکیبی ابتدا در مرحله کیفی پژوهش با اجرای راهبرد نظریه داده بنیاد، مدلی با اجزای زیر استخراج گردید که در ادامه به تشریح آن‌ها پرداخته می‌شود. مقوله اصلی: تغییر نگرش بانک‌ها در تقسیم بندی مشتریان با رویکرد افزایش سهم بازار و سهم از مشتری، با بهره گیری از رویکردهای نوین بانکداری به تشکیل بانکداری جامع منتج شده است. از شاخه‌های بانکداری جامع که سهم بسیاری از منابع بانکی و خدمات مالی درآمدزا را به خود اختصاص می‌دهد، بانکداری شرکتی است. بانکداری شرکتی بر اساس الگو و مدل اجرایی خود و با تکیه بر نیازهای مشتریان اقدام به خلق راه حل‌های جدید اختصاصی و سفارشی سازی خدمات برای شرکت‌های بزرگ و مشتریان خاص می‌نماید. با توجه به شرایط اقتصادی کشور، بانکداری شرکتی می‌تواند با خلق ایده‌های جدید و اثرگذار و تأمین سریع نیازها و به هنگام شرکتها نقش مهمی در راستای تحقق اهداف بانک داشته باشد. بانکداری نوین تلاش دارد پشتیبانی و حمایت زیست محیطی و منافع و مزایای مالی، تجاری و اقتصادی با یکدیگر ترکیب شوند. این ابزار شرایطی را فراهم می‌سازد که منافع حاصل، طیف گسترده‌ای از استفاده کنندگان مانند مصرف

کنندگان، تولیدکنندگان، سرمایه گذاران، اعتباردهندگان، دولت و جامعه را در بر گیرد. بنابراین بانکداری شرکتی با تمرکز بر کسب و کارهای سبز می تواند اسباب تحقق اهداف زیست محیطی را ضمن تامین مزایا و منافع مالی فراهم آورد.

کسب و کارهای سبز یکی از پدیده‌هایی که امروزه در موضوعات بانکداری و زیست محیطی بسیار چالش برانگیز قلمداد می شود. چراکه ترکیب منافع مالی و زیست محیطی همواره یکی از دغدغه‌های جامعه علمی محسوب می شود. بر این اساس، مهم ترین محرک در کسب و کارهای سبز، بانک‌ها قلمداد شده اند. از آنجایی که بانک‌ها جزء جدایی ناپذیر فعالیت‌های تجاری و اقتصادی محسوب می شوند، ممکن است محیط زیست را از طریق شیوه‌های مالی به بنگاه‌های تجاری تحت تأثیر قرار دهند. در همین راستا، اعتقاد بر این است که بانک‌ها باید نقش و جایگاه حاکمیت سبز در سیستم مالی سبز را ایفا نمایند، لذا ضرورت دارد تا الگوی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز تدوین گردد.

شرایط علی: نتایج نشان داد که شرایط علی بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز خدمات پرداخت شرکتی، خدمات بین‌المللی، مدیریت ریسک تسهیلات بانکداری شرکتی و مدیریت بازار محسوب می شوند.

راهبردها: راهبردهای استفاده از بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کارهای سبز بر محیط رقابتی، جذب، حفظ و نگهداری مشتریان تأکید شده است.

عوامل زمینه‌ای: از جمله عواملی که موجب می شوند تا بانک‌ها به رویکرد بانکداری شرکتی مبتنی بر کسب و کار سبز روی آورند شناسایی مشتریان، شناسایی نیازها و انتظارات، توسعه و بهبود فناوری‌های نوین، توسعه محصولات و ابزارهای نوآوری در محصول می باشد.

منابع

افلاکی پاشاکی، زهرا (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر بانکداری شرکتی بر رضایت مشتریان بانک تجارت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت.

شیخ، عباسعلی؛ سعیدی، پرویز؛ عباسی، ابراهیم و آرش نادریان (۱۴۰۰)، شناسایی عوامل و الگوی تامین مالی سبز شرکتها از طریق صنعت بانکداری ایران: رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری، مجله مدیریت سبز، دوره ۱، شماره ۱، صص ۶۳-۸۴.

طالبی، امیر (۱۳۹۵)، ارزیابی کیفیت خدمات بانکداری شرکتی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر آن با استفاده از روش AHP (مطالعه موردی بانک اقتصاد نوین)، کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم، ۱-۱۷.

- Alam, N., Ramachandran, J., & Nahomy, A. H. (2020). The Impact of Corporate Governance and Agency Effect on Earnings Management – A Test of the Dual Banking System. *Research in International Business and Finance*, 101242. doi:10.1016/j.ribaf.2020.101242
- Barth Andreas; Sasan Mansouri; (2021). Corporate culture and banking. *Journal of Economic Behavior & Organization*. doi:10.1016/j.jebo.2021.02.010
- Barth M., Elliot J., Finn W. (20^{۲۱}), “Managerial Optimism and Earning Smoothing”, *Accounting Review*, 31(9), 21-31.
- Bedman, N. (2013), SME bank selection and patronage behavior in the Ghanaian banking industry, *management research review*. Vol36, Iss11, pp1062-1080.
- Chen, C. Kim J. Yao, L (20^{۲۳}). "Earnings smoothing: Does It Exacerbate or Constrain Stock Price Crash Risk", *Journal of Corporate Finance*, 42(5), 54-36.
- Earnest & Yang. (2019). *EY Banking Barometer 2019: Signs of the Times*. Available at ey.com.
- Financial Conduct Authority (2016). *Investment and Corporate Banking Market Study: Final Report*. MS15/1.3. October 2016.
- Gulati, Rachita; Kattumuri, Ruth; Kumar, Sunil (2019). A non-parametric index of corporate governance in the banking industry: An application to Indian data. *Socio-Economic Planning Sciences*, (), S0038012118302258–. doi:10.1016/j.seps.2019.03.008
- Hines, Patricia. (2017). *Connected Corporate Banking: Breaking Down the Silos*. Oliver Wyman.
- Kyriakos Chatzitheodorou; Thomas A. Tsalis; Konstantinos P. Tsagarakis; Grigoroudis Evangelos; Nikolaou Ioannis; (2021). A new practical methodology for the banking sector to assess corporate sustainability risks with an application in the energy sector. *Sustainable Production and Consumption*
- Liao. Ouyang, B. (20^{۲۳}). “Organized Labor Corporate Governance and Stock Price Crash Risk ”, *Review of Accounting and Finance*, 16(4): 424-443.
- Muhammad Muflih; (2021). The link between corporate social responsibility and customer loyalty: Empirical evidence from the Islamic banking industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (), –. doi:10.1016/j.jretconser.2021.102558
- Ramzan, Muhammad; Amin, Muhammad; Abbas, Muhammad (2021). How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan. *Research in International Business and Finance*, 55(), 101314–. doi:10.1016/j.ribaf.2020.101314
- Robert S. Chirinko & Huntley Schaller, (2022) *Fundamentals, Misvaluation, and Investment: The Real Story*, CESifo Working Paper Series 1922, CESifo Group Munich.
- Yim, F.H., Anderson, R.E., Swaminathan, S., (2005), “Customer Relationship Management: Its Dimensions and Effect on Customer Outcomes”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 24, No. 4, Pp. 265-280.
- Zamani, B., & Babaei, E. (2020). A Critical Review of Grounded Theory Research in Urban Planning and Design. *Planning Practice & Research*, 36(1), 77-90.
- Polonsky, M. J. (20^{۲۳}). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.
- Raymond, N.F., Svendsen, E., & Campbell, L.K. (20^{۲۲}). From job training to green jobs: A case study of a young adult employment program centered on environmental restoration in New York City, USA. *Journal of Urban Forestry & Urban Greening*, 12: 287–295.