



Research Paper

**Examining the Relationship between Business Ethics, Organizational
Loyalty and Employee Productivity Case study: Employees of the New
Economy Bank of Fars Province**

Aman Alah Rahpeyma*: Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Zarghan Branch, Islamic Azad University, Zarghan, Iran

Meysam Farahmand: Department of Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

Received: 2023/05/30 **PP** 27-36 **Accepted:** 2023/08/19

Abstract

The purpose of this research was to explain the relationship between business ethics, organizational loyalty and employee productivity. The statistical population of the research is made up of the employees of the Modern Economy Bank of Fars province, approximately 300 people, of which 160 people were selected as a sample using a one-stage cluster sampling method. The data collection tool was a questionnaire. The data obtained from the questionnaires were analyzed using Pearson's correlation coefficient and regression simultaneously. The results showed that there is a difference between business ethics and its components (responsibility, honesty, justice and fairness, loyalty, respect for social values and norms, respect for others, superiority and competitiveness). There is a significant relationship with productivity. There is a significant positive relationship between organizational loyalty and productivity. Also, the results of regression analysis showed that organizational loyalty can significantly predict productivity.

Keywords: Business Ethics, Organizational Loyalty, Productivity.

Citation: Rahpeyma, A. A., Farahmand, M. (2023). **Examining the Relationship between Business Ethics, Organizational Loyalty and Employee Productivity Case study: Employees of the New Economy Bank of Fars Province.** *Journal of Development Studies and Resource Management*, Vol 1, No 2, Shiraz, PP 27-36.

Extended Abstract

Introduction

Organizational loyalty is one of the important constructs in modern management literature, and organizational loyalty is one of the basic steps to increase employee productivity. Researches have shown that employees who are interested and loyal to the organization have higher performance and productivity, they tend to stay in the organization more, they are less absent, they are highly motivated, and they agree and accompany the organization's changes more.

Methodology

The purpose of this research was to explain the relationship between business ethics, organizational loyalty and employee productivity. The statistical population of the research is made up of the employees of the Modern Economy Bank of Fars province, approximately 300 people, of which 160 people were selected as a sample using a one-stage cluster sampling method. The data collection tool was a questionnaire.

Results and discussion

In order to explain the desired variables, descriptive indices including mean, standard deviation of business ethics components and organizational productivity and loyalty components have been provided.

Conclusion

The results showed that there is a difference between business ethics and its components (responsibility, honesty, justice and fairness, loyalty, respect for social values and norms, respect for others, superiority and competitiveness). There is a significant relationship with productivity. There is a significant positive relationship between organizational loyalty and productivity. Also, the results of regression analysis showed that organizational loyalty can significantly predict productivity.



بررسی رابطه بین اخلاق کسب و کار، وفاداری سازمانی و بهره‌وری کارکنان مطالعه موردی: کارکنان بانک اقتصاد نوین استان فارس

امان‌اله راه‌پیما؛ استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد زرقان، دانشگاه آزاد اسلامی، زرقان، ایران
میثم فرهمند؛ گروه مدیریت، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹ صص ۲۷-۳۶ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر تبیین رابطه‌ی بین اخلاق کسب و کار، وفاداری سازمانی و بهره‌وری کارکنان بوده است. جامعه آماری پژوهش را کارکنان بانک اقتصاد نوین استان فارس به تعداد تقریبی ۳۰۰ نفر تشکیل می‌دهند که ۱۶۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تک مرحله‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون به روش همزمان مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن (مسئولیت‌پذیری، صداقت بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، احترام به دیگران، برتری‌جویی و رقابت طلبی) با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد. بین وفاداری سازمانی با بهره‌وری رابطه مثبت معنادار وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که وفاداری سازمانی به طور معنی‌داری قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: اخلاق کسب و کار، وفاداری سازمانی، بهره‌وری

استاد: راه‌پیما، امان‌اله؛ فرهمند، می‌ثم. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین اخلاق کسب و کار، وفاداری سازمانی و بهره‌وری کارکنان مطالعه موردی: کارکنان بانک اقتصاد نوین استان فارس. فصلنامه مطالعات توسعه و مدیریت منابع، سال ۱، شماره ۲، شیراز، صص ۲۷-۳۶.

مقدمه

بهره‌وری مفهومی کلی است که افزایش آن به عنوان یک الزام، برای ارتقای اثربخشی لازم است. توجه به بهره‌وری بر این عقیده مبتنی است که انسان می‌تواند کارها و وظایفش را هر روز بهتر و با نتایج برتر از روز پیش به انجام رساند. به علاوه، بهره‌وری مستلزم آن است که به‌طور پیوسته تلاش‌هایی در راه انطباق فعالیت‌های اقتصادی با شرایط در حال تغییر، انجام گیرد (رضایی هرندی، ۱۳۸۹). بهره‌وری رابطه بین ستاده حاصل شده در یک دوره زمانی (کالا و خدمات) و داده مورد نیاز برای تولید (نیروی کار، مواد، انرژی، سرمایه) در یک سطح مطلوب کیفی است. این پژوهش به دنبال آن است که رابطه بین اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی را با بهره‌وری کارکنان مورد مطالعه قرار دهد. در این راستا، پس از کنکاشی در ادبیات موضوع، فرضیه‌های پژوهش و مدل مفهومی آن بیان و از طریق داده‌های گردآوری شده مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در پایان نیز بحث و نتیجه‌گیری مطرح خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

وفاداری سازمانی یکی از سازه‌های مهم در ادبیات مدیریت نوین است و یکی از گام‌های اساسی در جهت افزایش بهره‌وری کارکنان، وفاداری سازمانی است. پژوهش‌ها نشان داده است که کارکنان علاقه‌مند و وفادار به سازمان، عملکرد و بهره‌وری بالاتری دارند، تمایل به ماندگاری آن‌ها در سازمان بیشتر است، کمتر غیبت می‌کنند، از انگیزه بالایی برخوردارند و موافقت و همراهی آنان با تغییرات سازمان بیشتر است (براون، ۲۰۰۳). در واقع از مجموعه رفتارها یی که افراد در رابطه با شغل از خود نشان می‌دهند، عواملی مانند غیبت، کندی در کار، تأخیر و حادثه آفرینی می‌توانند معیارهای مناسبی برای سنجش بهره‌وری باشد (علاقه‌بند، ۱۳۹۰).

وفاداری سازمانی را می‌توان به طور ساده اعتقاد به ارزش‌ها و اهداف سازمان، احساس تعهد به سازمان، الزام اخلاقی، تمایل قلبی و احساس نیاز به ماندن در سازمان تعریف کرد (آگرمن و تری، ۲۰۰۵). یکی از گام‌های اساسی در جهت افزایش بهره‌وری کارکنان، اخلاق کسب و کار است. اخلاق کسب و کار، می‌تواند بر روی نگرش افراد تاثیرگذار باشد، تا جایی که ارزش‌ها و نگرش‌های کارکنان با نگرش سازمانی یکی شود، و در جهت افزایش بهره‌وری فردی و سازمانی هماهنگ گردد. وقتی هنجارها برای کارکنان و برای سازمان یکی شود، تلاش بیشتری از سوی کارکنان انجام خواهد گرفت، و برای رسیدن به اهداف سازمانی گام‌های بلندتری برداشته خواهد شد. اخلاق کسب و کار نقش راهبردی در سازمان‌ها داشته و کارشناسان مدیریت استراتژیک، اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک دانسته‌اند. در اخلاق کسب و کار مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال محیط داخلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است، در حالی که حقوق کار نیز در آن وجود دارد. اصول اخلاق شایسته از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک است (مهرداد، ۱۳۹۲). اخلاق حرفه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و استانداردهای رفتار بشری است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. در حقیقت، اخلاق حرفه‌ای، یک فرایند تفکر عقلانی است که هدف آن محقق کردن این است که در سازمان چه ارزش‌هایی را چه موقع باید حفظ و اشاعه نمود (فرامرزی قراملکی، ۱۳۸۵). رزمخواه (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "رابطه اخلاق حرفه‌ای و یادگیری سازمانی با بهره‌وری کارکنان بانک ملی شیراز" به این نتیجه رسید که بین ابعاد اخلاق حرفه‌ای با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد و نیز ابعاد اخلاق حرفه‌ای و ابعاد یادگیری سازمانی به طور معناداری قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشند. نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که اخلاق حرفه‌ای و یادگیری سازمانی به طور معناداری قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشند. غلام‌پور و زارعی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "رابطه بین رضایت شغلی و وفاداری کارکنان با بهره‌وری در شرکت ساختمان و نصب صنایع پتروشیمی در شیراز" به این نتیجه رسیدند که بین رضایت شغلی و وفاداری کارکنان با بهره‌وری و نیز بین ابعاد وفاداری با بهره‌وری رابطه معنادار وجود دارد. امینی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای با بهره‌وری سازمانی کارکنان اداره کل بندر و دریانوردی استان بوشهر" به این نتایج زیر دست یافتند: بین متغیر مدیریت اخلاق حرفه‌ای و میزان بهره‌وری کارکنان رابطه مستقماً قوی و مستقیم وجود دارد. همچنین بین متغیر اخلاق حرفه‌ای و توانایی سازمانی کارکنان رابطه قوی و مستقیمی وجود دارد. به علاوه بین متغیر اخلاق حرفه‌ای و درک و شناخت سازمانی کارکنان رابطه قوی و مستقیمی وجود دارد و نیز بین متغیر اخلاق حرفه‌ای، توانایی سازمانی، انگیزش سازمانی، بازخورد سازمانی، اعتبار سازمانی و سازگاری سازمانی رابطه مستقماً قوی و مستقیمی وجود دارد. و سر انجام نتایج نشان داد که بین رابطه اخلاق حرفه‌ای با ابعاد بهره‌وری سازمانی اداره کل بندر و دریانوردی استان بوشهر رابطه معناداری وجود دارد. کومال و تاهیر (۲۰۰۷) تحقیقی با عنوان "تاثیر مشارکت کارکنان در رضایت شغلی، وفاداری کارکنان و بهره‌وری کارکنان" انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که مشارکت در وفاداری کارکنان و بهره‌وری اثر مثبت داشته است. به طور طبیعی افزایش مشارکت کارکنان یک

¹ Brown

² Agrman & Tri

³ Komal

⁴ Tahir

فرآیند طولانی مدت است که خواسته‌های هر دو توجه از طرف مدیریت و ابتکار عمل از طرف کارکنان است. برون و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان "عملکرد در محیط کار، تعهد سازمانی و وفاداری" به این نتیجه رسیدند که عملکرد در محیط کار با وفاداری رابطه معناداری وجود دارد. بین تعهد سازمانی و وفاداری رابطه مثبت وجود دارد. گیولون و سیزنی (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان "وفاداری سازمانی و عملکرد سازمانی" به این نتیجه رسیدند که بین وفاداری سازمانی با عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. احمدی و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه بین اخلاق کاری و بهره‌وری کارکنان" به این نتیجه رسیدند که بین تمام عناصر اخلاق کار (فردی، شغلی، سازمانی و عناصر مدیریت) با بهره‌وری کارکنان رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. ادیبی و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان "نقش اخلاق در محل کار کارمندان و بهره‌وری سازمانی در نیجریه" به این نتیجه رسیدند که ارتباط معناداری بین اخلاق کاری و بهره‌وری سازمانی وجود دارد. همچنین بین ابعاد اخلاق کاری و بهره‌وری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. جالچویدهیوری (۲۰۱۶) در تحقیقی تحت عنوان "رابطه بین بهره‌وری و اخلاق کاری" به این نتیجه رسیدند که بین اخلاق کاری با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد. کل فرهنگ کار یک سازمان بستگی به ارزش‌های اخلاقی کارفرما و کارمند دارد. در محیط کاری اخلاقی، انگیزه بسیار است و می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری شود. استوار و فانی (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان "رابطه اخلاق حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی با بهره‌وری کارمند" به این نتیجه رسیدند که بین اخلاق حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب تعیین نشان داد که اخلاق حرفه‌ای و فرهنگ سازمانی قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشد. با توجه به مبانی نظری که در بالا مورد بحث و کنکاش قرار گرفت می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به صورت زیر مطرح کرد:

فرضیه‌های پژوهش

- H1: بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن (مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران، برتری‌جویی و رقابت طلبی) با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد.
- H2: بین وفاداری سازمانی با بهره‌وری رابطه معناداری وجود دارد.
- H3: اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشد.

مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱- مدل فرضی پژوهش

مواد و روش تحقیق

جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان بانک اقتصاد نوین استان فارس که به طور تقریبی ۳۰۰ نفر بوده‌اند. نمونه آماری پژوهش براساس تناسب حجم نمونه با جمعیت مورد مطالعه و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) متشکل از ۱۶۰ نفر می‌باشد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تک مرحله‌ای انتخاب شدند. بدین ترتیب که به جز شهر بزرگ شیراز، از سایر شهرهای استان، مرودشت، فسا، جهرم و لار به صورت تصادفی ساده و به عنوان خوشه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است. برای اندازه‌گیری اخلاق کسب و کار از پرسش‌نامه ۱۶ سوالی اخلاق کسب و کار کادوزیر (۱۹۹۸) که اخلاق کسب و کار را در ۸ بعد به شرح جدول زیر اندازه‌گیری می‌کند، استفاده شده است. این پرسشنامه به صورت طیف لیکرت می‌باشد (۱= هیچ وقت الی ۵= تقریباً همیشه) می‌باشد. برای بدست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه، امتیازات حاصل از تک تک سوالات را با هم جمع نموده و به عنوان امتیاز کلی آزمون در نظر می‌گیرند. بدیهی است که این امتیاز بیانگر میزان بالا یا پایین بودن متغییر بر اساس نظر پاسخ‌دهنده بود.

¹ Brown et al

² Guillon and Cezanne

³ Adeniji, et al

⁴ Palchoudhury

جدول ۱- سوالات مربوط اخلاق کسب و کار

سوال	مؤلفه
سوالات ۱ و ۲	مسئولیت پذیری
سوالات ۳ و ۴	صادق بودن
سوالات ۵ و ۶	عدالت و انصاف
سوالات ۷ و ۸	وفاداری
سوالات ۹ و ۱۰	برتری جویی
سوالات ۱۱ و ۱۲	احترام به دیگران
سوالات ۱۳ و ۱۴	همدردی با دیگران
سوالات ۱۵ و ۱۶	احترام به ارزش‌ها

برای سنجش بهره‌وری از پرسشنامه بهره‌وری (مدل اچیو) استفاده شده است. مدل اچیو به وسیله هرسی و بلانچارد و گلداسمیت (۱۹۷۸) به منظور کمک به مدیران در تعیین علت وجود مشکلات عملکرد و بوجود آوردن استراتژی‌های تغییر طرح‌ریزی گردید. آنان در تعیین مدل برای تحلیل عملکرد انسانی دو هدف اصلی را در نظر داشتند (مشبکی، ۱۳۸۰): تعیین عوامل کلیدی که می‌توانند بر عملکرد فرد کارکنان تاثیر بگذارند و ارائه عوامل به گونه‌ای است که مدیران شاغل بتوانند آن را بکاربرند. مدل اچیو بازخورد را که شامل آموزش هر روزه و ارزیابی رسمی در عملکرد افراد است بسیار مهم می‌دانند. هرسی و گلداسمیت هفت متغیر مربوط به مدیریت عملکرد اثربخش را از میان بقیه برگزیده‌اند و با ترکیب حروف اول هریک از متغیرهای عملکرد واژه هفت حروفی ACHIEVE^۱ را جهت به خاطر سپردن معرفی نمودند. هفت واژه در برگزیده مدل اچیو عبارتند از: توانایی، وضوح، کمک، انگیزه، ارزیابی، اعتبار، محیط. نحوه امتیازبندی و تفسیر نتایج پرسشنامه بهره‌وری اطلاعات مربوط به شاخص‌های بهره‌وری شامل ۳۲ سؤال که سوالات پرسشنامه و براساس طیف لیکرت امتیازبندی گردیده است.

جدول ۲- امتیازات بهره‌وری

خیلی کم	کم=۲	تأحدی=۳	زیاد=۴	خیلی زیاد=۵
---------	------	---------	--------	-------------

جدول ۳: سوالات بهره‌وری

ردیف	مؤلفه‌ها	سوالات
۱	توان و آمادگی	۱-۲-۳
۲	وضوح یا ادراک	۶-۷-۸
۳	حمایت سازمانی	۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۲۰-۲۳-۲۴
۴	تمایل یا انگیزش	۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹
۵	ارزیابی یا بازخورد	۴-۵-۲۱-۲۲-۲۵
۶	اعتبار	۲۶-۲۷-۲۸-۲۹-۳۰
۷	محیط یا سازگاری محیطی	۳۱-۳۲

- الف) اگر امتیاز محاسبه شده بین ۱۲۸ تا ۱۶۰ باشد کارمند از بهره‌وری خیلی بالا برخوردار است.
 ب) اگر امتیاز محاسبه شده بین ۹۶ تا ۱۲۷ باشد کارمند از بهره‌وری بالایی برخوردار است.
 ج) اگر امتیاز محاسبه شده بین ۶۴ تا ۹۵ باشد کارمند از بهره‌وری معمولی برخوردار است.
 د) اگر امتیاز محاسبه شده بین ۳۲ تا ۶۳ باشد کارمند از بهره‌وری پایین برخوردار است.

^۱ A: ability C: clarity H: help I: incentive E: evaluation V: validation E: environment

برای سنجش وفاداری از پرسشنامه استاندارد وفاداری سازمانی استفاده شده است. این پرسشنامه توسط علی و الکاظمی (۲۰۰۷) ساخته شده و دارای ۷ سوال است. این پرسشنامه براساس مقیاس لیکرت (کاملاً مخالف: ۱، مخالف: ۲، نظری ندارم: ۳، موافق: ۴، کاملاً موافق: ۵) می‌باشد.

جدول ۴- امتیازات وفاداری سازمانی

گزینه	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارم	موافق	کاملاً موافق
امتیاز	۱	۲	۳	۴	۵

کاملاً مخالف ← کاملاً موافق

براساس این روش از تحلیل نمره‌های به دست آمده را جمع کرده و سپس بر اساس جدول زیر قضاوت کنید. توجه داشته باشید میزان امتیازهای زیر برای یک پرسشنامه است در صورتی که به طور مثال شما ۱۰ پرسشنامه داشته باشید باید امتیازهای زیر را ضربدر ۱۰ کنید. مثال: حد پایین نمرات پرسشنامه به طریق زیر بدست آمده است

جدول ۵- حد نمرات پرسشنامه وفاداری سازمانی

حد پایین نمره	حد متوسط نمرات	حد بالای نمرات
۷	۲۱	۳۵

- در صورتی که نمرات پرسشنامه ۷ تا ۱۴ باشد، میزان وفاداری سازمانی در این جامعه ضعیف می‌باشد.
 - در صورتی که نمرات پرسشنامه بین ۱۴ تا ۲۱ باشد، میزان وفاداری سازمانی در سطح متوسطی می‌باشد.
 - در صورتی که نمرات بالای ۲۱ تا ۳۵ باشد، میزان وفاداری سازمانی بسیار خوب می‌باشد.
- روایی و پایایی ابزار پژوهش: قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه‌گیری هر آنچه اندازه می‌گیرد یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). اعتبار یا روایی با این مسأله سر و کار دارد که یک ابزار اندازه‌گیری تا چه حد چیزی را اندازه می‌گیرد که ما فکرمی کنیم (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش برای تعیین روایی از روایی محتوایی استفاده شده است. برای محاسبه و تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید و مقدار آن بیش از ۰/۷ به دست آمد.

بحث و ارائه یافته‌ها

به منظور تبیین متغیرهای مورد نظر به ارائه شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار مولفه‌های اخلاق کسب و کار و مولفه‌های بهره‌وری و وفاداری سازمانی در قالب جدول شماره ۶ پرداخته شده است.

جدول ۶- میانگین و انحراف معیار، در مولفه‌های اخلاق کسب و کار، مولفه‌های بهره‌وری و وفاداری سازمانی

انحراف معیار	میانگین	اماره مولفه‌ها
۱۱/۵۰	۴۳/۰۱	اخلاق کسب و کار
۱/۶۹	۶/۱۴	مولفه‌های اخلاق کسب و کار
۱/۷۰	۶/۱۵	
۱/۶۳	۶/۲۰	
۱/۶۸	۶/۱۱	
۱/۶۹	۶/۱۲	
۱/۷۲	۶/۰۹	
۱/۶۸	۶/۱۶	
۱/۷۱	۶/۱۱	

انحراف معیار	میانگین	آماره مولفه‌ها
۱۸/۱۲	۱۵۶/۲۷	بهره وری
۴/۶۱	۳۴/۷۷	توان و آمادگی
۴/۰۸	۱۲/۷۳	وضوح یا ادراک
۳/۹۵	۱۷/۴۸	حمایت سازمانی
۲/۳۸	۱۱/۶۷	تمایل یا انگیزش
۲/۶۵	۱۱/۹۱	ارزیابی یا بازخورد
۳/۸۹	۱۹/۷۷	اعتبار
۶/۰۳	۲۵/۰۲	محیط یا سازگاری محیطی
۳/۶۴	۲۲/۸۸	توان و آمادگی
۳/۶۹	۳۰/۵۳	وفاداری سازمانی

به منظور بررسی رابطه بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن (مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، احترام به دیگران، همدردی با دیگران، برتری‌جویی و رقابت طلبی) با بهره وری از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج این تحلیل در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

جدول ۷- ضریب همبستگی بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن با بهره وری

بهره وری		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی	مولفه‌های اخلاق کسب و کار
۰/۰۲	۰/۲۴*	مسئولیت‌پذیری
۰/۰۰۵	۰/۲۹**	صادق بودن
۰/۰۳	۰/۲۳*	عدالت و انصاف
۰/۰۱۳	۰/۲۵*	وفاداری
۰/۰۰۸	۰/۲۷**	برتری‌جویی
۰/۰۰۴	۰/۲۹**	احترام به دیگران
۰/۰۲	۰/۲۴	همدردی با دیگران
۰/۰۰۷	۰/۲۸**	احترام به ارزش‌ها
۰/۰۰۸	۰/۲۷**	اخلاق کسب و کار (نمره کل)

$P < ۰/۰۱$ ** $P < ۰/۰۵$ *

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد با توجه به نتایج به دست آمده بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن (مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، احترام به دیگران، برتری‌جویی و رقابت طلبی) با بهره وری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین وفاداری سازمانی با بهره وری از طریق ضریب همبستگی پیرسون آزمون شد که نتایج آن در جدول شماره ۸ آمده است.

جدول ۸- ضریب همبستگی بین وفاداری سازمانی با بهره وری

بهره وری		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی	وفاداری سازمانی
۰/۰۰۰۱	۰/۳۵**	

$P < ۰/۰۱$ **

همان طور که در جدول (۹) مشاهده می‌شود بین وفاداری سازمانی با بهره‌وری در سطح $p < 0/0001$ رابطه مثبت معنادار وجود دارد، که ضریب همبستگی بین وفاداری سازمانی با بهره‌وری ($r = 0/35$) می‌باشد یعنی با افزایش وفاداری سازمانی، بهره‌وری افزایش می‌یابد. همچنین برای بررسی پیش‌بینی بهره‌وری بر اساس اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی از آزمون رگرسیون به روش همزمان استفاده شد که نتایج در جدول شماره ۹ ارائه شده است.

الف: متغیرهای پیش‌بین: اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی

متغیر ملاک: بهره‌وری

جدول ۹- نتایج تحلیل رگرسیون اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی با بهره‌وری

شاخص آماری	R	R ^۲	F	df	sig	B	Beta	t	sig
متغیر پیش‌بین									
اخلاق کسب و کار	۰/۳۵	۰/۱۳	۶/۷۰	۹۲ و ۲	۰/۰۰۲	۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۵۷	۰/۵۶
وفاداری سازمانی						۱/۸۰	۰/۳۶	۳/۶۳	۰/۰۰۰۱

همانطور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، برای آزمون این فرضیه از تحلیل رگرسیون چند متغیره به روش همزمان استفاده شده است. از نتایج آزمون تحلیل واریانس $\{ df = (92 و 2) , (P < 0/01) \}$ می‌توان استنباط کرد که بین متغیرهای پیش‌بین (اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی) و متغیر ملاک (بهره‌وری) رابطه خطی معنی‌دار در سطح $P < 0/01$ وجود دارد و بین متغیرهای پیش‌بین (وفاداری سازمانی) و متغیر ملاک (بهره‌وری) رابطه خطی معنی‌دار در سطح $P < 0/01$ وجود دارد. وفاداری سازمانی به طور معنی‌دار قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشد که با توجه به نتایج اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی با بهره‌وری ($r = 0/35$) رابطه دارد که مجذور ضریب همبستگی چندگانه (ضریب تعیین) برابر با ۰/۱۳ است، این بدان معنی است که اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی روی هم ۱۳ درصد واریانس متغیر بهره‌وری را تبیین می‌کنند و ۲۸ درصد از تفاوت مشاهده شده در متغیر بهره‌وری مربوط به تفاوت در اخلاق کسب و کار و وفاداری سازمانی بوده است. همچنین با توجه به نتایج بالا می‌توان گفت که وفاداری سازمانی با بهره‌وری دارای جهت مستقیم است و به عبارتی با متغیر مورد نظر همبستگی مثبت دارد یعنی با افزایش وفاداری سازمانی، بهره‌وری افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

با توجه به اطلاعات جدول ۸ بین اخلاق کسب و کار و مولفه‌های آن (مسئولیت‌پذیری، صادق بودن، عدالت و انصاف، وفاداری، رعایت و احترام نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، احترام به دیگران، برتری‌جویی و رقابت طلبی) با بهره‌وری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش رزمخواه (۱۳۹۲)، امینی و همکاران (۱۳۹۴)، احمدی و همکاران (۲۰۱۴)، ادیبو همکاران (۲۰۱۵)، جالچوودهیوری (۲۰۱۶)، استوار و فانی (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. برای تبیین این فرضیه می‌توان گفت اخلاق هر جامعه، معیار بایدها و نبایدهای آن را تعیین می‌کند و انسان اجتماعی را در مسیر زندگی آینده‌ی خود به سمت کمال، فضیلت و سعادت هدایت می‌کند. اخلاق، هم خاستگاه دینی دارد و هم متأثر از عرف، فرهنگ، تاریخ و سایر پدیده‌های اجتماعی است. در واقع، بین این مفاهیم و پدیده‌های اجتماعی و اخلاق، تعامل دائمی وجود دارد که باعث می‌شود در طول زمان، اصول، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه صیقل بخورد و الگوهای موجه و مقبول رفتار فردی و جمعی را شکل بدهد. اخلاق حرفه‌ای یکی از مسائل اساسی همه‌ی جوامع بشری است. جامعه ما نیازمند آن است تا ویژگی‌های اخلاق حرفه‌ای مانند دلبستگی به کار، روحیه مشارکت و اعتماد، ایجاد تعامل با یکدیگر را تعریف، و برای تحقق آن فرهنگ‌سازی کند. امروزه بسیاری از کشورها در جهان صنعتی به این بلوغ رسیده‌اند که بی‌اعتنایی به مسائل اخلاقی و فرار از مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی، به از بین رفتن بنگاه می‌انجامد. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌های موفق برای تدوین استراتژی اخلاقی احساس نیاز کرده، و به این باور رسیده‌اند که باید در سازمان یک فرهنگ مبتنی بر اخلاق رسوخ کند. علاوه بر این، افرادی که دارای اخلاق حرفه‌ای در شغل می‌باشند بیشتر به شغل خود اهمیت داده و معمولاً از تعهد سازمانی بالاتری نیز برخوردارند، این افراد معمولاً برای سازمان کوشش بیشتری خواهند داشت، و برای رسیدن به اهداف فردی و سازمانی حداکثر تلاش خود را خواهند کرد، به همین دلیل از بهره‌وری بالاتری برخوردارند. همچنین می‌توان گفت بهره‌وری را بدون احساس وظیفه و عمل بر طبق آن و بدون برخورد ضابطه‌مند و مدیریت مسوولانه و وجود حداقل تعدادی از کارشناسان و کارکنان علاقه‌مند و عامل به تکلیف نمی‌توان به دست آورد.

بر اساس جدول ۹ بین وفاداری سازمانی با بهره‌وری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش غلام پور و زارعی (۱۳۹۴)، کومالو تاهیر (۲۰۰۷) همسو می‌باشد. برای تبیین این فرضیه می‌توان گفت که زمانی که کارکنان نسبت به یکدیگر و فعالیت‌های

که انجام می‌دهند، وفادار باشند می‌تواند باعث تقسیم کار شود و در نتیجه بهره‌وری کارکنان افزایش می‌یابد. به عبارتی زمانی که کارکنان ریسک‌های پیش روی سازمان را شناسایی می‌کنند و یا این که در برخی موارد از شنیدن نظرات سایر افراد در داخل و یا خارج از سازمان سرباز نمی‌زنند باعث کاهش مشکلات پیش‌بینی نشده در فعالیت‌های سازمانی و افزایش بهره‌وری می‌شود. همچنین زمانی که کارکنان دارای نوعی وفاداری و وابستگی عاطفی به اهداف و ارزش‌های سازمان داشته باشند، برای رسیدن به هدف تلاش می‌کنند و در انجام فعالیت‌ها با یگدیگر مشارکت می‌کنند به افزایش بهره‌وری از سوی کارکنان منجر می‌شود. علاوه بر این می‌توان گفت زمانی که کارکنان از وفاداری سازمانی برخوردار باشند، توانایی و ظرفیت بیشتری در برابر شرایط استرس‌زا دارند و از انعطاف‌پذیری بالاتری برخوردارند و خود را مطابق با تغییرات محیطی وفق می‌دهند و در نهایت از بهره‌وری بالاتری برخوردار می‌شوند.

همانطور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، وفاداری سازمانی به طور معنی‌دار قادر به پیش‌بینی بهره‌وری می‌باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش مک‌ناب و تایلر (۲۰۱۱)، گیولون و سیزنتی (۲۰۱۴)، لی لی و چین لانگ (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. برای تبیین این فرضیه می‌توان گفت زمانی که کارکنان دارای وفاداری سازمانی باشند، بیشتر می‌توانند فعالیت کنند و کار بیشتری انجام می‌دهند و از کنترل بالاتری در کار برخوردارند و در نهایت از پاداش و انصاف و ارزش بیشتری به دست می‌آورند. به عبارتی زمانی که کارکنان دارای وفاداری سازمانی باشند، از انعطاف‌پذیری و مقابله موثر با عوامل و موقعیت‌های استرس‌زا برخوردارند که می‌تواند منجر به افزایش پیامدهای موفقیت‌آمیز و وجود چالش‌های موثر و در نهایت افزایش حجم کار در بین کارکنان و افزایش بهره‌وری شود. در واقع زمانی که کارکنان دارای وفاداری سازمانی باشند، بهتر می‌توانند در موقعیت‌های دشوار و ناخوشایند کار کنند و در محیط از صدمه‌پذیری کمتر و کنترل بیشتری برخوردارند که می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری شود. علاوه بر این، زمانی که کارکنان دارای وفاداری سازمانی باشند، از توانایی بالایی در برابر رویارویی با ناکامی‌ها، و تعارض‌های برخوردارند که می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری شود. همچنین می‌توان گفت زمانی که کارکنان دارای وفاداری سازمانی باشند، از ارزش‌ها و باورهای مشترک برخوردارند که می‌تواند منجر به احساس تعلق در کارکنان شود و نگرش مثبتی را در کارکنان به وجود آورد. به عبارتی زمانی که کارکنان از ارزش و باورهای مشترکی برخوردار باشند، می‌تواند منجر به انگیزه و کیفیت بالا، همکاری، همدلی و همفکری در کارکنان شود که می‌تواند باعث شود که کارکنان درگیری شغلی بیشتر و بهره‌وری بالاتری داشته باشند.

References

1. Adeyeye, J.O, Adeniji, A. A., Osinbanjo, A.O., Oludayo, O.A. (2015). Effects of Workplace Ethics on Employees and Organisational Productivity in Nigeria, International Conference on African Development Issues (CU-ICADI) 2015: Social and Economic Models for Development Track
2. Agrman & Tri. (2005). Level of employee organizational loyalty and affecting factors on it, Research and Development Office: 12(3): 5-10.
3. Ahmadie .A, Sori. L , Iman M. (2014). Surveying The Relationship Between Work Ethics And Employee's Productivity of Arabian, Journal of Business and Management Review Vol. Kuwait, Chap 3, No.6(a); Feb. 2014
4. Brown, R. (2003). Organizational Loyalty in perspective: Re-configuring the multidimensional approach. California State University. Retrieved from <http://www.sbaer.uca.edu/research>
5. Brown. S, McHardy. J, McNabb. R, Taylor, K. (2011). Workplace Performance, Worker Commitment and Loyalty, IZA Discussion, No.14, 5447
6. Guillon Olivia and Cezanne Ce'cile. (2014). Employee loyalty and organizational performance: a critical survey, Journal of Organizational Change Management; Bradford 27.5 (2014): 839-850.
7. Komal , Khalid Bhatti and Tahir , Masood Qureshi. (2007). Impact of employee participation on job satisfaction, employee Loyalty and employee productivity. International Review of Business Research Papers, Vol.3 No, Pp. 54 - 68
8. Lee Yu-Je, Lee I -Chao ,Chin-Lang Lin. (2015). The Impact Of Employee Loyalty And Organizational Citizenship Behavior On Organizational Performance: A Case Of Taiwan-Listed Family Business, International Journal of Information Technology and Business Management, 2015 Vol. 41 No.1, ISSN 2304-0777
9. Ostovar, E. Fani, H. (2016). The Relationship between Professional Ethics and Organizational Culture with Job Employee Productivity, Journal of Administrative Management, Education and Training, Volume (12), Issue (3), pp. 472-480
10. Palchoudhury. A. (2016). Productivity & Ethical Conduct: A Correlation, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS,) Volume 21, Issue 1, Ver. IV (Jan. 2016) PP 93-94.