

عنوان مقاله:

شناسایی مولفه های بانکداری سبز نوآور مبتنی بر اخلاق زیستی برای کسب مزیت رقابتی پایدار

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 16، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

فاطمه حجاران

رضا رادفر

علی دیواندري

داود فدایی

خلاصه مقاله:

زمینه: صنعت بانکداری با ترویج محیط زیست پایدار و سرمایه گذاری متمرکز بر مسئولیت اجتماعی می تواند توسعه پایدار ایجاد نماید و مزیت رقابتی بنگاه محسوب شود. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی مولفه های بانکداری سبز نوآور مبتنی بر اخلاق زیستی شکل گرفت. روش: روش تحقیق در پژوهش حاضر کیفی بود. جامعه پژوهش حاضر را خبرگان صنعت بانکداری تشکیل داده اند. در این پژوهش از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شده و ۲۰ نفر از خبرگان صنعت بانکداری به عنوان نمونه انتخاب گردیده اند. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز برای سنجش و اندازه گیری متغیرهای این پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از نظرسنجی و پرسشنامه از تکنیک دلفی و طیف فازی کمک گرفته شد. یافته ها: بر اساس اجماع آراء خبرگان، ۲۵ مولفه به عنوان مولفه های تاثیرگذار بر بانکداری سبز نوآور مبتنی بر اخلاق زیستی برای کسب مزیت رقابتی پایدار در صنعت بانکداری پذیرفته شد که از بین آن ها کیفیت، نوآوری محصول، شرایط تقاضا، نوآوری زیست محیطی و یکپارچه کردن مشتری در فرایند نوآوری سبز به عنوان مهم ترین مولفه های تاثیرگذار در مدل های بانکداری سبز نوآور مبتنی بر اخلاق زیستی برای کسب مزیت رقابتی پایدار شناسایی شد. نتیجه گیری: نتایج پژوهش نشان داده است که مهم ترین مولفه های تاثیرگذار در بانکداری سبز نوآور مبتنی بر اخلاق زیستی برای کسب مزیت رقابتی پایدار شامل کیفیت، نوآوری محصول، شرایط تقاضا، نوآوری زیست محیطی و یکپارچه کردن مشتری در فرایند نوآوری سبز می باشد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، اخلاق زیستی، بانکداری سبز، مزیت رقابتی پایدار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1240427>

