# دور البنوك المصرية في دعم التمويل المستدام وانعكاسه على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة

## دراسة ميدانية

**د. شيماء عبدالعاطي سعيد***

**الملخص:**

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في الرصد الكمي والتفسير الكيفي لمساهمة البنوك المصرية في تمويل ودعم التوجه نحو الاقتصاد الأخضر وتمويل المشروعات التي تهدف للمحافظة على البيئة والصيرفة الخضراء في مصر، وكيف انعكس هذا على مستوى الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة العاملين في تلك البنوك، وتم توظيف منهج المسح بشقية الكمي والكيفي، وأداتي الاستبيان والمقابلات المقننة، على عينة قوامها 76 مفردة من ممارسي العلاقات العامة العاملين في البنوك المصرية عينة الدراسة، **وتوصلت الدراسة إلى** أن البنوك عينة الدراسة تهتم بشكل كبير بتمويل المشروعات الخضراء، بالإضافة إلى تنوعت المشاريع الخضراء التي تمولها البنوك في جميع المجالات الصحية والتعليمية والاقتصادية والبيئية، كما توجد علاقة ارتباطية طردية قوية دالة إحصائيًا بين استراتيجيات البنوك المستخدمة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على زيادة (درجة الوعي البيئي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة، التصرف) لدى ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج""AIDA ، مما يعني أنه كلما زاد معدلات تطبيق استراتيجيات الوعي البيئي في البنوك كلما ساهم ذلك في زيادة التوجهات الإيجابية من قبل ممارسي العلاقات العامة نحوها وذلك على صعيد الوعي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة والتصرف.

**الكلمات الدالة:** التمويل المستدام - الوعي البيئي - ممارسي العلاقات العامة - البنوك المصرية.

*أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي

# The Role of Egyptian Banks in Supporting Sustainable Financing and it's Impact on Enhancing Environmental Awareness Among Public Relations Practitioners:

## A Field Study

**Abstract:**

The study seeks to achieve a main goal, which is to quantitatively monitor and qualitatively explain the contribution of Egyptian banks in financing and supporting the trend towards a green economy and financing projects that aim to preserve the environment and green banking in Egypt, and how this is reflected in the level of environmental awareness among public relations practitioners working in those banks. The survey method, both quantitative and qualitative, and questionnaire and standardized interview tools, were employed on a sample of 76 individuals from public relations practitioners working in the Egyptian banks, the study sample. The study concluded that the banks in the study sample are greatly interested in financing green projects, in addition to the variety of green projects they finance. Banks in all health, educational, economic, and environmental fields, and there is a strong, statistically significant direct correlation between the bank's strategies used in promoting environmental awareness and their ability to increase (the degree of environmental awareness and attract attention, interest, desire, and action) among public relations practitioners according to the "AIDA" Model, which means that the higher the rates of application of environmental awareness strategies in banks, the more this contributes to increasing the positive attitudes of public relations practitioners towards them at the level of awareness and attracting attention, interest, desire and action.

**Keywords:** Sustainable Finance, Environmental awareness, Public Relations Practitioners, Egyptian Banks.

**مقدمة:**

على الرغم من الأوضاع غير المستقرة التي تمر بها المنطقة، سياسيًا واجتماعيًا واقتصاديًا، لكن التحول إلى الاقتصاد الأخضر يمكن أن يساعد في نقل العالم العربي إلى اتجاه جديد في التنمية يضمن الاستدامة والاستقرار في البيئة جنبًا إلى جنب مع الاقتصاد، حيث تتمحور المبادئ الأساسية للاقتصاد الأخضر حول إعطاء وزن متساوٍ للتنمية الاقتصادية والعدالة الاجتماعية والاستدامة البيئية.

إن إدراك ومعرفة الفرد لأهمية البيئة وضرورة الاهتمام بها والمحافظة عليها وعلى مقوماتها قديم قدم وجود البشرية على هذه الأرض، إذا أن الإدراك يشكل ضرورة استراتيجية تخص الوعي البيئي من أجل انجاز متطلبات خطط العمل التنفيذي الموجهة لبناء السلوك البشري الإيجابي وتنمية تجاه البيئة بغية إنجاز أهداف التنمية المستدامة، إذ اتجهت معظم منظمات الأعمال إلى المحافظة على الإدارة البيئية نظرًا للتغيرات التي حدثت خلال العقدين الأخيرين من آثار التلوث البيئي والصناعي في جميع أنحاء العالم.

وفي ظل توجه مصر بقوة لدعم هذا القطاع، لعبت البنوك العاملة في السوق المصرية دورًا مهمًا في دعم وتمويل الشركات العاملة في الاقتصاد الأخضر، خاصة أنه لا يمكن تحقيق الاستدامة من دون القطاع المصرفي الذي يوجه التمويل للمشروعات صديقة البيئة.

وفي عام 2022م، أصدر البنك المركزي المصري، تعليمات مُلزمة بشأن التمويل المُستدام والتي تعد إحدى الخطوات الفعالة لتعزيز دور القطاع المصرفي في تحقيق رؤية الدولة والدفع بعجلة التحول نحو الاقتصاد الأخضر ومواجهة المخاطر البيئية والاجتماعية، تمشيًا مع التوجه الوطني لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر2030م، وإيمانًا بالدور المهم للتمويل المُستدام في دعم الاستقرار المالي والمصرفي.

ولأن الاقتصاد الأخضر مسار مهم يتطلب تضافر جهود جميع جهات الدولة من الحكومة والقطاع الخاص والبنوك، توسعت البنوك في التمويل المستدام ودعم المشروعات الخضراء والصديقة للبيئة وفقًا للمعايير التي وضعها البنك المركزي.

**وفي هذا الصدد تسعى هذه الدراسة بصفة عامة إلى التعرف على دور البنوك المصرية في دعم التمويل المستدام، وكيف انعكاس ذلك على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة.**

**أولاً: الدراسات السابقة:**

من خلال اطلاع الباحثة تم رصد مجموعة من الدراسات ترتبط بشكل مباشر وغير مباشر بموضوع الدراسة وفي إطار الأكثر ارتباطاً بالدراسة وما تم الاستفادة منه تم تقسيمها إلى محوريين هما:

**المحور الأول: الدراسات التى تناولت دور البنوك فى دعم التمويل المستدام.**

إن التحول نحو الاقتصاد الأخضر ضرورة حتمية في أفريقيا مع تبنيها لأجندة التنمية المستدامة لعام 2063، لتأمين اقتصاداتها ضد تغيرات المناخ والتلوث البيئي بأشكاله الذي

من شأنه أن يؤثر سلباً على عملية التنمية المستدامة بالقارة، ومن هذا المنطلق قامت بعض الدول الأفريقية بخطوات واضحة تجاه تعزيز دور المشروعات الخضراء في اقتصاداتها من خلال توفير سبل التمويل اللازمة لها (التمويل الأخضر)، **وهذا ما أكدته دراسة جيهان عباس (2023)** [1] والتي ترى أن هذا التحول الأفريقي نحو تعزيز دور الاقتصاد الأخضر في أفريقيا يؤدى إلى العديد من الأثار الإيجابية لصالح عملية التنمية المستدامة بالقارة منها : تقليل الفجوة بين العرض والطلب للمياه، وتعزيز الإنتاج.....الخ، إلا أن هذا التحول الأخضر يواجهه العديد من التحديات في أفريقيا أهمها: عدم وجود سياسات وأطر تنظيمية واضحة بشأن ماهية السندات الخضراء في معظم دول أفريقيا، وضعف أداء الجهات الفاعلة في مجال التمويل الأخضر بما في ذلك البنوك والمؤسسات الاستثمارية والأسواق المالية، ونقص الوعي بمختلف مصادر التمويل المناخي، ومشاركة محدودة لأصحاب المصلحة من المستثمرين، **كما حللت دراسة(2023) Haiyun Jiang & Others** [2] تأثير رأس مال البنوك وسيولة التمويل على الإقراض المصرفي المستدام في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشير النتائج إلى أن ارتفاع نسب رأس المال والسيولة يعيق قدرة القطاع المصرفي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تحسين قدرته على الإقراض المستدام، ولسيولة التمويل تأثير إيجابي وكبير على نمو الإقراض المصرفي المستدام، ويعني ذلك أن رأس مال البنك يعمل على تحسين العلاقة بين سيولة التمويل وقدرة البنوك على إصدار القروض في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، **وبحثت دراسة محمد وهدان (2023 )**[3] في تأثير إصدار السندات الخضراء على أداء أسهم البنوك بالبورصة المصرية من خلال دراسة حالة سهم البنك التجاري الدولي عقب طرحه لسندات خضراء بقيمة 100 مليون دولار في يونيو 2021، وتوصلت الدراسة الى أن السندات الخضراء تعد من أدوات التمويل الحديثة التي تتوافق مع أهداف التنمية المستدامة، والتي تسعي العديد من المؤسسات والدول على حد سواء للاعتماد عليها لتمويل مشروعات تساهم في التحول للاقتصاد الأخضر الأقل اعتماداً على الكربون، وهذا أدى إلى أن طرح السندات ساهم في زيادة تأثير المتغير على عائد سهم البنك التجاري الدولي، **وكان الهدف من دراسة María Cantero-Saiz & Ohters (2023)**[4]هو تحليل كيفية تأثير الأعمال المصرفية المستدامة على نقل السياسة النقدية من خلال قناة الإقراض المصرفي، وتمثل هذه الاهداف مساهمة مهمة لأن المخاوف الحقيقية بشأن الاستدامة في العمل المصرفي لم تظهر إلا في الآونة الأخيرة، خاصة مع اعتماد أهداف التنمية المستدامة التي ينبغي الوصول إليها بحلول عام 2030. ومنذ ذلك الحين، ركزت بعض الدراسات على آثار الاستدامة على جوانب مثل ربحية البنوك أو المخاطر أو الكفاءة، **وأبرزت دراسة مرسلي دنيا (2023)**[5] أهمية التمويل الأخضر ودوره في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، من خلال مساهمته في توفير حلول تمويلية مستدامة تجمع بين متطلبات التحول نحو الاقتصاد الأخضر وتحقيق التنمية المستدامة، وقد أبدت هذه الدراسة بعض الاقتراحات لعل أهمها يجب تطوير فرص إضافية للتمويل الأخضر، والسعي لتطوير منتجات التمويل الأخضر بحتمية قيام بنوك خضراء تختص بتمويل الاستثمارات غير الملوثة.

**وتكمن دراسة أحمد متولي (2022)**[6] في محاولة الإجابة على عدد من التساؤلات التي تدور حول زيادة كفاءة القطاع المصرفي المصري في دعم الدولة للتحول إلى الاقتصاد

الأخضر، وتمويل المشروعات الخضراء التي تهدف للمحافظة على البيئة والصرافة الخضراء في ضوء التجارب الدولية الناجحة، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة توعية موظفي وعملاء البنوك بالاقتصاد الأخضر ومنتجاته وأهميته بالنسبة للقطاع المصرفي والدولة ككل، كما يمكن استحداث منتجات وخدمات بنكية جديدة تخدم متطلبات الاقتصاد الأخضر كالودائع الخضراء، القروض الخضراء، والسندات الخضراء، وترى الدراسة أن مصر بدأت بالفعل للتحول الى الاقتصاد الأخضر من خلال تنفيذ العديد من المشروعات التي تتناسب مع الأولويات البيئية، **وكشفت دراسة [7] Régis Marodon (2022)** عن الأسباب التي تجعل بنوك التنمية قادرة على لعب دور رائد، وتقترح خمس توصيات لصناع القرار:1) تبسيط الحاجة إلى التحول نحو اقتصادات منخفضة الكربون ومنصفة في قرارات التمويل، 2 (تعبئة وتشجيع القطاع الخاص بحيث يتوصل جميع أصحاب المصلحة إلى التقارب بشأن التنمية المستدامة، 3) استخدام بنوك التنمية لتوجيه الأموال لأغراض التحول إلى مشاريع ملموسة، وبرامج تتفق مع الاتفاقيات الدولية التي وقعتها حكوماتها، 4) دعم ظهور طلب مسؤول، بالنظر إلى أن بنوك تنمية المشروعات نفسها ليست منشئي المشاريع (5 ,بناء تحالف عالمي من بنوك التنمية لمعالجة المشاكل العالمية **كما أهتمت الدراسة فرحات كلتوم (2022)**[8] بإبراز الدور الذي تلعبه السياسة التمويلية للبنوك الإسلامية في المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة إلى أن المصارف الإسلامية تلعب دورًا مهما في المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال الدعم المالي الذي تقدمه للمشاريع التي تهدف بالدرجة الأولى إلى المبدأ الذي يقوم عليه مفهوم التنمية المستدامة المتمثل في تلبية احتياجات الجيل الحاضر دون المساس بموارد الأجيال القادمة، **وتتناول دراسة Hao Liu & Weilun Huang (2022)**[9] العلاقة بين التمويل المستدام وإدارة المخاطر المالية للمؤسسات المالية الصينية، وذلك باستخدام بيانات من البنوك الصينية، وترى الدراسة أن الصدمة الإيجابية لأعمال التمويل المستدام تؤثر سلبًا على إدارة المخاطر المالية للبنوك، وفي المقابل، تؤثر الصدمة الإيجابية لإدارة المخاطر المالية لدى البنوك بشكل إيجابي على التمويل المستدام ومع ذلك، فإن الصدمة الإيجابية لإدارة المخاطر المالية تقلل من نسب الائتمان الأخضر للبنوك الحضرية.

**وكان الهدف الرئيسي من دراسة [10] Irena & Aleksandra (2021)** هو استقراء المخاطر التي تظهر في البيئة غير المستقرة لمؤسسات الائتمان، والتي توجه بجرأة متزايدة توقعاتها بشأن إدراجها في تنفيذ مفهوم التمويل المستدام. وقد أظهرت النتائج أن استراتيجيات الاستثمار، القائمة على تكوين المحفظة وفقًا لمبادئ التمويل المستدام وعلى معدلات عائد مرتفعة على المدى الطويل، ستغير قدرة البنوك على مواجهة المخاطر الرئيسية من منظور التنمية المستدامة، **وتحلل دراسة Begoña Olmo & Others(2021)**[11] كيفية تأثير الممارسات المصرفية المستدامة على ربحية البنوك ومخاطر إعسارها علاوة على ذلك فإنها تدرس كيف تحدد الاستراتيجيات المستدامة تأثيرات قوة السوق وكفاءته على ربحية البنوك، ووجدت الدراسة أن الممارسات المصرفية المستدامة أدت إلى زيادة الربحية، وكانت قوة السوق عاملاً مهمًا في تحديد الربحية بين البنوك التقليدية، **كما أهتمت دراسة بومعزة رامي وبوعاتي جهينة (2020)**[12] بالتعرف على دور البنوك الإسلامية في تحقيق الاقتصاد الأخضر، من خلال استعراض تجربة البنك

الإسلامي للتنمية للفترة 2008-2019، وقد أكدت نتائج الدراسة على أهمية الصيغ التنموية للبنوك الإسلامية كالاستصناع، الإيجار، والصكوك الخضراء، كمصدر هام لتمويل المشاريع التنموية للدول الإسلامية والتي تعنى بالاقتصاد الأخضر في قطاع الطاقة، والزراعة، والنقل وغيرها من المشروعات التي تحافظ على البيئة، **وتعرض دراسة Aziz Durrani & Others (2020)**[13] نتائج دراسة استقصائية أجريت على 18 بنكًا مركزيًا من منطقة آسيا والمحيط الهادئ بشأن وجهات نظرهم حول أساليب توسيع نطاق التمويل المستدام وتطوير السياسات لمعالجة المخاطر المناخية والبيئية، وتظهر النتائج أن هذا الموضوع يحظى بأهمية متزايدة بالنسبة للسلطات النقدية في المنطقة، كما يعتقد الغالبية العظمى من المشاركين في الاستطلاع أنهم يجب أن يلعبوا دورًا رئيسيًا في تعزيز التمويل الأخضر وخيارات التمويل المستدام، إما من خلال تعديل الإطار التنظيمي، أو تشجيع القروض والمنتجات الخضراء، أو من خلال إدخال اعتبارات تغير المناخ في عمليات سياستهم النقدية والمالية، **وهو ما أكدته دراسة Mariano Suárez & Others (2020)**[14] التي تهدف إلى تعزيز الشراكات العالمية من أجل تحقيق خطة التنمية المستدامة 2030، وتشير النتائج إلى أن عقود الأثر الاجتماعي توفر فرصة للوصول إلى 17 هدف من أهداف التنمية المستدامة وتحسين محافظ الاستثمار المستدامة، مع توفير فرصة لتعزيز سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات وسمعتها المؤسسية، **وتستكشف دراسة Alvaro Mendez & David Houghton (2020)**[15] دور بنوك التنمية المتعددة الأطراف في وضع معايير للخدمات المصرفية المستدامة التي اجتذبت ودعمت التمويل الأخضر، وتمت مناقشة أكبر ثلاث عقبات أمام الخدمات المصرفية المستدامة التي حددها الباحثون في:

1) عدم اليقين بشأن قابلية المشاريع للتمويل المصرفي.
2) عدم الشفافية في تتبع تدفقات رأس المال المستدامة.
3) عدم وجود آلية عالمية قادرة على التوفيق بين العرض والطلب في الاستثمار الأخضر، كما تم مناقشة ما فعلته بنوك التنمية المتعددة الأطراف بالفعل للتغلب على هذه العوائق، وما قد تفعله في المستقبل .

**المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة .**

نظراً لكثرة الدراسات التي تناولت الوعي البيئي لدى طلاب المراحل التعليمية المختلفة والوعي البيئي لدى المؤسسات المختلفة ودور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي **فقد ركزت الدراسات الحالية على الوعي البيئي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة:**

**حيث يُعد الوعي بالاستدامة في دراسة Yonis Gulzar & Others (2023)**[16] عاملاً حاسماً في التنفيذ الناجح لمبادرات الاستدامة، كما يعد تغيير معارف المواطنين ومواقفهم وسلوكياتهم عنصرًا أساسيًا في تحقيق التنمية المستدامة، وأن ضمان مستقبل مستدام يتوقف على تنمية شعور دائم بالوعي بين المواطنين، وتوصلت الدراسة إلى أنه لتحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs) يتطلب وجود مجتمع يتميز بمستوى عالٍ من الوعي بالاستدامة، ينبغي أن يمتد نطاق العلوم الاجتماعية إلى ما هو أبعد من المؤسسات التعليمية ليشمل سياقات مجتمعية أوسع، بما في ذلك الشركات والبيئات المهنية، **وهو ما أكدته دراسة Louis-René Fauré (2023)**[17] أن الوعي المتزايد بالانهيار البيئي وتغير المناخ

والآثار البيئية الشديدة الأخرى، أدى إلى زيادة توقعات أصحاب المصلحة الأوسع مثل النشطاء والمستثمرين، بأن تستخدم البنوك آلية التمويل لتوجيه التمويل إلى مشاريع أكثر استدامة و"خضراء "في محاولة لتحقيق الاستجابة للمخاطر البيئية المتزايدة الناجمة عن القضايا البيئية، مثل تغير المناخ، وتلوث الهواء، والجفاف، أو فقدان الموائل، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فهم متزايد لكيفية قيام التمويل المصرفي بتحسين النتائج البيئية الإيجابية، **كما تحاول دراسة M. Natarajan & Others (2023)[18]** إيجاد الفروق في وعي العملاء تجاه البنوك الخضراء خلال مرحلة ما قبل وما بعد عملية سحب النقود، ولم تتمكن الدراسة من تحديد سلوك العملاء حول التأثيرات البناءة للرقمنة في الخدمات المصرفية، وتظهر النتائج أن العملاء ليسوا على دراية كاملة بالأنظمة المصرفية عبر الإنترنت، لذا يجب على المصرفيين والحكومة نشر الوعي من خلال تنظيم ورش عمل وندوات مختلفة **وكان الهدف من دراسة Nguyet Dang & Others (2023)[19]** هو معرفة مستوى الوعي والإدراك بين العملاء فيما يتعلق بتنفيذ الممارسات المصرفية الخضراء من قبل البنوك التجارية في فيتنام. وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك انخفاض في مستوى الوعي حول الصيرفة الخضراء بين العملاء .ومع ذلك، يدرك العملاء أهمية الخدمات المصرفية الخضراء، كما وجدت الدراسة أن السياسة البيئية الخضراء(POL)، وأداء الخدمات المصرفية الخضراء(PER) ، والتميز في الخدمات المصرفية الخضراء (EXC)لها تأثير إيجابي على تصور العملاء .(CUSPER) ومن ناحية أخرى، لم تتم ملاحظة أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية للشركات(CSR)، وقدرات الموظفين(STAFF) ، وإدراك العملاء.(CUSPER)

**وتتناول دراسة Krishna Meesaala & Others (2023)[20]** وعي عملاء القطاع المصرفي في سلطنة عمان بأنشطة التمويل الأخضر نحو الطبيعة المستدامة، توضح الدراسة التغير في وعي العملاء بأنشطة التمويل الأخضر نتيجة للتغير في أنشطة التمويل الأخضر بما يضمن سمعة البنك ومساءلة البنك وموقف البنك. ولذلك، توجد علاقة ارتباطية بين وعي العملاء بضمان أنشطة التمويل الأخضر وضمان سمعة البنك ومساءلة البنك وموقف البنك، توضح المعاملات في الدراسة أن رضا العملاء عن أنشطة التمويل الأخضر يؤثر بشكل كبير على أنشطة التمويل الأخضر التي تضمن سمعة البنك، وأنشطة التمويل الأخضر تضمن مساءلة البنك وأنشطة التمويل الأخضر تضمن موقف البنك، **وأكدت دراسة Krisdela Kaçani & Others (2023)[21]**أن الخدمات المصرفية الخضراء اكتسبت زخمًا في الآونة الأخيرة بسبب الوعي المتزايد بالقضايا البيئية والحاجة إلى التنمية المستدامة، وقد تبنت العديد من البنوك والمؤسسات المالية الممارسات المصرفية الخضراء كجزء من جهود المسؤولية الاجتماعية للشركات ولتلبية الطلب المتزايد على الخدمات المالية المستدامة، وتظهر النتائج أن البنوك تركز على حماية البيئة في عملياتها اليومية عن طريق تقليل استخدام الورق والطاقة، وإدخال معدات موفرة للطاقة، واستخدام الممارسات المصرفية الصديقة للبيئة، ولدى البنوك ممارسات تقييم الأداء البيئي الأخضر (تدابير الاستدامة البيئية، وتوفير الطاقة) وقد خططت لبناء فروع خضراء (المباني الموفرة للطاقة، المباني الخضراء وما إلى ذلك).

**كما هدفت دراسة سلمى جعادي (2023 )**[22] إلى التعرف على الوعي البيئي وتأثيره على تحقيق التنمية الحضرية المستدامة، وخلصت الدراسة إلى أن عينة الدراسة لديهم وعي كبير بالبيئة من خلال الحفاظ على نظافة محيطهم، وحرصهم على ترشيد استهلاكهم للماء، والمحافظة على المساحات الخضراء من خلال مبادرتهم في حملات التشجير، بالإضافة إلى حرصهم على سقي المساحات الخضراء وصيانتها من الأضرار التي قد تلحق بها وبالتالي تنمية المسؤولية الجماعية في حماية البيئة، **واهتمت دراسة حمدان حميدة (2023)**[23]بتحديد مستوى الوعي البيئي لدى مسئولي المؤسسات الشريكة في ظل التغيرات المناخية العالمية، والوقوف على المعوقات التي تواجه التخطيط التشاركي في تنمية الوعي البيئي، وتوصلت الدراسة الى ارتفاع مستوى الوعي البيئي لدى مسئولي المؤسسات الشريكة في قضايا وشئون البيئة في ظل التغيرات المناخية، بما يمكنهم من تنمية الوعي البيئي لدى المواطنين، وأن التخطيط التشاركي كمتغير في التخطيط دور هام ومؤثر وفعال في تحقيق التنمية ومنها تنمية الوعي البيئي، **كما استهدفت دراسة إيمان عبدالعزيز (2023)**[24] تحديد العلاقة بين الأليات التي تستخدمها المنظمات الغير الحكومية في تنمية الوعي البيئي للشباب بمخاطر التغيرات المناخية، وأثبتت الدراسة أن مستوي آليات المنظمات الغير الحكومية في توعية الشباب بمخاطر التغيرات المناخية كما يحدده المسئولون متوسطة، حيث جاءت الآليات علي الترتيب التالي (التبادل، التنسيق، الاتصال، التعاون)، وتوجد علاقة طردية دالة إحصائياً بين بين آليات المنظمات الغير الحكومية وتنمية الوعي البيئي للشباب بمخاطر التغيرات المناخية.

**وسلطت دراسة عماد فاروق صالح ووفاء بنت سعيد المعمرية (2023)**[25] الضوء على الأثر السلبي للظواهر البيئية والمناخية على الأرض وسكانها، والعمل على تعزيز الوعي البيئي لدى السكان من خلال إبراز دور الخدمة الاجتماعية الخضراء في رفع مستوى الوعي البيئي للسكان بمختلف شرائحهم الاجتماعية للحد من الظواهر المناخية الكارثية وضمان استدامة البيئة، وتوصلت الدراسة إلى وضع الخطوط العامة لمحتوى منهج تدريسي للخدمة الاجتماعية الخضراء بهدف تفعيل دورها في تنمية الوعي البيئي والحفاظ على الاستدامة البيئية، **أما دراسة فرحان الذبحاوي ومؤيد المسعودي (2022)**[26] والتى هدفت إلى قياس دور الوعي البيئي المتمثل بـ (الوعي بممارسة الاستدامة، والوعي السلوكي والموقفي، والوعي العاطفي) في التنمية المستدامة المتمثلة بـ (الأنصاف" العدالة، "والتمكين، وحسن الإدارة والمساءلة، والتضامن). وتوصل الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة معنوية للوعي البيئي وأبعاده على التنمية المستدامة وأبعادها، الأمر الذي يعني أن العينة المبحوثة لها القدرة على تعزيز الوعي البيئي من أجل دعم التنمية المستدامة، وأن العينة تستخدم وتشجع على استخدم الأدوات المناسبة للتخلص من النفايات والمخلفات المضرة بالبيئة، **وكان الهدف من دراسة** [27]**Cheng-Li Huang (2022)** هو الجمع بين النظريات البيئية والاجتماعية والحوكمة(ESG) ، أي النظريات الآلية والسياسية والتكاملية والأخلاقية، لفهم ما إذا كانت الاختلافات في الوعي البيئي للمديرين أدت إلى أداء مختلف للإدارة البيئية. وتشير النتائج إلى أن الوعي البيئي السياسي والتكاملي والأخلاقي المتزايد له تأثير إيجابي على أداء الإدارة البيئية، في حين أن الوعي البيئي الفعال الأقوى يمارس تأثيرًا سلبيًا .

**وتعتبر دراسة فتحية الاوجلي ورحاب بن سعود [28](2021)** الوعي البيئي مهم في حياة المجتمعات كافة سواء المتقدمة منها أو النامية، وتهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف أهمية الوعي البيئي في تحقيق التنمية المستدامة في مدينة بنغازي، وأظهرت النتائج بأن الإذاعة المرئية قد شكلت المصدر الإعلامي الأهم من بين المصادر المتنوعة الأخرى ويأتي بالدرجة الثانية الإذاعة المسموعة، ومن تم تأتي الوسيلة الثالثة المتمثلة بالأعلام الملصق، ويأتي دور الصحافة رابعاً، الأمر الذي يعني أن هناك اهتمام بالوعي البيئي نتيجة اهتمام وسائل الإعلام والعديد من المؤسسات بالوعي البيئي وتكون وعي بيئي جيد ,**كما كشفت دراسة Adeela Rustam & Others (2020)[29]**أن الوعي البيئي يخفف بشكل كبير من العلاقة بين الإفصاح البيئي واستعداد العميل للمشاركة في أنشطة الاستهلاك المسؤولة بيئيًا، وطرحت الدراسة الحالية المبادئ التوجيهية للسياسات التي تفيد بأن تدخل الشركات في الأنشطة البيئية وسياسات الاستدامة المستمرة يساعد على تحفيز سلوك الاستهلاك الأخضر ,**وتستكشف دراسة Grace Ibe-enwo & Others (2019)[30]** وعي العملاء حول الممارسة المصرفية الخضراء وتأثيرها على ولائهم للبنوك، كما تبحث الدراسة في التأثير الوسيط للصورة الخضراء وثقة البنك في العلاقة بين الممارسة المصرفية الخضراء والولاء المصرفي، وأشارت النتائج إلى وجود تأثير مباشر وهام للممارسات المصرفية الخضراء على الصورة الخضراء وثقة البنك وولاء البنك، كما تؤثر الصورة الخضراء بشكل كبير على ثقة البنك وولاء البنك.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

**باستقراء الدراسات السابقة يمكن استخلاص العديد من المؤشرات المهمة على النحو الآتي:**

1) لم تجد الباحثة -على حد علمها- أي دراسة عربية أو أجنبية تناولت الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة، مما يميز البحث ويجعله من أوائل الدراسات العربية التي تناولت انعكاس التمويل الأخضر في البنوك على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة.
2) وجدت الباحثة كمًا لابأس به من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الوعي البيئي في مجالات عديدة أغلبها اهتم بالوعي البيئي لدى طلاب المراحل التعليمية المختلفة، والوعي البيئي لدى المؤسسات المختلفة، ودور وسائل الإعلام المختلفة في نشر الوعي البيئي، أما الدراسة الحالية فقد ركزت على الوعي البيئي الوعي البيئي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة.
3) لاحظت الباحثة أن أغلب الدراسات السابقة لم تعتمد على أي مداخل أو نظريات علمية ذات الصلة بموضوع الدراسة، غير أن أغلب الدراسات السابقة كانت من نوعية الدراسات الوصفية، واتفقت معظمها على استخدام المنهج المسحي التحليلي، بالإضافة إلى المنهج المقارن ودراسة الحالة، كما تنوعت أدواتها في جمع البيانات ما بين الكمية والكيفية، واعتمد أغلبها على أدوات الاستبيان والمقابلات والملاحظة.
4) أغلب الدراسات التي تناولت التمويل المستدام في البنوك هي دراسات حديثة مما يعكس دور القطاع المصرفي في تحقيق رؤية الدول في تحقيق أهداف التنمية المستدامة والدفع

بعجلة التحول نحو الاقتصاد الأخضر ومواجهة المخاطر البيئية والاجتماعية، وإيمانًا بالدور المهم للتمويل المُستدام في دعم الاستقرار المالي والمصرفي.

5) الاسترشاد بالدراسات السابقة في تحديد نوعية البحث والمنهج المستخدم واختيار نوع عينة الدراسة، ووضع أسئلة استمارة صحيفة الاستبيان التي ساعدت الباحثة في جمع المعلومات التي تحقق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته واقتراح الحلول للمشكلة البحثية

**ثانياً: مشكلة الدراسة:**

في ضوء توجه البنك المركزي المصري إلى إرساء مفهوم التمويل المستدام الذي يسهم في دعم الاستقرار المالي والمصرفي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة ومن ثم تحقيق الاستقرار طويل الأجل للاقتصاد والبيئة والمجتمع ككل، ونظراً لأن التمويل المستدام قد أصبح من أهم الموضوعات التي يتم تناولها في المحافل الدولية ومثار اهتمام العديد من البنوك المركزية، ولأن الوعي البيئي يعتبر من الركائز الأساسية التي تسعى مختلف المجتمعات على تنميته ونشره، وذلك باعتباره يلعب دوراً هامًا في تبني مختلف السلوكيات الإيجابية اتجاه المحافظة على البيئة ومواردها بالإضافة إلى كونه يلعب دوراً أساسيًا في مواجهة مختلف المشاكل الناجمة عن الأفكار والسلوكيات الخاطئة التي يتبناها ويمارسها الأفراد داخل وسطهم البيئي الحضري، والتي تؤثر بشكل مباشر على البيئة بالدرجة الأولى وبالتالي على تحقيق التنمية المستدامة .

لـذا اهتمت الدراسة الحالية بالتعرف على مدى مساهمة البنوك المصرية في تمويل ودعم التوجه نحو الاقتصاد الأخضر وتمويل المشروعات التي تهدف للمحافظة على البيئة والصيرفة الخضراء في مصر، وكيف انعكس هذا على مستوى الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة العاملين في تلك البنوك.

**وتكمن مشكلة الدراسة في التساؤل التالي :**ما دور البنوك المصرية في دعم التمويل المستدام وكيف انعكاس ذلك على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة العاملين في تلك البنوك؟

**ثالثاً: أهمية الدراسة:**

تستمد هذه الدراسة أهميتها من:

1) التوجه العالمي نحو الاهتمام بالقطاع المصرفي في توفير الدعم المالي للمشروعات الخضراء والصيرفة الخضراء لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وتحقيق نمو اقتصادي شامل.

2) كما تنبع أهمية الدراسة من كونها استجابة لنداءات الدولة التي برز دورها في تمويل المشروعات التي تخدم البيئة ودعم مفهوم الاستدامة والذي ظهر بشكل واضح أثناء استضافة مصر لقمة المناخ، وتمشيًا مع التوجه الوطني لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في ضوء رؤية مصر2030م، وإيمانًا بالدور المهم للتمويل المُستدام والدفع بعجلة التحول نحو الاقتصاد الأخضر ومواجهة المخاطر البيئية والاجتماعية.

3) يعتبر مفهوم الوعي البيئي مفهوم بالغ الأهمية يتطلب مزيدًا من التعليم والتطبيق، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال العديد من الأنشطة والمبادرات منها تشجيع المجتمعات ومؤسساتها على تبني تدابير وسياسات بيئية مستدامة.
4) تفردت الدراسة الحالية في أنها تناولت دور البنوك المصرية في تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة من خلال برامج التمويل الأخضر، والذي من شأنه رفع مستوى أدائهم وتحسين وعيهم البيئي لدعم وتعزيز التنمية المستدامة.
5) اعتبار هذه الدراسة نقطة انطلاق لمزيد من الدراسات المستقبلية فيما يتعلق بموضوعها، كما تمثل إضافة لبحوث العلاقات العامة والتنمية المستدامة، والتي لعبت فيها البنوك المصرية دورًا مهمًا في دعم وتمويل الشركات العاملة في الاقتصاد الأخضر، خاصة أنه لا يمكن تحقيق الاستدامة من دون القطاع المصرفي الذي يوجه التمويل للمشروعات صديقة البيئة.

**رابعاً: الإطار النظري للدراسة:**

**نموذج:**"AIDA"

هو النموذج الذي يعد بمثابة الخطة التي تقوم الشركة باتباعها كي تتمكن من الوصول إلى العملاء، وهذا النموذج يعني بالفعل أنه من خلال اتباعه ستتمكن الشركات من تحقيق الكثير من المبيعات، ويصف نموذج "AIDA" المراحل المعرفية الأربع التي يمر بها الفرد عند استلام فكرة جديدة أو شراء منتج جديد[31]، وقد عرف كلٌ من الباحثين الأمريكيين في التسويقKotler و Armstrong النموذج بأنه" سلسلة من المراحل تصف تصرفات المستهلك للاستمتاع بابتكار منتج سلع/ خدمة بدأً بالوعي ووصولاً للفعل[32]، وقد تم طرح نظرية "AIDA" لأول مرة من قبل رائد الأعمال الأمريكي Elmo Lewis عام 1898م، وتتمثل Attention في الانتباه، Interest في الاهتمام، Desire في الرغبة، وتمت إضافة البعد الأخير لاحقًا والمتمثل في Action وهو الفعل[33]

فنموذج "AIDA" استراتيجية تسويقية تبني علاقة تفاعلية بين المؤسسة والمستهلك تحدد فيها مختلف المراحل النفسية، السلوكية والمعرفية التي يتعرض لها المستهلك للتأثير على قراره بالشراء[34]، ويمكن وصف الأبعاد السابقة بشكل أدق كما يلي[35]:

- **جذب الانتباه أو الوعي :Attention** هو الخطوة الأولى في عملية التسويق وهو مرحلة تمهيدية حيث يتعرف العملاء فيها بوجود الخدمة وتسعى فيها المؤسسات إلى توضيح فوائد وخصائص وهوية الخدمة أو المنتج الذي تقدمه .في هذه المرحلة، تحتاج المؤسسات إلى خلق وعي أكبر بين عملائها المستهدفين، مع توفير المعلومات التي تبقي العملاء على دراية وبالتالي تؤدي إلى تغيير يمكن التنبؤ به في سلوك المستهلك.
- **إثارة الاهتمام:Interest** وفيها يتولد اهتمام العملاء بالخدمة أو السلعة ويسعى للتعرف على فوائدها.
- **الرغبة :Desire** حيث يتحول العميل من مجرد مهتم أو معجب إلى أنه لديه الرغبة في الشراء أو اتخاذ القرار إيجابي تجاه الخدمة أو السلعة.

- **التصرف:Action** هي المرحلة التي يتم فيها اتخاذ القرار وإصدار الحكم النهائي في طبيعة التعامل مع المنتج.

**وفي هذه الدراسة سيتم تطبيق النموذج للتعرف على مدى قدرة تمويل المشروعات المستدامة التي تقدمها البنوك المصرية في تحقيق الوعي البيئي لدى العاملين داخل البنوك وبالأخص ممارسي العلاقات العامة وقدرتها على جذب وخلق الاهتمام والرغبة لديهم.**

**خامساً: أهداف الدراسة:**

في ضوء مشكلة الدراسة وما أسفرت عنه الدراسات السابقة من نتائج تسعى الدراسة نحو تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم التمويل المستدام، ودور الوعي البيئي في تحقيق التنمية المستدامة.
- توضيح مدى اهتمام البنوك عينة الدراسة بالتمويل المستدام من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة.
- الكشف عن أكثر المشاريع المستدامة أو الخضراء التي تمولها البنوك عينة الدراسة.
- تحديد استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك من أجل تحقيق التنمية المستدامة.
- أبرز الممارسات والاجراءات التي تتبعها البنوك عينة الدراسة لتعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة.
- توضيح كيف انعكست آليات واستراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة وفقا النموذج.""AIDA
- التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو مدى نجاح البنوك في تعزيز الوعي البيئي والمحافظة على البيئة.

**سادساً: تساؤلات الدراسة:**

1) ما مدى اهتمام البنوك عينة الدراسة بالتمويل المستدام من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة؟
2) هل يوجد قسمًا مستقلاً مخصصًا لأنشطة التمويل المستدام داخل البنوك عينة الدراسة؟
3) ما أكثر المشاريع المستدامة أو الخضراء التي تمولها البنوك عينة الدراسة؟
4) ما استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك من أجل تحقيق التنمية المستدامة؟
5) ما أبرز الممارسات والاجراءات التي يتبعها البنوك عينة الدراسة لتعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة؟
6) كيف انعكست آليات واستراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج"AIDA" ؟
7) ما هي اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو نجاح البنوك في تعزيزها للوعي البيئي والمحافظة على البيئة؟

**سابعاً: فروض الدراسة:**

في إطار نموذج "AIDA" تم صياغة واختبار الفروض التالية:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على زيادة درجة الوعي البيئي وجذب الانتباه لدى ممارسي العلاقات العامة.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على خلق الاهتمام البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على خلق الرغبة البيئية لدى ممارسي العلاقات العامة.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على خلق التصرف الإيجابي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة.

**ثامناً: الإطار المنهجي للدراسة:**

**نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الاستكشافية الوصفية Exploratory Discovery, Descriptive Studies، فهي استكشافية، لكونها من الدراسات المبكرة التي تسهم في توفير قدر من المعرفة عن دور البنوك المصرية في دعم التمويل المستدام وانعكاسه على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة والتي يندر دراستها بالبيئة العربية والمصرية، فضلًا عن اعتبارها وصفية ومن ثم يعتمد هذا الجزء على التساؤلات؛ لسعيها في وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها وتصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجمعيها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليلها تحليلاً شاملاً، حيث تستهدف الدراسة تحديد مفهوم التمويل المستدام ودور البنوك المصرية في دعمه، وما تأثير ذلك على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method بشقيه الكمي والكيفي من خلال أداة الاستبيان والمقابلات المقننة؛ للحصول على البيانات المتصلة بالظاهرة، عبر المسح الشامل لممارسي العلاقات العامة، بهدف رصد وتفسير اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو تأثير آليات التمويل المستدام في البنوك المصرية على تعزيز الوعي البيئي لديهم.

**مجتمع وعينة الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة من كافة ممارسي العلاقات العامة العاملين بالبنوك المصرية، وقد تم اختيار البنوك تحديدًا لما لها من دور بيئي بارز في الفترة الأخير؛ حيث بدأ الاهتمام بالتحول نحو الاقتصاد الأخضر والقضاء على الانبعاثات الكربونية والاهتمام بتمويل المشروعات

المستدامة والذي يهدف إلى تحقيق منفعة مستدامة لجميع الأطراف المعنية بما فيها العاملين، العملاء والمجتمع ككل.

وتم التطبيق على عينة عمدية من البنوك المصرية بعد وضع مجموعة من المعايير تم على أساسها الاختيار وهي:

- مشاركة البنك في مؤتمر قمة المناخ للأمم المتحدة COP 27 الذي انعقد في مدينة شرم الشيخ في نوفمبر 2022م، تأكيدًا على دوره في التمويل المستدام غير الملوث للبيئة.
- للبنك أهداف تتعلق بالاستدامة وله دور في التمويل المستدام غير الملوث للبيئة.
- للبنك نشاط تسويقي أخضر واضح وله أهداف بيئية يسعى إلى تحقيقها .

وبناء على المعايير السابقة ومع مراعاة التنوع في أنواع البنوك (حكومية، قطاع خاص) تم اختيار خمسة بنوك وهي: (البنك الأهلي المصري – بنك مصر – بنك القاهرة - البنك التجاري الدولي CIB مصر – بنك كريدي أجريكول مصر).

وقد طُبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (76) مفردة من جميع ممارسي العلاقات العامة العاملين في تلك البنوك، بواقع:

**جدول (1)**

**توصيف عينة الدراسة**

| البنك الأهلي المصري | البنك التجاري الدوليCIB | بنك مصر | بنك القاهرة | بنك كريدي أجريكول مصر | المجموع |
|---|---|---|---|---|---|
| 21 | 19 | 14 | 13 | 9 | 76 |

**أدوات الدراسة:**

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستبيان؛ والتي أُعدت في ضوء المشكلة البحثية وأهدافها، لتحديد دور البنوك المصرية في دعم التمويل المستدام وانعكاس ذلك على تعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة، وكذلك الاعتماد على دليل المقابلات المقننة والإلكترونية؛ نظراً للصعوبة التي واجهتها الباحثة في ذلك من حيث وقتهم الذي لا يسمح، وتم توجيه أسئلة مفتوحة للمبحوثين عن طريق (الفيسبوك والواتس آب)، والتي دعمت الإجابات الحرة والتلقائية للمبحوثين في تفسير وتعميق نتائج الدراسة.

**اختبار الصدق والثبات :**

(أ) **اختبار الصدق :Reliability** تم التأكد من صدق الاستبيان وأنه يقيس أهداف الدراسة وتساؤلاتها من خلال الصدق الظاهري؛ حيث تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين[36]في موضوع الدراسة؛ للتأكد من صلاحية أسئلة الأداة لقياس متغيرات الدراسة، وقد أشار المحكمون بصلاحية الاستمارة للتطبيق في هذه الدراسة بعد عمل التعديلات التي أشاروا إليها، بالإضافة إلى التأكد من الصدق الداخلي للاستبيان

بحساب الصدق البنائي؛ لتحديد مدى الارتباط بين مجالات الاستبانة والدرجة الكلية، وبحساب معامل الارتباط تبين أنها دالة عند مستوى 0.05 وبذلك ثبت صحة الأداء .

**(ب) اختبار الثبات :Validity** قامت الباحثة باختبار ثبات الاستمارة حيث قامت بإجراء دراسة قبلية على (10) مبحوثين من عينة الدراسة، للتأكد من مدى صلاحية الأداة للتطبيق وتم التعديل وفقاً لما أشار إليه المبحوثون من ملاحظات، كما تم حساب ثبات الاستبيان عن طريق فحص الاعتمادية، باستخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alphaفبلغت قيمته(0.873) ، ويشير ذلك لثبات الأداة والاستقرار في نتائجها.

**تاسعاً: الإطار المعرفي للدراسة:**

**1) <u>التمويل المستدام:</u>**

في ضوء توجه البنك المركزي المصري إلى إرساء مفهوم التمويل المستدام الذي يسهم في دعم الاستقرار المالي والمصرفي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة ومن ثم تحقيق الاستقرار طويل الأجل للاقتصاد والبيئة والمجتمع ككل، فقد سبق وأن أصدر البنك المركزي عدة مبادرات تهدف إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتعزيز التمويل المستدام مثل مبادرة الشركات الصغيرة والمتوسطة، مبادرات القطاع الصناعي والزراعي والسياحي والمقاولات، مبادرة التمويل العقاري، مبادرة إحلال المركبات للعمل بالوقود المزدوج ومبادرة محطات الغاز[37].

وتجدر الاشارة أن القطاع المصرفي هو أحد أهم القطاعات التي تدعم جهود التنمية وبالتالي لا يمكن تحقيق أهداف التنمية المستدامة بما فيها من تحديات بيئية واجتماعية دون أن يكون للبنوك دورًا فعالاً في ذلك من خلال توجيه التمويل إلى أنشطة اقتصادية أكثر استدامة، كما أن دمج العناصر البيئية والاجتماعية وقواعد الحوكمة له تأثير إيجابي على أداء الشركات وتقليل نسب المخاطر فضلاً عن كونه عاملاً هامًا لجذب الاستثمارات الأجنبية.[38]

ونظراً لأن التمويل المستدام قد أصبح من أهم الموضوعات التي يتم تناولها في المحافل الدولية ومثار اهتمام العديد من البنوك المركزية، فقد تم وضع إطار عام للتعريف بالتمويل المستدام وتوجهات البنك المركزي بشأن متطلبات تطبيقه بالقطاع المصرفي المصري.

**مفهوم التمويل المستدام :**يشير التمويل المستدام إلى الخدمات المالية أو المصرفية التي تراعي العناصر البيئية والاجتماعية والحوكمة في قرارات البنك لدى منح الائتمان أو قراراته الاستثمارية، وذلك لتحقيق منفعة مستدامة لكل من العملاء والأطراف المعنية والمجتمع ككل، فالتمويل المستدام هو ابتكار مالي لتلبية احتياجات حماية البيئة، ويعرف التمويل المستدام بالتمويل الأخضر أو التمويل البيئي[39].

**عناصر التمويل المستدام[40]:**

1) **العنصر البيئي:** العوامل التي ترتبط بالبيئة مثل تغير المناخ وانبعاثات الغازات والكربون وتلوث الهواء والماء وندرة المياه والاحترار العالمي.

2) **العنصر الاجتماعي:** العوامل ذات التأثير الاجتماعي، مثل توفير فرص العمل وتحسين ظروف العمل التي تشمل الصحة والسلامة وحقوق العاملين والتأثير في مجتمعات السكان المحيطين بالمشاريع المعنية، إلخ...
3) **عنصر الحوكمة:** العوامل التي تتعلق بكيفية إدارة المؤسسة، مثل استقلال مجلس الإدارة وتكوينه وحقوق المساهمين والشفافية.

**أهمية التمويل المستدام[41]:**

1) تقديم حلول مالية ومنتجات مصرفية جديدة ومبتكرة وفتح مجالات وأسواق جديدة للتمويل مما يساهم في تحقيق المزيد من الأرباح.
2) خفض فرص التعثر، وبالتالي الحفاظ على جودة محفظة البنك.
3) تعزيز فرص الاستثمار الأجنبي عن طريق جذب المستثمرين الذين يستهدفون التمويل المستدام.
4) المساهمة بشكل إيجابي في تنمية المجتمع والحفاظ على البيئة المحيطة.
5) تحسين سمعة البنوك محليًا ودوليًا.
6) تقليل المخاطر البيئية والاجتماعية

**مبادئ التمويل المستدام:**

هي ستة مبادئ صادرة عن برنامج الأمم المتحدة للبيئة UNEP وتهدف المبادئ إلى وضع إطار لخلق نظام مصرفي مستدام، وقد تم إطلاقها من قبل130 بنك تجاري من 49 دولة، فيما يلي عرضًا لتلك المبادئ الستة التي تتعهد فيها البنوك بالتالي:[42]

1) **الموائمة :** موائمة استراتيجيات أعمال البنوك لتتوافق مع تلبية احتياجات وأهداف المجتمع وبما يتفق مع أهداف التنمية المستدامة واتفاقية باريس لتغير المناخ، وجميع الاتفاقيات الوطنية والإقليمية ذات الصلة.

2) **التأثير وتحديد الأهداف :**زيادة أثر البنوك الإيجابي على البيئة والمجتمع وتقليل أي أثر سلبي ينتج عن أعمالها، ووضع الأهداف اللازمة مع ابتكار منتجات وخدمات تهدف الي تحقيق هذا المبدأ.

3) **التعامل مع العملاء:** التعامل مع العملاء بمسئولية لتشجيع أنشطة الاستدامة وتحفيز الأنشطة الاقتصادية التي تحقق الرخاء للأجيال الحالية والمستقبلية بشكل عام.

4) **الأطراف المعنية:** التشاور وإشراك كافة الأطراف المعنية وعمل شراكات لتحقيق أهداف المجتمع.

5) **الحوكمة:** التزام البنوك بهذه المبادئ من خلال تطبيق أفضل ممارسات الحوكمة.

6) **الشفافية والمسائلة:** تقوم البنوك بمراجعة انشطتها بشكل دوري والتأكد من التزامها بهذه المبادئ والتحلي بالشفافية فيما يتعلق بتأثيرات البنوك الإيجابية والسلبية ومدي مساهمة البنوك في تحقيق أهداف المجتمع.

**دور الوعي البيئي في تحقيق التنمية المستدامة:**

إن الوعي البيئي يعني القدرة على فهم مدى حساسية بيئتنا وأهمية حمايتها، فالوعي البيئي هو الأيديولوجيا التي تنطوي على الضرورة والمسؤولية الملقاة على عاتق الإنسان لحماية واحترام والحفاظ على البيئة الطبيعية المحيطة به من الآلام التي يسببها نفس البشر[43].

إن حماية البيئة والعناية بها مهمة ترتبط ارتباطًا وثيقًا بوعي الإنسان وثقافته البيئية، بصرف النظر عن مستوى معيشته، وظروف حياته، وقد بدأ شعور الاهتمام بحماية الموارد البيئية حديثًا، حيث تنبه المختصون إلى ضرورة التوجه نحو التربية وتحسين اتجاهات الأفراد ووعيهم نحو البيئة وذلك بهدف التسريع في حل المشكلات البيئية بوضع التشريعات[44] فالسلوك البيئي السيء يمكن أن يؤدي إلى تدهور الجودة البيئية التي حظيت باهتمام متزايد بين الباحثين وواضعي السياسات حالياً ولذلك ينبغي تقييم السلوك البيئي والمنبئات المؤثرة على السلوك البيئي مع الأخذ في الاعتبار أن الأنماط السلوكية يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الجودة البيئية وفعالية الاستراتيجيات البيئية حيث إن فهم السلوك البيئي أو التنبؤ به يساعد في تخفيف المخاطر البيئية في السياقات الاجتماعية والسياسية، حيث يعتبر أن القضايا البيئية موجودة عالمياً[45].

ويعد تعليم التنمية المستدامة ابتكارًا حديثًا في الإصلاح التعليمي الذي يبدأ من التعليم البيئي والمستدام، وهذا يؤكد على أن جميع التربويين مسؤولون عن ضمان التحول نحو التنمية المستدامة ليصبح واقعًا، فالتنمية المستدامة هي التنمية التي توفر للناس حياة أفضل دون التضحية أو استنزاف الموارد أو التسبب في آثار بيئية من شأنها أن تقوض احتياجات الأجيال القادمة[46]، وهناك صلة بين التثقيف البيئي والوعي العام بالبيئة والتنمية المستدامة فإن إيديولوجية التنمية المستدامة التي اكتسبت شعبية في منتصف الثمانينات، اخترقت تدريجيًا حركة التثقيف البيئي وأكدت نفسها كمنظور مهيمن[47].

وللعلاقات العامة دوراً مهماً في تعزيز وعي الجمهور حيث تتضمن حملات التوعية البيئية بعض العناصر الداعمة لإدارة الأحداث أو الحملات أو العلاقات الإعلامية وإعادة التدوير ويتطلب ذلك أن يكون لدى متخصصي العلاقات العامة المعرفة والكفاءة الكافية لتوصيل الرسائل مما سينتج عنه دعم المجتمع لهم[48].

**عاشراً: نتائج الدراسة:**

**1) مدى اهتمام البنوك عينة الدراسة بالتمويل المستدام بشكل كاف من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة:**

أجمع ممارسو العلاقات العامة عينة الدراسة على أن البنوك التي يعملون بها تهتم بشكل كبير بتمويل المشروعات الخضراء؛ ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها أن التمويل المستدام قد أصبح من أهم الموضوعات التي يتم تناولها في المحافل الدولية ومثار اهتمام العديد من البنوك المركزية، كما أن القطاع المصرفي هو أحد أهم القطاعات التي تدعم جهود التنمية وبالتالي لا يمكن تحقيق أهداف التنمية المستدامة بما فيها من تحديات بيئية واجتماعية دون أن يكون للبنوك دور فعال في ذلك من خلال توجيه التمويل إلى أنشطة اقتصادية أكثر

استدامة، كما أن دمج العناصر البيئية والاجتماعية وقواعد الحوكمة له تأثير إيجابي على أداء الشركات وتقليل نسب المخاطر فضلاً عن كونه عاملاً هامًا لجذب الاستثمارات الأجنبية.

**2) مدى وجود قسمًا مستقلاً مخصصًا لأنشطة التمويل المستدام داخل البنوك عينة الدراسة:**

أكد كل ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة على وجود قسم مخصص لتمويل المشروعات المستدامة ولكن في المقر الرئيسي فقط للبنك، أما باقي فروع البنوك المنتشرة في محافظات مصر فيكون بها عدد من الموظفين المُختصين والمسئولين عن تلك المشروعات وليس قسماً مخصوصاً، كما أن مسميات هذه الأقسام تختلف من بنك إلى آخر كالتالي:

**جدول رقم (2)**
**يوضح مسميات أقسام التمويل المستدام داخل البنوك عينة الدراسة**

| البنك الأهلي المصري | البنك التجاري الدوليCIB | بنك مصر | بنك القاهرة | بنك كريدي أجريكول مصر |
|---|---|---|---|---|
| قسم الاستدامة | المصرفية المسؤولة | قسم المسئولية الاجتماعية والاستدامة | قسم التنمية المستدامة | قسم الاستدامة |

**3) أكثر المشاريع الخضراء أو البيئية التي يقوم البنوك عينة الدراسة بتمويلها:**

تنوعت المشاريع الخضراء التي تمولها البنوك عينة الدراسة في جميع المجالات الصحية والتعليمية والاقتصادية والبيئية وهي كالتالي:

**جدول رقم (3)**
**يوضح المشروعات والمبادرات المستدامة داخل البنوك عينة الدراسة**

| البنك الأهلي المصري | البنك التجاري الدوليCIB | بنك مصر | بنك القاهرة | بنك كريدي أجريكول مصر |
|---|---|---|---|---|
| - إنشاء منصة "حافز."<br>- برنامج مكافحة التلوث الصناعي EPAPبمراحله الثلاث.<br>- برنامج الالتزام البيئي.ECO<br>- برنامج تمويل الاقتصاد الأخضر .EBRD GEFF<br>- الصندوق الأخضر للتنمية.GGF | - ساقية الصاوي.<br>- بينالي القاهرة الدولي بعنوان" نحو الشرق."<br>- سرديات معاد تخيلها.<br>- مبادرة" من عشوائية إلى عيشة وهوية." | - إنشاء مؤسسة بنك مصر لتنمية المجتمع.<br>- مبادرة رواد النيل.<br>- برنامج ذات.<br>- مبادرة الشمول المالي للشباب.<br>- إطلاق قرض ومرابحة تمويل المشروعات الصغيرة "إكسبريس." | - مشروع القرض الحسن .<br>- معرض تراثنا .<br>- مبادرة.bGreen<br>- مبادرة المس حلمك.<br>- مبادرة أنا أتكلم العربية. | - مبادرة" شكراً."<br>- مبادرة" إبهار مصر."<br>- مبادرة" معاً نهتم."<br>- إنشاء" مؤسسة كريدي أجريكول مصر للتنمية"<br>- طرح استراتيجية IMPACT<br>- حملة" كل يوم كسبان." |

**4) استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك من أجل تحقيق التنمية المستدامة:**

**جدول رقم (4)**

**يوضح استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك عينة الدراسة**

| العبـــــارات | موافق | | محايد | | معارض | | الاجمـــالي | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
| تقديم استثمارات وقروض ومنتجات وخدمات مستدامة. | 76 | 100% | ـــــ | ـــــ | ـــــ | ـــــ | 3 | 0.00 | 100 | 1 |
| دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة وريادة الأعمال. | 76 | 100% | ـــــ | ـــــ | ـــــ | ـــــ | 3 | 0.00 | 100 | 1 |
| خصوصية العملاء وأمن البيانات. | 73 | 96.1% | 3 | 3.9% | ـــــ | ـــــ | 2.96 | 0.19 | 98.7 | 2 |
| الابتكار والتحول الرقمي. | 71 | 93.4% | 5 | 6.6% | ـــــ | ـــــ | 2.93 | 0.25 | 97.7 | 3 |
| الشمول المالي وإمكانية الوصول والتثقيف المالي. | 66 | 86.8% | 10 | 13.2% | ـــــ | ـــــ | 2.87 | 0.34 | 95.7 | 4 |
| المساهمة بشكل إيجابي في تنمية المجتمع والحفاظ على البيئة المحيطة | 67 | 88.2% | 5 | 6.6% | 4 | 5.3% | 2.83 | 0.50 | 94.3 | 5 |
| تحسين سمعة البنوك محليًا ودوليًا. | 62 | 81.6% | 14 | 18.4% | ـــــ | ـــــ | 2.82 | 0.39 | 94 | 6 |
| تقليل المخاطر البيئية والاجتماعية. | 61 | 80.3% | 13 | 17.1% | 2 | 2.6% | 2.78 | 0.48 | 92.7 | 7 |
| تقديم حلول مالية ومنتجات مصرفية جديدة ومبتكرة وفتح مجالات وأسواق جديدة للتمويل مما يساهم في تحقيق المزيد من الأرباح. | 56 | 73.7% | 15 | 19.7% | 5 | 6.6% | 2.67 | 0.59 | 89 | 8 |

| العبـــــارات | موافق | | محايد | | معارض | | الاجمـــالي | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
| بناء علاقات طويلة الأمد مع الممولين. | 45 | 59.2% | 25 | 32.9% | 6 | 7.9% | 2.51 | 0.64 | 83.7 | 9 |
| خفض فرص التعثر، وبالتالي الحفاظ على جودة محفظة البنك. | 43 | 56.6% | 25 | 32.9% | 8 | 10.5% | 2.46 | 0.68 | 82 | 10 |
| إنشاء خدمات مدرة للدخل. | 40 | 52.6% | 25 | 32.9% | 11 | 14.5% | 2.38 | 0.73 | 79.3 | 11 |
| تحديد إخفاقات السوق التي يمكنك معالجتها. | 31 | 40.8% | 35 | 46.1% | 10 | 13.2% | 2.28 | 0.69 | 76 | 12 |
| تعزيز فرص الاستثمار الأجنبي عن طريق جذب المستثمرين الذين يستهدفون التمويل المستدام. | 36 | 47.4% | 15 | 19.7% | 25 | 32.9% | 2.14 | 0.89 | 71.3 | 13 |

**تكشف لنا بيانات الجدول السابق عن استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك عينة الدراسة** ,وقد أجمع ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة على أن البنوك تعتمد على تقديم استثمارات وقروض ومنتجات وخدمات مستدامة، وأيضًا تدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة وريادة الأعمال، كأهم الاستراتيجيات التي تهتم بها البنوك في التمويل المستدام حيث توفر البنوك حلول تمويل متعددة الأغراض التي تدعم العملاء على تحقيق مختلف أهدافهم وطموحاتهم، كما جاءت في المراتب التالية بنسب كبيرة ومتقاربة العبارات التالية (خصوصية العملاء وأمن البيانات)فالبنوك ملزمة بحماية خصوصية العملاء وحماية أمن البيانات الخاصة بهم و(الابتكار والتحول الرقمي) **وهذا ما تؤكده دراسة Bayram & Others (2022)**[49]أن التكنولوجيا المالية تعتبر المحرك الرئيسي للشمول المالي والتنمية المستدامة والهوية الرقمية، وأنظمة المدفوعات الإلكترونية القابلة للتشغيل المتبادل، وتوفير الخدمات والمدفوعات الحكومية إلكترونيًا، وتصميم الأسواق والأنظمة المالية الرقمية هي الركائز الأربع للاقتصاد للاستفادة من التكنولوجيا المالية لتحقيق التنمية المستدامة.

**وأكدته أيضاً دراسة رابح وعزالدين (2022)**[50] والتي ترى أنه في الآونة الأخيرة تم تطبيق أحدث التقنيات التكنولوجية في الخدمات المالية، ولذا تم خلق اقتصاد أخضر يكون داعماً

للتنمية، وفي المرتبة الأخيرة جاءت (تعزيز فرص الاستثمار الأجنبي عن طريق جذب المستثمرين الذين يستهدفون التمويل المستدام).

حيث ترى عينة الدراسة أنه وعلى الرغم من الجهود المتواصلة التي بذلتها الحكومات المصرية المتعاقبة لجذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر، إلا أن معدلات تدفق هذه الاستثمارات إلى مصر ظلت دون المستوى المنشود، **وهو ما أكدته دراسة محمد عبدالرحيم (2023)**[51] حيث ترى أن من العوامل التي ساهمت في انخفاض حجم الاستثمار الأجنبي المباشر المتدفق إلى مصر وجود عدد من العوائق التي حالت دون زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إليها، ومن بين هذه العوائق، عدم توفر البيئة المؤسسية الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر، كفعالية الحكومة وسيادة القانون والتحكم في الفساد .**وتؤكد دراسة Cristina & Luis(2021)**[52]أن الاستثمار الأخضر يشكل خياراً بديلًا لتمويل، وأن المنافسة القائمة الآن هي للحصول على مستثمرين ومستهلكين ذوي توجهات خضراء.

### 5) الممارسات والاجراءات التي تتبعها البنوك عينة الدراسة لتعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة:

**جدول رقم (5)**
**يوضح الممارسات والاجراءات التي يتبعها البنوك لتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة**

| العبـــــارات | موافق | | محايد | | معارض | | الاجمـــالي | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
| نفضل أدوات التسويق الرقمية للترويج لخدماتنا لأنها أكثر صداقة للبيئة. | 67 | 88.2% | 9 | 11.8% | —— | —— | 2.88 | 0.33 | 96 | 1 |
| تسهل ثقافة البنك التسويق الأخضر بالنسبة لنا. | 66 | 86.8% | 10 | 13.2% | —— | —— | 2.87 | 0.34 | 95.7 | 2 |
| يتم تنظيم عروضًا تقديمية للموظفين بالبنك لإبلاغهم باستراتيجية التمويل المستدام. | 60 | 78.9% | 16 | 21.1% | —— | —— | 2.79 | 0.41 | 93 | 3 |
| يسعى البنك إلى تقديم خدمات خضراء مبتكرة إلى للجمهور الخارجي. | 60 | 78.9% | 14 | 18.4% | 2 | 2.6% | 2.76 | 0.49 | 92 | 4 |
| لدى البنك سياسة واضحة تدعو إلى الوعي البيئي في جميع المجالات. | 56 | 73.7% | 20 | 26.3% | —— | —— | 2.74 | 0.44 | 91.3 | 5 |

| العبـــــارات | موافق | | محايد | | معارض | | الاجمـــالي | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
| نؤمن كموظفين بالبنك بالقيم البيئية التي يتبناها البنك. | 55 | 72.4% | 18 | 23.7% | 3 | 3.9% | 2.68 | 0.55 | 89.3 | 6 |
| نقوم بتنفيذ أبحاث السوق لاكتشاف الاحتياجات الخضراء للسوق. | 54 | 71.1% | 17 | 22.4% | 5 | 6.6% | 2.64 | 0.60 | 88 | 7 |
| يحاول البنك تعزيز الحفاظ على البيئة كهدف رئيسي في جميع الأقسام بالبنك. | 51 | 67.1% | 15 | 19.7% | 10 | 13.2% | 2.54 | 0.72 | 84.7 | 8 |
| ننشر بالبنك الملصقات البيئية الخاصة بحملات التوعية البيئية. | 41 | 53.9% | 25 | 32.9% | 10 | 13.2% | 2.41 | 0.72 | 80.3 | 9 |
| يتم تشجيع السلوك البيئي النموذجي للموظفين ومكافأتهم. | 35 | 46.1% | 36 | 47.4% | 5 | 6.6% | 2.39 | 0.61 | 79.7 | 10 |
| ننشر الملصقات البيئية والإعلانات على موقع الشركة على الويب وصفحات التواصل. | 35 | 46.1% | 31 | 40.8% | 10 | 13.2% | 2.33 | 0.70 | 77.7 | 11 |
| ننخرط في حوار مع أصحاب المصلحة حول الجوانب البيئية للبنك. | 32 | 42.1% | 31 | 40.8% | 13 | 17.1% | 2.25 | 0.73 | 75 | 12 |
| نشجع على استخدام مواد معاد تدويرها أو قابلة لإعادة الاستخدام في حملاتنا. | 24 | 31.6% | 29 | 38.2% | 23 | 30.3% | 2.01 | 0.79 | 67 | 13 |

**تُظهر نتائج الجدول رقم (5) الممارسات والاجراءات التي تتبعها البنوك لتعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة تمثلت في: تفضيل أدوات التسويق الرقمية للترويج لخدماتنا لأنها أكثر صداقة للبيئة في الترتيب الأول،** حيث عبرت النسبة الأكبر من العينة ب"موافق "وذلك بنسبة (88.2%)، بينما عبرت نسبة (11.8%) ب"محايد"، وهو ما يدل على مدى ثقة المبحوثين في تقنيات التحول الرقمي وأنها أكثر أمانًا ودقة في أداء المهام من البشر، ثم تلاها) أن البنك يسهل ثقافة التسويق الأخضر **(وهو ما يتفق مع دراسة تربش ومومني (2020)**[53] والتي أوصت بضرورة اعتبار التسويق الأخضر جزء من ثقافة المنشأة من أجل المحافظة على بيئة نظيفة وكذلك إرضاء حاجات عملائها .وتظهر عينة الدراسة أن البنوك تهتم بتنظيم عروضًا تقديمية للموظفين بالبنك لإبلاغهم باستراتيجية

التمويل المستدام، وأنها تسعى إلى تقديم خدمات خضراء مبتكرة إلى للجمهور الخارجي، كما أن للبنوك سياسة واضحة تدعو إلى الوعي البيئي في جميع المجالات، بالإضافة إلى إيمان عينة الدراسة بالقيم البيئية التي يتبناها البنك، وأنهم يقومون بتنفيذ أبحاث السوق لاكتشاف الاحتياجات الخضراء للسوق. وفي المرتبة الأخيرة جاء التشجيع على استخدام مواد معاد تدويرها أو قابلة لإعادة الاستخدام في حملاتهم، برغم من اقتناع المبحوثون بأن إعادة التدوير تمثل خطوة هامة نحو بناء مستقبل أكثر استدامة وحماية للبيئة، ويمكن تحقيق تأثير كبير على حفظ الموارد الطبيعية وتقليل التأثيرات البيئية الضارة.

### 6) كيف انعكست آليات واستراتيجيات البنوك عينة الدراسة في تعزيزها للوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة وفقاً لنموذج:"AIDA "

**جدول رقم (6)**

**يوضح انعكاس آليات واستراتيجيات البنوك في تعزيزها للوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج"AIDA"**

| الأبعاد | العبـــارات | موافق | | محايد | | معارض | | الاجمـالي | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ك | % | ك | % | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب | |
| الوعي وجذب الانتباه | عزز تمويل المشروعات الخضراء فهمي لدور من خدمة في البنك البيئة والمجتمع. | 66 | %86.8 | 10 | %13.2 | — | — | 2.86 | 0.34 | 95.3 | 1 | |
| | غرست لدي قيم المحافظة على البيئة وأن أكون مسؤول بيئياً. | 63 | %82.9 | 13 | %17.1 | — | — | 2.83 | 0.38 | 94.3 | 2 | |
| | أكدت لي مشرعات التمويل المستدام على جدية وخطورة القضية البيئية التي تشير إليها. | 56 | %73.7 | 20 | %26.3 | — | — | 2.74 | 0.44 | 91.3 | 3 | |
| | المتوسط الحسابي المرجح = 2.81 | | | | | | | | | | | الأول |
| الاهتمام | جعلتني قادراً على تميز بين السلوكيات الضارة بالبيئة. | 62 | %81.6 | 14 | %18.4 | — | — | 2.82 | 0.39 | 94 | 1 | |
| | جذبتني بشكل إيجابي إلى المشكلات البيئية وكيف أساهم في حلها. | 46 | %60.5 | 25 | %32.9 | 5 | %6.6 | 2.54 | 0.62 | 84.7 | 2 | |
| | أثارت لدى مستوى مرتفع من القلق حول البيئة. | 37 | %48.7 | 31 | %40.8 | 8 | %10.5 | 2.38 | 0.67 | 79.3 | 3 | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | دفعتني للبحث عن معلومات أكثر حول الخدمات الخضراء. | 38 | %50 | 25 | %32.9 | 13 | %17.1 | 2.33 | 0.76 | 77.7 | 4 |
| الثالث | المتوسط الحسابي المرجح = 2.52 | | | | | | | | | | |
| الوعي | مستعداً أصبحت في للمشاركة أحداث وفاعليات البنك ينظمها على للمحافظة البيئة. | 57 | %75 | 19 | %25 | — | — | 2.75 | 0.44 | 91.7 | 1 |
| | في أرغب في المساعدة تغيير مقاومة المناخ. | 56 | %73.7 | 10 | %13.2 | 10 | %13.2 | 2.61 | 0.71 | 87 | 2 |
| | في الرغبة لدي شراء السندات من الخضراء البنك، وتشجيع اصدقائي واقاربي عليها. | 36 | %47.4 | 30 | %39.5 | 10 | %13.2 | 2.34 | 0.7 | 78 | 3 |
| | مع أتناقش في زملائي موضوعات البيئة. تخص | 34 | %44.7 | 30 | %39.5 | 12 | %15.8 | 2.29 | 0.73 | 76.3 | 4 |
| الرابع | المتوسط الحسابي المرجح = 2.49 | | | | | | | | | | |
| التصرف | أهتم دائماً بترشيد استخدامي للطاقة والمياه. | 71 | %93.4 | 5 | %6.6 | — | — | 2.93 | 0.25 | 97.7 | 1 |
| | اتابع اولًا بأول كل المشاريع الخضراء التي يمولها البنك. | 51 | %67.1 | 15 | %19.7 | 10 | %13.2 | 2.54 | 0.72 | 84.7 | 2 |
| | أشارك في نشر الوعي البيئي بين زملائي وأقاربي. | 46 | %60.5 | 20 | %26.3 | 10 | %13.2 | 2.47 | 0.72 | 82.3 | 3 |
| | أصبحت استخدم منتجات صديقه للبيئة. | 40 | %52.6 | 20 | %26.3 | 16 | %21.1 | 2.32 | 0.8 | 77.3 | 4 |
| الثاني | المتوسط الحسابي المرجح = 2.57 | | | | | | | | | | |

تم جمع فئتي (موافق – محايد) بالتعليق على الجدول باعتبارها محددًا للتأثيرات الإيجابية لاستراتيجيات البنوك في تعزيز الوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة

**يتضح لنا الجدول السابق** مدى انعكاس آليات واستراتيجيات البنوك في تعزيزها للوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج"AIDA"، والذي يتكون من أربعة عناصر تتمثل في (الوعي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة، التصرف)، ومن خلال المتوسط

الحسابي المرجح لكل عنصر يتبين لنا أن عينة الدراسة لديها وعي وجذب انتباه تجاه القضايا البيئية نتيجة الاستراتيجيات المتبعة في البنوك وذلك بمقدار(**2.81**)، وهذا انعكس بشكل إيجابي على تصرفات مماسي العلاقات العامة تجاه البيئة بواقع(**2.57**)، ثم يأتي بعد ذلك عنصر الاهتمام بوزن مرجح مقدار(**2.52**) ، تليها عنصر الرغبة بمقدار.(**2.49**)

**وفيما يتعلق بعنصر الوعي وجذب الانتباه** جاءت في المرتبة الأولى فقرة (تعزيز تمويل المشروعات الخضراء من فهم العينة لدور البنك في خدمة البيئة والمجتمع) ثم تليها فقرة (غرس القيم المحافظة على البيئة لديهم وأن يكونوا مسؤولون بيئياً)، وأخيراً (أن مشرعات التمويل المستدام أكدت لهم جدية وخطورة القضية البيئية التي تهتم بها).

**أما عنصر الاهتمام** فترى عينة الدراسة أن استراتيجيات البنوك في تمويل المشروعات الخضراء جعلتهم قادرون على التمييز بين السلوكيات الضارة بالبيئة، وجذبتهم بشكل إيجابي إلى المشكلات البيئية وكيف يساهموا في حلها، كما أثارت لديهم مستوى مرتفع من القلق حول البيئة، ودفعتهم للبحث عن معلومات أكثر حول الخدمات الخضراء.

**ويأتي عنصر الرغبة** حيث أكدت عينة الدراسة أنهم أصبحوا مستعدين للمشاركة في الأحداث والفاعليات التي ينظمها البنك للمحافظة على البيئة، وأن لديهم رغبه في المساعدة لمقاومة تغيير المناخ، كما أن لديهم الرغبة في شراء السندات الخضراء من البنك، وتشجيع أصدقائهم وأقاربهم عليها، **حيث أكدت دراسة سمية وجيهاد (2022)**[54] أن السندات الخضراء تلعب دورًا كبيرًا في تمويل الاقتصاديات المعتمدة على الطاقة المتجددة أو التي تلتزم بخفض نسب انبعاث الكربون، كما أن تطوير هذه الأدوات يتطلب تفعيل دور أسواق رأس المال من خلال تنمية الصناديق المعنية بمجال الاستدامة والسندات الخضراء والاجتماعية، وأخيراً أنهم يتناقشون مع زملائهم في موضوعات تخص البيئة.

**وجاء عنصر التصرف كثاني أهم عنصر بعد الوعي وجذب الانتباه كما أشرنا سابقاً**، حيث أكد ممارسو العلاقات العامة عينة الدراسة أنهم يهتمون دائماً بترشيد استخدامهم للطاقة والمياه، وأنهم يتابعون أولًا بأول كل المشاريع الخضراء التي يمولها البنك، كما أنهم يشاركون في نشر الوعي البيئي بين زملائهم وأقاربهم، وأنهم يستخدمون منتجات صديقة للبيئة.

### 7) مدى نجاح البنوك عينة الدراسة في تعزيز الوعي والمحافظة على البيئة من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة :

**جدول رقم (7)**
**يوضح مدى نجاح البنوك في تعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة**

| البدائل | | التكـرار | النسبة% |
|---|---|---|---|
| ناجحة | (*) | 39 | 51.3% |
| ناجحة إلى حد ما | | 27 | 35.5% |
| غير ناجحة | | 10 | 13.2% |
| الإجمـــالي | | 76 | 100% |
| (*)تم جمع نسب فئتي (ناجحة وناجحة إلى حد ما (بالتعليق على الجدول باعتبارها محددًا لنجاح البنوك في تعزيز الوعي البيئي من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة | | | |

* **سؤال إحالة**

**يعرض لنا الجدول رقم (7)** مدى نجاح البنوك في تعزيز الوعي البيئي والمحافظة على البيئة من وجهة نظر ممارسي العلاقات العامة، وقد أكد (86.8%) من عينة الدراسة أن البنوك نجحت في تعزيز الوعي البيئي لديهم، بينما يرى (13.2%) فقط من عينة الدراسة أن البنوك لم تنجح في ذلك، وهناك فارق كبير في النسب مما يعكس نجاح البنوك في نشر وتعزيز الوعي البيئي.

**8) أسباب نجاح البنك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة :**

**جدول رقم (8)**
**يوضح أسباب نجاح البنك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة**

| الأسباب | التكرار | النسبة% | الترتيب |
|---|---|---|---|
| إقناعي بالخدمات الخضراء التي يقدمها البنك بشكل جذاب وممتع. | 61 | 92.4% | 1 |
| التركيز على المسؤولية الاجتماعية، وتعزيز الصورة الخضراء على مستوى البنك. | 50 | 75.8% | 2 |
| سرعة الرد على العملاء في أي استفسار عن مشروعات التمويل المستدام على صفحة البنك. | 36 | 54.5% | 3 |
| تنوع الوسائل الإعلانية والأدوات التي تم استخدامها. | 26 | 39.4% | 4 |
| ارتباطها بقمة المناخ ومشاركة البنك فيه. | 25 | 37.9% | 5 |
| تركيز الرسائل الاتصالية على نقل المعلومات حول التزام البنك وجهوده لتحسين أدائه البيئي. | 10 | 15.2% | 6 |
| *المنقولون من جدول (7)ممن أجابوا بناجحة وناجحة إلى حد ما، بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن=(66) | | | |

**يتضح من الجدول السابق تعدد أسباب نجاح البنك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة،** حيث أكد (91.4%) من عينة الدراسة أنهم مقتنعون بأن البنوك تقدم الخدمات الخضراء بشكل جذاب وممتع مما ساعد على نجاحها، ويرون أيضاً أن من أسباب نجاح البنوك هو التركيز على المسؤولية الاجتماعية، وتعزيز الصورة الخضراء على مستوى البنك، لذا نجدها تسارع في دعم المشاريع الخضراء، كما تساهم في المؤتمرات التي تنعقد لحماية البيئة ,**وهو ما يتفق مع دراسة هبة الباز (2023)**[55] والتي أكدت على الدور الذي تلعبه البنوك المركزية في استغلال أدواتها المختلفة لمواجهة المخاطر المالية الناجمة عن تغير المناخ ودعم التحول نحو الاقتصاد الأخضر.

ومن أسباب نجاح البنوك هو سرعة الرد على العملاء في أي استفسار عن مشروعات التمويل المستدام على صفحة البنك، فالبنوك كما تعمل على تعزيز وعي موظفيها تحاول جاهدة لتعزيز وعي العملاء عن طريق نشر الأحداث والفعاليات التي تخص البيئة في محاولة للفت انتباه الجمهور الخارجي لضرورة تضافر جهود الأفراد والمؤسسات في المحافظة على البيئة ,بالإضافة إلى تنوع الوسائل الإعلانية والأدوات التي تم استخدامها،

ومشاركة البنوك في مؤتمر قمة المناخ، وأخيراً التركيز في الرسائل الاتصالية على نقل المعلومات حول التزام البنك وجهوده لتحسين أدائه البيئي .

**9) أسباب عدم نجاح البنوك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة :**

**جدول رقم (9)**
**يوضح عدم نجاح البنوك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة**

| الأسباب | التكرار | النسبة% | الترتيب |
|---|---|---|---|
| ارتباط عرضها بتوقيت مؤتمر قمة المناخ فقط. | 8 | 80% | 1 |
| عدم إقبال العملاء على تلك المشروعات الخضراء. | 7 | 70% | 2 |
| لم يسوق البنك بشكل كافٍ لتمويل المشروعات الخضراء. | 5 | 50% | 3 |
| أشعر أنها مجرد تسويق لدور البنك نحو البيئة وغير مرتبط بالواقع. | 4 | 40% | 4 |
| عدم وجود سياسه واضحة ومنظمة لدعم التمويل الأخضر | 3 | 30% | 5 |
| *المنقولون من جدول (7) ممن أجابوا بغير ناجحة، بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل ن=(10) | | | |

**يتضح من الجدول السابق** مدى تعدد أسباب عدم نجاح البنك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة، حيث يرى (8 مبحوثين ممن أجابوا بأنها غير ناجحة) أن مفهوم التمويل المستدام في البنوك مرتبط فقط بتوقيت مؤتمر قمة المناخ، كما يرى (7 مبحوثين) عدم إقبال العملاء على تلك المشروعات الخضراء، **وهو ما لا يتفق مع ما قالته الدكتورة هالة السعيد وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية (نوفمبر 2023م)** [56]أن المشروعات الخضراء تشهد إقبالاً غير مسبوق من رواد الأعمال وأصحاب المشروعات المبتكرة التي تقدم حلولاً خلاقة للتعامل مع تحديات تغير المناخ وتعزيز جهود التحول للاقتصاد الأخضر، بما يعكس حرص الدولة المصرية على جذب وتشجيع فرص الاستثمار البيئي والمناخي والحلول صديقة البيئة والتكيف مع والتقليل من حدة التغيرات المناخية في كافة المحافظات المصرية. ويرى (5 مبحوثين) أن البنوك لم تسوق بشكل كافٍ لتمويل المشروعات الخضراء، كما يشعر (4 مبحوثين (أن مفهوم التمويل المستدام مجرد تسويق لدور البنك نحو البيئة وغير مرتبط بالواقع، وأخيراً يرى (3 مبحوثين فقط) عدم وجود سياسة واضحة ومنظمة لدعم التمويل الأخضر داخل البنوك، **وهو ما يتفق مع دراسة ابتهاج يعقوب وآخرون (2020)** [57]التي توصلت إلى أن البنوك عينة الدراسة لم يكن لديهم سياسة واضحة تجاه تمويل المشروعات المستدامة.

**نتائج اختبار فرض الدراسة:**

**جدول رقم (10)**

**يوضح معاملات الارتباط بين استراتيجيات البنوك في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على زيادة (درجة الوعي البيئي وجذب الانتباه – الاهتمام – الرغبة – التصرف) لدى ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج."AIDA"**

| المتغيرات | استراتيجيات البنوك في تعزيزها للوعي البيئي | | |
|---|---|---|---|
| | معامل الارتباط | مستوى الدلالة | نوع الدلالة |
| عنصر الوعي وجذب الانتباه | 0.745** | 0.00 | دالة إحصائياً |
| عنصر الاهتمام | 0.832** | 0.00 | دالة إحصائياً |
| عنصر الرغبة | 0.834** | 0.00 | دالة إحصائياً |
| عنصر التصرف | 0.812** | 0.00 | دالة إحصائياً |
| ن = 76 | | | |

**يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية قوية دالة إحصائيًا** بين استراتيجيات البنوك المستخدمة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على زيادة (درجة الوعي البيئي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة، التصرف) لدى ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج "AIDA"، مما يعني أنه كلما زاد معدلات تطبيق استراتيجيات الوعي البيئي في البنوك كلما ساهم ذلك في زيادة التوجهات الإيجابية من قبل ممارسي العلاقات العامة نحوها وذلك على صعيد الوعي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة والتصرف.

وجاءت قيم الارتباط دالة عند مستوى (0.00)، وجاء عنصر الرغبة كأقوى ارتباط بين عناصر نموذج "AIDA" بواقع (0.834)، في حين أن أقل درجة ارتباط دال كانت في عنصر الوعي وجذب الانتباه بواقع (0.745).

**مناقشة النتائج العامة للدراسة:**

1) أكد ممارسو العلاقات العامة عينة الدراسة على أن البنوك التي يعملون بها تهتم بشكل كبير بتمويل المشروعات الخضراء؛ ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها أن التمويل المستدام قد أصبح من أهم الموضوعات التي يتم تناولها في المحافل الدولية ومثار اهتمام العديد من البنوك المركزية، كما أن القطاع المصرفي هو أحد أهم القطاعات التي تدعم جهود التنمية وبالتالي لا يمكن تحقيق أهداف التنمية المستدامة بما فيها من تحديات بيئية واجتماعية دون أن يكون للبنوك دور فعال في ذلك.
2) أظهرت لنا نتائج الدراسة مدى تنوع المشاريع الخضراء التي تمولها البنوك عينة الدراسة في جميع المجالات الصحية والتعليمية والاقتصادية والبيئية؛ وهذا يدل على مدى حرص واهتمام البنوك بدورهم التوعوي والتنموي في تحقيق التنمية المستدامة التي تعتبر جزءاً من مسئوليتهم الاجتماعية نحو الدولة والجمهور، كما أكدت عينة الدراسة على وجود قسم خاص بتمويل المشروعات المستدامة ولكن في المقر الرئيسي فقط للبنك، أما باقي فروع البنوك المنتشرة في محافظات مصر فيكون بها عدد من الموظفين المُختصين والمسئولين

عن تلك المشروعات وليس قسماً مخصوصاً، كما أن مسميات هذه الأقسام تختلف من بنك إلى آخر.

3) كشفت لنا نتائج الدراسة عن استراتيجيات التمويل المستدام المستخدمة في البنوك عينة الدراسة، وقد أجمع ممارسو العلاقات العامة عينة الدراسة على أن البنوك تعتمد على تقديم استثمارات وقروض ومنتجات وخدمات مستدامة، وأيضًا تدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة وريادة الأعمال، كما تهتم بالابتكار والتحول الرقمي، وبتحسين سمعة البنوك محليًا ودوليًا، وأيضاً تقليل المخاطر البيئية والاجتماعية، وتقديم حلول مالية ومنتجات مصرفية جديدة ومبتكرة وفتح مجالات وأسواق جديدة للتمويل مما يساهم في تحقيق المزيد من الأرباح.

4) وفيما يتعلق بأبرز الممارسات والاجراءات التي تتبعها البنوك لتعزيز الوعي البيئي، فقد أكد ممارسو العلاقات العامة أن البنوك التي يعملون بها تفضل استخدام أدوات التسويق الرقمية للترويج لخدماتها لأنها أكثر أمناً وصداقة للبيئة، كما أن ثقافة البنوك تسهل التسويق الأخضر وأن لديهم سياسة واضحة تدعو إلى الوعي البيئي في جميع المجالات، بالإضافة إلى تنظيم عروضًا تقديمية للموظفين بالبنك لإبلاغهم باستراتيجيات التمويل المستدام، كما تقوم البنوك بتنفيذ أبحاث السوق لاكتشاف الاحتياجات الخضراء للسوق، وأيضاً يتم تشجيع السلوك البيئي النموذجي للموظفين ومكافأتهم.

5) بينت الدراسة كيف انعكست آليات واستراتيجيات البنوك في تعزيزها للوعي البيئي على سلوك ممارسي العلاقات العامة وفقاً النموذج"AIDA" ، والذي يتكون من أربعة عناصر تمثلت في (الوعي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة، التصرف)، ومن خلال المتوسطات الحسابية المرجحة لكل عنصر يتبين لنا أن عينة الدراسة لديها وعي وجذب انتباه تجاه القضايا البيئية نتيجة الاستراتيجيات المتبعة في البنوك، وهذا انعكس بشكل إيجابي على تصرفاتهم تجاه البيئة، ثم يأتي بعد ذلك عنصر الاهتمام، تليها عنصر الرغبة.

6) وإيماناً بأهمية ودور البنوك في تعزيز الوعي والمحافظة على البيئة، فقد أكد أغلب ممارسي العلاقات العامة أن البنوك نجحت في تعزيز الوعي البيئي لديهم، وذلك لعدة أسباب أهمها أن البنوك تقدم الخدمات الخضراء بشكل جذاب وممتع مما ساعد على نجاحها، وأن البنوك تهتم وتركز على المسؤولية الاجتماعية، وتُعزز الصورة الخضراء على مستوى البنك، لذا نجدها تسارع في دعم المشاريع الخضراء، كما تساهم في المؤتمرات التي تنعقد لحماية البيئة وأهمها المشاركة في مؤتمرات قمة المناخ ,كما تنوع البنوك من الوسائل الإعلانية والأدوات التي تم استخدامها لجذب العملاء للمشروعات المستدامة.

7) أما عن أسباب عدم نجاح البنوك في إرساء مفهوم التمويل المستدام وتعزيز الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة عينة الدراسة، فقد أكد (8 مبحوثين فقط ممن أجابوا بأنها غير ناجحة) أن مفهوم التمويل المستدام في البنوك مرتبط فقط بتوقيت مؤتمر قمة المناخ، كما أنه لا يوجد إقبال من العملاء على المشروعات الخضراء، وأن البنوك لم تسوق بشكل كافٍ لتمويل المشروعات الخضراء، كما يشعر البعض منهم أن مفهوم التمويل المستدام مجرد تسويق لدور البنك نحو البيئة وغير مرتبط بالواقع، وأنه لا توجد سياسة واضحة ومنظمة لدعم التمويل الأخضر داخل البنوك.

**ومما سبق يمكن القول** بأن البنوك المصرية عينة الدراسة تهتم بدعم التمويل المستدام، وأنه توجد علاقة ارتباطية طردية قوية دالة إحصائيًا بين استراتيجيات البنوك المستخدمة في تعزيزها للوعي البيئي وبين قدرتها على زيادة (درجة الوعي البيئي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة، التصرف) لدى ممارسي العلاقات العامة وفقًا النموذج"AIDA" ، مما يعني أنه كلما زاد معدلات تطبيق استراتيجيات الوعي البيئي في البنوك كلما ساهم ذلك في زيادة التوجهات الإيجابية من قبل ممارسي العلاقات العامة نحوها وذلك على صعيد الوعي وجذب الانتباه، الاهتمام، الرغبة والتصرف.

**التوصيات والمقترحات:**

من خلال هذه الدراسة يظهر جليًا مدى أهمية التمويل البيئي كعنصر أساسي وفعال، إذ لا تخلو أي معادلة بيئية من هذا العنصر الهام، وهذا من أجل إنشاء استثمارات خضراء تراعي البعد البيئي كركيزة أساسية لقيامها بغية تحقيق تنمية مستدامة، الأمر الذي جعل هذا النوع من التمويل يكتسب أهمية بالغة على الصعيدين الدولي والمحلي، وبالرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها الدولة المصرية والقطاع المصرفي للتحول نحو الاقتصاد الأخضر والحفاظ على البيئة وتخضير قطاعات الاقتصاد، إلا أنها تحتاج إلى مزيد من الاهتمام والتوسع في إيلاء العناية الواجبة للقضايا البيئية، حيث لا يمكن للدولة المصرية التحول الى الاقتصاد الأخضر بدون القطاع المصرفي، وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة نوصي بالآتي:

- إن حماية البيئة إنما تعتمد بالدرجة الأولى على وعي الفرد ومدى إحساسه بضرورة حمايتها لذا ينبغي تشجيع السلوك البيئي اتجاه البيئة والتأكيد على فكرة المشاركة الشعبية لحل المشاكل البيئية وبالأخص ممارسي العلاقات العامة بالبنوك المصرية وذلك من خلال برامج التعليم والتدريب لرفع مستوى الوعي البيئي لديهم، علمًا بأن عملية تغيير السلوك البيئي هي عملية طويلة المدى.
- ابتكار منتجات وخدمات بنكية جديدة خضراء قادرة على جذب شرائح جديدة من العملاء للاستثمار في الاقتصاد الأخضر، وبحث إمكانية إنشاء بنوك خضراء مثل الدول المتقدمة التي قامت بإنشاء بنوك متخصصة في تمويل المشاريع البيئية وهي ما تعرف بالمصارف الخضراء كالمصرف البيئي الألماني.
- الاهتمام بدراسة الوعي البيئي لدى ممارسي العلاقات العامة نظرًا لعدم وجود أي دراسة تناولتها غير الدراسة الحالية، وأيضًا الاهتمام بمزيد من الابحاث والدراسات عن مواجهة التداعيات المناخية في ضوء بعض التجارب العالمية المعاصرة.
- عقد المزيد من المؤتمرات والندوات للتعريف بأهمية التمويل البيئي للبنوك والمجتمع على حد سواء والمحاور المتعلقة بها، وذلك بهدف زيادة الوعي لدى فئات المجتمع والعاملين بالبنوك التجارية بأهمية هذا الموضوع.
- التنويع في الأساليب التسويقية الحديثة للتوعية بمخاطر التغيرات المناخية وعدم قصرها فقط على الإعلانات.
- تدشين عوامل ومحفزات للمستثمرين بأهمية الاستثمار في المشروعات الخضراء.
- تعزيز الابتكار في مجال التكنولوجيا الخضراء وتسهيل تدفق المعلومات واستخدام تقنيات وتطبيقات جديدة ومبتكرة.

## المراجع:


(1) عباس، جيهان عبدالسلام (2023) دور التمويل الأخضر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في أفريقيا، **مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية**، المجلد 24، العدد 2، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

(2) Jiang, Haiyun & Others (2023) The impact of bank capital, liquidity and funding liquidity on sustainable bank lending: Evidence from MENA region, **Economic Analysis and Policy**, 79(2).

(3) وهدان، محمد أحمد (2023) تأثير السندات الخضراء على عائد أسهم البنوك بالبورصة المصرية: دراسة حالة البنك التجاري الدولي، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، المجلد 53، العدد 3، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

(4) Cantero-Saiz, María & Ohters (2023) Sustainable Banking, Financial Strength and the Bank Lending Channel of Monetary Policy, **Economics and Management**, 26(1).

(5) دنيا، مرسلي (2023) دور التمويل الأخضر في تعزيز البعد البيئي للتنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول (الإمارات العربية المتحدة، الصين، الجزائر(، **رسالة دكتوراه**، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

(6) متولي، أحمد بدير (2022) دور البنوك في دعم خطة الدولة للتحول إلى الاقتصاد الأخضر، **المسابقة البحثية لعام 2022م التي أطلقها المركز الإعلامي العربي**، بالتعاون مع المعهد المصرفي المصري، البنك المركزي المصري.

(7) Marodon, Régis (2022) Can Development Banks Step Up to the Challenge of Sustainable Development?, **Review of Political Economy**, 34(2).

(8) كلتوم، فرحات (2022) السياسة التمويلية في البنوك الإسلامية وأثرها على التنمية المستدامة، **رسالة ماجستير**، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون –تيارت، تركيا.

(9) Liu, Hao & Huang, Weilun (2022) Sustainable Financing and Financial Risk Management of Financial Institutions: Case Study on Chinese Banks, **Sustainability** , 14(15), 9786; https://doi.org/10.3390/su14159786.

(10) Pyka, Irena & Nocoń, Aleksandra (2021) Banks' Capital Requirements in Terms of Implementation of the Concept of Sustainable Finance**,** **Sustainability**, 13(6), 3499; https://doi.org/10.3390/su13063499

(11) Olmo, Begoña Torre & Others (2021) Sustainable Banking, Market Power, and Efficiency: Effects on Banks' Profitability and Risk, **Sustainability**, 13(3), 1298; https://doi.org/10.3390/su13031298.

(12) رامي، بومعزة (2020) دور البنوك الإسلامية في تمويل الاقتصاد الأخضر: دراسة حالة البنك الإسلامي للتنمية للفترة 2008-2019، **رسالة ماجستير**، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 45-قالمة، الجزائر.

(13) Durrani, Aziz & Others (2020) The Role of Central Banks in Scaling up Sustainable Finance – what do monetary authorities in the Asia-Pacific region think?, **Journal of Sustainable Finance & Investment,** 10(2).
(14) Suárez, Mariano Méndez & Others (2020) Sustainable Banking: New Forms of Investing under the Umbrella of the 2030 Agenda**, Sustainability**, 12(5), 2096; https://doi.org/10.3390/su12052096
(15) Mendez, Alvaro & Houghton, David Patrick (2020) Sustainable Banking: The Role of Multilateral Development Banks as Norm Entrepreneurs**, Sustainability**, 12(3), 972; https://doi.org/10.3390/su12030972
(16) Gulzar, Yonis & Others (2023)ustainability Consciousness Research Trends: A Bibliometric Analysis, **Sustainability**, 15(24), 16773; https://doi.org/10.3390/su152416773
(17) Fauré, Louis-René (2023) Exploring the future of environmental risk considerations in the banking sector, **Master's thesis,** North-West University, South Africa.
(18) Natarajan, M; & Others (2023) Customers' Awareness Towards Green Banking Services Offered by Commercial Bankers, **Scholarly Journal**, 21(5).
(19) Dang, Nguyet Thi Minh & Others (2023) Customer Perception on Green Banking - An Empirical Study in Vietnam, **Journal of Law and Sustainable Development**, 11(12), e1987. https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.1987
(20) Krishna Murthy Meesaala & Others (2023) Customer Awareness and Knowledge on Green Finance Activities Towards Sustainable Environment of Banking Sector in Oman - A Study, **Samdarshi,** 16(4).
(21) Kaçani, Krisdela & Others (2023) Is green banking gaining momentum? Evidence from Albania, **21st International Conference on Management, Enterprise,** Benchmarking, Keleti Faculty of Business and Management, Óbudai Egyetem, Albania.
(22) جعادي، سلمى (2023) الوعي البيئي وتأثيره على تحقيق التنمية الحضرية المستدامة، **رسالة ماجستير**، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
(23) حميدة، حمدان طاهر (2023) التخطيط التشاركي كمتغير في التخطيط لتنمية الوعي البيئي في ظل التغيرات المناخية العالمية، **المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية**، العدد 21، المجلد الأول، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة أسوان.
(24) عبدالعزيز، إيمان محمود (2023) أليات المنظمات غير الحكومية في تنمية الوعي البيئي للشباب بمخاطر التغيرات المناخية، **مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية**، العدد 62، المجلد 3، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.

(25)صالح، عماد فاروق والمعمرية، وفاء بنت سعيد (2023) الخدمة الاجتماعية الخضراء ودورها في تنمية الوعي البيئي وضمان الاستدامة البيئية، **المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية**، المجلد4 ، العدد 2، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة أسوان.

(26)الذبحاوي، فرحان محمد والمسعودي، مؤيد فضل (2022 (الوعي البيئي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين في مديرية بلديات كربلاء المقدسة، **مجلة الكلية الإسلامية الجامعة**، عدد 66، مجلد1، الجامعة الإسلامية، النجف الأشرف، العراق.

(27) Huang, Cheng-Li (2022) The Effect of Environmental Consciousness on Environmental Management, **Sustainability,** 14(21), 14587; https://doi.org/10.3390/su142114587

(28)الاوجلي، فتحية وسعود- رحاب (2021) الوعي البيئي وأهميته في تحقيق التنمية المستدامة في مدينة بنغازي، **مجلة البحوث المالية والاقتصادية ,**العدد 6، قسم المحاسبة، جامعة بنغازي.

(29) Rustam, Adeela & Others (2020) Environmental awareness, firm sustainability exposure and green consumption behaviors, **Journal of Cleaner Production,** Volume 268, 20 September 2020, 122016.

(30) Ibe-enwo, Grace & Others (2019) Assessing the Relevance of Green Banking Practice on Bank Loyalty: The Mediating Effect of Green Image and Bank Trust, **Ustainability**, 11(17), 4651; https://doi.org/10.3390/su11174651

(31) Pashootanizadeh, Mitra & Khalilian, Saideh (2018) Application of the AIDA model Measuring the effectiveness of television programs in encouraging teenagers to use public libraries, **Information and Learning Science,** 119 (11).

(32) Nugraha, Azizah Salsabila & Nuryanti, Novi (2022) Digital Nomads Interest and Satisfaction in Doing Workcations in Hotel at Greater Bandung Region: The AIDA+S Model Application, **Journal of Tourism Sustainability**, 2(3).

(33) Baber, Hasnan (2022) Application of the AIDA model of advertising in crowdfunding, **International Journal of Technoentrepreneurship**, 14(3).

(34) Astuti,Vina Sri & Others (2022) Does Paid Promote Influences User Frequency to Purchase? An Analysis Using Aida Dimension, **Airlangga Journal of Innovation Management**, 3(2).

(35)التلاوي، نهي حسين (٢٠٢٣) تطبيق استراتيجيات الاتصالات التسويقية المتكاملة الخضراء في المؤسسات المالية وعلاقتها باتجاهات العملاء نحوها: دراسة على القائم بالاتصال والعملاء، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد ٥ ، العدد٢.

(36)**أسماء المحكمين لأدوات الدراسة مرتبة وفق الترتيب الهجائي والدرجة العلمية على النحو التالي:**

- أ.د/ أماني ألبرت أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- أ.د/ حلمي محسب أستاذ الإعلام الإلكتروني بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

– أ.د/ سامي طايع أستاذ العلاقات العامة بجامعة القاهرة.
– أ.د/ عبدالعزيز السيد عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
– أ.د/ عيسى عبدالباقي موسى أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال كلية الإعلام جامعة بني سويف.

(37) البنك المركزي المصري، https://www.cbe.org.eg/ar/sustainability/sustainable-finance

(38) جمال، إبراهيم حسن محمد (٢٠٢٠) الابتكار المالي كمدخل نحو التمويل المستدام: دراسة حالة المصارف الإسلامية في دولة قطر (٢٠١٤ - ٢٠١٨)، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية**، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ١٢١.

(39) Puschmann, Thomas & Others (2020) How Green FinTech Can Alleviate the Impact of Climate Change: The Case of Switzerland, **Sustainability**, 12(24), 10691; https://doi.org/10.3390/su122410691

(40) Roncalli, Thierry (2023) **Handbook of Sustainable Finance**, USA: CC.

(41) Sharma,Utkarsh , Akshat Gupta & Sandeep Kumar Gupta (2022) The pertinence of incorporating ESG ratings to make investment decisions: a quantitative analysis using machine learning, **Journal of Sustainable Finance & Investment**, 14(1).

(42) Makhloufi, L., Djermani, F. & Meirun, T. (2024) Mediation-moderation model of green absorptive capacity and green entrepreneurship orientation for corporate environmental performance, **Management of Environmental Quality**, 35(1).https://doi.org/10.1108/MEQ-05-2023-0164

(43) Goran Škatarić & Others (2021) The influence of green marketing on consumer environmental awareness, **The Journal Agriculture and Forestry**, 67(2).

(44) العياط، أماني محمد وآخرون (2022) تقييم دور المؤسسات التعليمية في رفع مستوى الوعي البيئي لطلاب المرحلة الجامعية كلية الهندسة في جامعة صبراتة، **المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية (AJASHSS),** المجلد الأول، العدد الرابع، الأكاديمية الإفريقية للدراسات المتقدمة، تركيا.

(45) Neo, Sau Mei & Others (2016) Environmental Awareness and Behaviour Index for Malaysia**, Procedia Social and Behavioral Sciences**, 222 (2016).

(46) Hassana, Arba'at & Others (2010) The status on the level of environmental awareness in the concept of sustainable development amongst secondary school students, **Procedia Social and Behavioral Sciences,** 2 (2010).

(47) Daoud, Mohammad Khalaf & Others (2024) EcoConnect: Guiding environmental awareness via digital marketing approaches, **International Journal of Data and Network Science**, 8 (2024).

(48) Makhloufi, Lahcene (2023) Predicting the impact of big data analytics capability and green absorptive capacity on green entrepreneurship orientation and eco-innovation, **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy,** https://doi.org/10.1108/JEC-05-2023-0069

(49) Bayram, Orkun & Others (2022) Can Fintech Promote Sustainable Finance? Policy Lessons from the Case of Turkey, **Sustainability**, 14(19), 12414; https://doi.org/10.3390/su141912414

(50) بريش، رابح والحملة، عزالدين (2022) المساهمة المالية الخضراء في التمويل التكنولوجي الجديد لدعم التنمية المستدامة: دراسة حالة أوروبا ,**المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي** ,العدد الأول، المجلد السابع، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس.

(51) عبدالرحيم، محمد سعد (2023) أثر جودة المؤسسات على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر: دراسة قياسية للفترة 1996م – 2020م، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، العدد الثاني، المجلد الرابع، كلية التجارة، جامعة دمياط.

(52) Vergara, Cristina Chueca & Agudo, Luis Ferruz (2021) Fintech and Sustainability: Do They Affect Each Other?, **Sustainability**, 13(13), 7012; https://doi.org/10.3390/su13137012

(53) محمد، تربش وعبدالقادر، مومني (2020) أهمية التسويق الأخضر بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة عينة من المؤسسات، **مجلة مجاميع المعرفة**، العدد السادس، المجلد الثاني، المركز الجامعي بتندوف، الجزائر.

(54) علي، سمية وبومنقار، جيهاد (2022) دور التمويل الأخضر في دعم المشاريع الصديقة للبيئة عبر إصدار السندات الخضراء: تقييم وتحليل لنماذج عن مؤسسة التمويل الدولية، **دفاتر البحوث العلمي**، العدد الثاني، المجلد 10، المركز الجامعي مرسيل عبدالله، تيبازة، الجزائر.

(55) الباز، هبة (2023) دور البنوك المركزية في مواجهة التغير المناخي ودعم التحول نحو الاقتصاد الأخضر، **المجلة الدولية للسياسات العامة في مصر**، مجلد 2، العدد 4، تصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، القاهرة.

(56) موقع جريدة اليوم السابع (2023 (**وزيرة التخطيط: المشروعات الخضراء تشهد إقبالاً غير مسبوق من رواد الأعمال**، قسم الاقتصاد والبورصة، الخميس 9 نوفمبر 2023م، الساعة 8:51 مساءً.

(57) يعقوب، إبتهاج إسماعيل وآخرون (2020) استدامة القطاع المصرفي الإسلامي بالاستعانة بالأدوات المالية الخضراء: دراسة مقارنة في البيئتين العراقية والفلسطينية، **بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الثالث والسنوي الثالث عشر في الفترة من 24-25 يونيو 2020م**، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.