

تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی و مشتریان

فاطمه شایق^۱، آناهیتا نصیری پور^{۲*}، بهاره پیش رو^۳، الهه طیبی^۴، آسیه فرازنده نیا^۵، هما امیری نیا^۶

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-مدیریت دولتی

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

^۳ کارشناسی حسابداری

^۴ کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات-طراحی و تولید نرم‌افزار

^۵ دکتر حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب

^۶ دانشجوی دکتری مدیریت مالی - بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

چکیده

این تحقیق با عنوان تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی و مشتریان بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن شعب بانک صنعت و معدن شهر تهران بوده است و با استفاده از روش تحقیق توصیفی-پیمایشی در جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان ستاد و شعب بانک صنعت و معدن شهر تهران به تعداد ۴۰۹ نفر انجام پذیرفته است که جهت نمونه‌گیری، روش تصادفی ساده و روش تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برابر ۲۰۱ نفر برآورد و انتخاب گردید. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودارهای ستونی و هیستوگرام و آمار استنباطی شامل رگرسیون استفاده شده است. بررسی نتایج آزمون فرضیات نشان داد که در فرضیه اصلی، اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانک‌ها بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن (BSC) اثر مثبت و معناداری به اندازه ۰/۴۹۴ واحد دارد. همچنین در فرضیات فرعی تحقیق مشخص شده که اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی و مشتریان اثر ندارد.

واژه‌های کلیدی: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای، منظر مالی، منظر مشتریان

مقدمه

اخلاق حرفه‌ای یکی از زمینه‌های فلسفه، دین شناسی و علوم آکادمیک است: عدم ورود مدیران و رهبران به این بحث باعث شده که بسیاری فکر کنند اخلاق کار یک مد یا یک موج است که به درد واقعیت‌های اداره سازمانها نمی خورد. آنها معتقدند که اخلاق کار یک بحث پیچیده فلسفی یا دینی است. اما اخلاق کار یکی از زمینه های علمی مدیریت با رویکردی برنامه‌ای^۱ است که دارای چندین ابزار عملی است. برنامه های مدیریت اخلاق در دیگر زمینه های علم مدیریت نیز کاربردهای عملی دارد. اخلاق کار به عنوان یکی از زمینه های دانش مدیریت به شمار می رود؛ مخصوصاً از زمان تولد نهضت مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰. در این دهه نهضتها و جنبشهای آگاهی بخش اجتماعی توقعات مردم را از شرکتهای بالا برد. مردم به این عقیده رسیده بودند که شرکتهای باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی نظیر فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت و سلامت همگانی و بهبود وضع آموزش استفاده کنند. بسیاری از مردم ادعا می کردند که چون شرکتهای با استفاده از منابع کشور به سود دست می یابند لذا به کشور مدیون بوده و برای بهبود وضع اجتماع باید کوشش کنند. اخلاق کار همانند دیگر رشته ها و زمینه های مدیریت به دنبال یک نیاز به وجود آمد. با پیچیده تر و پویاتر شدن تجارت، سازمانها فهمیدند که به راهنمایی هایی جهت انجام کارهای صحیح (از نظر اخلاقی) و پرهیز از کارهای غلط و مضر برای دیگران نیاز دارند و لذا اخلاق حرفه‌ای متولد شد (فرقانی، ۱۳۸۶)

گسترش خدمات بانکی در جهان از طریق شبکه های فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه بانک ها و موسسات مالی مجازی و نیمه مجازی و حضور نظام بانکداری خصوصی در کشور، رقابت بالایی در صنعت بانکداری به وجود آورده است. (وو و چو، ۲۰۰۷)

بروز برخی مسائل کلی در برخی ادارات و سازمان های کشور، بر عملکرد و اثربخشی آنها اثر نامطلوبی داشته است. نمونه هایی از این مسائل شامل بی توجهی به نیاز و خواست مشتریان در نحوه و شیوه ارائه خدمات، بی تفاوتی نسبت به منافع مشتریان و توجه تک سویه به منافع سازمانی، انتشار فزاینده آمار مربوط به اختلاس ها و انحرافات مالی در بخش های مختلف سازمان ها، بداخلاقی و بی احترامی به رعایت اصول و ارزش های اجتماعی و کم رنگ شدن هنجارهای مکتبی مانند دلسوزی و تلاش متعهدانه در رفع مایحتاج مراجعه کنندگان و ارباب رجوعان یا مشتریان سازمانها و کاهش ارزش کوشش مخلصانه حتی خارج از ساعات اداری می باشد. این مسائل که همگی در حوزه اخلاق حرفه‌ای قرار می گیرند می توانند آثار جبران ناپذیری برای سازمانها داشته باشند.

شعب بانکها که در بازاری پرقابته حضور دارند و می بایست همواره خود را در راستای بهبود رویه های کاری و شیوه ارائه خدمات به مشتریان، تجهیز نمایند، با بوجود آمدن مسائلی مانند اختلاس های کلان و مشکلات مربوط به انحرافات مالی کارکنان که در سال های اخیر به اوج خود رسیده است، توجه به مسائل مربوط به اخلاق حرفه‌ای نقش پررنگ تری یافته است و در مشکلات موجود و آثار آن بر شاخص های بهره وری مانند عملکرد شعب بانکها می تواند راهگشای بسیار مناسبی جهت رفع مشکلات بیان شده داشته باشد. به دلیل رقابت زیاد در این صنعت، سازمانها و موسسات مالی باید به دنبال ابزارهای مناسب برای بهبود عملکرد خود باشند. یکی از این ابزارها توجه بیشتر به اخلاق حرفه‌ای است که می تواند عملکرد را به نحو چشمگیری بهبود دهد.

^۱ Wu & Chou

متغیر دیگر این تحقیق، ارزیابی عملکرد سازمان‌ها می‌باشد که طی قرن‌های گذشته، یکی از موضوعات بحث برانگیز محافل علمی و مدیریت سازمان‌ها و شرکت‌ها بوده است و برخی مشکلات و مسائل موجود در سازمان‌ها نیز از این متغیر ناشی می‌گشت. مطالعه و بررسی رابطه و تأثیر سایر متغیرهای سازمانی مانند اخلاق حرفه‌ای، بر ارزیابی عملکرد سازمانی نیز به عنوان موضوعات کلیدی در رفع مشکلات سازمانی موجود در ادبیات علمی جهان، بسیار پر رونق است. بدین ترتیب که با فرا رسیدن عصر اطلاعات، سازمان‌ها مزیت رقابتی خود را در حوزه‌های دیگری غیر از کاهش هزینه و افزایش بهره‌وری دیدند و چارچوب‌های ارزیابی عملکرد نوینی در سازمان‌ها توسعه یافتند. کاپلان و نورتون (۱۹۹۲) یک روش جدید برای اندازه‌گیری عملکرد تحت عنوان کارت امتیازی متوازن را بنا نهادند. در سیستم‌های سنتی ارزیابی عملکرد تأکید مدیران بر معیارهای مالی در اندازه‌گیری عملکرد است، اما در عصر حاضر این مسأله به شدت مورد انتقاد قرار گرفته است؛ زیرا تأکید صرف بر عملکرد مالی نتایج ضعیفی را در ارزیابی عملکرد ارائه می‌دهد (عالم‌تبریزی، حاجی بابایی، رجبی فرد، ۱۳۸۸)

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اخلاق حرفه‌ای: اخلاق کار، متعهد شدن انرژی ذهنی و روانی و فیزیکی فرد یا گروه به ایده جمعی است در جهت اخذ قوا و استعداد درونی گروه و فرد برای توسعه به هر نحو. (کادوزیر^۲، ۲۰۰۲)

اخلاق حرفه‌ای یکی از شعبه‌های جدید اخلاق است که می‌کوشد به مسائل اخلاقی حرفه‌های گوناگون پاسخ داده و برای آن اصولی خاص متصور است. (هارتوگ و وینستلی^۳، ۲۰۰۷)

روش ارزیابی کارت امتیازی متوازن: یک سیستم مدیریتی است که می‌تواند اجرای استراتژی‌ها را مدیریت کرده و عملکرد سازمان را در شش منظر مالی، مشتری، فرایندهای داخلی، رشد و یادگیری، رضایت کارکنان و محیط و جامعه اندازه‌گیری کند و باعث انتقال و تفهیم ماموریت، چشم‌انداز، استراتژی‌ها و انتظارات عملکردی به کلیه ذینفعان درونی و بیرونی سازمان شود. به عبارت دیگر، کارت امتیازی متوازن می‌تواند چشم‌انداز و ماموریت سازمان را در قالب مجموعه‌ای از روابط علت و معلولی در شش منظر ذکر شده نشان دهد. (نایسن^۴، ۲۰۰۶)

منظر مالی: عملکرد مالی یک بانک شاخصی وابسته یا پیرو (گذشته نگر و فاقد قدرت پیش‌بینی) است، به عبارت بهتر دستاورد‌های مالی نتیجه کارکرد مجموعه‌ای از عوامل درونی بانک هستند که تعریف نهایی موفقیت بانک را مشخص می‌کند. برای مثال افزایش ۴۰ درصدی در منابع یک بانک نتیجه عواملی چون رضایت مشتریان کنونی، جذب مشتریان جدید، عملکرد موثر فرآیندهای عملیاتی، توسعه خدمات یا بسته‌های خدماتی جدید و مدیریت صحیح روابط با مشتریان می‌باشد. استراتژی، چگونگی تلاش بانک برای خلق رشد پایدار برای سهام‌داران را توصیف می‌کند.

منظر مشتریان: موفقیت یک بانک در به‌چنگ آوردن مشتریان کلیدی و سودآور، نقش اساسی در بهبود عملکرد مالی آن دارد. منظر مشتریان علاوه بر اندازه‌گیری شاخص‌های تاخیری، موفقیت در زمینه‌های مربوط به مشتری چون کسب رضایت شغلی، حفظ و رشد روابط با کارکنان هدف را تعریف می‌کند. انتخاب ارزش قابل ارائه به مشتریان، عنصر اصلی استراتژی است (رنجبر، ۱۳۹۱)

2 Cadozier

3 Hartog & Winstanley

4 Nissen

پیشینه داخلی

میرقادری، سیدمجید؛ (۱۳۹۷) به بررسی نقش اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و مدیریت مالی با تاکید بر جایگاه آموزش اخلاق حسابداری پرداختند. در این پژوهش به اهمیت اخلاق از دیدگاه اسلام و عوامل پایه‌ای اخلاق حرفه‌ای و اهداف آموزش اخلاق به حسابداران اشاره می‌نماید. با اشاره به نقش اخلاق حرفه‌ای در حسابداری، ضرورت ترویج اخلاق حرفه‌ای در سازمان بیان میشود. سپس تهدیدهای اخلاقی در حرفه حسابداری و راههای مقابله با آن و مشکلات اخلاقی حسابداری در اقتصاد امروز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

شاهوردی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی عملکرد بخش بانکداری خصوصی ایران با استفاده از کارت امتیازی متوازن با رویکرد تصمیم‌گیری چند معیاره فازی پرداختند. طبق ادبیات موضوع در ارتباط با بانکداری و کارت امتیازی متوازن و مفاهیم آن مطابق نظر خبرگان و مدیران ۲۱ شاخص برای ارزیابی انتخاب شدند. علاوه بر این وزن هر شاخص انتخاب شده به وسیله‌ی فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی محاسبه شد. در این مقاله محققین با سه روش تاپسیس، الکتراه و ویکور به رتبه‌بندی بانک‌های خصوصی پرداخته‌اند و نتایج نشان داد استفاده از رویکرد ترکیبی تصمیم‌گیری چند معیاره فازی با کارت امتیازی متوازن یک مدل جدید و ابزار موثر و مفیدی برای ارزیابی عملکرد است.

مومنی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی عملکرد راهبردی بانک‌ها یک روش تصمیم‌گیری چند معیاره فازی برای ارزیابی عملکرد بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری ارائه دادند. در این پژوهش با استفاده از نظر خبرگان و مطالعات کتابخانه‌ای معیارهای ارزیابی عملکرد بانک‌ها در دو سطح مالی و غیر مالی برای سه بانک به دست آمد، سپس با استفاده از روش اچ پی فازی معیارها وزن دهی و در نهایت بانک‌ها به روش تاپسیس رتبه‌بندی شدند. با توجه به نتایج به دست آمده، عملکرد غیر مالی نسبت به عملکرد مالی اهمیت بالاتری برخوردار است. در ارزیابی عملکرد مالی، معیار سهم منابع از نظر اهمیت، رتبه اول و معیارهای سودآوری و بازده دارایی‌ها در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در ارزیابی عملکرد غیر مالی، معیار قیمت‌گذاری از نظر اهمیت در رتبه اول و معیارهای کیفیت خدمات و بانکداری الکترونیک در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد که به صرف داشتن عملکرد مالی خوب نمی‌توان انتظار داشت که در کل، عملکرد بانک بهبود یابد.

پیشینه خارجی

اکپرا و وین (۲۰۰۸) اثر اخلاق حرفه‌ای را روی رضایت شغلی و تعهد مدیران شرکت‌های تجاری نیجریه بررسی کردند نتایج نشان داد که یک رابطه معناداری بین اخلاق حرفه‌ای سازمان و رویکردهای رضایت شغلی وجود دارد. نتایج همچنین حاکی از آن است که وجود اخلاق حرفه‌ای مثبت در سازمان می‌تواند عاملی برای افزایش رضایت شغلی کارکنان و تعهدشان به سازمان باشد رهبران سازمانی می‌توانند از طریق ایجاد سیستم‌های تشویق و پاداش رفتارهای اخلاقی را در سازمانشان گسترش دهند. پتی جان و چارلز (۲۰۰۸) بر روی قوای درک‌فروشنده از اصول اخلاق کار و اصول اخلاق کارفرمایان و رفتارهایشان به عنوان مصرف‌کننده و روابط موجود میان این مشاهدات و رضایت شغلی فروشنده‌ها تحقیق کردند. نتایج نشان داد که یک رابطه مثبت بین درک‌فروشنده‌گان از اخلاق کار و اصول اخلاق کارفرمایان از برخوردهای مصرف‌کننده و رضایت شغلی فروشنده وجود دارد.

اسچیکر (۲۰۰۱) در تحقیقی با عنوان رابطه بین جو اخلاقی با رضایت شغلی تعهد سازمانی و تمایل به ترک شغل در بین نمایندگان فروش مورد بررسی قرار داد. نتایج مطالعه نشان داد که ایجاد یک جو اخلاقی بوسیله قوانین و خط مشی‌های اخلاقی باعث رضایت شغلی تعهد سازمانی بیشتر و در نتیجه پایین آمدن نرخ ترک شغل می‌شود.

فرضیه‌های تحقیق

الف) فرضیه اصلی: اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانک‌ها بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن اثر دارد.

ب) فرضیات فرعی پژوهش

۱- اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی اثر دارد.

۲- اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان اثر دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف در گروه تحقیقات کاربردی قرار دارد زیرا نتایج آن در جامعه مورد مطالعه استفاده شده است. این تحقیق همچنین از نظر ماهیت و روش، در گروه تحقیقات توصیفی و پیمایشی قرار دارد، زیرا محقق از طریق ابزار پرسشنامه و بدون دخل و تصرف شخصی در نتایج تحقیق، از طریق توصیف متغیرهای مورد مطالعه به تحلیل داده‌های پرسشنامه می‌پردازد. این تحقیق همچنین از نظر ابزار جمع‌آوری داده‌ها، در گروه تحقیقات میدانی قرار می‌گیرد.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق، کلیه کارکنان ستاد شعب بانک صنعت و معدن شهر تهران به تعداد ۴۰۹ نفر کارمند می‌باشد.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

نمونه تحقیق، روش تصادفی ساده بوده است که طبق فرمول کوکران ۱۹۹ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده اند که جهت اطمینان بیشتر ۲۰۵ پرسشنامه تقسیم و ۲۰۱ پرسشنامه برگشت داده شد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش

فرضیه اصلی اول: اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانک‌ها بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن اثر دارد.

برای آزمودن فرضیات این پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شده است.

در این فرضیه برای ورود متغیرها در رگرسیون از روش یک مرحله‌ای استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون در جداول زیر آمده است:

جدول (۱) تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۵/۲۰۹	۱	۵/۲۰۹	۶۴/۱۴۳	۰/۰۰۰
مانده	۱۶/۱۶۰	۱۹۹	۰/۰۸۱		
کل	۲۱/۳۶۹	۲۰۰			

از جدول تحلیل واریانس به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته استفاده می شود. از آنجا که سطح معناداری مدل رگرسیون، از مقدار مفروض $\alpha=0/05$ کوچکتر است، فرض صفر تایید نشده و فرض خطی بودن رابطه دو متغیر تایید می شود و مدل رگرسیونی مورد نظر معنادار می باشد.

جدول (۲) خلاصه مدل رگرسیون

منبع	ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار برآورد
۱	۰/۴۹۴	۰/۲۴۴	۰/۲۴۰	۰/۲۸۴۹۶

مقدار ضریب تعیین مدل برابر ۰/۲۴۴ است، یعنی حدود ۲۴ درصد تغییرات متغیر عملکرد بانکها توسط متغیر اخلاق حرفه‌ای می تواند توضیح داده شود. همچنین ضریب همبستگی مدل برابر ۰/۴۹۴ است.

جدول (۳) ضرایب مدل رگرسیونی

متغیرها	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	آماره t	سطح معناداری
	B	انحراف استاندارد			
مقدار ثابت	۲/۷۹۲	۰/۱۴۲	۰/۴۹۴	۱۹/۷۲۳	۰/۰۰۰
اخلاق حرفه‌ای	۰/۲۹۹	۰/۰۳۷		۸/۰۰۹	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج جدول فوق، به علت کوچکتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار ۰/۰۵، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانکها تایید می شود. بر اساس مقادیر ستون B می توان معادله رگرسیون این فرضیه را به صورت زیر در نظر گرفت:

$$\hat{y} = 2/792 + 0/299x$$

در جدول فوق، ستون ضرایب استاندارد شده بتا نشان می دهد که اخلاق حرفه‌ای دارای اثر مثبت و مستقیم بر عملکرد بانکها می باشد، یعنی به ازای یک واحد تغییر در این متغیر، ۰/۴۹۴ واحد تغییر در متغیر عملکرد بانکها ایجاد می شود. یا به عبارت دیگر به ازای یک واحد افزایش در این متغیر، ۰/۴۹۴ واحد افزایش در متغیر عملکرد بانکها ایجاد می شود. به استناد نتایج فوق می توان گفت: اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانکها بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن اثر دارد.

فرضیات فرعی پژوهش

فرضیه فرعی اول: اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی اثر دارد.

برای آزمودن فرضیات این پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده می‌کنیم. در این فرضیه برای ورود متغیرها در رگرسیون از روش یک مرحله‌ای استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون در جداول زیر آمده است:

جدول (۴) تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۰/۱۵۵	۱	۰/۱۵۵	۰/۶۳۹	۰/۴۲۵
مانده	۴۸/۱۹۳	۱۹۹	۰/۲۴۲		
کل	۴۸/۳۴۸	۲۰۰			

از جدول تحلیل واریانس به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته استفاده می‌شود. از آنجا که سطح معناداری مدل رگرسیون، از مقدار مفروض $\alpha=0/05$ بزرگتر است، فرض صفر تایید شده و فرض خطی بودن رابطه دو متغیر رد می‌شود و مدل رگرسیونی مورد نظر معنادار نمی‌باشد.

جدول (۵) ضرایب مدل رگرسیونی

متغیرها	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	آماره t	سطح معناداری
	B	انحراف استاندارد			
مقدار ثابت	۴/۱۳۱	۰/۲۴۴		۱۶/۸۹۹	۰/۰۰۰
اخلاق حرفه‌ای	-۰/۰۵۱	۰/۰۶۴	-۰/۰۵۷	-۰/۷۹۹	۰/۴۲۵

همچنین با توجه به نتایج جدول فوق، به علت بزرگتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار $0/05$ ، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی تایید نمی‌شود. به استناد نتایج فوق می‌توان گفت: اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی اثر ندارد.

فرضیه فرعی دوم: اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان اثر دارد.

برای آزمودن فرضیات این پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده می‌کنیم. در این فرضیه برای ورود متغیرها در رگرسیون از روش یک مرحله‌ای استفاده شده است. نتایج حاصل از این آزمون در جداول زیر آمده است:

جدول (۶) تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع	مجموع مربعات	درجات آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۰/۵۷۱	۱	۰/۵۷۱	۲/۴۴۰	۰/۱۲۰
مانده	۴۶/۵۳۶	۱۹۹	۰/۲۳۴		
کل	۴۷/۱۰۶	۲۰۰			

از جدول تحلیل واریانس به منظور بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته استفاده می شود. از آنجا که سطح معنا داری مدل رگرسیون، از مقدار مفروض $\alpha=0/05$ بزرگتر است، فرض صفر تایید شده و فرض خطی بودن رابطه دو متغیر رد می شود و مدل رگرسیونی مورد نظر معنادار نمی باشد.

جدول (۷) ضرایب مدل رگرسیونی

سطح معناداری	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		متغیرها
		Beta	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۹/۷۰۴	-۰/۱۱۰	۰/۲۴۰	مقدار ثابت
۰/۱۲۰	-۱/۵۶۲		۰/۰۶۳	-۰/۰۹۹

همچنین با توجه به نتایج جدول فوق، به علت بزرگتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار $0/05$ ، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان تایید نمی شود. به استناد نتایج فوق می توان گفت: **اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان اثر ندارد.**

نتیجه گیری

فرضیه اصلی

برای آزمون فرضیات این پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده گردید. بر اساس نتیجه جدول خلاصه مدل رگرسیون، مقدار ضریب تعیین مدل برابر $0/244$ است، یعنی حدود ۲۴ درصد تغییرات متغیر عملکرد بانک ها توسط متغیر اخلاق حرفه‌ای می تواند توضیح داده شود. همچنین ضریب همبستگی مدل برابر $0/494$ است. همچنین بر اساس نتیجه جدول ضرایب مدل رگرسیونی، به علت کوچکتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار $0/05$ ، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانک ها تایید می شود. بر اساس مقادیر ستون B می توان معادله رگرسیون این فرضیه را به صورت زیر در نظر گرفت: $\hat{Y} = 2/792 + 0/299x$. بنابراین ستون ضرایب استاندارد شده بتا نشان می دهد که اخلاق حرفه‌ای دارای اثر مثبت و مستقیم بر عملکرد بانک ها می باشد، یعنی به ازای یک واحد تغییر در این متغیر، $0/494$ واحد تغییر در متغیر عملکرد بانک‌ها ایجاد می شود. به استناد نتایج فوق می توان گفت: **اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد بانک ها بر اساس مدل کارت امتیازی متوازن اثر دارد.**

فرضیه فرعی اول

بر اساس نتیجه جدول ضرایب مدل رگرسیونی، به علت بزرگتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار $0/05$ ، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی تایید نمی شود. به استناد نتایج فوق می توان گفت: **اخلاق حرفه‌ای بر منظر مالی اثر ندارد.**

فرضیه فرعی دوم

بر اساس نتیجه جدول ضرایب مدل رگرسیونی، به علت بزرگتر بودن سطح معناداری آزمون از مقدار $0/05$ ، فرض یک مبنی بر اثر داشتن اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان تأیید نمی‌شود. به استناد نتایج فوق می‌توان گفت: اخلاق حرفه‌ای بر منظر مشتریان اثر ندارد.

پیشنهاد برای تحقیقات آتی

- برای تکمیل این تحقیق پیشنهاد می‌شود تحقیقات زیر در سایر سازمان‌ها قرار گیرد.
۱. بررسی تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی در سایر سازمان‌های دولتی و غیر دولتی
 - ۲- بررسی و ارزیابی اثرات اخلاق حرفه‌ای بر سایر متغیرها مانند کاهش فساد اداری، اعتماد سازمانی و سرمایه اجتماعی
 - ۳- با توجه به اینکه این پژوهش در دوره یکساله صورت گرفته است، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی در رابطه با موضوع تحقیق در یک دوره زمانی متمادی صورت گیرد
 - ۴- استفاده از مدل‌های دیگر اخلاق حرفه‌ای و عملکرد سازمانی مانند مدل اخلاقی مدیران لارنس و گولبرگ، مدل اخلاق سازمانی کاویان و مدل اخلاق حرفه‌ای کادوزیر
- استفاده از روش‌های دیگر جمع‌آوری اطلاعات مانند مصاحبه و مشاهده در انجام تحقیق

منابع

۱. رنجبر، م. (۱۳۹۱، بهمن). بانک استراتژی محور. نشریه الکترونیکی بهین اندیش (نشریه تخصصی مدیریت استراتژیک و ارزیابی عملکرد)، یک.
 ۲. عالم تبریزی، ا.، حاجی بابایی، ع.، & رجبی فرد، ا. (۱۳۸۸). سرمایه فکری. تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
 ۳. فرقانی، م. (۱۳۸۶، مهر). سرمقاله. ماهنامه تدبیر، ۱۸۵.
 ۴. میرقادری، سیدمجید؛ (۱۳۹۷) نقش اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و مدیریت مالی با تأکید بر جایگاه آموزش اخلاق حسابداری پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری بهار ۱۳۹۷، دوره جدید - شماره ۱۰ (صفحه ۲۴ - از ۱۵ تا ۳۸).
 ۵. میرقادری، سیدمجید؛ (۱۳۹۷) نقش اخلاق حرفه‌ای در حسابداری و مدیریت مالی با تأکید بر جایگاه آموزش اخلاق حسابداری پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری بهار ۱۳۹۷، دوره جدید - شماره ۱۰ (صفحه ۲۴ - از ۱۵ تا ۳۸).
6. Cadozier, v. (2002). The moral profession: A study of moral development and professional ethics. Retrieved from proquest.com.
 7. Hartog, m., & Winstanley, D. (2007). Ethics and Human Resource. Management: Professional.
 8. Okpara, j., & Wynn, P. (2008). The impact of ethical climate on Job Satisfaction, and commitment in Nigeria. Journal of Management Development, Vol 9 (27), 935-950.
 9. Petti John, M., & Charles, B. (2008). Salesperson Perceptions of Ethical Behaviors: Their influence on Job satisfaction and turnover Intention. Journal of Business Ethics, Vol 4 (78), 547-557.

10. Schwepker, J. (2001). Ethical climates relationship to job satisfaction. Or organizational Commitment, and turnover intention in the Sales for ce. Journal of Business Research, vol 54 (72), 520-571.