

تاثیر سیرت نیکوی مدیران و چابکی سازمانی بر سودآوری بانک های سپه اصفهان

مهدی محمدی

استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور مرکز، شاهین شهر، ایران
Mohammadi12035@gmail.com

علیرضا زارع

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تحول، دانشگاه پیام نور مرکز، شاهین شهر، ایران
Alirezasanap158@gmail.com

1

چکیده

چابکی بعنوان مسئله مهم برای سازمان‌ها و بنگاه‌های رقابتی است و یکی از مهمترین خصیصه‌های هر سازمان برای کار در شرایط متغیر امروزی، داشتن افرادی است که دارای سیرت نیکو باشند. این پژوهش بدنبال تاثیر سیرت نیکوی مدیران و چابکی بر سودآوری بانک سپه است که برای مدیران بانک‌ها می‌تواند کاربردی و سودمند باشد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت و روش، کاربردی و توصیفی-تحلیلی و از شاخه میدانی بوده است. جامعه آماری پژوهش تمامی کارکنان بانک سپه اصفهان به تعداد ۷۰۰ نفر می‌باشند که از این بین با کمک فرمول کوکران ۲۴۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید و بمنظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز اقدام به تهیه پرسشنامه گردید که روایی آن توسط استاد مربوطه تایید شد و جهت بررسی پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن ۰/۷۸ به دست آمد. جهت بررسی فرضیات پژوهش از رگرسیون چند مرحله ای توسط نرم افزار spss21 استفاده گردید و یافته‌ها حاکی از آن بود که سیرت نیکو مدیران و چابکی با سودآوری بانکها رابطه معناداری دارد و بر آن تاثیر مثبت می‌گذارد.

واژگان کلیدی: چابکی سازمانی، سیرت نیکو، سودآوری، بانک.

مقدمه

امروزه در دنیای تجارت مهمترین مزیت رقابتی شرکتها پاسخگویی سریع به نیازهای متنوع مشتریان می باشد. به همین دلیل بسیاری از علمای مدیریت چابکی را کلید موفقیت سازمان در محیط پویا و غیرقابل پیش بینی عصر حاضر می دانند (مدهوشی و هادی تبار، ۱۳۹۷). در واقع چابکی سازمانی، پاسخ توجه و تمرکز آگاهانه و جامع آن‌ها به نیازهای مداوم در حال تغییر در بازارهای رقابتی و کسب موفقیت از فرصتهایی است که سازمان بدست می‌آورد. چابکی، پارادایمی است برای فعالیت در صحنه تجارت امروز (عرضه محصولات و خدمات) و برداشتهای ذهنی جدیدی را پیرامون تولید، ارباب رجوع و مشتری، عرضه و فروش کالا و خدمات، خرید، شکل‌های مختلف روابط تجاری، ارزیابی عملکرد کارکنان و سازمان‌ها و... فراهم می‌کند. (Zain et al., 2013) چابکی بطور مستمر بر عملکرد کارکنان و سازمان ارزش محصولات و خدمات، تغییرات دائم در جهت دستیابی به فرصت‌های حاصل از جذب مشتری، توجه می‌کند. اساس و بنیان چابک، یکپارچه‌سازی نظام/فناوری اطلاعات، افراد (کارکنان)، فرآیندهای تجاری و تجهیزات، درون تشکیلاتی هماهنگ و انعطاف پذیر، جهت پاسخگویی سریع به اتفاقات و تغییرات محیط است. در کل سازمان چابک می‌تواند منجر به هزینه‌های تولید کمتر، سهم بازار فزاینده، رضای نیازهای مشتریان، تسهیل معرفی سریع محصولات و خدمات جدید و حذف فعالیتهای فاقد ارزش افزوده شود و قابلیت رقابت سازمان را ارتقاء دهد. بنابراین چابکی بعنوان پارادایم تجاری قرن بیست و یکم و بعنوان راهبرد موفقیت آمیز و برنده در دوران کنونی مطرح است. در عین حال به نظر می‌رسد هر سازمان بسته به نوع، ویژگی‌ها و شرایط خود، همچنین سطح نیاز سازمان به چابکی به تعریف ویژه‌ای از چابکی نیاز دارد (صنعتی گر و همکاران، ۱۳۹۵). به زعم شریفی و ژانگ (۱۹۹۹) قابلیت‌های کلیدی چابکی در سازمان چهار عنصر اصلی را در بر می‌گیرد: سرعت به معنای توانایی انجام فعالیت‌ها در کمترین زمان ممکن، انعطاف پذیری یعنی قابلیت سازگاری با تغییرات، پاسخگویی به معنی توانایی تشخیص تغییرات و واکنش مناسب و استفاده از فرصت‌ها، شایستگی به معنای توانایی کسب اهداف و مقاصد سازمان.

از طرفی سیرت نیکو نیز حدی و میزانی است که نشان می‌دهد، فرد بر اساس ارزش‌های سطح بالا زندگی می‌کند. پابندی افراد به ارزش‌ها، ملاک واقعی سنجش سیرتشان خواهد بود. گرچه سیرت نیکو مهم شمرده می‌شود، اما افراد در مورد چیستی آن به ندرت توافق دارند (نصر اصفهانی، ۱۳۸۹). به اعتقاد دیو اولریچ هر چیزی در مورد رهبران بزرگ از سیرت آنان ناشی می‌شود (Zenger & Folkman, 2004). افراد دارای سیرت نیکو، دامنه‌ی وسیعی از فضیلت‌ها را پذیرفته‌اند و بر اساس آن‌ها عمل می‌کنند. (نصر اصفهانی، ۱۳۸۹).

به نظر می‌رسد بانک‌های بخش دولتی در کشور در ارائه خدمات به مشتریان خود از چابکی لازم برخوردار نبوده و نیازهای آنان را مرتفع نمی‌سازند. شاید به همین دلیل باشد که در سال‌های اخیر اقبال عمومی از بانک‌های خصوصی و خدمات آن‌ها بیشتر شده است. اگر چابکی را پاسخگویی سریع، شایسته و منعطف به نیازهای مشتریان در عرصه خدمات بدانیم، احساس می‌شود که این شیوه از پاسخگویی و ارائه خدمات در وضعیت کنونی بانک‌های بخش دولتی کشور رضایت مشتریان را جلب نمی‌کند. به علاوه با توجه به گسترش بانک‌های خصوصی در کشور، بانک‌های دولتی برای این که بتوانند در عرصه رقابت پیروز باشند، نیازمند توانایی تغییر خود در این محیط هستند، این نیاز می‌تواند با چابکی سازمان پاسخ داده شود همچنین رهبرانی که دارای فضایل اخلاقی و سیرت نیکو هستند توانایی کنترل رویدادها و شتاب بخشیدن دیگران به سوی مأموریت‌های سازمان از جمله سودآوری را دارند، به همین دلیل در این پژوهش تاثیر سیرت نیکوی مدیران و چابکی سازمانی بر سودآوری بانک‌های سپه اصفهان مورد بررسی قرار گرفت.

۲- مبانی نظری و سوابق پژوهش

۲-۱- سیرت نیکو^۱

نیاز سازمان‌ها به رهبران و افرادی که در آن‌ها سیرت نیکو پرورش یابد، همواره احساس می‌شود و به‌تازگی علاقه زیادی به موضوع‌های مربوط به فضایل و سیرت در میان دانشمندان اجتماعی و روانشناسان به‌وجود آمده است (Tjeltveit., 2003) و تعریف‌های مختلفی از سیرت ارائه شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. منظور از «سیرت»، خلق‌وخوی است. از نظر روانشناسی خلق‌وخوی جنبه‌ای از شخصیت نسبتاً پایدار انسان از لحاظ اخلاق و اجتماعی است (Pinder & Harlos., 2001). «شخصیت» عبارت است از: آنچه فرد به دنیای بیرون نشان می‌دهد؛ در حالی که سیرت به معنای دنیای درون فرد است (Sarros et al., 2006). سیرت آن چیزی است که در فرد هست، هنگامی که هیچ‌کس به او نگاه نمی‌کند. سیرت چیزی است که فرد هنگام تاریکی شب در مورد خود فکر می‌کند (Harder., 2008).

سیرت، «خود درونی فرد» در عمل است. سیرت نشان می‌دهد که فرد واقعاً چه کسی است و به عبارتی آن چیزی است که افراد در خلوت هستند (Maxwell., 2005). سیرت بخش اصلی خیمه رهبری است (Zenger & Folkman., 2004). سیرت، انجام کار درست علی‌رغم فشار بیرونی مخالف برای انجام نشدن آن است و غالباً در راستای ارزش‌های مذهبی است (Peterson., 2008). برخی سیرت را جمع ویژگی‌های اخلاقی فرد دانسته‌اند (Brody & Siegel., 2001). فرد دارای سیرت نیکو به دنبال حقیقت است، تعیین می‌کند چه کاری درست است و بر اساس آن، شجاعت و تعهد به عمل دارد (عابدی شریبانی و همکاران، ۱۳۹۴).

تدوین تعاریف دقیق از سیرت در طول نسل‌ها از سوی دانشمندانی که در علوم انسانی فعال بودند، به چالش کشیده شده است و مدل‌های جدید و سکولار هم مانند اصل اخلاقی سودمندگرایی، عدالت و قرارداد اجتماعی درباره سیرت نیکو وجود دارد. به‌طور مشخص اغلب تعاریف سنتی از سیرت، به‌طور معمول شامل هر دو بعد اخلاقی و اجتماعی هستند (Wright & Goodstein, 2007). سیرت بیانگر آن است که چگونه فرد در تنهایی و بدون حضور دیگران عمل می‌کند (Doty, 2006). بسیاری از محققان بر این باورند که سیرت بهتر است به عنوان یک ساختار چند بعدی در نظر گرفته شود. سیرت دارای ساختاری سه بعدی شامل انضباط اخلاقی، دلبستگی اخلاقی و استقلال اخلاقی است (Quick & Wright, 2011). فردی که از نظر اخلاقی سیرت نیکو دارد و مطابق با قوانین و مقررات عمل می‌کند، نسبت به فردی با سابقه اعمال بد و غیراخلاقی، به احتمال زیاد بسیار کمتر مرتکب جرم می‌شود.

در دهه اخیر، سیرت افراد جوان به‌عنوان یک موضوع آموزشی مورد توجه قرار گرفته است و استراتژی‌هایی همچون تنظیم قوانین و رویه‌ها به‌منظور ایجاد یک کلاس درس مسئول و پاسخگو برای آموزش و یادگیری مشارکتی در جهت ارزیابی فردی و گروهی و توسعه مهارت‌های لازم برای زندگی در جامعه، همچنین آموزش تفکر برای توسعه توانایی کارکنان جهت شناخت و فهم مفهوم نیکویی و خوبی، مشخص کردن صفات و خصوصیات به‌منظور توسعه شخصیت مثبت در کارکنان از سوی خود آنها برای کمک به بهبود سیرت نیکو در آنها توصیه شده است (Lexmond & Reeves, 2009).

داشتن سیرت زیبا در مباحث مدیریت و رفتار سازمانی نیز در مبحث «مدیریت برداشت» مورد توجه قرار گرفته است. مدیران تلاش می‌کنند تصویری از خود ارائه دهند که فردی مهم، شایسته و دارای کنترل بر رویدادها هستند (Yukl, 2006). مدیریت برداشت، رشته‌ای در روانشناسی اجتماعی است که به مطالعه این امر می‌پردازد که افراد چگونه خود را به دیگران معرفی می‌کنند تا در نظر دیگران مساعد و مطلوب جلوه کنند (Merkl-Davies & Brennan, 2007). به‌عبارت دیگر، مدیریت برداشت، یعنی واداشتن دیگران به اینکه به ما با شیوه‌ای خاص توجه کنند (Kreitner & Kinicki, 2004).

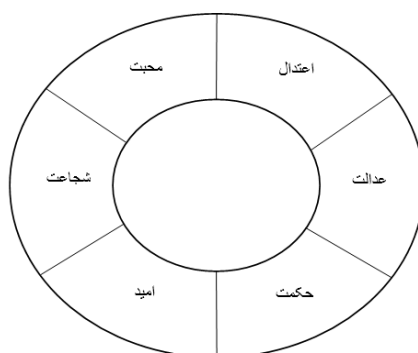
^۱. Good character

رهبران خوب، افرادی هستند که علاوه بر اینکه شایستگی‌های اخلاقی دارند قادرند، کارهای درست را انجام دهند؛ به عبارت دیگر رهبران اثربخش دارای سیرت نیکو و صلاحیت انجام وظایف هستند. در مقابل رهبرانی که از لحاظ اخلاقی سیرت نیکو و پسندیده نداشته و صلاحیت و شایستگی انجام وظایف را ندارند، وانمودکنندگانی بیش نیستند. به‌علاوه افرادی که سیرت پسندیده دارند، اما فاقد صلاحیت و شایستگی لازم برای انجام وظایف هستند، رهبرانی نادان و جاهل هستند. در برابر این گروه، رهبرانی قرار دارند که اصول اخلاقی و سیرت پسندیده ندارند، اما دارای صلاحیت و شایستگی لازم می‌باشند که درواقع رهبرانی رذل تلقی می‌شوند. از این رو می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رهبران خوب، داشتن سیرت نیکوست. نصر اصفهانی و شکرچی زاده (۱۳۹۴) رابطه بین سیرت و شایستگی مدیران را به صورت شکل (۱) بیان نموده‌اند.

زیاد	اراذل	رهبران
شایستگی	وانمودکنندگان	افراد نادان
کم	سیرت	زیاد

شکل ۱ سیرت و شایستگی مدیران

مشاوران و صاحب‌نظران در زمینه موضوع رهبری (۲۰۱۰) الگویی برای سیرت رهبران ارائه داده‌اند. این مدل که با مطالعه رفتار رهبران سنتی و متفکران یونانی و رهبران قرون ابتدایی به دست آمده است، بیانگر آن می‌باشد که سیرت رهبران شامل هفت جزء ایمان، عدالت، اعتدال، امید، حکمت، محبت و شجاعت است. ایمان به مجموعه‌ای روشن از ارزش‌های اصلی مثبت که از راه اقدام-های رهبری نمایش داده می‌شود و عدالت بر انجام کارهای درست حتی هنگامی که مشکل و پرهزینه است و پرورش مسئولیت-پذیری شخصی و تیم اشاره دارد. اعتدال بر فروتنی شخصی، عشق و شور و خودکنترلی و امید بر بیان آینده‌ای روشن، به‌ویژه هنگامی که رویدادهای فوری غمناک کننده می‌باشند، تأکید دارد. حکمت بیانگر دانش و تجربه انباشته شده در شرایط کنونی، محبت نشان‌دهنده نگرانی واقعی، مراقبت و دلسوزی نسبت به افراد و شجاعت نشان از استفاده جسورانه از فرصت‌ها و برخورد با چالش‌ها می‌باشد. در شکل ۲ مدل سیرت رهبران نمایش داده شده است.



شکل ۲ مؤلفه‌های سیرت نیکو

رهبران مؤثر با شش فضیلت اصلی شامل حکمت و دانش (خلاقیت، کنجکاوی، تفکر انتقادی، عشق به یادگیری، چشم‌انداز)، شجاعت (شجاعت، صداقت، پشتکار، خوش‌برخوردی) انسانیت (محبت، عشق، هوش اجتماعی)، عدالت (عدالت، رهبری، شهروندی)، اعتدال (بخشش، تواضع، احتیاط، خودکنترلی) و تعالی (قدردانی از زیبایی، قدرشناسی، امیدواری، طنز، معنویت) شناخته می‌شوند. به نظر می‌رسد این ویژگی‌ها فراتر از زمان و فرهنگ بوده است و ارتباط مشخصی بین مؤلفه‌های سیرت نظیر

1st International Conference Interdisciplinary Studies in Management and Engineering

14 March 2019 - University Of Tehran

با مجوز شماره
۱۶/۷۶۰۷۷
وزارت علوم تحقیقات و فناوری

معنویت، بخشش، تواضع، قدردانی، رغبت، امید و مهربانی با رفاه وجود دارد. در این مقاله برای سنجش سیرت نیکو از مؤلفه‌های هفت‌گانه صداقت، شجاعت، تواضع، حکمت، شور و اشتیاق، غم‌خواری و شوخ‌طبعی استفاده شده است (نصر اصفهانی و شکرچی زاده، ۱۳۹۴).

شجاعت، نظم، آینده‌نگری، تحمل، غمخواری، فداکاری، از جمله بنیادهای سیرت فرد محسوب می‌شوند. هنگامی که فرد با مشکلات و وسوسه‌ها مواجه می‌شود به کمک این ویژگی‌ها می‌تواند بر آنها غلبه کند (Hybels., 2008). در مطالعه دوتی (Doty, 2008)، هفت ویژگی به عنوان استانداردهای رفتاری حداقل قابل قبول که سیرت فرد را معرفی می‌کند، در نظر گرفته شده است. این هفت ویژگی عبارتند از: وفاداری، وظیفه‌شناسی، احترام، خدمت بدون احساس غرور، درستکاری، صداقت و شجاعت فردی. در همین مطالعه بر احترام و صداقت، تأکید بیشتری شده است (Doty., 2008). در مطالعه دیگری، پیترسون (Peterson, 2008)، عناصر سیرت نیکو را به صورت زیر تعیین می‌کند: نگرش مثبت، شهروندی، غمخواری، اعتماد، ملاحظات انسانی، همکاری، شجاعت، ادب، تکیه‌گاه دیگران بودن، پشتکار، انضباط (خودکنترلی)، تلاش، شور و شوق، انصاف، بخشش، درستکاری، تواضع، صداقت، نزاکت، خوش‌بینی، شکیبایی، کاردانی، مسئولیت‌پذیری، خلوص، کار گروهی، تحمل و مدارا و مورد اعتماد بودن. در بُعد شهروندی، مطالعات نشان داده است که سیرت نیکو بر رفتار شهروندی سازمان تأثیر مثبت داشته است (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۱).

بارکر و کوی (Barker & Coy, 2003)، شاخص‌های سیرت را هفت عامل: صداقت، شجاعت، تواضع، شوخ‌طبعی، حکمت، شور و اشتیاق و غمخواری در نظر گرفته‌اند. در بعد شادی، مطالعه‌ها نشان داده است که سیرت نیکو دارای تأثیر مثبت و معنادار بر شادی کارکنان است (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۱). شجاعت به عنوان تنظیم جهت برای مسیر طولانی و در نظر گرفتن مردم در این مسیر بدون اینکه ترس مانع انجام کار شود، تعریف شده است. شجاعت اجازه می‌دهد تا فرد درباره یک موضع، به حرکت بپردازد و بدون ترس به آن عمل کند. صداقت عنصری مهم از شخصیت یک فرد است که به عنوان پایبندی مداوم به اخلاق و یا استانداردهای اخلاقی شناخته می‌شود. فرد صادق حتی زمانی که با انتخاب‌های جایگزین زیادی مواجه است، کارها را درست و صادقانه انجام می‌دهد. صداقت به صورت پایبند ماندن به استانداردهای اخلاقی، مستقل از هنجارهای اجتماعی و استانداردهای جامعه جهانی تعریف شده است. تواضع و فروتنی بخش دیگری از سیرت است و به عنوان کیفیت فروتن بودن و یا حس نسبتاً کم-اهمیت نشان دادن خود تعریف شده است (Sarros & Barker., 2003).

۲-۲-۲- چابکی سازمان

از سال ۱۹۹۱ اصطلاح چابکی برای اولین بار به کار گرفته شد. چابکی به معنای توانایی پاسخگویی و واکنش سریع و موفقیت آمیز به تغییرات محیطی است. همانند تولید کنندگان، سایر سازمان‌ها و موسسات ناچارند که برای رقابت در قرن بیست و یکم به دنبال چابکی باشند چرا که سازمان‌های مدرن با فشار فزاینده‌ای جهت یافتن راه‌های جدید رقابت کارآمد در بازار پویای جهانی مواجه هستند. (پورسعید بناب، ۱۳۹۳) اصلی‌ترین نیروی محرک چابکی، تغییر است. چابکی به عنوان توانایی سریع یک سازمان در پاسخگویی به تغییر در بازار و تقاضای مشتریان تعریف شده است. سازمان‌های چابک فراتر از انطباق با تغییرات می‌اندیشند و متمایل به استفاده از فرصت‌های بالقوه در یک محیط متلاطم و کسب یک موقعیت ثابت به خاطر نوآوری‌ها و شایستگی‌های خود هستند. در کتاب «رقبای چابک و سازمان مجازی» پیشنهاد می‌شود که چابکی چهار اصل بهم پیوسته را در بر می‌گیرد که عبارتند از: انتقال ارزش به مشتریان، مهارت یافتن در زمینه تغییر و عدم اطمینان، تشریک مساعی در جهت افزایش رقابت‌پذیری و ایجاد سازمان مجازی.

چابکی به معنای توانایی پاسخگویی و واکنش سریع و موفقیت آمیز به تغییرات محیطی است. همانند تولیدکنندگان، سایر سازمان ها و موسسات ناچارند که برای رقابت در قرن بیست و یکم به دنبال چابکی باشند. چابکی، توانایی سازمان برای عرضه محصولات و خدمات با کیفیت بالا را ارتقا داده و در نتیجه عامل مهمی برای بهره‌وری سازمان می‌شود (سیدجوادی و زارعی، ۱۳۹۶).

سازمانهای کنونی در محیطی فعالیت می‌کنند که تغییرات سریع آن، آنها را ملزم به داشتن استراتژیهای انطباق پذیر می‌کند. در واقع این مشکل که سازمانها چگونه می‌توانند در محیطی پویا و غیر قابل پیش بینی موفق شوند، موضوعی است که به عنوان مهمترین چالش دنیای امروز شناخته می‌شود. هرچند راهکارهای مختلفی مثل تولید بهنگام، مهندسی مجدد، سازمان های مجازی و شبکه سازی معرفی شده اند، اما چابک گشتن سازمان از محبوبترین آنها است. در چنین محیطی، چابکی تبدیل به قابلیت مهمی شده است که تأثیرات بسیاری بر عملکرد سازمان دارد (Ravichandran, 2007).

مهمترین عامل برای چابکی سازمان داشتن قابلیت تصمیمگیری و اجرای سریع است. برای افزایش سرعت در این زمینه، باید قدرت و اختیار تصمیم گیری تا حد ممکن و مناسب به سطوح پایین منتقل شود و تمام قدرت های تصمیم گیری به وضوح مشخص گردد. در ضمن، برای این که چابکی سازمان بالا رود، چابک گشتن عملیاتی که مستقیماً با مشتریان در ارتباط هستند مهمتر از سایر عملیات است. به این ترتیب برای شروع کار بهتر است ابتدا از بخش هایی مثل فروش و بازاریابی استفاده کرد (Stull, 2010).

با افزایش تغییر در محیط کسب و کار و رقابتی تر شدن آن، سازمانها به سیستم تولیدی نیاز پیدا می‌کنند که بتوانند به کمک آن به تمامی نیازهای مشتریان پاسخ دهند. مشتریان همواره خواهان محصولاتی با کاربرد بیشتر و متنوع تر بوده و تمایل دارند آنها را با سرعت هر چه بیشتر دریافت کنند (Carlson & Yao, 2008).

چابکی را پاسخ به چالش های تحمیل شده از طرف محیط کسب و کاری میدانند که با تغییر و عدم اطمینان احاطه شده است. شریفی و ژانگ سازمانی را چابک می‌دانند که با بینشی وسیع از نظم جدید دنیای کسب و کار، و با کوله باری از قابلیت ها و توانایی ها، تلاطم های محیطی را جذب می‌نماید و به صورت پیش کنشی بخش های سودمند بازار را تسخیر می‌کند. در تعریفی جهت دار، به یکی دیگر از مشخصه های اساسی سازمان های چابک، یعنی دانش محور بودن آنها اشاره کرده و چابکی را توانایی مدیریت و به کارگیری موثر دانش تعریف می‌کند.

هدف سازمان چابک ایجاد رضایت برای مشتریان و کارمندان است. یک سازمان ضرورتاً دارای مجموعه ای از ظرفیت ها برای پاسخگویی به تغییرات در محیط تجاری است. از آنجا که وضعیت های تجاری در بیشتر شرکتها خودشان را در انبوهی از تقاضاهای غیرقابل پیشبینی می‌یابند، پس افزایش سریع چابکی لازم و ضروری است. قابلیت های چابکی هدف نیست بلکه ابزاری ضروری برای حفظ رقابت پذیری در بازار نامطمئن و متغیر است (آذر و پیشدار، ۱۳۹۰).

قابلیتهای کلیدی چابکی در سازمان: مؤسسه ها و سازمانهای چابک نگران و دلواپس تغییر، عدم اطمینان و عدم پیش بینی در محیط کسب و کار خود هستند. بنابراین، این مؤسسه ها برای رسیدگی به تغییر، عدم اطمینان و عدم قابلیت پیش بینی در محیط کاری خود، به شماری از قابلیت های متمایز نیازمندند. این قابلیت ها چهار عنصر اصلی را شامل می‌شوند که به عنوان مبنای حفظ و توسعه چابکی به شمار می‌روند:

- ۱- پاسخگویی: که به توانایی تشخیص تغییرات و واکنش سریع و بهره جویی از آنها اشاره دارد.
- ۲- شایستگی: که بر توانایی کسب هدف ها و مقاصد سازمان دلالت می‌کند.
- ۳- انعطاف پذیری: و قابلیت سازگاری که عبارتست از: توانایی برای جریان دادن به فرآیندهای مختلف و کسب هدف های مختلف، با استفاده از تسهیلات یکسان.
- ۴- سرعت که عبارت است از توانایی انجام فعالیتهای در کمترین زمان ممکن (سمندری و سربلند، ۱۳۹۴)

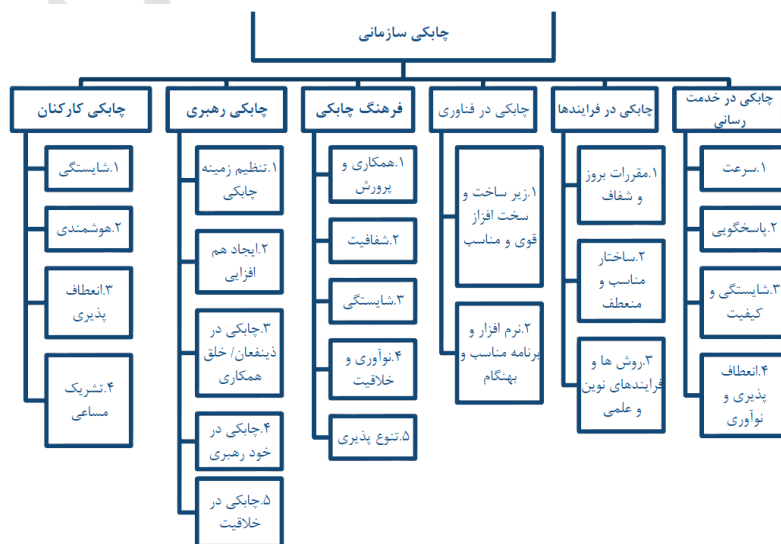
۲-۲-۱- تاریخچه چابکی

تاریخچه چابکی به دوره رکود صنایع ایالات متحده بر می‌گردد. با توجه به رکود صنایع تولیدی ایالات متحده و از دست دادن رقابت پذیری در طول دهه ۱۹۸۰ که به خوبی مستند شده بود، در سال ۱۹۹۰ کنگره آمریکا تصمیم گرفت تا اقداماتی ضروری در این مورد انجام دهد. به این ترتیب مفهوم چابکی در سال ۱۹۹۱ پایه گذاری شد (Kettunen, 2009).

در نتیجه کنگره به وزارت دفاع دستور داد تا آژانسی را ایجاد نموده و صنایع تولیدی ایالات متحده را با هدف رقابتی تر کردن آنها مورد بررسی قرار دهد. در واقع با مشاهده ی اینکه نرخ تغییر در محیط کسب و کار بیشتر از نرخ سازگاری با محیط می باشد، گروهی از متخصصان در دانشگاه لی های در ایالت پنسیلوانیا، از طرف وزارت دفاع با این هدف که چه سیستم و راهبردهایی در صنعت موفق خواهد بود، گرد هم آمدند و بررسی صنایع تولیدی ایالات متحده را آغاز نمودند. نتیجهی تلاشهای این گروه گزارشی دو جلدی با عنوان «استراتژی بنگاههای تولیدی قرن» بود که در پاییز ۱۹۹۱ به وسیله مؤسسه ی یاکوکا در دانشگاه لی های منتشر شد و در همان زمان نام چابک برای آن انتخاب شد. واژه چابک در فرهنگ لغت به معنی حرکت سریع، چالاک، فعال و چابکی توانایی حرکت به صورت سریع و قادر بودن به تفکر هوشمندانه و به موقع است (Ganguly et al, 2009). امروزه با توجه به جدید بودن بحث چابکی تعریف های متنوعی از آن وجود دارد. محققان بسیاری در این زمینه فعالیت و هر کدام تعاریف متعددی را ارائه کرده اند که در زیر تعدادی از آنها آورده می شود.

- توانایی بقاء و پیشرفت در محیطی با تغییرات مداوم و غیر قابل پیش بینی.
- توانایی های تولیدکننده برای واکنش سریع به تغییرات ناگهانی و غیرقابل پیش بینی.
- توانایی و قابلیت انجام عملیات سودآور در محیط رقابتی غیرقابل پیش بینی و متغیر.
- بهره گیری از تغییرات به عنوان فرصت های ذاتی نهفته در محیطهای آشفته.
- توانایی یک واحد کسب و کار برای رشد و بقاء در یک محیط رقابتی.
- چابکی را توانایی رشد اقتصادی در یک محیط رقابتی که مشخصه آن تغییرات دائم و غیر منتظره است، تعریف می کنند. (سمندری و سربلند، ۱۳۹۴)

صنعتی گر و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی ابعاد و مولفه های چابکی ۶ ورودی اصلی برای قابلیت های چابک برشمرده اند که در نمودار (۱) به نمایش در آمده است.



نمودار ۱- ابعاد و مولفه های چابکی سازمانی

1st International Conference Interdisciplinary Studies in Management and Engineering

14 March 2019 - University Of Tehran

با مجوز شماره
۱۶/۷۶۰۷۷
وزارت علوم تحقیقات و فناوری

۲-۲-۳- اصول طراحی سازمان چابک

تغییراتی که در شرایط بازار بوجود می آید و نوآوری هایی که خلق می شود و هزینه های جهانی شدن از دلایل عمده ای هستند که بر محیط تجاری فشار وارد کرده و آنها را نیازمند به چابک شدن می کند. طراحی سازمان چابک نیاز به اصولی دارد که بتواند در جهت پاسخ گویی به تغییرات و پیش بینی تغییرات بهتر عمل کند. هفت اصل طراحی سازمان اطلاعاتی چابک عبارتند از:

- ۱- استراتژی منبع یابی: مجموعه ای از تصمیماتی بوده که به تعریف و یکپارچگی منابع داخلی و خارجی می پردازد. ابتدا به تشخیص خدماتی که در سازمان باید انجام شود پرداخته و سپس مسئولیت افراد را به آنان واگذار خواهد کرد.
- ۲- مدیریت منابع: نقش مؤثری در به کارگیری افراد، مهارتها و شایستگی ها در جای مناسب خود دارد و به سازمان در تخصیص درست منابع کمک خواهد کرد.
- ۳- شایستگی ها: چیزی که باعث تشخیص بهترین عملکردهای سازمانی است.
- ۴- رهبری: در سازمانهای چابک رهبری کمتر بر روی کنترل دستوری متمرکز است و بیشتر روی آماده سازی، هدایت، اثر گذاری، تفویض اختیار و متقاعد سازی تمرکز دارد.
- ۵- نوع فرآیندها: در اینجا تأکید روی چگونگی انجام کار توسط سازمان است. به طور کلی تمامی فرآیندها دارای چهار خصیصه کلیدی هستند: قابل مشاهده، قابل اندازه گیری، قابل تکرار، قابل تنظیم.
- ۶- ساختار بندی: بیشتر بر ساختار سازمانی تمرکز دارد و اینکه اجزای سازمان چگونه در کنار هم قرار گیرند. یک سازمان چابک دارای ساختار قابل انعطاف است.
- ۷- آمادگی تغییر: سهولت پاسخگویی در برابر تغییرات و تقاضاهای غیر قابل پیش بینی است. (آروین و همکاران، ۱۳۹۳)

۲-۳- سودآوری بانکها

سودآوری به توانایی شرکت در کسب سود اشاره دارد. سودآوری نتیجه نهایی همه برنامه ها و تصمیمات مالی شرکت است. اغلب از متغیرهای سود به فروش، بازده داراییها و بازده حقوق صاحبان سهام برای اندازه گیری سودآوری استفاده می شود (مهربان پور و همکاران، ۱۳۹۶).

بر اساس تحقیقات انجام شده توسط آنتونیو تروچیلو پونز عوامل مؤثر بر سودآوری بانک به دو گروه عمده تقسیم میشوند: گروه اول معیارهای سودآوری مختص به هر بانک (عوامل درونی) می باشد و نتیجه مستقیم تصمیمات مدیریت این بانکهاست، این معیارها شامل ساختار داراییها، کیفیت داراییها، سرمایه، ساختار سرمایه، کارایی و تنوع درآمدی اندازه می باشد، گروه دو (عوامل بیرونی) شامل فاکتورهای سودآوری مربوط به ساختار صنعت و محیط کلان اقتصادی می باشد که شامل تمرکز صنعت، رشد اقتصادی، تورم و نرخ بهره می باشد.

امروزه بر کسی پوشیده نیست که مهمترین منبع هر سازمانی، منابع انسانی آن است. بانکها که همگی فعالیت های تخصصی انجام می دهند نمی توانند از نیروی انسانی متخصص بی بهره باشند. بنابراین، این بانکها در زمان استخدام و پس از آن باید توجه ویژه و مداومی به امر تخصص نیروی انسانی خود داشته باشند تا به سودآوری برسند. از جمله مواردی که باعث سودآوری بانکها می گردد:

• آموزش های منظم و هدفمند

نیروی انسانی پس از استخدام باید در طول دوران کاری خود آموزشهای تخصصی نیز ببیند تا این فرآیند کامل گردد. بنابراین، طراحی دوره های آموزش مخصوص خود این بانکها توسط مراکز آموزش آنها توصیه می گردد.

• وجود فرآیندهای کارا

کارایی موضوعی است که بیشتر سازمانها در پی یافتن آن هستند. معمولاً این ویژگی در سازمانهای دولتی کاهش یافته و جای خود را به بوروکراسی های سنگین و اعمال کامل قوانین و مقررات خشک می دهد. با ایجاد این کارایی در کلیه فرآیندهای بانک از جمله فرآیندهای اعتباری است که یک بانک در ذهن مردم باقی میماند و نه صرفاً با تبلیغات تلویزیونی غیر هدفمند (Ikechukwu, 2012).

• فرهنگ سازمانی

نوع فرهنگ سازمانی غالب بر مدیران و کارکنان بانک بسیار حائز اهمیت است. مدیری که با نگرش سودآوری صددردی و بدون فرهنگ توسعه ای عمل می کند به مرور این دیدگاه را به کارمندان زبردست خود و سپس مشتری منتقل نموده و خود مانعی برای کسب اهداف توسعه ای و موفقیت این گونه بانکها خواهد گشت و برعکس مدیری که با دیدگاهی توسعه ای مشغول به فعالیت می شود و به کسب و پیدا نمودن راه های موفقیت بانکهای توسعه ای به سودآوری ناائل می آید، فرهنگ توسعه ای مناسبی را نیز برای بانک و ذینفعان آن به وجود می آورد.

• رویکرد مدیریتی

مدیریت ارشد بانک نقش بسزایی را می تواند در موفقیت بانکها از جمله بانکهای توسعه ای به همراه داشته باشد (Humphrey, 2015). این رویکرد مدیریتی شامل مدیریت بهینه در تجهیز و تخصیص منابع، مدیریت نظارت مناسب، مدیریت ارتباط با مشتریان، مدیریت سرمایه و مدیریت ریسک است (صحت و همکاران، ۱۳۹۵).

۲-۴- سوابق تحقیق

بنده خدا (۱۳۹۵) در مطالعه ای با عنوان «تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی، سیرت نیکویی مدیران و انطباق پذیری سازمانی در میان معلمان مقطع ابتدایی شهرستان نقده» پرداخت. هدف از این تحقیق تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی، سیرت نیکویی مدیران و انطباق پذیری سازمانی در میان آموزگاران مقطع ابتدایی شهرستان نقده بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق کلیه آموزگاران شاغل در شهرستان نقده بود که تعداد آنها برابر ۲۳۰ نفر بود، تعداد نمونه با استفاده از تحلیل توان آماری ۱۰۰ نفر به دست آمد و همین تعداد پرسشنامه توزیع و تحلیل گردید. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه سیرت نیکویی نصر اصفهانی (۱۹۹۵)، پرسشنامه سرمایه ی اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۸۸) و پرسشنامه انطباق پذیری سازمانی دنیسون (۲۰۰۶) استفاده گردید. به منظور تحلیل داده ها از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. نتایج نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و سیرت نیکوی مدیران با انطباق پذیری سازمانی در میان آموزگاران دوره ابتدایی شهرستان نقده رابطه وجود دارد.

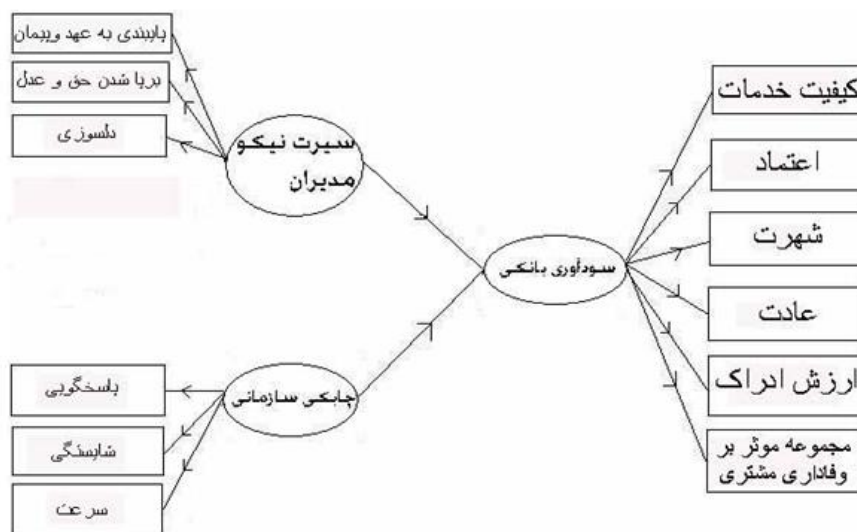
رحیمی (۱۳۹۵) در مطالعه ای با عنوان «شناسایی وضعیت سیرت نیکوی مدیران در دانشگاه صنعتی شاهرود و دانشگاه دامغان» پرداخت. این پژوهش با هدف شناسایی وضعیت سیرت نیکوی مدیران در دانشگاه صنعتی شاهرود و دانشگاه دامغان انجام پذیرفت. روش تحقیق بکار گرفته شده توصیفی از نوع پیمایشی و با هدف کاربردی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته سیرت نیکوی مدیران می باشد که روایی آن توسط صاحب نظران تایید شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان دانشگاه صنعتی شاهرود و دانشگاه دامغان تشکیل می دهند؛ نمونه گیری با روش تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران به ترتیب ۱۵۲ و ۱۴۸ نفر از دانشگاه صنعتی شاهرود و دامغان تعیین شد. داده‌های به دست آمده از پرسشنامه ها با استفاده از آزمون T تک نمونه ای و آزمون یومن ویتنی به منظور بررسی متغیرها، استفاده شد. نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان داد وضعیت مولفه های سیرت نیکوی مدیران (شجاعت، تواضع، شور و اشتیاق و غمخواری) در بین دانشگاه صنعتی شاهرود و دانشگاه دامغان تفاوت معناداری وجود دارد.

نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه ای با عنوان «بررسی تاثیر سیرت نیکو بر اثربخشی کار گروهی (مورد مطالعه: گروه های هنری شهر اصفهان)» پرداختند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر سیرت نیکو بر اثربخشی کار گروهی در بین گروههای هنری شهر اصفهان بوده است. این -پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش از نوع پژوهش های توصیفی پیمایشی می باشد. نمونه مورد مطالعه شامل ۹۰ نفر از اعضای گروههای هنری شهر اصفهان در سال ۱۳۹۳ بوده است که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شده اند. پرسشنامه های سیرت نیکو و اثربخشی کار گروهی ابزارهای گردآوری داده ها بوده اند. در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای SPSS و SMART PLS استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که سیرت نیکو بر اثربخشی کار گروهی افراد فعال در گروههای هنری شهر اصفهان تاثیر گذار بوده است.

در پژوهشی با عنوان "ویژگیهای سازمان چابک" که توسط آرل و همکاران (Arell et al., 2012) انجام شده است، پس از بیان ادبیات پژوهش، به یک رویکرد سیستماتیک سازمان چابک اشاره می کند که شامل ۵ بخش است: ۱- کاتالیزور رهبری ۲- استمرار یادگیری از طریق تجربه ۳- ارتباطات باز ۴- حاکمیت ارزش بر کسب و کار بلند مدت ۵- تلاش برای تسلط. نویسنده ضمن توضیح هر کدام از بخش های بالا در پایان نتیجه گیری می کند که اینکه آیا یک سازمان چابک است، مسئله شیوه انطباق نیست بلکه توجه به فرهنگ سازمانی است. از طریق مشاهده سازمانهای چابک، بسیاری از حوزه های سازمان ویژگیهای خاصی را پیدا کرده اند که ناشی از وجود فرهنگهای مختلف می باشد (سرلک و همکاران، ۱۳۹۵).

۲-۵- الگوی مفهومی و فرضیات پژوهش

با توجه به اینکه پژوهشگران در این مطالعه سعی در طراحی الگوی سودآوری دارند؛ نوآوری اصلی این پژوهش تلفیق ابعاد و مؤلفه‌های مربوط به چابکی و سیرت نیکو مدیران است. مدل و چارچوب مفهومی تحقیق در شکل شماره (۱) نشان داده شده است. همانطور که در مدل مشخص است در این مدل، سیرت نیکو و چابکی بعنوان متغیرهای مستقل و سودآوری بعنوان متغیر وابسته مطرح می‌باشد.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر قصد بر آن بود که تاثیر سیرت نیکو مدیران و چابکی بر سودآوری بانک بررسی شود، بر این اساس فرضیه های پژوهش به شرح زیر است:

فرضیه اصلی

- تاثیر سیرت نیکو مدیران و چابکی بر سودآوری بانک
- فرضیه فرعی
- تاثیر چابکی سازمانی بر سودآوری بانک
- تاثیر سیرت نیکو مدیران بر سودآوری بانک

روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ اینکه به توصیف روابط بین متغیرها می پردازد از نظر روش، توصیفی بوده و به با توجه به الگوی جدیدی که از تلفیق دو حوزه نظری در آن حاصل شده است از نوع پژوهش های توسعه ای و به لحاظ کاربردی که در ارتقای سودآوری در بانکها دارد، از نوع کاربردی است. جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان شعبه های بانک سپه در شهر اصفهان است. تعداد اعضای جامعه آماری ۷۰۰ نفر بوده و با تکمیل نمونه پرسشنامه اولیه، انحراف معیار متغیرهای مختلف پژوهش محاسبه شده است. سپس با استفاده از فرمول کوکران، حداقل تعداد نمونه لازم برای این پژوهش ۲۴۸ نمونه محاسبه شد. بنابراین، تعداد ۲۷۸ پرسشنامه برای بانکها ارسال شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، تلفیق پرسشنامه های استاندارد است که مؤلفه های آن بر اساس الگوهای نظری، نظر استاد مربوطه و اصلاحات پرسشنامه اولیه تدوین شده است. این پرسشنامه شامل ۲ دسته گویه است. دسته اول گویه ها در مورد مشخصات فردی پاسخگویان، همچون: سن، میزان تحصیلات، جنسیت و سابقه کار است و دسته دوم گویه ها عبارتست از گویه های اصلی پژوهش، که معطوف به فرضیه های پژوهش بوده و بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه های (خیلی زیاد، زیاد، کم، خیلی کم، متوسط) طراحی شده است پایایی کل پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ به دست آمد که حاکی از پایایی مناسب گویه های پرسشنامه می باشد، چون پژوهش مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده ها هستند بنابراین نخست آزمون نرمال بودن صورت گرفته است. برای هر کدام از مؤلفه های چابکی، سیرت نیکو و سودآوری با استفاده از فرمول کولموگروف-اسمیرنوف مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین دلیلی برای رد فرضیه ها وجود ندارد یعنی توزیع داده های سنجش هریک از ابعاد نرمال است.

یافته ها

در این قسمت از پژوهش، داده های گردآوری شده پژوهش، در راستای فرضیات پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. از جامعه آماری گفته شده ۰,۹ درصد سابقه کار زیر ۵سال و ۹,۹درصد سابقه کار ۵ تا ۱۰سال و ۸۹,۱۹ درصد سابقه کار بیشتر از ۱۰سال بوده اند.

فرضیه اصلی: سیرت نیکوی مدیران و چابکی سازمانی بر سودآوری بانکی تاثیر دارد.

جهت بررسی فرضیات پژوهش از رگرسیون چند مرحله ای توسط نرم افزار SPSS21 استفاده گردید که نتایج در جدول (۱) نشان داده شده است.

1st International Conference Interdisciplinary Studies in Management and Engineering

14 March 2019 - University Of Tehran

با مجوز شماره
۱۶/۷۶۰۷۷
وزارت علوم تحقیقات و فناوری

جدول (۱): تحلیل تأثیر سیرت نیکوی مدیران و چابکی سازمانی بر سودآوری بانکی

متغیر	b	SE	β	t	سطح معناداری
سیرت نیکوی مدیران $P < 001, f(1,109) = 43.685$	۰,۳۹۵	۰,۶۰۰	۰,۴۶۷	۶,۶۰۹	۰,۰۰
چابکی سازمانی	۰,۳۵۶	۰,۰۵۷	۰,۴۲۰	۶,۲۰۶	۰,۰۰
سودآوری بانکی $P < 001, f(2,109) = 19.246$	۰,۲۷۲	۰,۰۶۲	۰,۲۹۷	۴,۳۸۷	۰,۰۰

مرحله	p-value	R	R2	A.R
مرحله اول	۰,۰۰	۰,۴۶۷	۰,۲۱۸	۰,۲۱۳
مرحله دوم	۰,۰۰	۰,۵۵۱	۰,۱۱۴	۰,۲۹۵

شاخص سیرت نیکوی مدیران که در مرحله اول وارد معادله پیش بینی چابکی سازمانی شد، به صورت معناداری در سطح معناداری ۰,۰۱ چابکی سازمانی را پیش بینی می‌کند. ($P < 001, f(1,109) = 43.685$)
 بررسی مجذور تأثیر به دست آمده نشان داد که سیرت نیکوی مدیران ۰,۲۱۸ است. این موضوع نشان می‌دهد که سیرت نیکوی مدیران ۲۱,۸ درصد از واریانس چابکی سازمانی را تبیین می‌کند. ضریب تأثیر بین سیرت نیکوی مدیران و چابکی سازمانی ۰,۴۶۷ می‌باشد که در سطح ۰,۰۵ معنادار است.

فرضیه فرعی اول پژوهش: چابکی سازمانی بر سودآوری بانکی تأثیر دارد.
 در واقع ما در این فرضیه می‌خواهیم بررسی نماییم که آیا چابکی سازمانی بر میزان سودآوری بانکی تأثیر دارد یا خیر؛ جهت بررسی این موضوع ما با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و جستجو در اینترنت و بررسی مقالات موجود و همچنین استفاده از خبرگان آگاه در باب این مبحث با نگاه تجربی به این نتیجه رسیدیم که چابکی سازمانی می‌تواند تا ۶۵ درصد بر میزان سودآوری بانکی تأثیر نماید. بنابراین فرض صفر و فرض مقابل به صورت زیر می‌باشد:

$$H_0: \beta \geq 65\%$$

$$H_1: \beta < 65\%$$

با توجه به اینکه در این پژوهش از آزمون تی تک گروهی استفاده شده است، نتایج در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول (۲): آزمون تی تک گروهی در فرضیه فرعی اول

	میانگین وزنی: ۶۵					
	t	درجه آزادی	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	95% Confidence Interval of the Difference	
					کرانه پایین	کرانه بالا
چابکی سازمانی	۲,۸۶۳	۱۰۹	۰,۰۳۱	۱,۴۴	-۱,۸۸	۴,۷۶

1st International Conference Interdisciplinary Studies in Management and Engineering

14 March 2019 - University Of Tehran

با مجوز شماره
۱۶/۷۶۰۷۷
وزارت علوم تحقیقات و فناوری

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۳۱ بدست آمده و از مقدار ۰/۰۵ کمتر می‌باشد بنابراین فرضیه اول معنی‌دار می‌باشد. همچنین با توجه مقدار t بدست آمده که برابر ۲/۸۶۳ شده است، بنابراین نتیجه می‌گیریم که چابکی سازمانی باعث ایجاد سودآوری بانکی می‌شود.

فرضیه فرعی دوم پژوهش: سیرت نیکوی مدیران بر سودآوری بانکی تأثیر دارد.

در واقع ما در این فرضیه می‌خواهیم بررسی نماییم که سیرت نیکوی مدیران بر میزان سودآوری بانکی تأثیر دارد یا خیر؛ جهت بررسی این موضوع ما با توجه به مطالعات کتابخانه‌ای و جستجو در اینترنت و بررسی مقالات موجود و همچنین استفاده از خبرگان آگاه در باب این مبحث با نگاه تجربی به این نتیجه رسیدیم که سیرت نیکوی مدیران می‌تواند تا ۴۰ درصد میزان سودآوری بانکی را فزونی دهد. بنابراین فرض صفر و فرض مقابل به صورت زیر می‌باشد:

$$H_0: \beta \geq 40\%$$

$$H_1: \beta < 40\%$$

با توجه به اینکه در این پژوهش از آزمون تی تک گروهی استفاده شده است، نتایج در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول (۳): آزمون تی تک گروهی در فرضیه فرعی دوم

	میانگین وزنی: ۴۰					
	t	درجه آزادی	Sig. (2-tailed)	اختلاف میانگین	95% Confidence Interval of the Difference	
					کرانه بالا	کرانه پایین
سیرت نیکوی مدیران	۸,۱۵۱	۱۰۹	۰,۰۰	۱۸,۱۵	۱۳,۷۲	۲۲,۵۷

13

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ بدست آمده و از مقدار ۰/۰۵ کمتر می‌باشد بنابراین فرضیه دوم معنی‌دار می‌باشد. همچنین با توجه مقدار t بدست آمده که برابر ۸/۱۵۱ شده است، بنابراین نتیجه می‌گیریم که سیرت نیکوی مدیران باعث سودآوری بانکی می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله سعی شد بر اساس اهمیتی که چابکی و سیرت نیکو مدیران در سازمان‌ها دارد این مولفه‌ها در بانک سپه اصفهان برای سودآوری بررسی شود. نتایج نشان داد چابکی سازمانی و سیرت نیکوی مدیر بر سودآوری بانکی تأثیر دارد که نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های بنده خدا (۱۳۹۵)، رحیمی (۱۳۹۵)، نصر اصفهانی (۱۳۹۴)، کوشکی (۱۳۹۵)، دنیز و همکاران (۲۰۱۰) آرل و همکاران (Arell et al., 2012) همراستا می‌باشد. از اینرو می‌توان گفت باور مدیران بانک باید در این مورد راسخ تر باشد که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد. هر چند هدف اصلی بانک، افزایش کارایی و کسب سود است، ولی در عصر اطلاعات و جهانی سازی برای دستیابی به موفقیت باید به انتظارات اجتماعی و احکام اخلاقی واکنش مناسب نشان دهد و به بهترین شکل اینگونه انتظارات را با اهداف اقتصادی بانک تلفیق کنند تا دستیابی به اهداف بالاتر و والاتری را امکان‌پذیر سازند. رعایت اخلاق کسب و کار و چابکی لازم در برابر تغییرات، سودآوری و بهبود رقابتی موفقیت بانک را تحت تأثیر قرار می‌دهد. پایبندی مدیران بانک سپه به اصول اخلاقی و اقدامات مناسب و سازگار با خواست و حساسیت‌های جامعه، باعث موفقیت آن در سودآوری شده است.

منابع

- آذر، عادل، پیشدار، مهسا، شناسایی و اندازه گیری شاخص های چابکی سازمانی (مطالعه موردی)، پژوهش های مدیریت، سال چهارم، شماره یازدهم، ۱۳۹۰، ۲۰-۵.
- آروین، م. مقیم نژاد، م. مولای کوچه باغ، س. ر. (۱۳۹۳). چابکی، نیاز سازمانهای امروزی. اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی. رشت، خرداد ۱۳۹۳.
- بنده خدا، سحر، تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی، سیرت نیکویی مدیران و انطباق پذیری سازمانی در میان معلمان مقطع ابتدایی شهرستان نقده، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه، ۱۳۹۵.
- پور سعید بناب، ز. رسولی، م. یاغچی، ح. ولیزاده، ا. بررسی نقش فرآیند مدیریت دانش در چابکی سازمان، اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی. رشت، خرداد ۱۳۹۳، ۱۳۹۳.
- رحیمی، حسین، شناسایی وضعیت سیرت نیکوی مدیران در دانشگاه صنعتی شاهرود و دانشگاه دامغان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی شاهرود، ۱۳۹۵.
- سرلک، محمدعلی، دل انگیزان، سهراب، کاکه براری، اسماعیل، بررسی عوامل موثر بر ایجاد سازمان های چابک بر اساس الگوی گلدمن و ناگل، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۴، ۱۳۹۵، ۱۰-۱.
- سمندری، ا. سربلند، خ. بررسی نقش فرهنگ یادگیری و مدیریت دانش در چابکی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان امور مالیاتی استان اردبیل) کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت و علوم اجتماعی، بندرانزلی، ۱۳۹۴.
- سیدجوادین، رضا، زارعی، نسیم، ارائه یک رویکرد ترکیبی جهت بررسی عوامل موثر بر تحول چابکی نیروی انسانی (شرکت احداث و توسعه نیروگاه های مینا)، کنفرانس فرهنگ سازمانی با رویکرد توسعه، فروردین و اردیبهشت، ۱۳۹۶.
- صنعتی گر، هدا، هادی پیکانی، مهربان، غلامزاده، داریوش، بررسی. آزمون مدل چابکی سازمانی در صندوق بازنشستگی صنعت نفت، مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، سال هشت، شماره ۲۹، ۱۳۹۵، ۱۴۶-۱۲۲.
- عابدی شریبانی، سیدجلیلی، مهرداد، نرصاصفهان، علی. بررسی ارتباط بین سیرت نیکو با تعهد سازمانی و سکوت سازمانی، چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۲۳، ۱۳۹۴، ۱۳۰-۱۰۷.
- مدهوشی، مهرداد، هادی تبار، جواد. تدوین چارچوب بومی چابکی سازمانی در شرکت های دانش بنیان با رویکرد مدلسازی ساختاری-تفسیری، فصلنامه مدیریت بهره وری، ۱۱(۴۴)، ۱۳۹۷، ۳۴-۷.
- نصر اصفهانی، علی، شکرچی زاده اصفهانی، زهرا، بررسی تاثیر سیرت نیکو بر اثربخشی کار گروهی (مورد مطالعه: گروه های هنری شهر اصفهان)، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، ۱۳۹۵، ۱۷۳-۱۵۶.
- نصر اصفهانی، علی. سنجش سیرت نیکوی مدیران، چشم انداز مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۸۹، ۱۲۷-۱۱۵.
- نرصاصفهان، علی، شول، سجاد، عارف نژاد، محسن، بررسی تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)، پژوهش های مدیریت عمومی، سال پنجم، شماره ۱۵، ۱۳۹۱، ۶۲-۴۵.
- Arell, Ray, et al., (2012), Characteristics of agile organizations, developed with funding from agile allince. pp.1-11.
- Barker, C. & Coy, R. (2003). The 7 Heavenly Virtues of Leadership, Management Today Series, McGraw-Hill, Sydney.
- Brody, Steven, & Siegel, Martin (2001). The Evolution of Character. First Edition, Madison, CT: International Universities Press, Inc.
- Carlson J., Yao A., (2008)- Simulating an agile, synchronized
- Doty J. (2006) "Sports build characters? ", Journal of College and Character, 7 (3), pp. 1-9.
- Doty, Joseph, (2008). Sports Build Characters. Journal of College and character Dynamics, 3, 13-23.

1st International Conference Interdisciplinary Studies in Management and Engineering

14 March 2019 - University Of Tehran

با مجوز شماره
۱۶/۷۶۰۷۷
وزارت علوم تحقیقات و فناوری

- Ganguly, A. Nilchiani R. , Farr J(2009)- Evaluating agility in corporate enterprises-Int. J. Production Economics 118 (2009) 410–423.
- Harder, Pastor (2008). Character Assassination- Bloodless Murder, Viewable [www.newhope .bc.ca](http://www.newhope.bc.ca).
- Humphrey, C. (2015). "Current Challenges for Multilateral Development Banks". *Journal of University of Zurich*. 15.
- Hybels, B. (2008). Character, Viewable, at:www.Christianbook.Com
- Ikechukwu, Acha (2012). "Microfinance Banking in Nigeria: Problems and Prospects".*International Journal of Finance and Accounting*. 1(5). 108.
- Kettunen, P.(2009)_Adopting keylessons from a gilemanu facturing to a gile software product development— Acomparativestudy –Technovation 29 (2009)408–422
- Kreitner R., Kinicki A. (2004) *Organizational Behavior*, Sixth Edition. McGraw-Hill.
- Lexmond J., Reeves R. (2009) *Parents Are the Architects of a Fairer Society: Building Character*, London: DEMOS.
- manufacturing system-Int. J. Production Economics 112 (2008) 714–722.
- Maxwell, John (2005). *Communicating with Character*, viewable at www.euquest.com.
- Merkel-Davies D.M., Brennan N. M. (2007) Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental information or impression management?, Electronic Copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1089447>.
- Peterson, CH. (2008). *Character Development*, Viewable at; [www.education planner.org/education](http://www.educationplanner.org/education).
- Pinder, C. C. and Harlos, K. P. (2001). Employee silence: quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. In Rowland, K. M. and Ferris, G. R. (Eds), *Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol. 20. New York: JAI Press, 331–69.
- Quick J., Wright C. (2011) "Character-based leadership, context and consequences", *The Leadership Quarterly*, Vol. 22, pp. 984–988.
- Ravichandran, T. (2007). *IT Competencies, Innovation Capacity and Organizational Agility: Performance Impact and the Moderating Effects of Environmental characteristics*. Lally School of Management & Technology Rensselaer Polytechnic Institute; 2007: 459-472.
- Sarros, J. & Barker, C. (2003). *Virtuous Leadership Scale*. Australian Management Character Survey Australian Institute of Management/Monash University study, available
- Sarros, J. & Barker, C. (2003). *Virtuous Leadership Scale*. Australian Management Character Survey Australian Institute of Management/Monash University study, available.
- Sull D., 2010, Five things we know about organizational agility- January 15, 2010- <http://blogs.ft.com/donsullblog/2010/01/15/five-thingswe-know-about-organizational-agility/2010>
- Tjeltveit, A.C. (2003). Implicit virtues, divergent goods, multiple communities. *American behavioral scientist*, 47(4), 395-414.
- Wright T. A., Goodstein J. (2007) "Character is not “dead” in management research: A review of individual character and organizational-level virtue", *Journal of Management*, 33 (6), pp. 928–958.
- Yukl G. (2006) *Leadership in Organizations*, Sixth Edition, Prentice- Hall.
- Zain, M., Rose, R. C., Abdullah, I. & Masrom, M. (2013). "The relationship between information technology acceptance and organizational agility in Malaysia". *Information & Management*. Vol. 42. No. 6. Pp. 829-839.
- Zenger, John and Joseph Folkman (2004), *The Handbook For Leaders*, First Edition, New York, NY: Mc Graw-Hill.
- Zenger, John and Joseph Folkman (2004). *The Handbook For Leaders*, First Edition, New York, NY: Mc Graw-Hill.