فصلنامه علمی _ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره بیستم، پاییز۱۳۹۶- صفحات ۷۷- ۴۹

راهکارهای برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی ایران[۱]

حسین عیوضلو[۲]
وهاب قلیچ[۳]

تاریخ دریافت:۹۵/ ۷/۱۹ تاریخ پذیرش:۹۵/۱۱/۹

چکیده

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. در این مقاله، پس از معرفی بانکداری اخلاقی و اهداف آن، راهکارهای برقراری نظام بانکداری اخلاقی در نظام بانکداری ایران در قالب سه محور «تعیین خط‌مشی اخلاقی»، «تدوین ضوابط اخلاقی» و «تدابیر ساختاری» پیشنهاد می‌گردد. محور اول شامل سه بخش موازین و اصول اسلامی، اسناد بالادستی و تجارب سایر کشورها، محور دوم شامل ضوابط اخلاقی درون بانکی، بین بانکی و فرابانکی و در نهایت محور سوم شامل اطلاع‌رسانی و آموزش، نظارت و بازرسی، ارزیابی و رتبه‌بندی و اصلاح و بهبود عملکردها می‌شود. در انتها مهم‌ترین موانع برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی تشریح می‌گردد.

واژگان کلیدی: اخلاق، بانکداری اخلاقی، بانکداری اسلامی، بانکداری ایران.
طبقه‌بندی JEL: G21, D21, D23, D73

۱- این مقاله برگرفته از نتایج طرح پژوهشی «کدهای اخلاقی در نظام بانکداری ایران» در پژوهشکده پولی و بانکی است که توسط نویسندگان تهیه شده است.

۲- عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق (ع) iseco12@yahoo.com
۳- عضو هیئت علمی پژوهشکده پولی و بانکی. نویسنده مسئول vahabghelich@gmail.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

مقدمه

ریشه واژه اخلاق در زبان لاتین به کلمه «اتیکوس»[1] به مفهوم قدرت و نفوذ رسوم و سنن برمی‌گردد. عمده‌ترین تعریف اخلاق عبارتست از قواعد و استانداردهای حاکم بر رفتار افراد و یک نظام انتزاعی از باورهای مورد پذیرش که رفتارها را کنترل می‌کند. اخلاق را بعضاً در حد رفتارهای فردی محدود می‌کنند اما وقتی رفتارهای فردی در سطح کلان جامعه و یا نهادها و سازمان‌های اجتماعی ظهور می‌یابد، این اخلاق فردی به اخلاق جمعی تبدیل می‌گردد که ریشه در فرهنگ هر جامعه‌ای دارد. با نگاهی به جریانات اخلاقی در جهان به خوبی در می‌یابیم که امروزه موج توجه به اخلاق و ارزش‌های انسانی و اجتماعی و افزایش دغدغه‌های صیانت از محیط زیست در زمینه فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های مختلفی چون نظام بانکداری، سرمایه‌گذاری خصوصی، بنگاه‌های تولیدی، شرکت‌های بیمه و تامین اجتماعی اثرگذاری نموده است. در این بین بانکداری اخلاقی یکی از مهم‌ترین نتایج این موج است که روز به روز بر ابعاد نظری و کاربردی آن در جهان افزوده می‌شود.

۱. روش تحقیق و ادبیات موضوع

تلمسانی و ماتیوس(۱۳۸۷)در مقاله‌ای با عنوان بانکداری اخلاقی؛ با نگاه اسلامی به بررسی مبانی اسلام در بخش مالی جهان پرداخته و با مرور مفاهیم پایه‌ای بانکداری اسلامی به بررسی این نکته می‌پردازد که چگونه بانکداری اسلامی در یک فضای رقابتی ایجاد می‌شود.

سیدجوادین و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود با یک مطالعه توصیفی که به روش پیمایشی انجام شده است بدین‌نتیجه می‌رسند که متغیر مستقل رعایت اصول اخلاقی از سوی بانک هدف، تاثیر مثبت و معناداری بر متغیرهای وابسته اعتماد، تعهد، وفاداری و ارتباط دهان به دهان در بین مشتریان برجای نهاده است.

عیوضلو و قلیچ (الف ۱۳۹۴) تلاش داشتند با معرفی بانکداری اخلاقی توصیه‌هایی برای اجرای این نوع بانکداری در نظام بانکی کشور ارائه نماید. همچنین این دو محقق در مقاله‌ای دیگر (ب۱۳۹۴) پس از تشریح ریشه‌های بحران مالی سال ۲۰۰۸ به این نکته اذعان نمودند که رعایت بانکداری اخلاقی می‌ؤواند از پیشامد بحران‌های مشابه جلوگیری بعمل آورده و یا میزان و شدت آن را تخفیف بخشند.

1. Ethikos

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

در مطالعات خارجی نیز نمونه‌های از تحقیق بر روی بانکداری اخلاقی مشاهده شده است. بیتی و همکاران (۱۹۹۶) نشان دادند که رعایت موازین اخلاقی از سوی نمایندگان فروش نسبت به مشتریانشان، باعث استحکام بیشتر میان طرفین می‌گردد.

مشکین (۱۹۹۱) نشان می‌دهد که طریق بانک‌ها بدون لحاظ الزامات اخلاق حرفه‌ای و با دوری از اقدامات محتاطانه و متعارف به راهکارهای پیچیده، چندوجهی و خطرپذیر روی آورده و دچار مشکلات عدیده‌ای می‌شوند و یا آن‌که مولر (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که نظام بانکی به منظور رفع ضعف‌ها، نیازمند تغییرات نظارتی و اصلاحات رفتاری بلندمدت با گرایش تعهدمداری و اخلاق‌محورانه است.

سردیشموک و همکاران (۲۰۰۲) ضمن ارائه تحقیقی بدین نتیجه دست یافته‌اند که رعایت موازین اخلاقی در تجارت موجب افزایش احتمال تکرار مراجعه مشتریان و سودآوری بیشتر بنگاه اقتصادی شود. این نتیجه‌ای است که هنینگ تورا (۲۰۰۲) نیز آن را با مشاهدات آماری به اثبات رسانیده‌اند.

افزون بر این چن و مائو (۲۰۰۹) نیز این حقیقت را به اثبات رسانیده‌اند که رعایت اخلاق از سوی ارائه‌دهندگان خدمات مالی و تجاری موجب افزایش اعتماد و وفاداری مشتریان می‌گردد.

هانسن و ریگل (۲۰۰۹) به بررسی اثرات مثبت رعایت اصول اخلاقی از سوی فروشندگان بر جلب اعتماد، تعهد، سهم مشتری، ارتباطات خریداران و مشتریان پرداختند.

در مقاله حاضر ابتدا تعریفی از بانکداری اخلاقی و اهداف آن ارائه شده و سپس سازوکارهای برپایی نظام بانکداری اخلاقی در ایران در سه محور تعیین خط‌مشی، تدوین ضوابط اخلاقی و تدابیر ساختاری مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است برای ادبیات موضوع این مقاله، سابقه‌ای یافت نشده است و از این حیث موضوعی بدیع و جدید می‌باشد.

۲. اخلاق حرفه‌ای و فواید آن

اخلاق حرفه‌ای که از آن تعبیر به اخلاق سازمانی هم می‌شود به عنوان شاخه‌ای از اخلاق اجتماعی، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتاری افراد و گروه‌ها را تعیین کرده و هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود. امروزه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران کارآمد، فراهم‌سازی بستری مناسب برای عوامل انسانی سازمان، جهت ایفای کامل وظایف و تعهدات و رعایت اصول اخلاقی حاکم بر حرفه و مسئولیت‌ها می‌باشد. همچنین بسیاری از سازمان‌ها در جهان به این بلوغ دست یافته‌اند که بی‌توجهی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی به از بین رفتن و اضمحلال سازمان می‌انجامد. به همین

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

دلیل است که بسیاری از سازمان‌های موفق نسبت به تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کـرده و به این یقین رسیده‌اند که در سازمان بایستی یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق حکمفرمـا باشـد(فرامـرز قراملکی،۱۳۹۰: ۱۸۱).

فواید و مزایای حاکمیت اخلاق حرفه‌ای بر سازمان هم متوجه خود سازمان مـی‌شـود و هـم بـه واسطه اثرات برونزا متوجه جامعه‌ای که سـازمان در آن قـرار دارد. تحقیقـات نشـان داده اسـت کـه سازمان‌هایی که در زمینه رعایت مـوازین اخلاقـی تـلاش دارنـد، موجـب توانمندسـازی مشـتریان، رضایتمندی آنان و نهایتاً کسب مزیت رقابتی در مواجهـه بـا رقبـا در آینـده نزدیـک خواهنـد شـد (گازنت و رانچهود، ۲۰۰۱). طبق گزارش مجله فورچون، ۶۳ درصد مدیران عالی شـرکت‌هـای برتـر تجاری بر این باورند کـه رعـایت اخلاق، موجب افزایش تصویر مثبـت و شـهرت سـازمان شـده و منبعی برای افزایش مزیت رقابتی بشمار می‌آید(بوکلی و همکاران، ۲۰۰۱).

افزایش اعتماد، وفاداری و تعهد در مشتریان از جمله عواملی است که بـر اثـر حاکمیـت اخـلاق حرفه‌ای به وجود می‌آید. مطالعات میدانی در خصوص بانک‌ها نشان داده اسـت کـه رعایـت اخـلاق حرفه‌ای در کار، باعث جلب اعتماد مشتریان بانکی و کسب رضایت آنان مـی‌گـردد و از ایـن‌رو بـین اخلاق‌مداری بانک و جذب مشتری جدید رابطـه‌ای مثبـت و معنـادار وجـود دارد (رونقـی، ۱۳۹۰ و رومن و رویز ۲۰۰۵). این رابطه مثبت و معنـادار بـین اخـلاق‌مـداری در بانـک و تعهـد و وفـاداری مشتریان قدیم در استمرار بهره‌گیری از خدمات بانک اخلاق‌محور و تبلیغ مثبت مشـتریان از بانـک مذکور نیز وجود دارد(سیدجوادین و همکاران، ۱۳۹۰). وری و همکاران (۱۹۹۴)، بیتـی و همکـاران (۱۹۹۶) و چن و مایو (۲۰۰۹) در بررسی‌های تجربی خود بدین‌نتیجه رسـیدند کـه رعایـت اخـلاق حرفه‌ای باعث افزایش اعتماد مشتریان به سازمان می‌شود. والن و همکاران (۱۹۹۱)، هانسن و ریگل (۲۰۰۹) و رومن (۲۰۰۳) با ارزیابی عملکرد چندین سازمان، نشان داده‌اند که رعایت اخلاق از سوی سازمان موجب وفاداری مشتری، تعهدمندی و ادامه ارتباط وی با سازمان می‌شود. رایت و همکـاران (۱۹۹۷) نشان می‌دهند که برقراری فضای اخلاقی بین کارکنان که منجـر بـه رضـایت شـغلی آنـان می‌شود تاثیر مستقیم بر افزایش رضایت مشتریان و حفظ و افزایش آنان دارد. ایـن نتیجـه ماحصـل پژوهش احمد و رفیق(۲۰۰۳) نیز می‌باشد. در سوی مقابل بی‌توجهی و بی‌اعتنایی به اخلاق حرفه‌ای باعث بدبینی و دلسرد شدن مشتریان نسبت به سازمان شده و به مرور زمان موجب از دسـت رفـتن مشتریان می‌گردد (ایجی، ۲۰۰۶).

همچنین دونالدسون و دیویس(۱۹۹۰) براین باورند که مدیریت ارزش‌هـای اخلاقـی در محـیط کار موجب مشروعیت اقدامات مدیریتی شده، انسجام و تعادل فرهنگ سازمانی را تقویـت مـی‌کنـد، اعتماد در روابط بین افراد و گروه‌ها را بهبود می‌بخشد و بـا پیـروی بیشـتر از اسـتانداردها، موجـب

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

بهبود کیفیت محصولات و در نهایت افزایش سود خواهد شد. عدم رعایت ارزش‌های اخلاقی در اموری مانند جذب و گزینش، اقدامات خلاف اخلاق و قانون را در سازمان فراهم می‌سازد. رعایت ملاحظات اخلاقی در گزینش و استخدام، ارزیابی عملکرد، نظام پاداش‌ها و تنبیه‌ها، باعث کاهش بدبینی، پرخاشگری و تعارض، مسئولیت‌پذیری بیشتر، افزایش تنوع‌طلبی و درنهایت افزایش ارزش و سود سازمان شده و رفاه بیشتر سرمایه‌گذاران، مشتریان و کارکنان را موجب می‌شود.

امان‌اله خان و خرم شهزاد (۲۰۱۲) با بررسی ۱۱۳ کارمند بانک‌های اسلامی پاکستان بدین نتیجه رسیده‌اند که رعایت اخلاق باعث افزایش رضایت شغلی، بهبود رفتار سازمانی و انجام بهتر وظایف و تکالیف اداری افراد شده است.

هس‌مر (۱۳۸۲) طی بررسی بر روی چندین سازمان، به این نتیجه رسید که سازمان‌هایی که رفتار اخلاقی دارند، از میزان احتمال موفقیت بیشتری نسبت به سازمان‌هایی هستند که در رفتارهای غیراخلاقی و غیرصادقانه وارد می‌شوند. مقنی‌زاده (۱۳۸۴) نیز در رساله خود با مقایسه ترازنامه سود و زیان شرکت‌های کسب و کار بدین نتیجه می‌رسد که اخلاق، نقش بسیار مهمی در سودآوری سازمان‌ها دارد.

در مجموع، موفق‌ترین سازمان‌ها دارای فرهنگی هستند که همسو با ارزش‌های قوی اخلاقی‌اند. رفتار غیراخلاقی، محیط کسب و کار را بر ضد خود تحریک کرده، موجب شکست سازمان می‌شود. شاید بتوان از فساد اداری، به عنوان بزرگترین عارضه نبود اخلاق حرفه‌ای در سازمان یاد کرد. فساد مالی، رانت‌جویی، حق حساب‌گیری، رشوه‌خواری، سوء استفاده از اموال، اختلاس، تقلب، سندسازی، اخاذی، تبانی، تبعیض همگی از عوارض ضعف اخلاقی در یک سازمان است که می‌توان از آنان نام برد.

۳. بانکداری اخلاقی و اهداف آن

بانکداری اخلاقی صرفاً به معنای رعایت اخلاق حرفه‌ای درون سازمان بانک و یا در برخورد با مشتریان بانک خلاصه نمی‌شود بلکه این نوع بانکداری، ابعاد بسیار وسیع‌تری را در بر می‌گیرد. شاید نتوان به علت تفاوت دیدگاه‌ها، شاخصه‌های اخلاقی و نیز تفاوت فرهنگی اجتماعی جوامع مختلف با یکدیگر، تعریف دقیق و واحدی از بانکداری اخلاقی ارائه نمود؛ اما می‌توان این نوع بانکداری را فعالیتی بانکی با رعایت کامل حقوق انسانی، التزام به رقابتی سالم و نیز مسئولیت‌پذیر و پاسخگو در قبال رفتارها توصیف نمود.

لازم به توجه است که نیازی وجود ندارد که کلیه فعالیت‌های بانکداری اخلاقی غیرسودآور باشد؛ بلکه بسیاری از بانک‌های اخلاقی در ضمن توجه به ارزش‌ها و اصول اخلاقی، دارای

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

فعالیت‌های سودآوری می‌باشند. به عبارت دیگر، 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. در مجموع می‌توان برای بانکداری اخلاقی، اهدافی چون انجام فعالیت‌های کارا و مفید بر روی منابع بانکی خصوصاً سپرده‌ها، سرمایه‌گذاری و تامین مالی پروژه‌های پایدار، سرمایه‌گذاری در بخش حقیقی اقتصاد، پرهیز از اقداماتی که منجر به آسیب‌رسانی اقتصادی- اجتماعی به جامعه می‌شود، کمک به حفظ ثبات بازارهای مالی و زمینه‌سازی توسعه اقتصادی کشور، سرمایه‌گذاری و اعطای وام به تجارت‌های اجتماعی و نهادها و سازمان‌های فرهنگی، 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 محیط زیست و منافع فرانسلی را متصور بود.

۴. بانکداری اخلاقی در جهان

در سه دهه اخیر، بانکداری اخلاقی به عنوان مفهومی که از ورود آن به ادبیات متعارف بانکی مدت زمان زیادی نمی‌گذرد، به سرعت در بعد نظری و اجرایی در بین بانک‌های جهان رشد و توسعه نموده 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 نهادها و بانک‌هایی که تحت این عنوان فعالیت می‌نمایند می‌توان به شور بانک[1]، آر.اس.اف سوشیال فایننس[2]، آلیانس بنکشیر[3]، تی‌سی‌اف بنک[4] و وینرایت بانک[5] در آمریکا، بانک تعاونی[6]، رلیانس بنک[7]، شرد اینترست[8] در انگلستان، جی.ال.اس بنک[9] و اتیک بنک[10] در آلمان، سیتیزنس بنک[11]

1. Shore Bank
2. RSF Social Finance
3. Alliance Bankshares
4. TCF Bank
5. Wainwright Bank
6. Co-operative Bank
7. Reliance Bank
8. Shared Interest
9. GLS bank
10. EthikBank
11. Citizens Bank

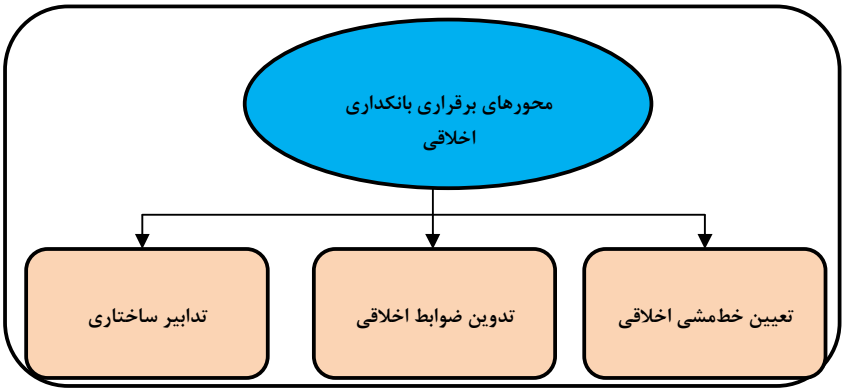
[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

و ونسیتی بنک[1] در کانادا، تریودوس بنک[2] و رابو بنک[3] در هلند، بنکا اتیکا[4] در ایتالیا، بانک تعاونی تعاونی اعتبار[5] در فرانسه، می‌بنک[6] در مالزی و گرامین بنک[7] در بنگلادش اشاره داشت (قلیچ، ۱۳۹۰).

۵. سازوکار برقراری نظام بانکداری اخلاقی

راهکارهای برقراری نظام بانکداری اخلاقی در ایران در قالب سه محور«تعیین خط‌مشی اخلاقی»، «تدوین ضوابط اخلاقی» و «تدابیر ساختاری» پیشنهاد می‌گردد.

نمودار ۱. محورهای برقراری نظام بانکداری اخلاقی



به منظور برقراری نظام بانکداری اخلاقی در ایران اسلامی بر پایه این سه محور، رعایت یکسری نکات ضروری است که در ذیل به مهم‌ترین این موارد اشاره می‌شود:

- گرچه بانک‌های اسلامی اغلب خودشان را تامین کننده خدمات مالی اخلاقی می‌نامند و عمده تلاششان بر آن است که فعالیت‌هایشان مغایر با اصول شریعت نباشد؛ اما متاسفانه پرداخت به نکات ظریف رعایت اصول اخلاقی در فعالیت‌های بانکداری عمدتاً تحت‌الشعاع همان رعایت اصول کلی شریعت، به دست فراموشی و غفلت سپرده می‌شود.

1. Vancity
2. Triodos Bank
3. Rabobank
4. Banca Etica
5. Crédit Coopératif
6. MayBank Group
7. Grameen Bank

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

• هیچ ایرادی ندارد دستورالعمل‌های بانکداری اخلاقی که قرار است در نظام بانکداری ایران مورد استفاده قرار گیرد، به طور کامل و یا تلخیصی برگرفته از دستورالعمل‌های اخلاق حرفه‌ای سازمان‌های دیگر و یا بانکداری متعارف جهان باشد؛ تنها نکته مهم آن است که این دستورها متاثر از مولفه‌های اسلامی و در راستای اهداف عالیه نظام اقتصاد اسلامی بوده و با موازین و اصول تکوینی و تشریعی اقتصاد اسلامی (ر.ک. عیوضلو، ۱۳۸۷) منافات نداشته باشد.

۱.۵. تعیین خط مشی اخلاقی

در این مقاله جهت برقراری نظام بانکداری اخلاقی در ایران، سه خط‌مشی کلی انتخاب شده است:

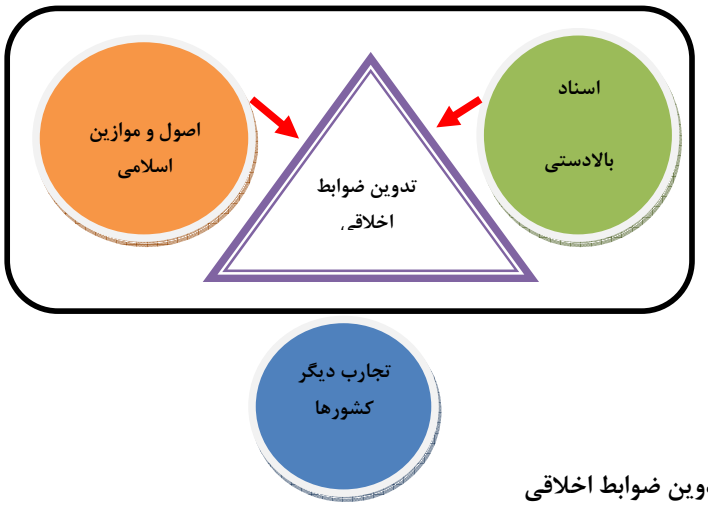
الف) اصول و موازین اسلامی: در بانکداری اسلامی ضوابط اخلاقی منشعب از اصول و ارزش‌های اسلامی بوده و متناسب با موازین شریعت تعیین و تدوین می‌شوند. از جمله ارزش‌ها و هنجاری اسلامی می‌توان به مواردی همچون صداقت، انصاف، شفافیت، محبت، عدالت، شایسته‌سالاری، درستکاری، امانتداری، تعهد، وفاداری، حسن خلق، رفتار تیمی، رازداری، امانت‌داری و ترجیح منافع جمعی به منافع شخصی و همچنین از جمله اصول اقتصاد اسلامی می‌توان به مواردی همچون اصل مسؤولیت‌پذیری انسان و محبت متقابل، عدالت اجتماعی و اقتصادی، حرمت اکل مال به باطل، اصل ثبات مالکیت یا اصل تبعیت نماء از اصل، حرمت اسراف و ضرورت استفاده عاقلانه از مال، لزوم تداول ثروت و جریان داشتن مال و همچنین اصل لاضرر و لاضرار (عیوضلو، ۱۳۸۷: ۱۵۳-۱۴۶)، اشاره داشت.

ب) اسناد بالادستی: اسناد، قوانین و مقررات بالادستی نظام بانکی جمهوری اسلامی ایران همچون سیاست‌های کلی نظام اداری کشور، فرمان هشت ماده‌ای مبارزه با مفاسد اقتصادی، قانون خدمات کشوری، قانون ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد، قوانین و مقررات اداری و استخدامی {قانون استخدام کشوری}، مقررات صیانت از حقوق شهروندی و عفاف و حجاب، قانون رسیدگی به تخلفات اداری، یکی دیگر از مهم‌ترین خط‌مشی‌ها بحساب می‌آید.

ج) تجارب دیگر کشورها: استفاده از تجارب مهم‌ترین بانک‌هایی که تحت عنوان بانک‌های اخلاقی در جهان فعالیت دارند از دیگر خط‌مشی‌های تدوین ضوابط اخلاقی در این مقاله بوده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

نمودار ۲. خط‌مشی‌های تدوین ضوابط اخلاقی



۲.۵. تدوین ضوابط اخلاقی

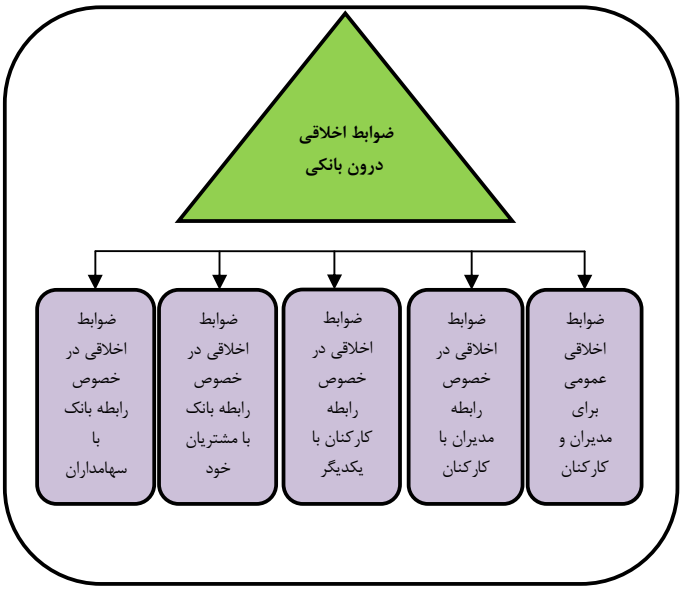
منظور از ضوابط اخلاقی، مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های اخلاقی به عنوان یک راهنما برای کلیه افراد در سطوح مختلف می‌باشد. این ضوابط براساس خط‌مشی اخلاقی سازمان به وجود می‌آید و منبع طراحی آئین‌نامه‌ها و مقررات و منشور اخلاقی سازمان می‌شود. در ادامه ضوابط اخلاقی نظام بانکی که در سه دسته استخراج گردیده است، ارائه می‌شود:

الف) ضوابط اخلاق حرفه‌ای درون بانکی

این ضوابط به رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی عمومی کارکنان و مدیران بانک، رابطه مدیران با کارکنان بانک، رابطه کارکنان بانک با یکدیگر، رابطه بانک با مشتریان خود و رابطه بانک با سهامداران خود اشاره دارد. رعایت این ضوابط باعث افزایش شهرت و اعتبار بانک، افزایش رفاه و رضایتمندی کارکنان، مدیران، سهامداران و مشتریان بانک، افزایش مشتریان و منابع بانکی، کاهش هزینه‌های ناشی از تخلف و فساد اداری می‌گردد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

نمودار ۳. ضوابط اخلاقی درون بانکی



الف-۱) ضوابط اخلاقی عمومی برای مدیران و کارکنان بانک

- مدیران و کارکنان باید عفاف و پوشش مناسب اسلامی و حفظ حریم با نامحرمان را در بانک رعایت نمایند و با حسن ظاهر در محل کار حاضر باشند.
- همه مدیران و کارکنان موظف به اجرای مقررات، آیین‌نامه‌ها و ضوابط بانکی و همچنین تبعیت از دستورات مدیران بالادستی در دایره اخلاقیات می‌باشند.
- مدیران و کارکنان باید متقابلاً کرامت، احترام و حقوق یکدیگر را به طور کامل رعایت نمایند.
- مدیران و کارکنان باید از وقت اداری در جهت انجام وظایف، نهایت استفاده را برده و از اتلاف وقت پرهیز کنند.
- مدیران و کارکنان بایستی نسبت به منابع و تجهیزات بانک امانتدار بوده و از آسیب رساندن و استهلاک زودتر از موعد آنان پرهیز نمایند
- مدیران و کارکنان باید در کار خود جدیت، دقت و انضباط داشته باشند و از سندسازی، فاکتورسازی و ارائه گزارش و سند مبهم، نادرست و غیرواقعی پرهیز کنند.
- مدیران و کارکنان باید نسبت به یکدیگر صادق و راستگو بوده و از دروغ و خدعه پرهیز نمایند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- مدیران و کارکنان باید به دور از اختلاس و تبانی، از اختیارات و امکانات بانک تنها در جهت انجام وظایف سازمانی و در راستای منافع بانک استفاده نموده و نبایستی از اختیارات و جایگاه شغلی و سازمانی خود و همچنین منابع، امکانات و سرمایه‌های بانک در جهت منافع شخص یا گروه خاصی استفاده نمایند.
- مدیران و کارکنان باید از دریافت و پرداخت‌های غیرقانونی از منابع عمومی و انحراف این منابع به سمت تخصیص‌های غیرقانونی، جعل، تخریب یا اختفاء اسناد و سوابق اداری و مالی پرهیز نمایند.
- مدیران و کارکنان باید از برگزاری جلسات و همایش‌های زاید و بی‌فایده و سفرهای پرهزینه و بی‌مورد داخلی و خارجی اجتناب نمایند.
- مدیران و کارکنان باید نسبت به وعده‌ها و سخنان خود، مسئول و پاسخگو باشند.
- مدیران و کارکنان باید تلاش نمایند تا مهارت، دانش و تخصص مربوط به وظیفه شغلی و سازمانی خود را فرا گرفته و تمام توان فنی، تخصصی و حرفه‌ای خویش را برای انجام بهینه فعالیت‌های شغلی و سازمانی به‌کار گیرند.
- مدیران و کارکنان باید رعایت نظم و انضباط را در انجام فعالیت‌های شغلی سرلوحه خود قرار داده و نسبت به حضور به‌موقع در محل کار، اهتمام ورزند.
- مدیران و کارکنان باید بیشترین تلاش را در کسب ایجاد ارزش افزوده حقیقی حلال و مبتنی بر حق بودن کلیه درآمدها و تصرفات داشته باشند.
- مدیران و کارکنان باید از عضویت، حضور و همراهی در گروه‌های غیرقانونی همچون فرقه‌های ضاله، گروهک‌های محارب و تشکیلات فراماسونری دوری نمایند.

الف-۲) ضوابط اخلاقی در رابطه مدیران با کارکنان بانک

الف-۲-۱) ضوابط اخلاقی در جذب منابع انسانی:

- مدیران باید در جذب منابع و نیروی انسانی برای بانک، عدالت را رعایت نمایند؛ بدین معنا که اعلان عمومی برای جذب، جهت فراهم‌سازی حق برابر برای همه متقاضیان و رعایت استحقاق و شایسته‌سالاری و پرهیز از پذیرش سفارش و جناحی رفتار نمودن در مصاحبه، گزینش نیروها و ارتقای شغلی داشته باشند. همچنین اعلان عمومی برای جذب نیرو نبایستی صوری و تنها جهت رفع تکلیف قانونی باشد.
- مدیران بایستی تکالیف، وظایف و مسئولیت‌هایی که از کارکنان بانک مطالبه می‌شود را در ابتدای امر به طور صریح و کامل به اطلاع متقاضیان جذب برسانند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- مدیران باید به دور از تنگ‌نظری‌ها و نگرش‌های سلیقه‌ای، نیروی انسانی شایسته، توانمند، متعهد و دارای صلاحیت اخلاقی را جذب نمایند.
- مدیران باید به اندازه لازم و مرتبط با نیازهای بانک، به جذب منابع انسانی اقدام نمایند.
- مدیران باید در روند جذب منابع انسانی، از دادن وعده و وعیدهای پوچ به متقاضیان که در واقعیت از آن خبری نیست، اجتناب کنند.
- مسئولین مربوطه باید نتایج گزینش را در اولین فرصت ممکن به افراد متقاضی اعلام نموده و آنان را در شرایط ابهام و بلاتکلیفی قرار ندهند و امکان رسیدگی به شکایات را برای آنان فراهم سازند.

الف-۲-۲)ضوابط اخلاقی در بکارگیری منابع انسانی:

- وظایف و مسئولیت‌های کارکنان بایستی مشخص و شفاف بوده و کارکنان نسبت به آن به طور کامل توجیه شوند.
- کار درخواست شده از کارکنان نباید خارج از شرح وظایف آنان و خارج از حد توان، تخصص و دانش آنان باشد.
- حقوق و مزایای کارکنان در حین خدمت یا پس از انفصال از خدمت باید در سررسید و بدون تاخیر زمانی پرداخت گردد.
- کارکنان باید از غیبت، تهمت، سوءظن، چاپلوسی، توطئه‌چینی، تخریب و کوچک جلوه دادن فعالیت مدیرانشان پرهیز نمایند.
- مدیران باید بر حسن انجام وظیفه کارکنان خود و ورود و خروج آنان نظارت دقیق داشته باشند و بایستی از بیکاری پنهان و بیهوده سپری شدن اوقات کارکنان در ساعات اداری ممانعت به عمل آورند.
- مدیران نباید نتیجه تلاش مثبت و درخشان انجام شده توسط کارکنان را منحصراً به خود نسبت دهند.
- مدیران نباید کارکنان مجموعه تحت مدیریت خود را، جهت انجام امور شخصی و غیراداری خود به کار بگیرند.
- مدیران بایستی با بکارگیری نظام پیشنهادات، امکان پیشنهاد، انتقاد و یا شکایت را برای کارکنان فراهم سازند. همچنین مدیران نباید هیچ واکنش منفی و اقدامی تلافی‌جویانه در برابر انتقاد، شکایت و دادخواهی کارکنانشان از خود نشان دهند، بلکه باید با سعه صدر در تلاش جهت رفع مشکلات و توسعه رضایتمندی افراد باشند.
- مدیران باید امکانات و لوازم کار مناسب و باکیفیت را در اختیار کارکنان خود قرار دهند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- مدیران بایستی از پذیرفتن مسئولیت‌ها و پست‌هایی که خارج از تخصص و دانش آنان است، پرهیز داشته باشند.

الف-۲-۳)ضوابط اخلاقی در توانمندسازی و پرورش منابع انسانی:

- مدیران باید به اطلاع‌رسانی و آموزش دستاوردهای جدید به منابع انسانی به منظور ارتقای کیفیت منابع انسانی و بهبود اثربخشی فردی و سازمانی آنان توجه نمایند.
- مدیران باید در حفظ و ارتقای اشتیاق، نشاط و انگیزه کار و تعاون در کارکنان کوشا باشند.
- مدیران باید به کاهش استرس و تامین امنیت روانی به منظور ارائه آزادانه نظرات و ایده‌ها (که این امر موجب پرورش خلاقیت کارکنان می‌شود)، اقدام نمایند.
- مدیران باید از کارکنان فعال، وظیفه‌شناس، کارا و اخلاق‌مدار تشویق و تقدیر نمایند.
- مدیران باید از کارکنان خلاق، نوآور و ایده‌پرداز تشویق و تقدیر نمایند.
- مدیران باید از کارکنانی که اولین اطلاعات منجر به کشف جرم و تخلف در بانک را به مقام بالاتر اطلاع می‌دهند تشویق و تقدیر نمایند؛ البته این تقدیر می‌تواند با حفظ نام صورت پذیرد.

الف-۲-۴)ضوابط اخلاقی در نگهداری منابع انسانی:

- مدیران باید تا حدامکان امنیت شغلی کارکنان را فراهم سازند.
- مدیران باید نظام ارزیابی عملکرد را طراحی نمایند و در ارتقای شغلی کارکنان رویه‌ای منصفانه داشته باشند.
- ارتقای شغلی کارکنان باید مبتنی بر دانش‌گرایی و شایسته سالاری مبتنی بر اخلاق اسلامی باشد.
- مدیران باید به طراحی عادلانه و بر اساس لیاقت و شایستگی نظام حقوق و دستمزد و نظام پاداش و اجرای دقیق آن اقدام نمایند.
- مدیران باید طراحی نظام انضباطی و تنبیهی عادلانه و منصفانه داشته و نسبت به اجرای دقیق آن اهتمام ورزند.
- مدیران باید نظام بهداشت و سلامت (همانند منع استعمال دخانیات) را طراحی و اجرا نموده و در ارتقای سطح ایمنی محیط کار کوشا باشند.
- مدیران باید اخبار و اطلاعات جدید سازمانی را به صورت مشهود اطلاع‌رسانی نمایند.
- مدیران باید در ارتقای وضعیت آراستگی و آرامش محیط کار فعالیت داشته باشند.
- مدیران بایستی از اطلاعات شخصی و محرمانه کارکنان، حتی پس از بازنشستگی و یا انفصال از خدمت صیانت نمایند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- مدیران باید در حفظ کرامت، عزت و تأمین معیشت بازنشستگان و مستمری‌بگیران و بهره‌گیری از نظرات و تجارب مفید آنها کوشا باشند.
- مدیران باید برای ایجاد و یا تقویت نظام مدیریت دانش، نظام جانشین پروری و نظام بازآموزی در حین کار برنامه‌ریزی مناسب انجام دهند.

الف-۳) ضوابط اخلاقی در رابطه کارکنان با یکدیگر

- کارکنان باید همانگونه که دوست دارند همکارانشان با آنان رفتار نمایند با همکارانشان رفتار داشته باشند.
- کارکنان باید با انتقال تجارب و تسهیم اطلاعات، به توسعه و توانمندی همکاران خود یاری برسانند.
- کارکنان باید از زیاده‌گویی، غیبت، تهمت، سوءظن، توطئه‌چینی، تخریب و کوچک جلوه دادن فعالیت همکارانشان پرهیز نمایند.
- کارکنان باید در برخورد با یکدیگر حافظ عفاف و شئونات اسلامی باشند.
- کارکنان باید از تجسس در زندگی خصوصی یکدیگر پرهیز نموده و حافظ اسرار یکدیگر باشند.
- کارکنان باید به جنسیت، قومیت، زبان، سطح اجتماعی، سطح درک و هوش یکدیگر احترام بگذارند.
- کارکنان باید خوشرو بوده و از عبوسی و ترش‌رویی پرهیز نمایند.
- کارکنان نباید یکدیگر را با القاب و اسامی ناشایست، تحقیرآمیز و موهن خطاب نمایند.
- کارکنان باید در قبال خطاهای خود پوزش بطلبند و در قبال خطاهای دیگران سعه صدر و از خودگذشتگی داشته و بدی را با نیکی پاسخ دهند.
- کارکنان باید روحیه تواضع‌ورزی، قدردانی و تشکر از دیگران را در خود تقویت نمایند.
- کارکنان باید خواسته‌های قانونی همکاران خود را در چارچوب وظایف و با صحت، دقت، سرعت و بدون تشریفات زائد اداری و تحمیل هزینه اضافی به وی ارائه دهند.
- کارکنان بایستی بر یکدیگر نظارت داشته باشند و موارد تخطی از قوانین و مقررات را به مسئول بالاتر گزارش دهند.

الف-۴) ضوابط اخلاقی در رابطه بانک با مشتریان خود

- بانک‌ها باید در ترویج فرهنگ بانکداری بدون ربا و جلب اعتماد عمومی مشتریان نسبت به نظام بانکداری اسلامی کوشا باشد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- مالکیت ارزش افزوده حاصل در مال به صورت افزایش طبیعی قیمت مال و یا نماء یا ضرر حاصل در سرمایه مشارکتی از آن دارنده سهم می‌باشد و بانک‌ها باید در رعایت اصول مشارکت دقت فراوانی داشته و سود قطعی را محاسبه و اختلاف آن با سود علی الحساب را پرداخت نمایند.
- بانک‌ها باید زمینه اجرای کامل عقود اسلامی را برای مشتریان فراهم سازد و به هر نحو ممکن از شبهه‌ناک شدن و صوری اجرا شدن قراردادها و کسب درآمد حرام، ممانعت به عمل آورند.
- بانک‌ها باید نسبت به خدمات‌رسانی به مشتریان طبقه محروم و فقیر جامعه حساسیت بیشتری داشته باشند.
- بانک‌ها باید تمامی خدمات، محصولات، امکانات، امتیازها، تغییر آئین‌نامه‌های مرتبط با مشتریان خود را به صورت شفاف و به دور از تبعیض برای همه مشتریان اطلاع‌رسانی نمایند.
- بانک‌ها بایستی بی‌طرفی و انصاف را در ارائه خدمات به مشتریان (غیر از طبقه محروم جامعه) لحاظ نمایند **و** کارکنان **بانک‌ها** نباید رابطه خویشاوندی و دوستی خود را در اعطای خدمات بانکی، مدنظر قرار دهند.
- کارکنان باید در ارائه خدمات به مشتریان از کم‌کاری و کم‌فروشی پرهیز نمایند.
- کارکنان باید در ارائه خدمات به مشتریان از شهرت‌طلبی‌های شخصی پرهیز داشته باشند.
- کارکنان باید در مواجهه با مشتریان، عفت و پاکدامنی در نگاه و کلام را رعایت نمایند.
- کارکنان بانک‌ها باید با مشتریان، خوش برخورد، مهربان، صادق، بااحترام و مودب باشند.
- کارکنان باید از تجسس در زندگی خصوصی مشتریان پرهیز نمایند.
- بانک‌ها باید حافظ حقوق و وجوه مشتریان بوده و با رعایت کفایت سرمایه از ریسک‌های مدیریت نشده دوری نمایند، به نحوی که سپرده‌گذاران هیچ نگرانی از بابت از دست رفتن سپرده‌های خود نداشته باشند.
- بانک‌ها باید از اخاذی، رشوه‌خواری و اخذ وجه از مشتریان بیش از تعرفه‌های مقرر در قانون پرهیز نمایند.
- کارکنان باید از ارائه خدماتی که شایستگی و صلاحیت انجام آن را ندارند، خودداری کنند.
- بانک‌ها باید تقاضاهای قانونی مشتریان را در اسرع وقت اجابت نمایند.
- رضایتمندی مشتریان تا حدی که خارج از دایره حقوق و قوانین نباشد، بایستی تامین شود.
- بانک‌ها بایستی در صورت ایراد ضرر و خسارت به مشتریان، آن را به بهترین نحو جبران کنند.
- نرخ سود تسهیلات اعطایی به مشتریان و نیز نرخ سود سپرده‌های آنان و نرخ کارمزدها باید منصفانه و مطابق با وضعیت اقتصادی و مقررات جاری کشور باشد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- بانک‌ها باید ابزار کمک داوطلبانه به اقشار فقیر و محروم (همانند برداشت خیرانه در هر بار استفاده از کارت‌های اعتباری) را برای مشتریان فراهم سازند.
- ساعت کاری بانک باید مشخص بوده و تمامی کارمندان مقید به رعایت آن باشند.
- بانک‌ها باید دسترسی آسان و سریع به وسائل نوشت‌افزاری مورد نیاز همانند فرم، کاربن، مهر، خودکار و نظایر آن را برای مشتریان فراهم سازند.
- بانک‌ها باید از حیث روشنایی و وسایل گرمایشی و سرمایشی، محیط ایده‌آلی را برای مشتریان فراهم آورند.
- بانک‌ها باید با تامین صندلی راحت، میز و مکان انتظار، محیط ایده‌آلی را برای مشتریان فراهم آورند.
- بانک‌ها باید برای رفاه حال مشتریان سالخورده، ناتوان و معلول حرکتی امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ویژه فراهم سازند. حتی بانک می‌تواند برای این دسته از افراد سرویس ویژه بدون نوبت تدارک ببیند.
- مشتریان باید در ورود به قراردادهای بانکی با اجبار و یا ممنوعیتی غیرقانونی مواجه نبوده و از آزادی و اختیار عمل کافی برخوردار باشند.
- کارکنان بانک‌ها بایستی از دریافت باواسطه و یا بی‌واسطه پاداش، هدیه و یا هر وجه یا کالا و خدماتی که خارج از عرف اداری می‌باشد پرهیز نمایند.
- بانک‌ها باید حافظ اسرار و اطلاعات محرمانه مشتریان باشند.
- کارکنان بانک‌ها نباید اسرار و اطلاعات محرمانه بانک را به مشتریان و یا افراد متفرقه منتقل نمایند.
- تبلیغات بانک‌ها نباید گمراه‌کننده و اغواکننده باشد و بایستی تماماً منطبق بر ارائه خدماتی باشد که بانک آن را در واقعیت به مشتریان عرضه می‌نماید.
- قراردادهای بانکی 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.
- بانک‌ها نباید از نام، نشانی، شماره تلفن و دیگر مشخصات مشتریان در راه بازاریابی و تبلیغات استفاده نمایند، مگر آنکه قبلاً رضایت کتبی آنان اخذ شده باشد.
- بانک‌ها باید گزارشی از نحوه استفاده از وجوه مشتریان را به اطلاع مشتریان برسانند.
- بانک‌ها باید گزارشی از وضعیت رعایت منشور اخلاقی در بانک خود را به اطلاع مشتریان برسانند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

الف-۵) ضوابط اخلاقی در رابطه بانک با سهامداران خود

- بانک‌ها باید به نحوی رفتار نماید که خطر کاهش ارزش سهام بانک کاهش یابد.
- بانک‌ها باید نهایت تلاش و کوشش را برای سلامت، بقا، بهبود و توسعه سازمانی از خود نشان دهند تا سودآوری سهامداران افزایش یافته و برتری رقابتی بیشتر فراهم آید.
- بانک‌ها باید نهایت تلاش خود را جهت ارتقا و درخشندگی نام تجاری بانک در نظام بانکی کشور از خود نشان دهند.
- استفاده از منابع و دارایی‌های بانک بایستی توأم با احتیاط و مراقبت باشد و پایبندی به اصول امانتداری به طور کامل رعایت گردد.
- بانک‌ها باید گزارش‌هایی شفاف، صحیح و به موقع را به سهامداران خود ارائه نمایند.
- بانک‌ها باید نهایت همکاری را در برگزاری مجمع سالیانه داشته باشند.
- بانک‌ها باید در قبال سهامداران نقدپذیر و پاسخگو باشند.
- بانک‌ها بایستی در انجام تصمیم‌های عمده با سهامداران خود مشورت نمایند.

ب) ضوابط اخلاق حرفه‌ای بین بانکی

این ضوابط به رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی در رابطه بانک‌ها با بانک مرکزی و رابطه بانک‌ها با یکدیگر اشاره دارد. رعایت این ضوابط موجب انسجام و اتحاد بیشتر نظام بانکی، مدیریت بهتر نظام پولی و مالی کشور توسط بانک مرکزی، افزایش کارایی و بهره‌وری نظام بانکی، پیگیری پرقدرت اهداف مشترک بانکی، تقویت زیربناهای مالی بانک‌ها در مواجهه با بحران‌ها و رویدادهای پیش‌بینی نشده، انتقال تجربیات و ایجاد همبستگی و همکاری چندجانبه جهت ارتقای فناوری و سرعت بخشیدن به بومی‌سازی محصولات جدید عرضه شده در عرصه بانکداری بین‌الملل و غیره می‌شود.

- بانک‌ها باید قوانین و مقررات بانک مرکزی را به دقت و به موقع اجرایی سازند و گزارشات مربوطه را در زمان‌های تعیین شده به این بانک تحویل دهند.
- بانک‌ها بایستی در مبادلات بین بانکی الزامات شرعی و قانونی را رعایت نموده و به حقوق یکدیگر احترام بگذارند.
- بانک‌ها باید در رفتار خود با یکدیگر از کیان عمومی و هویت جمعی نظام بانکی و جایگاه آن در نظام اقتصادی کشور به طور مناسب دفاع کنند و باعث تقویت آن شوند.
- بانک‌ها باید رعایت حریم خصوصی بانک‌های دیگر را نموده و از تجسس در مسائل محرمانه آنها برحذر باشند.
- بانک‌ها باید از انتشار شایعات و اخبار غیرقطعی که باعث برهم خوردن آسایش و آرامش روانی رقبا می‌شود، پرهیز نمایند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

- بانک‌ها باید به حق مالکیت معنوی بانک‌های دیگر در مسائل مختلف احترام بگذارند.
- تبلیغات بانک‌ها نباید به صورتی باشد که دیگر بانک‌ها را تخریب و خدمات آنان را بی‌ارزش جلوه بدهد.
- بانک‌ها بایستی در صورت ایراد ضرر و خسارت به بانک‌های دیگر، آن را به بهترین نحو جبران کنند.
- در صورت ایجاد اختلاف در بین بانک‌ها، نبایستی این اختلاف به سطح جامعه تسری یافته و وجهه نظام بانکی تضعیف گردد. بانک‌ها باید این اختلافات را در جوی صمیمانه و با نظارت شورای هماهنگی بانک‌ها برطرف سازند.

ج) ضوابط اخلاق حرفه‌ای فرابانکی

این ضوابط به رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی در رابطه‌ای که نظام بانکی با دیگر بخش‌های کشور دارد اشاره می‌نماید. رعایت این ضوابط موجب حفاظت از مصالح اجتماعی سیاسی و حقوق شهروندی عامه مردم، حفاظت از منافع بین‌نسلی، حفاظت از محیط زیست، ترویج اصول فرهنگی اخلاقی در سطح جامعه، توزیع عادلانه درآمدها، قوام و پیشرفت اقتصادی، کاهش شکاف طبقاتی، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و مناطق محروم می‌شود.

- بانک‌ها باید از تامین مالی و ارائه تسهیلات به واحدهای آلوده‌کننده محیط زیست همانند واحدهای تولید سوخت‌های فسیلی که مسبب باران اسیدی می‌شوند، واحدهایی که تولیداتشان موجب گرم شدن کره زمین می‌شود، سازندگان مواد شیمیایی غیربهداشتی که به تخریب لایه اوزون می‌انجامد، شرکت‌هایی که به برداشت غیرحفاظتی از محصولات طبیعی مانند درختان، ماهیان و آبزیان اقدام می‌نمایند، پرهیز کنند.
- بانک‌ها باید از واحدهای تولیدی پاک، شرکت‌هایی که از انرژی‌های تجدیدپذیر و کارا همچون باد، انرژی امواج دریا و یا رودخانه در فرایند تولیدی خود استفاده می‌برند؛ شرکت‌هایی که به برداشت حفاظتی از محصولات طبیعی مانند درختان و ماهیان و آبزیان اقدام می‌نمایند و شرکت‌هایی که تولیداتشان به هر نحوی به صیانت و بهبود محیط زیست منجر می‌شود، حمایت کرده و برای آنان امتیاز بیشتری در دریافت تسهیلات برخوردار باشند.
- بانک‌ها باید در ساختمان خود با استفاده از مواد سازگار با محیط زیست و بهره‌گیری از فناوری‌های روز همچون استفاده از سخت‌افزارها و لامپ‌های کم‌مصرف برقی، شیشه‌های دوجداره، دیوارها و کف‌پوش‌های عایق از هدر رفتن منابع طبیعی و استفاده نابهینه از آنان جلوگیری به عمل آورند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

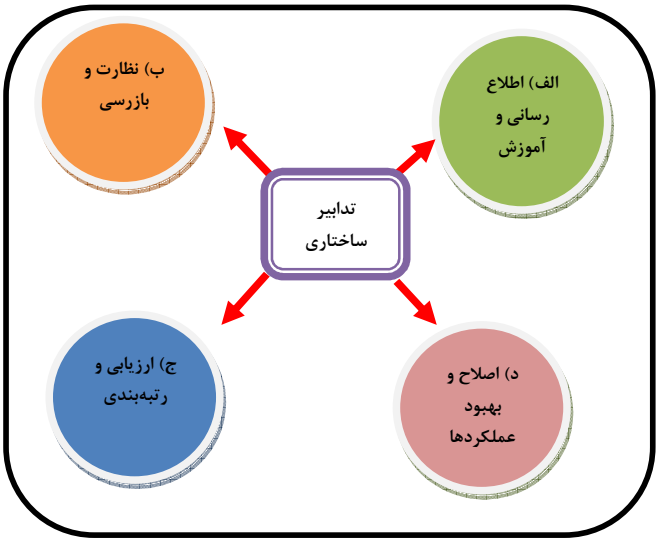
- بانک‌ها باید با ترتیب دادن شرایطی همچون تفکیک کاغذ از دیگر زباله‌ها، امکان برگشت دوباره مواد مستهلک به چرخه تولید را فراهم سازند و با استفاده از فناوری‌های روز همچون بانکداری الکترونیکی، به شکلی عمل کنند که منابع مصرفی همچون کاغذ، کمتر مورد استفاده قرار گیرد.
- بانک‌ها باید با استفاده از فناوری‌های روز همچون بانکداری الکترونیکی، به شکلی عمل کنند که مشتریان، کمترین نیاز را برای مراجعه حضوری به شعب بانک‌ها داشته باشند و از این طریق به کاهش حجم ترافیک شهری و آلودگی محیط زیست کمک رسانند.
- بانک‌ها باید در ارائه خدمات خود منافع بین‌نسلی و منابع و تولید ملی را مدنظر داشته باشند و از رفتارها و یا ارائه توصیه‌هایی که تضادی با آنان دارد خودداری نمایند.
- بانک‌ها باید از اقداماتی که ثبات و امنیت نظام اقتصادی کشور را با مخاطره همراه می‌سازد (همچون پول‌شویی و همکاری در اختلاس، فساد نظام اداری و جرایم سازمان یافته) اجتناب نماید.
- بانک‌ها باید از استفاده از وجوه مالی خود در فعالیت‌های غیرمشروع و مبتنی بر أکل مال به باطل پرهیز نمایند.
- سیاست‌های بانک‌ها بایستی در راستای تداول ثروت و گردش مال در بین عموم افراد جامعه باشد.
- خدمات بانکی باید توزیع عادلانه در سطح کشور داشته باشد و مناطق محروم را مورد توجه قرار دهد.
- بانک‌ها باید از فعالیت‌هایی که در پی اشتغال‌زایی و خودکفایی افراد فقیر و خروج آنان از فقر هستند، حمایت و پشتیبانی مالی کرده و بخشی از منابع خود را صرف تامین مالی خرد و حمایت از اقشار فقیر نمایند.
- بانک‌ها باید به منظور جذب و نگهداری نیروهای متخصص در استان‌های کمتر توسعه یافته و مناطق محروم زمینه‌سازی‌های لازم را به عمل آورند.
- شعب و مراکز بانکی نباید مزاحمتی برای همسایگان ایجاد نموده و در صورت ایجاد، بایستی به طریقی جبران گردد.
- بانک‌ها باید از تامین و حمایت مالی واحدهایی که موجب آزار و اذیت حیوانات شده و از آنان در روش‌های غیراصولی بهره‌برداری اقتصادی می‌نمایند، پرهیز کنند.

۳.۵. تدابیر ساختاری

تدابیر ساختاری پیشنهادی این پژوهش، از چهار بخش «اطلاع‌رسانی و آموزش»، «نظارت و بازرسی»، «ارزیابی و رتبه‌بندی» و «اصلاح و بهبود عملکردها» تشکیل می‌شود که در ادامه به تشریح آن می پردازیم:

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

نمودار ۴. محورهای تدابیر ساختاری



الف) اطلاع‌رسانی و آموزش

آموزش یکی از اصلی‌ترین راهکارهای آماده‌سازی نیروها در برابر معضلات و نارسایی‌های اخلاقی است. از این‌روست که جدی گرفتن این مقوله، بانک را تا حد زیادی در برابر خطرات اخلاقی بیمه می‌سازد. بنابراین پیشنهاد می‌شود تمامی بانک‌ها شورا و یا کارگروهی با عنوان «شورای اخلاق» تشکیل دهند که ضمن عهده‌داری مسئولیت آموزش و اطلاع‌رسانی، در مواقعی که چالش و یا گره اخلاقی در امری پدید می‌آید، به ارائه بهترین راه‌حل اقدام نماید. البته نکته مهم آن است که بعد آموزش و یاددهی ضوابط و ضوابط اخلاقی بانک، تنها محصور در برگزاری چند کلاس و جلسات هم‌اندیشی متعدد نیست؛ از این‌رو نیاز است که به نکات ذیل توجه ویژه شود:

اول آن‌که رفتار مدیران و مقامات مسئول چه درون بانک و چه بیرون بانک (مقامات سیاسی و فرهنگی و اجتماعی بالادستی) اثرگذاری شدیدی بر رفتار کارکنان و زیردستان داشته و الگوی عملی بودن در رفتار و منش اخلاقی خود از بزرگترین راه‌های آموزش و پرورش افراد می‌باشد. به همین منظور توصیه می شود مدیران دستگاه‌ها نیز حتی‌الامکان در جلسات آموزشی مشارکت داشته باشند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

دوم آن‌که بایستی برگزاری نشست‌های منظم و مستمر با حضور اساتیدی خوش کلام و مجرب و در مکان‌ها و زمان‌هایی مناسب به منظور اطلاع‌رسانی و آموزش ضوابط و مقررات اخلاقی و اجرای برنامه‌های فرهنگی در دستور کار قرار داشته باشد.

سوم آن‌که در بازبینی ضوابط اخلاقی از حضور و نظرات کارکنان بانک استقبال شود که این امر بعد آموزشی قدرتمندی در خود دارد. به عنوان نمونه می‌توان جلساتی دوره‌ای با حضور کارمندان و مدیران بانک برگزار نمود و از کارمندان خواست نظرات، پیشنهادات خلاقانه و یا انتقادات و مشکلات خود را در رابطه با اجرای ضوابط اخلاقی در بانک، با مدیریت مجموعه درمیان بگذارند و سپس برای مشکلات راه‌حل‌هایی را پیشنهاد بدهند. به این ترتیب، ضمن بررسی و بازبینی ضوابط اخلاقی، می‌توان نظرات اعضای حاضر را جمع‌آوری نمود که این خود زمینه‌های اجرای این ضوابط در سازمان را تسهیل می‌بخشد. در واقع، یکی از بهترین روش‌های آموزش به کارکنان، درخواست ارائه راه‌حل از آنان برای رفع معضلات پیچیده اخلاقی در بانک است.

چهارم آن‌که، مراحل آشنایی کارکنان جدید بانک با دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌های اخلاقی و آموزش آنان از همان بدو ورود به بانک در برنامه های عملیاتی بانک مورد توجه واقع شود. به عبارتی بایستی کارکنان تازه وارد را در طی زمانی که با ساختار سازمانی بانک آشنا می‌شوند با برنامه‌های اخلاقی آشنا نمود تا سازگاری آنان با سازمان بانک توأمان با فراگیری الزامات اخلاقی باشد. در این خصوص در آئین نامه‌های اجرایی نظام سلامت اداری نیز روش‌هایی پیش بینی شده که از آن جمله می‌توان به برگزاری رسمی مراسم سوگند کارکنان، امضای منشور اخلاقی و اخذ تعهد برای حفظ شئونات اسلامی به ویژه در خصوص رعایت عفاف و حجاب اشاره نمود.

و پنجم آن‌که برقراری و اجرای نظام عادلانه و دقیق، تشویق و تنبیه متناسب با عملکرد، بر رغبت افراد در آموختن، یادگیری و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای می‌افزاید.

ب) نظارت و بازرسی

این نظارت با تشکیل «کارگروه مدیریت اخلاق و سلامت اداری» با ریاست یکی از مدیران برجسته بانک (یکی از اعضای هیأت مدیره) و دبیری مدیر حوزه مدیرعامل و هیأت مدیره یا مدیر بازرسی دستگاه و عضویت مدیران مرتبط و چند شخصیت علمی- فرهنگی عملیاتی و زیر نظر «شورای سلامت اداری» برنامه‌های اجرایی خود را شروع می‌کند. ساختار نظارت و بازرسی به دو بخش درونی و بیرونی بانک معطوف خواهد بود. در بخش داخلی نقش اصلی در فعالیت‌های دبیرخانه‌ای با مدیریت حوزه مدیرعامل یا مدیر بازرسی دستگاه و بخش بیرونی با دبیری بخش روابط عمومی بانک به اجرا در می‌آید.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

یکی از مهم‌ترین ضمانت‌های اجرایی چارچوب و ترتیبات یاد شده فوق، مجوزهای قانونی و دستورالعمل‌های اجرایی مربوط به قوانین و اسناد بالادستی مورد اشاره است. برای نمونه به بخش‌هایی از این ترتیبات اجرایی اشاره می‌شود:

۱- براساس ماده ۲۵ قانون مدیریت خدمات کشوری: مدیران و کارمندان دستگاه‌های اجرایی، خدمتگزاران مردم هستند و باید با رعایت موازین اخلاق اسلامی و اداری و طبق سوگندی که در بدو ورود ادا نموده و منشور اخلاقی و اداری که امضا می‌نمایند، وظایف خود را به نحو احسن در راه خدمت به مردم و با در نظر گرفتن حقوق و خواسته‌های قانونی آنها انجام دهند.

۲- براساس تبصره ۱ این قانون: اصول و مفاد منشور فوق‌الذکر و تعهدات کارمندان دستگاه‌های اجرایی با پیشنهاد معاونت توسعه مدیریت به تصویب هیأت وزیران می‌رسد[۱].

۳- دستور رئیس جمهور به وزیر کشور در خصوص ضرورت تشکیل شورای فرهنگی اجتماعی متشکل از نخبگان و صاحبنظران جهت برنامه‌ریزی و هماهنگی فعالیت‌های عمومی و حفظ حریم اجتماعی (موضوع ابلاغیه شماره ۲۱۸۹۶۲ مورخ ۱۳۸۷/۱۱/۲۴).

۴- برنامه‌های درون سازمانی ۱۱ گانه ترویج فرهنگ و عفاف سال ۱۳۹۲ در دستگاه‌های اجرایی، ابلاغیه شماره ۸/۵۲۴۱۸ مورخ ۹۲/۴/۲۵ قائم مقام وزیر در امور اجتماعی و فرهنگی وزیر کشور و دبیرستاد صیانت از حریم امنیت عمومی و حقوق شهروندان وزارت کشور.

۵- در اجرای سازوکار نظارتی اتخاذ شده در خصوص قانون سلامت اداری از تابستان امسال شورای دستگاههای نظارتی با ایجاد ساز و کار مناسبی در قالب نرم افزار جامع با شکل‌دهی بانک اطلاعات ویژه که ناظر به گردآوری اطلاعات و اقدامات هر دستگاه است سعی در نهادینه‌سازی تدابیر اجرایی نموده و نمایشگاهی از فعالیتهای دستگاه‌های اجرایی در سیزدهمین اجلاس آمبودزمان آسیایی ۱۵ تا ۱۷ مهرماه با حضور هیئت‌هایی از ۲۰ کشور خارجی به میزبانی سازمان بازرسی کل کشور در تهران برگزار گردید.

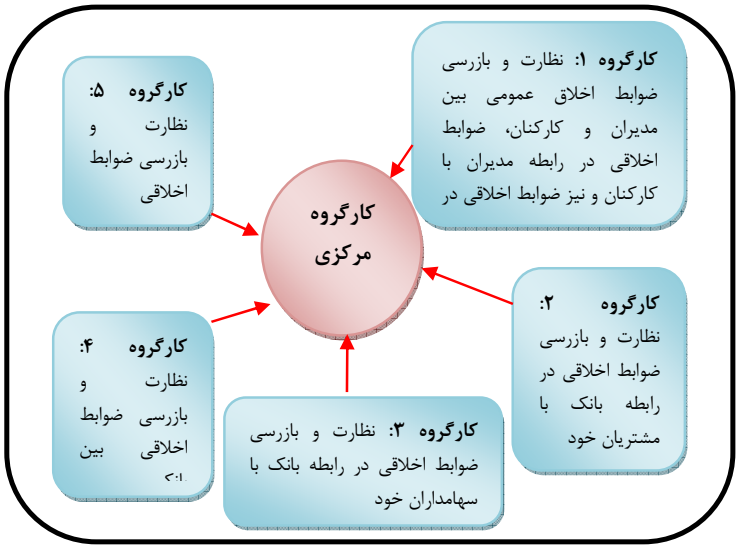
اما در خصوص سازوکار نظارتی جهت اجرایی شدن هرچه بیشتر ضوابط اخلاقی می‌توان گفت، با توجه به ضوابط اخلاقی تدوین شده، پنج کارگروه صیانت از ضوابط اخلاقی به شماره‌های یک تا پنج تشکیل می‌گردد. این کارگروه‌ها براساس ضوابط اخلاقی چک لیست‌هایی را تهیه و در اختیار ناظرین و مصاحبه‌کنندگان قرار می‌دهند.

---

[۱]- این آئین‌نامه به شماره ۲۳۹۱۴/ ت۴۳۹۱۴ ک مورخ ۱۳۸۸/۱۱/۲۱ به تصویب هیأت وزیران رسیده است. برای مطالعه این موارد ر.ک: قوانین و مقررات تأمین سلامت اداری و مقابله با فساد؛ گردآوری و تنظیم: یوسف رونق، انتشار فرمنش، ۱۳۹۲.صص:۴۰-۱۵.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

نمودار ۵. کارگروه‌های صیانت از ضوابط اخلاقی در نظام بانکی



چک لیست‌های کارگروه ۱ از طریق مصاحبه، مشاهده و نظرخواهی از تعداد مشخصی از مدیران وکارکنان بانک مورد نظر تکمیل می‌شود. چک لیست‌های کارگروه ۲ از طریق مصاحبه، مشاهده و نظرخواهی از تعداد مشخصی از مشتریان بانک مورد نظر تکمیل شده و در نهایت، چک لیست‌های کارگروه‌های ۳، ۴ و ۵ از طریق مشاهده و جمع‌آوری اطلاعات میدانی تکمیل می‌گردد. لازم به ذکر است، کلیه مراحل انتخاب پاسخ‌دهندگان به صورت تصادفی بوده و اطلاعات دریافتی با حفظ نام و به صورت محرمانه ضبط و ثبت می‌گردد.

ج) ارزیابی و رتبه‌بندی

پس از بازرسی، نظارت و تکمیل نمودن چک لیست‌ها وگزارشات مربوطه توسط کارگروه‌های نظارتی، امتیازات هر بانک در هر کدام از کارگروه‌ها با وزن مشخص، جمع‌بندی شده و در نهایت امتیاز کل هر بانک اعلام گردیده و بانک‌ها یک بار در شاخه‌های مختلف و یک بار در مجموع رتبه‌بندی می‌شوند.البته این نظارت و بازرسی و سپس ارزیابی و رتبه‌بندی در سه حیطه شهری، استانی و کشوری قابل اجرا بوده و بانک‌ها می‌توانند در راستای تقویت فضای رقابت بین بخش‌ها و شعب خود، این نظارت و رتبه‌بندی را به صورت استانی انجام داده و استان برتر را مورد تشویق قرار دهد. بدیهی است با اعلام نتایج و تشویق استان برتر، رقابتی در جهت بهبود اجرای ضوابط اخلاقی در درون بانک‌ها اتفاق خواهد افتاد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

د) اصلاح و بهبود عملکردها

پس از ارزیابی و رتبه‌بندی بدیهی است که برخی از بخش‌ها با نقص و مشکل مواجه باشند. مدیریت بانک بایستی با انجام اقدامات اصلاحی به بهبود اخلاقی عملکردها بپردازد. فرض شود بانکی در دو سوال «آیا مدیران و کارکنان بانک از وقت اداری در جهت انجام وظایف، نهایت استفاده را برده و از اتلاف وقت پرهیز می‌کنند؟» و «آیا بانک تمامی خدمات، محصولات، امکانات، امتیازها و یا تغییر آئین‌نامه‌های مرتبط با مشتریان خود را به صورت شفاف و به دور از تبعیض برای همه مشتریان اطلاع‌رسانی می‌نماید؟» نمره خوبی کسب نکرده باشد. در این حال بایستی برنامه‌هایی مدون و دقیق جهت پرهیز دادن مدیران و کارکنان از اتلاف وقت و استفاده بیشتر از وقت اداری و همچنین شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی بیشتر خدمات، محصولات، امکانات، امتیازها و یا تغییر آئین‌نامه‌های مرتبط به مشتریان بانکی، در دستور کار بانک قرار گیرد.

۶. موانع برقراری نظام بانکداری اخلاقی

در مسیر برقراری نظام بانکداری اخلاقی موانعی وجود دارد که تا مدیریت نظام بانکی در سطح کلان و یا مدیریت یک بانک در صدد برطرف نمودن آن نباشند، استقرار ضوابط اخلاقی در بانک دور از دسترس خواهد بود. در ادامه مهم‌ترین موانع برقراری نظام بانکداری اخلاقی در نظام بانکی بیان می‌شود:

۱.۶. عدم وجود نگرش راهبردی به بانکداری اخلاقی

بانکداری اخلاقی در یک نگرش کلان راهبردی، به مسئولیت‌پذیری بانک در قبال حقوق همه عناصر محیطی اعم از داخلی و خارجی اشاره دارد. نگرش غیرراهبردی به بانکداری اخلاقی، قدرت انجام‌پذیری را از آن گرفته و آن را تا سطح مسئولیت اخلاقی جزئی و فردی در برخی از مناصب شغلی بانک پایین می‌آورد. مدیریت بانک باید بپذیرد که اجرای بانکداری اخلاقی در همه زوایا و اضلاع آن نیازمند یک نقشه راه و استراتژی بلندمدت و راهبردی است. اکتفا به اجرای چند توصیه اخلاقی و برگزاری چند نشست ساده به معنای اجراسازی بانکداری اخلاقی نیست. باید داشته‌ها و نداشته‌ها، ضعف‌ها و قوت‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها احصاء شود و براساس آن در یک زمان‌بندی مناسب، نقشه راه اجرای بانکداری اخلاقی در دستور کار قرار گیرد.

۲.۶. تحویلی‌نگری در بانکداری اخلاقی

تحویلی‌نگری نگرش یک بعدی و تحویل و تقلیل یک پدیده چند وجهی و چند ضلعی به یک وجه یا ضلع آن و تحویل یک شکل به جزئی از آن و تحویل یک پدیدار به مقطعی از تاریخ آن است. تحویلی‌نگری در سازمان باعث رشد ناموزون یک جنبه و یک ضلع و رکود دیگر جنبه‌ها و اضلاع می‌شود. از آنجا که تحویلی‌نگری مانع دیدن جامع مشکلات می‌شود، مهارت تشخیص و حل مسئله

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

را دچار انحراف می‌کند. تحویل و تبدیل مسئولیت‌های اخلاقی به مسئولیت‌های جزئیِ حرفه‌ای و شغلی از مصادیق تحویلی‌نگری در بانکداری اخلاقی بشمار می‌رود. بانک اخلاقی در برابر تمامی کارمندان خود، مشتریان خود، سهامداران خود، بانک‌های دیگر شبکه بانکی، بانک مرکزی، سایر دستگاه‌های مرتبط قانونی و اداری کشور و همچنین در برابر فرهنگ و اخلاق و اقتصاد و محیط زیست و منافع بین‌نسلی جامعه خود و نیز جامعه جهانی دارای مسئولیت است. تحویل ضوابط اخلاقی چندوجهی بانک به چند بند منشور اخلاقی و چند شعار کلی و غیرعملیاتی از دیگر انواع تحویلی‌نگری در بانکداری اخلاقی است. همچنین تحویل بانکداری اخلاقی به صرف مشتری‌مداری نیز نقصی بزرگ بشمار می‌رود. گاه توجه تنها به مشتریان بانک، به قیمت عدم توجه به کارکنان بانک صورت می‌گیرد؛ در حالی که در حقیقت، رضایت مشتری بدون رضایت کارکنان حاصل نمی‌آید. در حوزه اخلاق، قاعده ظروف به هم پیوسته جاری است (بینش، ۱۳۹۰). نادیده گرفتن حقوق کارکنان اثر منفی خود را بر عدم رعایت حقوق مشتری از سوی کارکنان برجای خواهد گذاشت. از این‌رو است که اگر بانکی صرفاً بر محور مشتری‌داری متمرکز باشد و ابعاد دیگر بانکداری اخلاقی را رها سازد سزاوار نیست که برند بانک اخلاقی را به آن منتسب نماییم.

۳.۶. فرافکنی

فرافکنی، نادیده گرفتن نقش خود و تاکید شدید بر نقش عوامل محیطی است. این حالت، تناقض «من به شرط او» را پدید می‌آورد به صورتی‌که شخص یا سازمان، اخلاقی بودن خود را منوط و مشروط بر اخلاقی بودن دیگران یا دیگر سازمان‌ها می‌کند. یک بانک اخلاقی بایستی صرف نظر از وضعیت دیگر بانک‌ها و موسسات مالی، رعایت اخلاق در مجموعه خود را یک ارزش و افتخار به حساب آورد و نباید مسئولیت‌های اخلاقی را متوقف بر اخلاقی‌بودن مشتریان، سایر بانک‌ها و یا دیگر سازمان‌ها نماید.

۴.۶. انتخاب نامطلوب در تعارضات اخلاقی

تعارضات اخلاقی در نظام بانکی یعنی وضعیتی که بانک با دو راهه‌ای مواجه می‌شود که هر دو راه به نوعی غیراخلاقی به نظر می‌رسند. به عنوان نمونه، افشای اطلاعات شخصی یک کارمند (دال بر امکان تخلف و فساد اداری و اقتصادی وی) توسط کارمند دیگر، امری ناپسند است اما اگر این رازداری متضمن خیانت به مجموعه بانک باشد نیز نارواست؛ یا که هنگامی که بانک با شرکت و یا اشخاص حقیقی و حقوقی شراکت اقتصادی دارد و در این حین متوجه خلاف و تخلفی می‌شود، اطلاع آن به مراجع قضایی و امنیتی به نوعی خیانت در امانت و هتک اصول رازداری در مشارکت است، اما از سوی دیگر پنهان‌کاری و سرپوش گذاشتن بر آن، خیانت به امنیت نظام اقتصادی و اجتماعی جامعه خواهد بود. ساده‌ترین راه حل که در نظام مبتنی بر قواعد اسلامی توصیه می‌شود،

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

استفاده از قاعده دفع افسد به فاسد است. البته بایستی معیار رجحان فاسد به افسد قانون‌مداری و مصالح اسلام و مسلمین باشد و نه صرف سودآوری بانک.

۵.۶. موانع فیزیکی و روانی محیط کار

بدیهی است موانع فیزیکی محیط کار همچون احداث بانک در نامناسب‌ترین مکان‌های شهری و یا استفاده از امکانات رفاهی فرسوده در ساختمان بانک که مشتریان را به زحمت می‌اندازد و سایر مصادیق دیگر برقراری بانکداری اخلاقی را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد. همچنین موانع روانی همچون تعارض صف و ستاد و یا مدیران سطوح پایین و مدیران در بانک و یا احساس تبعیض و جانبداری غیرمنصفانه از سوی کارمندان در مواجه با اعطای امتیازات ویژه و ارتقاهای شغلی نیز در برقراری نظام بانکداری اخلاقی دچار مشکل می‌نماید.

نتیجه‌گیری

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. در این مقاله، راهکارهای برقراری نظام بانکداری اخلاقی در نظام بانکداری ایران در قالب سه محور «تعیین خط‌مشی اخلاقی»، «تدوین ضوابط اخلاقی» و «تدابیر ساختاری» پیشنهاد گردید. محور اول شامل سه بخش موازین و اصول اسلامی، اسناد بالادستی و تجارب سایر کشورها، محور دوم شامل ضوابط اخلاقی درون بانکی، بین بانکی و فرابانکی و در نهایت محور سوم شامل اطلاع‌رسانی و آموزش، نظارت و بازرسی، ارزیابی و رتبه‌بندی و اصلاح و بهبود عملکردها بوده است. همچنین عدم وجود نگرش راهبردی به بانکداری اخلاقی، تحویلی‌نگری در بانکداری اخلاقی، انتخاب نامطلوب در تعارضات اخلاقی، فرافکنی، موانع فیزیکی و روانی محیط کار از مهم‌ترین موانع برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی عنوان گردید.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

منابع

۱. بینش، مسعود (۱۳۹۰)، موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها، تهران: نشریه صنعت خودرو، سال پانزدهم، شماره ۱۶۱.

۲. تلمسانی، ایسام و رابین ماتیوس (۱۳۸۷)، بانکداری اخلاقی: نگاه اسلامی، ترجمه فائزه سادات سجادیان، نشریه دین و اقتصاد، سال دوم، شماره ۷ و ۸.

۳. رونقی، محمدحسین و کامران فیضی (۱۳۹۰)، ارائه الگوی اخلاق کاری کارکنان بانک‌های خصوصی ایران، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم، ش۲.

۴. سیدجوادین، سید رضا و مجتبی براری و کاظم ذبیح‌زاده (۱۳۹۰)، رعایت اخلاق در فعالیت‌های بانکی و تاثیر آن بر روابط میان بانک و مشتری، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال سوم، ش ۵.

۵. عیوضلو، حسین (۱۳۸۷)، درآمدی بر معرفی ارکان و هسته سخت اقتصاد اسلامی، دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی، سال اول، شماره ۱.

۶. عیوضلو، حسین و قلیچ، وهاب (۱۳۹۳)، بانکداری اخلاقی با رویکرد اسلامی: ضوابط اخلاقی و تدابیر سازمانی، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی.

۷. عیوضلو، حسین و قلیچ، وهاب (الف ۱۳۹۴)، بانکداری اخلاقی؛ درس‌هایی برای نظام بانکی ایران، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۱۰.

۸. عیوضلو، حسین و قلیچ، وهاب (ب ۱۳۹۴)، علل اخلاقی وقوع بحران مالی ۲۰۰۸ و نقش بازدارنده بانکداری اخلاقی در پیشامد بحران‌های مشابه، فصلنامه راهبرد توسعه، شماره ۴۴.

۹. عیوضلو، حسین و حسین میسمی (۱۳۸۷)، بررسی نظری ثبات و کارایی بانکداری اسلامی در مقایسه با بانکدرای متعارف، فصلنامه اقتصاد اسلامی ، شماره ۳۱.

۱۰. فرامرز قراملکی، احد (۱۳۹۰)، درآمدی بر اخلاق حرفه‌ای، تهران: موسسه مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی، انتشارات سرآمد، چاپ چهارم.

۱۱. قلیچ، وهاب (۱۳۹۰)، بانکداری اخلاقی در جهان، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی ج.ا.ا.

۱۲. قلیچ، وهاب (۱۳۹۱)، پیامدهای مثبت بحران مالی ۲۰۰۸: فرصتی برای بانکداری اخلاقی، فصلنامه تازه‌های اقتصاد، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی ج.ا.ا، شماره ۱۳۶.

۱۳. مر، هس (۱۳۸۲)، اخلاق در مدیریت، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۱۴. مقنی‌زاده اشکذری، محسن (۱۳۸۴)، نقش راهبردی اخلاق حرفه‌ای در موفقیت سازمانی در صنعت‌معدن، پایان‌نامه تحصیلات تکمیلی، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

1. Ahmed, P.K. and Rafiq, M.(2003), Internal marketing issues and challenges. European Journal of Marketing,37(9), pp.1177-1186.
2. Beatty, S.E., Mayer, M., Coleman, J.E., Reynolds, K.E. and Lee, J. (1996), «Customer-sales associate retail relationships», Journal of Retailing, 72(3):223– 47.
3. Buckly, M. R. D., Beu، D. & Frink ،D.D. (2001), «Ethical issues in human resources systems», Human Resource Management Review،11(15)،11-29.
4. Chen, M. F. And Mau, L. H. (2009), «The impacts of ethical sales behavior on customer loyalty in the life insurance industry», The Service Industries Journal, 29(1), 59–74.
5. Donaldson, T. & Davis, K. (1990), «Business ethics», Management Decision, 28: 23-24(6).
6. Ehigie, B. O. (2006), «Correlates of customer loyalty to their bank: a case study in Nigeria, International Journal of Bank Marketing», 24(7), 494-508.
7. Gauzente C., Ranchhod A. (2001), «Ethical Marketing for Competitive Advantage on the Internet», Academy of Marketing Science Review, 10, 1-7.
8. Hansen, J. D and Riggle, R. J. (2009), «Ethical salesperson behavior in sales relationships, Journal of Personal Selling & Sales Management», 2, 151-166.
9. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P and Gremler, D. D. (2002), Understanding Relationship Marketing Outcomes an Integration of Relational Benefits and Relationship Quality, Journal of Service Research, 4(3), 230-247.
10. Khan, Amanullah & Khurram shahzad (2012), «work outcomes of Islamic work ethics: evidence from Pakistan», journal of Islamic business and management, Islamabad: riphah center of Islamic business riphah international university, vol 2, issue 1, 174-175.
11. Meshkin FS (1991), Anatomy of a Financial Crisis، IN: Nber Working Papers، Series No 3934، National Bureau of Economic Research.
12. Muller A (2008), ***what is behind of critical crisis?***, Ludwig von Mises Institute 14- Advancing the scholarship of liberty in the tradition of the Austrian School، Tu Ne Cede Malis.
13. Roman, s and Ruiz, S. (2005), «Relationship Outcomes of Perceived Ethical Sales Behavior: The Customer's Perspective», Journal of Business Research, 58 (4), 439–445.
14. Roman, S. (2003), «The Impact of Ethical Sales Behaviour on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty to the Company: An Empirical Study in the Financial Services Industry», Journal of Marketing Management, 19 (9/10), 915–939.
15. Sirdeshmukh, D., Singh, J. and Sabol, B. (2002), Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges, Journal of Marketing, 66(1), 15–37.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

16. Whalen, J., Pitts, R. E. And Wong, J. K. (1991), «Exploring the Structure of Ethical Attributions as a Component of the Consumer Decision Model: The Vicarious Versus Personal Perspective», Journal of Business Ethics, 10, 285-293.
17. Wray, B., Palmer, A. And Bejou, D. (1994), «Using Neural Network Analysis to Evaluate Buyer-Seller Relationships», European Journal of Marketing, 28(10), 32-48.
18. Wright, ND and Pearce, JW and Busbin, JW. (1997), Linking customer service orientation to competitive performance: does the marketing concept really work? Journal Marketing Theory Practice 4, pp. 23-34.
- http://www.Islamic-finance.net
- http://www.maybank.com
- http://www.goodwithmoney.co.uk
- http://www.bot-tz.org
- http://www.theconvention.org
- http://www.tbb.org.tr
- http://www.centralbankmalta.org
- https://www.alliancebankva.com
- http://www.abanksb.bg
- http://www.shared-interest.com
- http://www.tcfbank.com
- http://www.wisegeek.com
- http://www.social-banking.org
- http://www.grameen-info.org

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-17]