

دور الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية بمنظور مالي بحث تطبيقي في عينة من المصارف العراقية الخاصة*

أ.د. عبد السلام لفتة سعيد

dr.abdalsalam58@yahoo.com

كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة بغداد

أ.م. سناء حسن حلو

sanahasn75@yahoo.com

معهد الإدارة - الرصافة

المستخلص

يعد القطاع المصرفي ركن اساسي من اركان الاقتصاد الوطني لما له من دور كبير في التنمية الاقتصادية لاي بلد مما يتطلب النهوض بهذا القطاع الحيوي والاهتمام بكل التغيرات المصاحبة له من اجل البقاء والنمو والاستمرار ووفقا لذلك فقد تناول البحث (دور الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية بمنظور مالي) وسعى البحث الى تحقيق جملة من الاهداف المعرفية والتطبيقية منها التقصي العلمي نظريا وتطبيقيا للاخلاقيات من خلال اختيار (10) مصارف عراقية خاصة من ضمن المصارف العاملة في العراق وكانت المدة المبحوثة للفترة (2005-2014) وتجددت مشكلة البحث في جدلية العلاقة بين الاخلاقيات وجودة الخدمة المصرفية من خلال مجموعة من التساؤلات للتوصل الى تأثير الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية وصولا الى المؤشرات الاكثر تأثيرا وقد تم صياغة فرضيتين رئيسية تعكس الارتباط والتأثير بين المتغيرات موضوع البحث لتحقيق هدف البحث والعلاقة المتبادلة بين متغيرات البحث وبيان اهم العلاقات الضرورية وبيان معنوياتها للخروج بنتائج التأثير للمتغير المستقل في المتغير التابع وفقا لاختبارات احصائية استخدمت لهذا الغرض. وقد اثبتت (الاخلاقيات) الارتباط غير المعنوي مع جودة الخدمة المصرفية مما يعني ضعف ادراك المصارف لاهمية الاخلاق في تحقيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما اكدت عليه الفرضية الرئيسية الاولى وقد تم استخدام مؤشرات مالية للتحليل تعبر عن الاخلاقيات وجودة الخدمة المصرفية للبحث كما اثبت (الاخلاقيات) تأثير غير معنوي في جودة الخدمة المصرفية وهذا ما دلت عليه علاقة التأثير وما اكدت عليه الفرضية الرئيسية الثانية اما اهم

* بحث مستل من اطروحة دكتوراه غير منشورة بعنوان (انعكاس منظومة الوعي ، الاخلاق والثقافة التنظيمية على جودة الخدمة المصرفية) للطالبة سناء حسن حلو و اشرف الدكتور عبد السلام لفتة سعيد

الاستنتاجات التي توصل اليها البحث فقد حقق المستوى الاعلى للاخلاقيات كلا من (المصرف، الخليج وسومر والشرق الاوسط وبابل) واطهر التحليل الاحصائي الارتباط والتاثير غير المعنوي للاخلاق في جودة الخدمة.

الكلمات الرئيسية: الاخلاق، الاخلاق المهنية، الاخلاقيات المصرفية، جودة الخدمة، جودة الخدمة المصرفية.

اولا: المقدمة

تلعب الاخلاقيات دورا جوهريا في تنمية وتطوير المنظمات فهي تمثل الاصل السلوكي في المنظمة الذي يمكن من خلاله توقع الاحداث، اذ تعد المحرك الاساسي للطاقت والقدرات فهي تؤثر بالدرجة الاولى على الاداء وتحقيق الانتاجية المرتفعة لاختيار الوسائل والانماط واساليب التحرك الفعال، وتعد الاخلاق نمط التصرفات العامة وقواعد السلوك التي يقتنع بها العاملين داخل المنظمة ويتبنونها في تعاملاتهم حيث تترسخ مع الزمن لتشكل اساليب التفكير وطرق انجاز العمل واتخاذ القرارات وغيرها كما تعبر عن قيم الموظفين وسلوكياتهم التي يلمسها المتعاملون مع المنظمة هذه الاخلاق ذات تاثير فعال على اداء الافراد والاداء الكلي للمنظمة، واثبتت بانها المحدد الاساسي للنجاح، اما جودة الخدمة فتدور حول مقابلة توقعات الزبائن، كما تدور حول المقارنة بين ما يرغبه الزبون في صورة توقعات وبين إدراكهم لمستوى جودة الخدمة الذي يعكس مدى توافر تلك التوقعات، أي أنها مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات الزبائن، وقد جاء البحث ليركز على دور الاخلاق في جودة الخدمة المصرفية من خلال عدة محاور ركز المحور الاول على منهجية البحث فيما ركز المحور الثاني على توضيح ابعاد الاخلاق والتي تتضمن اهميتها فيما ركز المحور الثاني على الجانب العملي الذي يتضمن الجوانب المالية للجانب النظري الجانب العملي اما المحور الاخير فقد ركز على الاستنتاجات والتوصيات .

ثانيا: منهجية البحث

سيتم تناول مشكلة البحث واصالة الفكرة ويتضمن سؤال رئيس ينبثق الى مجموعة من التساؤلات تنسجم مع الاهداف الاساسية والتي تتضمن دور الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية ومحاولة لمعالجة المشكلة وتحديد الحلول اللازمة وامكانية التطبيق في البيئة العراقية ووضع الاساس للبحث للخروج بالقيمة المتوخاة من ذلك .

1. مشكلة البحث

تعد دراسة دور الاخلاقيات في جودة الخدمة ليست وليدة البحث الحالي فقد استمرت الجهود العلمية وتوالى محاولات الباحثين في حقل السلوك التنظيمي والادارة المالية في تقصي العلاقة بينهما واختلفت النتائج في بعضها واجتمعت في البعض الاخر فيما يخص تحديد قوة واتجاه العلاقة واختلف البحث الحالي عن البحوث في عنصر التركيب اذ اعتمد عدة ابعاد للخوض في المشكلة الموصوفة بابعادها المتعددة ومحاولة الاجابة عن التساؤلات المفسرة لها وايجاد الحلول المنطقية الكفيلة بتدليلها وتتمثل مشكلة البحث في محاولة لدراسة المتغيرات الرئيسية المؤثرة في عنوان البحث وقد تم الاستفادة من نتائج ودراسات الباحثين عن الموضوع في بيان مشكلة البحث من خلال التساؤلات الاتية:

- ما مستوى ارتباط الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية في المصارف عينة البحث؟
- ما مستوى تأثير الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية وصولا للمؤشرات الاكثر تأثيرا في المصارف عينة البحث؟

2. اهداف البحث

وجه البحث نحو تحقيق مجموعة من الاهداف تتصل في جوهرها بالكشف عن دور الوعي المصرفي في جودة الخدمة المصرفية وقد اسفرت المنطلقات البحثية عن مجموعة من الاهداف:

- (1) المساهمة في تقديم اطار فلسفي يستند الى تأصيل فكري واخر عملي للتعرف على الاخلاقيات بخصوص الخدمات المصرفية للتوصل الى جودة الخدمة المصرفية والوقوف على الابعاد ذات التأثير في جودة الخدمة المصرفية وحجم التأثير واستبعاد غير المؤثرة فيها.
- (2) التقصي العلمي نظريا وتطبيقيا لجودة الخدمة المصرفية وابعادها والوقوف على النموذج والمقاييس المناسبة لطبيعة الدراسة .
- (3) المساهمة في بناء انموذج مصرفي جديد للاعمال يستند على فكرة (دور الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية في قطاع الخدمات والمصارف عينة البحث).

3. اهمية البحث

- يستمد هذا البحث اهميته من اعتبارات عديدة تتقدمها:
- (1) يشكل البحث مساهمة معرفية في الجوانب السلوكية والمالية المصرفية متمثلة بالاخلاقيات التي تشكل حداثة الموضوع .

- 2) يعد البحث محاولة لاستكشاف وتوفير معلومات قيمة عن الاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية.
- 3) ما تتوصل اليه الدراسة يضيف اهمية اخرى لمواكبة التوسع في هذا القطاع الحيوي على الصعيد المحلي ولا سيما ان الاتجاهات المعاصرة تؤكد ضرورة المساهمة الجدية لهذا القطاع في تنمية الاقتصاد الوطني.

4. مخطط البحث ومتغيراته

بُني مخطط البحث ليخدم اطارا رابطا يجمع متغيرات البحث بعلاقات منطقية ويعبر عن الحلول المؤقتة التي يفترضها البحث وللإجابة عن السؤال البحثي الرئيس والمثار منه مجموعة من التساؤلات البحثية في مشكلة البحث ويظهر الشكل (1) مخطط البحث الفرضي الذي يوضح متغيرات البحث ويعبر بشكل واضح عن اتجاه العلاقات بين المتغيرات .



شكل (1) مخطط البحث الفرضي

المصدر: من اعداد الباحثين

5. الدراسات السابقة

تختص هذه الفقرة ا بمهمة التعرف على الدراسات المتيسرة اذتعد الدراسات السابقة واسهامات الباحثين دراسات مرجعية تساهم في بناء الاطار النظري والتطبيقي للبحث ومعرفة المفردات التي تحيط بموضوع البحث اذ تشكل الاسس البنائية له وذلك كون ان هذا البحث يطرح اهم المتغيرات والابعاد الاساسية لبناء اي منظمة ولا سيما المنظمات المالية المتمثلة بالمصارف والجدول (1) يوضح الدراسات السابقة .

جدول (1) الدراسات السابقة للاخلاق وعلاقتها بجودة الخدمة المصرفية

| ت | الباحث والسنة | عنوان الدراسة | تركيز الدراسة | المقاييس | عينة الدراسة وافقها الزمني | النتائج الرئيسية |
|---|----------------------|---|--|---|---|---|
| 1 | markovie et.al.,2015 | كيفية ادراك الاخلاقيات في علاقة خدمات الشركة وتأثير الولاء والايجابية ودور التعاطف وتأثير الالتزام للجودة المدركة | الادراك الاخلاقي للزبائن حول خدمات الشركة والتأثير الايجابي على التزام الزبائن وادراكهم باتجاه العلامة والجودة | تم اعتماد الاستبانة واستعمال البيانات وتحليلها باستعمال انموذج هيكلية فرضي واختباره واستعمال اسلوب تحليل المسار | تتكون العينة من 2179 مستجيبا تم توزيع الاستبانة عليهم خلال 2015 | <ul style="list-style-type: none"> التأثير المباشر للاخلاقيات اذ ان الزبون ينظر بايجابية وادراكه للعلامة والجودة تأثير غير مباشر في ولاء الزبون من خلال الوسيط الالتزام والتعاطف يجب ان تتماشى استراتيجية العلامة التجارية مع سياسات وممارسات الموارد البشرية التزام قوي للممارسة الجيدة والتي تؤدي الى مستوى عالي من النزاهة والمهنية وغرس الثقة في الشركة |
| 2 | Kwanglim et.al.,2015 | المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة في شركات الطيران ودور الوسيط نوعية النقل | تركز الدراسة على اثر المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة في اداء الشركات في صناعة الطيران | تم اعتماد مقياس مالي | تتكون عينة البحث من عينتين الاولى (115) مستجيبا والثانية من (113) مستجيبا خلال 2015 | <ul style="list-style-type: none"> *يزداد اداء الشركات عند دمج وتكامل المسؤولية الاجتماعية مع جودة الخدمة وبالتالي فرص لزيادة وتحسين الميزة التنافسية تشجيع تنفيذ الممارسات الادارية التي تتفق مع السلوك الاخلاقي تحقيق نتائج طموحة تتمثل باضافة معايير اخلاقية |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|--|------------------------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • هناك حاجة الى تعزيز الوعي الاخلاقي واخلاقيات المهنة في الصناعة المصرفية • تكثيف حملات ومواصلات للسلوك الاخلاقي من خلال الندوات وورش العمل • اعتماد المصارف لثقافة توجيه موظفيها واعتماد مدونة قواعد السلوك لزيادة الثقة في نظام الدفع • *التزام المصرفي القوي للممارسة الجيدة والتي تؤدي الى مستوى عال من النزاهة والمهنية المصرفية وغرس الثقة في النظام المصرفي | <p>تتكون العينة من 160 مستجيبا تم توزيع الاستبانة عليهم والتي تحتوي 55 سؤالاً واستعمال درجات المقياس الخماسي</p> | <p>تم اعتماد الاستبانة واستعمال البيانات وتحليلها باستعمال الدرجات الخمس للمقياس واستخدام اختبار مربع كاي وتحليل الاسئلة باستخدام الجداول والرسوم البيانية والنسب</p> | <p>مسح الاخلاق في الصناعة المصرفية لتحديد الوعي لقواعد السلوك واعتماد المصارف لمدونة قواعد السلوك ومستوى امتثال المصارف للاخلاق والتدريب على الاخلاقيات في العمل ودور اللجان المصرفية في زيادة الوعي الاخلاقي في المصرف</p> | <p>مسح للاخلاقيات في الصناعة المصرفية</p> | <p>YIDAWI,2005</p> | <p>3</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • على الرغم من الوعي العالي للمعايير الاخلاقية تحتاج الى التحسينات وادخال اساليب وادوات تعلم (مدونات الاخلاق، وتصنيفات المصارف) • تشجيع تنفيذ الممارسات الادارية التي تتفق مع السلوك الاخلاقي • * تحقيق نتائج طموحة تتمثل باضافة معايير اخلاقية | <p>تتكون عينة البحث من 10 مصارف في دول الاتحاد الاوربي</p> | <p>تم اعتماد مجموعة من المقارنات لظهور اوجه الشبه والاختلاف بين 10 مصارف تحليل نوعي للمؤشرات ومقاييس تعيين وتصنيف المصارف التي تؤثر في السلوك الاخلاقي بشكل اكثر كفاءة</p> | <p>تركز الدراسة على بعض الادوات والتدابير الهامة التي تدعم السلوك الاخلاقي في الممارسة المصرفية</p> | <p>تعلم اخلاقيات الاعمال في المصارف مستويات وطرائق التعلم</p> | <p>czerniak , 2012</p> | <p>4</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • التأثير المباشر لتعلم الاخلاق • تتأثر الاحكام الاخلاقية بالقيم الشخصية والبيئة • الثقافة الاخلاقية كانت قوية نسبياً | <p>عينة تتكون من 300 مستجيباً</p> | <p>تم اعتماد الاستبانة التي تم توزيعها على اثنين من الشركات الدولية واستعمال اسلوب تحليل المسار</p> | <p>العلاقة بين الثقافة التنظيمية والاخلاقية في اثنين من الشركات الكبيرة الدولية لدراسة القيم الشخصية لمدققي الحسابات وتوجهاتهم الاخلاقية</p> | <p>تأثير الثقافة التنظيمية والاخلاقية على توجه الاحكام الاخلاقية للمحاسبين</p> | <p>Douglas,2001</p> | <p>5</p> |

المصدر: الجدول من اعداد الباحثين

6. فرضيات البحث

للوقوف على طبيعة العلاقات بين المتغيرات المستقلة والمتغير المعتمد فقد انطلق البحث من محاولة الاجابة عن الاسئلة البحثية من خلال الاجابة على الفرضيات الاتية:

الفرضية الرئيسية الاولى: (توجد علاقة ارتباط معنوية بين الاخلاقيات المصرفية و جودة الخدمة المصرفية)
الفرضية الرئيسية الثانية: (توجد علاقة تاثير معنوية للاخلاقيات المصرفية في تحقيق جودة الخدمة المصرفية)

ثالثا: الجانب النظري

1. اهمية الاخلاق في مواجهة تحديات البيئة المصرفية

The importance of ethics in the face of the challenges of the banking environment

لتبني فكرة الاخلاقيات المصرفية فقد وضع كلا من ((Buyubese,cikmaz,2015:343-344) نموذج للعاملين مع مناخ اخلاقي ورضا الموظفين ودراسة الاخلاق من خلال معايير الخير والشر والعلاقات الاجتماعية للفرد وهو موضوع فلسفي اذ يتم فيه تحديد اسباب المواضيع الجيدة والسيئة والسلوكيات الصحيحة والخاطئة وهي بمثابة البوصلة التي تظهر اتجاه المكان فهي تنص على السلوك الصحيح وتحدد القواعد الاجتماعية والمعايير والعلاقات الفردية، كما ان التركيز على موضوع الاخلاق نابع من تواجد الكثير من المنظمات في الاسواق التي تقدم خدماتها ومنتجاتها اذ ان المناخ الاخلاقي يعكس قيم المنظمة و اخلاقياتها والسلوكيات السائدة ويؤكد علماء النفس على ان المناخ الاخلاقي يعكس قيم المنظمة و اخلاقياتها وله تاثير وردود فعل عاطفية للعاملين تجاه منظماتهم وكذلك انظمة الرقابة والرسمية ومن اجل تحسين رد فعل العاملين في المصرف لابد من الادارة تعليم ثقافة اخلاقية من تنظيم وقانون و اخلاق لتغيير السلوكيات غير اللائقة التي قد تؤثر على الربحية بشكل ايجابي اذ تفقد المصارف الكثير من مصادر دخلها وذلك للسلوكيات غير الاخلاقية وهذا السبب يجعل المصارف تهتم بالاخلاق كما ان المناخ الاخلاقي يساهم في زيادة مستوى النزاهة والتحفيز في المصرف كما تساهم من زيادة قيمة وسمعة المصرف وتؤثر على دافعية العاملين وادراك الزبائن مما يؤدي الى ثقة واعتمادية الزبائن في اختيار المصرف وزيادة رضاهم وكذلك في تحقيق رضا العاملين لانها:

- 1) تنمي روح الولاء والانتماء للمصرف
- 2) تحفيز العاملين وخلق الدافعية لديهم

- 3) تساعد الافراد على التكيف مع الظروف للبيئة الداخلية والخارجية
4) تمد العاملين بقواعد مرشدة للسلوك

من جانب اخر يؤكد (wehinger,2013:2-6) ان ظهور ازمان ومشاكل في القطاع المصرفي تتمثل ب حالات الغش والفضائح المالية ادت الى انخفاض الثقة في هذا القطاع مما يتطلب اعادة هيكلة من تنظيم واشراف ورقابة لاستعادة الثقة للمستثمرين من خلال مناهج جديدة واعادة تصميم الحوافز والقواعد واللوائح في القطاع المصرفي تتضمن العديد من الموضوعات مثل (نماذج للاعمال، الاخلاق، منهاج تجاه المخاطر، حماية الزبائن).

ومن المشاكل التي تواجه عمل المصارف (مشاكل السيولة، المخاطر السيادية، التدخلات السياسية، انخفاض اسعار الفائدة، تغيير في البيئة التسويقية، الاحتيال المصرفي)

هناك ثلاث اهداف للاصلاحات ولمواجهة التحديات البيئية للمؤسسات المصرفية: التنظيم والتحوط الدقيق، تعزيز الاستقرار وادارة المخاطر المالية ، اصلاح القطاع المالي. واصبحت النماذج الاقتصادية التقليدية غير ملائمة مما يتطلب توفير نماذج جديدة تعتمد على الامان والمرونة والانصاف والنزاهة والاداء والكفاءة والثقة والمساءلة ومن الاساليب الفعالة (الافصاح والشفافية، السلوك المسؤول من مقدمي الخدمات، التعامل مع الشكاوى والانصاف).

ويرى الباحثين ان اهمية اخلاقيات العمل سواء بالنسبة للمصرف او الافراد الذين ينتمون اليه او للاطراف ذات المصلحة في انها تعد امرا مهما في تقوية مدى الالتزام بمبادئ العمل الصحيح والصائب الذي بإمكانه توجيه المنظمة نحو مفهوم اوسع يبرر وجودها ان المصارف التي تراعي القواعد الاخلاقية المقبولة سوف تحصل على سمعة ايجابية من خلال ثقة الافراد واصحاب المصالح معها.

2. المعايير الاخلاقية للمصرف

Ethical standards for banks

اشارة الى المناقشة الفلسفية للاخلاقيات ومراجعة الادبيات فقد اشار (jaseviciene,2012:103) الى المعايير الاخلاقية بانها ترتبط بانشطة المصرف ارتباطا وثيقا وثقة الجمهور ومسؤولية ادارة المصرف لادارة موظفيها والتعامل مع الزبائن والمنافسين والتعاون مع بعضهم البعض وعامل اخر هو الصدق والنزاهة التي يتمتع بها العاملين في اداء واجبهم والثقة والتمسك بالمبادئ والولاء للمصرف والعمل بشفافية ووضع مصلحة المصرف فوق مصلتهم وهناك الكثير من النماذج المصممة

لفهم كيفية اتخاذ الافراد للقرارات والعوامل التي تؤثر على درجة الاخلاق ومراحل التطور الاخلاقي للفرد خلال التقدم والوقت الشخصي واصدار الاحكام وهذا ما تناوله نموذج كولبرج في تنمية الاخلاق وهي (الطاعة، العقاب، التوجيه، العقد الاجتماعي، المبادئ الاخلاقية) اذ ان مستوى التطور الاخلاقي يؤثر في المواقف والقيم الاخلاقية للفرد فعلى سبيل المثال قد تختلف وجهات نظر اثنين من الافراد حول ما هو اخلاقي او غير اخلاقي وذلك لاختلاف القيم الاخلاقية ان صورة وسمعة المصرف وثقة الافراد في المصرف تعتمد بشكل كبير على سلوك العاملين وقدرتهم في التفاعل والاهتمام بزملاء العمل والزبائن كما تؤثر سياسة الموارد البشرية التي تتضمن العديد من النصائح ومن خلال الاهتمام بالسلوك الاجتماعي وعدم تقديم وعود غير مسؤولة او لايمكن الوفاء بها والقدرة على الاستماع والتمسك بالجوانب الايجابية وتقييم الجيد والسي وتطوير مهارات الاتصال مع مشاركة العاملين في دورات تدريبية خاصة بالمصارف اضافة الى الاهتمام بصورة المظهر الخارجي للعاملين باعتبارهم واجهة المصرف.

ومن منظور اخر يرى (czerniak& et.al,2012:79-80) ان الوعي الاخلاقي ليس ممكنا من دون تحديد الاشخاص الذين عليهم الامتثال للقواعد الاخلاقية وادراج السلوك الاخلاقي ضمن نظام (المكافاة والعقاب) كما هو الحال في جنرال الكترك تطبق ثقافة تقوم على المعايير الاخلاقية. وبذلك تشير المنطلقات الفكرية اعلاه فيما يخص المعايير الاخلاقية على ضرورة:

- ❖ اشراك الادارة اذ ان التزام القيادة مهم لحياة المنظمة في مجال خلق ثقافة تقوم على الاخلاق واجراءات يتم التعبير عنها في الاتساق مع الحياة والمواقف العامة والخاصة والسلوكيات.
- ❖ احترام المعايير الاخلاقية للعاملين على جميع المستويات والعقاب لسوء السلوك.
- ❖ تحديد حراس الاخلاق في الاعمال التجارية مثل الرئيس التنفيذي الاعلى او مدير المالية او مدير القانونية وحقوق الانسان او انشاء اقسام متخصصة لهذا الغرض.
- ❖ انشاء قنوات اتصال في القضايا الاخلاقية لنقل المعلومات عن الحالات غير الاخلاقية او من خلال التقييم السنوي لتفقد الامتثال للمعايير الاخلاقية والقانونية والمالية.
- ❖ تثقيف العاملين على المبادئ الاخلاقية لاستخدام تحليل الحس السليم ومعلومات منتظمة عن التغيرات في التمويل والقانون والاخلاق وفي جانب اخر حدد (pride & Ferrell, 2000:96) سبعة خطوات للتطبيق الاخلاقي وكما موضح بالجدول 2.

جدول (2) الخطوات السبعة للتطبيق الاخلاقي

| | |
|---|---|
| 1 | بناء النظام السلوكي (مجموعة القوانين السلوكية) |
| 2 | تعيين او توظيف مدير ذو مستوى عالي من التطابق مع الاخلاق |
| 3 | الاهتمام بتفويض الصلاحيات |
| 4 | وضع برنامج تدريب ونظام اتصالات |
| 5 | قياس وتدقيق السلوكيات |
| 6 | التدعيم (التقوية) والتنظيم |
| 7 | اعادة النظر بالبرنامج عند الحاجة |

Source: (pride,Ferrell,2000:96)

في حين يرى كلا من (Kreitner&kinicki,2007: 41) لخلق مصرف اخلاقي هناك عدد من الامور لا بد من التاكيد عليها والالتزام بها منها :

- ❖ التصرف اخلاقيا ان يكون القائد نموذجا قويا للدور بحيث تكون سلوكياته الفعلية ومهارته تعطي رسالة واضحة بأهمية التصرف الاخلاقي
- ❖ مراقبة العاملين ومعاقبة الذين يبتعدون عن السلوك الاخلاق
- ❖ تطوير مدونات اخلاقية قيمة
- ❖ توفير التدريب الاخلاقي
- ❖ توفير مكافئات تعزز السلوك الاخلاقي

وفي نفس السياق فقد حددها (Jones,2007: 50-51) بالنقاط الاتية :

- ❖ تحصين منتسبي المنظمة ضد التورط في افعال غير قانونية
- ❖ مشاركة الافراد مع الاخرين
- ❖ حوافز للسلوك الاخلاقي وللمنتسبين للتصرف باخلاق
- ❖ معاقبة المسيئين
- ❖ التأثير من قبل ادارة المنظمة على اخلاقيات المنظمة
- ❖ تطوير قيم ادبية تؤدي الى قواعد اخلاقية
- ❖ الالتزام بالشرف والاستقامة والاقرار بالخطا
- ❖ وضع معايير تحدد الوضع الاخلاقي

3. الاخلاقيات المصرفية والاداء المالي

يناقش (starr,1983:100) بان قواعد الاخلاق هي وثائق عامة وتطبيق مثالي للمهنة او الصناعة وتطبق من قبل اعضاء هذه المهنة او الصناعة وتكون واضحة ومفهومة من قبل الجميع لتحقيق افضل النتائج للمجتمع. فيما يعد (Hummels,1994:240-248) الاخلاقيات التفوق في تقديم الافكار حول ممارسة الاعمال التجارية متعددة الابعاد للمدراء والموظفين والعاملين في سياق اخلاقيات العمل

ولابد من ايلاء قدر كبير من الاهتمام بسؤ السلوك الفردي مثل السرقة والغش والتلاعب والرشوة وما مدى ممارسات وتصرف المدراء في دعم السلوك الاخلاقي في المنظمة اضافة الى دعم المصالح المشروعة وتركيزهم على الكفاءة والفاعلية والمرونة والمسؤولية والتعاون للحد من التكاليف والتوجه نحو الزبون لتحقيق مؤشرات الاداء من خلال ما يتمتع به العاملين من مهارات ومعارف.

يلعب الاهتمام بالعاملين دورا كبيرا في التحسين والابتكار والاداء المالي والتنظيمي من خلال تطبيق افضل الممارسات على المستوى التنظيمي لذا يتوجب على الادارة ايلاء الاهتمام الكافي للعاملين ومعرفة احتياجاتهم المختلفة ومراقبة دوران العمل ومعدلات التسرب ونسب الاجازات والروح المعنوية للعاملين اذ يعكس الرضا الوظيفي ودوافع العاملين والتنشئة الاجتماعية دور كبير في تحقيق هوية المنظمة والاهتمام بعلاقات العمل (Koene,Riemsdijk,2005: 76-82). فيما يرى (Arnaudov,koseska,2012:388-393) السلوك الاخلاقي للمدراء يعكس نظام القيم الاخلاقية في البيئة التنظيمية والتي يجب ان تكون مقبولة من قبل العاملين وقد شملت الاخلاقيات في القرن العشرين مجالات عديدة تهتم ب (حماية البيئة، الاهتمام بالزبائن والعاملين، التامين الصحي للعاملين، الامان، الاهتمام بالمجتمع، الحفاظ على الاموال من اجل استثمارها وتحسين التعليم الجامعي، الاستثمار في المجتمع من بناء الحدائق، الاستثمار في المشاريع الاجتماعية والبيئة، قضايا الاستدامة، المسائل المالية والمخاطر وفرص النجاح طويل الامد، السمعة الافضل، تعزيز القدرة التنافسية، الانتاجية المحسنة، تحفيز العاملين، العلاقات الافضل بين اصحاب المصالح، ثقافة منظمة افضل، نجاح الاعمال التجارية على المدى الطويل، ظروف افضل للفئات المستهدفة) ومن اهم الامور التي يجب التركيز عليها العمل الخيري والتبرعات النقدية والمساعدات وخلق القيمة المشتركة التي تستند على نجاح المنظمة والرعاية الاجتماعية.

رابعاً: الجانب العملي

القرار اخلاقي ينجم عنه اقصى قدر من الصلاح لاكبر عدد من الناس ومعرفة الفروقات المنافع والتكاليف اما بدائل المتوفرة للمدراء تحقيق اقصى فائدة لمختلف اصحاب المصالح والمشاكل الناجمة واهميتها النسبية لكل اصحاب المصالح يهتم هذا المبحث بتحليل عناصر الاخلاقيات المصرفية من خلال مؤشرات معينة عن عينة البحث البالغة 10 مصارف ولمدة 10 سنوات وفقاً للاتي:

(اولاً): التوجه الداخلي

كيف يركز المصرف على تطوير المشاركة لتحقيق اندماج العاملين وتمكينهم للمسؤوليات وبذلك يساهموا المالكين بتحفيز العاملين وكذلك التوجه للفريق لزيادة قيمة المكان في العمل والتعاون باتجاه تحقيق الاهداف وتوحيد الجهود وتطوير القدرات من

خلال استثمار وتطوير مهارات العاملين للبقاء في المنافسة ولمقابلة احتياجات العاملين من التعلم المطلوب .

(1) مؤشر الاستثمار في التدريب:

وتعبر عن التوجه الداخلي قد تم استخدام النسبة التالية في القياس: (الكبيسي، 2014: 360)

نسبة الاستثمار بالتدريب = (اجمالي نفقات التدريب\الجمالي المصاريف الادارية) × 100.... (1)

(الكبيسي ،2014: 360)

الجدول (3) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (2.7%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (7.7%) وقد حققه مصرف الاتحاد العراقيينما حقق الحد الادنى والبالغ (0.8%) المصرف التجاري لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت(6.9%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين المصارف عينة الدراسة وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2008) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (3.4%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (2.7%) اما الحد الادنى والبالغ (1.2%) فقد تحقق خلال سنة (2005) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2008) وسنة (2005) وقد بلغ (2.2%) يعادل المدى منخفضا هناك تقارب بين السنوات .اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (36) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام

جدول (3) مؤشر الاستثمار في التدريب %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 4.3 | 4 | 3.6 | 6 | 5.2 | 3.3 | 2.4 | 1.2 | 5.7 | 7.8 | 4.1 | الاهلي |
| 0.9 | 1.2 | 2.8 | 3.2 | 0.7 | 0.2 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0 | الشرق الاوسط |
| 0.8 | 0.6 | 0.6 | 0.8 | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 3.6 | 0.5 | 0.1 | 0.1 | التجاري العراقي |
| 3.2 | 0.2 | 4.2 | 2.4 | 2.6 | 2.4 | 3.2 | 2.1 | 4.7 | 6.2 | 4.2 | دار السلام |
| 1 | 3.1 | 0.9 | 0.8 | 0.6 | 0.7 | 2.9 | 0 | 0.5 | 0.6 | 0.1 | بابل |
| 3.8 | 1.9 | 3.8 | 2.5 | 4.3 | 5.5 | 4 | 3.5 | 5.5 | 5.2 | 1.6 | الخليج التجاري |
| 1.8 | 3.1 | 2.5 | 3.6 | 1.1 | 1.5 | 2.3 | 2.5 | 1.6 | 0 | 0 | الائتمان العراقي |
| 2 | 5.2 | 1.7 | 2.2 | 1.7 | 2.1 | 3.3 | 1.7 | 0.2 | 0.8 | 0.9 | سومر التجاري |
| 7.7 | 2.6 | 4.5 | 5.4 | 11.8 | 6.9 | 10.5 | 17.3 | 8.9 | 8 | 1.3 | الاتحاد العراقي |
| 2.1 | 1.9 | 1.6 | 1.9 | 1.7 | 2.6 | 1.4 | 2.2 | 1.5 | 3.6 | 0 | الشمال للتمويل |
| 2.7 | 2.4 | 2.6 | 2.9 | 3 | 2.6 | 3.1 | 3.4 | 2.9 | 3.2 | 1.2 | المتوسط |

المصدر: الجدول من اعداد الباحثين

(2) مؤشر تحفيز العاملين

وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس (وتعبر عن التوجه الداخلي):

مؤشر تحفيز العاملين = (نفقات تشجيع وتحفيز العاملين \ اجمالي المصاريف الادارية) $\times 100$

(2)....

(الكبيسي، 2014: 360)

الجدول (4) يبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (9.7%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (16.9%) وقد حققه مصرف الخليج بينما حقق الحد الادنى والبالغ (1.9%) مصرف الشرق الاوسط لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (1.5%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين اعلى وادنى نسبة وبالرغم من ذلك فان المصارف عينة الدراسة تعد متقاربة. وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2011) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (11.3%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (9.7%) اما الحد الادنى والبالغ (8.3%) فقد تحقق خلال سنة (2014، 2006) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2011) وسنة (2014، 2006) وقد بلغ (3%). اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (43) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام.

جدول (4) مؤشر تحفيز العاملين %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 15.2 | 9 | 13.2 | 13.5 | 18.5 | 18.5 | 19.7 | 18 | 13.8 | 12.1 | 1.6 | الاهلي |
| 1.9 | 0.4 | 3.3 | 3.3 | 2 | 0.9 | 0.4 | 4.2 | 1.1 | 1.4 | 1.9 | الشرق الاوسط |
| 2.7 | 2.7 | 1.8 | 1.4 | 1.7 | 0.4 | 3.5 | 11.1 | 0.4 | 0.4 | 3.6 | التجاري العراقي |
| 6.2 | 9.2 | 11.3 | 9.5 | 7.5 | 3 | 4.2 | 5.5 | 4.5 | 1.5 | 5.5 | دار السلام |
| 12.8 | 7.7 | 11.4 | 9.7 | 10 | 10.2 | 11.9 | 13.7 | 16.1 | 21.3 | 16.3 | بابل |
| 16.9 | 19.4 | 19.5 | 16.8 | 18.7 | 19.1 | 19.3 | 25 | 15.1 | 8.5 | 7.4 | الخليج التجاري |
| 9.8 | 0.1 | 0.1 | 9.3 | 8.8 | 8.7 | 4 | 4.2 | 19.1 | 20.5 | 23.2 | الائتمان العراقي |
| 8.2 | 7.8 | 10.1 | 9.2 | 9 | 8.2 | 6.3 | 5.9 | 11.5 | 8.3 | 5.9 | سومر التجاري |
| 10.7 | 8.9 | 7.4 | 17.7 | 18.3 | 15.9 | 16.3 | 10.2 | 6.2 | 4.6 | 2.2 | الاتحاد العراقي |
| 12.7 | 17.5 | 18.5 | 17.8 | 18.2 | 15.8 | 16.4 | 10.3 | 6.1 | 4.6 | 2.2 | الشمال للتمويل |
| 9.7 | 8.3 | 9.7 | 10.8 | 11.3 | 10.1 | 10.2 | 10.8 | 9.4 | 8.3 | 8.4 | المتوسط |

المصدر: الجدول من اعداد الباحثين

(3) مؤشر دوران العمل

يعين هذا المؤشر التزام المصرف اتباع معايير اخلاقية رفيعة وكفاءة عالية بشأن موظفيه مما ينعكس في رضا العاملين وارتياح العامل له دورا مهما في الاداء ونجاح المصرف في رضا العاملين ويعكس حبهم لعملهم وهذا ما اكد عليه (Buyubese,cikmaz,2015 :342) وقد تم قياس دوران العمل بالنسبة التالية:

$$\text{معدل دوران العاملين} = (\text{عدد العاملين تاركي العمل} \div \text{العدد الاجمالي للعاملين}) \times 100$$

.... (3)

(الغبان، حسين، 2009: 320)

ومن الجدول (5) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (2%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (5.3%) وقد حققه مصرف الائتمان بينما حقق الحد الادنى والبالغ (0%) مصرف الاتحاد ومصرف الشمال لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (5.3%) وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2007) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (3.8%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (2%) اما الحد الادنى والبالغ (0%) فقد تحقق خلال سنة (2005) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2007) وسنة (2005) وقد بلغ (3.8%). اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (19) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام

جدول (5) مؤشر دوران العمل %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 1.7 | 0 | 0 | 3.3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 | 0 | الاھلي |
| 0.9 | 0 | 4.3 | 0.6 | 0 | 0 | 4.3 | 0 | 0 | 0 | 0 | الشرق الاوسط |
| 3.3 | 0 | 0 | 0 | 2.3 | 17.2 | 0 | 13.9 | 0 | 0 | 0 | التجاري العراقي |
| 2.4 | 0 | 0 | 3.8 | 14.5 | 5.7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | دار السلام |
| 0.7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | بابل |
| 0.6 | 0 | 0 | 0 | 2.6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.9 | 0 | الخليج التجاري |
| 5.3 | 18.2 | 10.3 | 16.9 | 7.9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | الائتمان العراقي |
| 5 | 0 | 0 | 11.7 | 0 | 0 | 0 | 14.5 | 24.2 | 0 | 0 | سومر التجاري |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | الاتحاد العراقي |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | الشمال للتمويل |
| 2 | 2.5 | 1.5 | 3.6 | 2.7 | 2.3 | 0.4 | 2.8 | 3.8 | 0.3 | 0 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

4 مؤشر خلق فرص العمل

الاخلاق تساعد المدراء في تحديد افضل طريقة للاستجابة الى مصالح مختلف اصحاب المصالح في المنظمة اذ ان القرار الاخلاقي ينجم عنه اقصى قدر من الصلاح لاكبر عدد من الناس ومعرفة الفروقات والمنافع والتكاليف اما بدائل المتوفرة للمدراء في تحقيق اقصى فائدة لمختلف اصحاب المصالح والمشاكل الناجمة واهميتها النسبية لكل اصحاب المصالح، وهذا ما اكد عليه (Jones,2007: 44) وقد تم استخدام النسبة التالية للقياس:

$$\text{نسبة التعيينات الجديدة} = (\text{عدد التعيينات الجديدة} \div \text{اجمالي عدد العاملين}) \times 100 \dots (4)$$

(الغبان، حسين، 2009: 320)

ومن الجدول (6) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (7.6%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (15.9%) وقد حققه مصرف الشمال بينما حقق الحد الادنى والبالغ (1.6%) مصرف الائتمان لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (14.3%) وهي نسبة عالية . وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2008) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (11.5%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (7.6%) اما الحد الادنى والبالغ (3.7%) فقد تحقق خلال سنة (2005) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2008) وسنة (2005) وقد بلغ (7.8%). اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (33) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام .

جدول (6) مؤشر خلق فرص العمل %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 6.1 | 14.3 | 2.9 | 0 | 15.4 | 4.8 | 14.6 | 5.3 | 0 | 1.6 | 1.6 | الاهلي |
| 4 | 10.7 | 0 | 0 | 2 | 1.6 | 0 | 13.4 | 9.2 | 1.8 | 1.5 | الشرق الاوسط |
| 2.7 | 2.9 | 6.9 | 9 | 0 | 0 | 0.5 | 0 | 0.4 | 3 | 4 | التجاري العراقي |
| 6.1 | 7.2 | 10.8 | 0 | 0 | 0 | 1 | 8.7 | 1.8 | 20.5 | 10.8 | دار السلام |
| 11.1 | 0 | 18 | 2.7 | 18.1 | 10.3 | 23.1 | 0 | 36 | 0 | 2.7 | بابل |
| 7.9 | 4.8 | 9.5 | 0.2 | 0 | 4.7 | 11.7 | 46.8 | 0.8 | 0 | 0.2 | الخليج التجاري |
| 1.6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.2 | 5.9 | 7.2 | 2.3 | 0.3 | 4 | الائتمان العراقي |
| 7.9 | 2.2 | 22.4 | 0 | 9.4 | 15 | 8.2 | 0 | 0 | 14.3 | 7 | سومر التجاري |
| 12.5 | 0.9 | 35.8 | 47.1 | 6.8 | 0 | 0 | 7.4 | 2.7 | 0 | 0 | الاتحاد العراقي |
| 15.9 | 0.4 | 5.6 | 11.4 | 21.6 | 38 | 20.3 | 26.3 | 30.8 | 0 | 5 | الشمال للتمويل |
| 7.6 | 4.3 | 11.2 | 7 | 7.3 | 7.5 | 8.5 | 11.5 | 10.8 | 4.2 | 3.7 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

(ثانياً): الاخلاقيات المصرفية الاجتماعية

1. مؤشر الضمان الاجتماعي

تعكس الاخلاق المصرفية مجموعة القواعد والمعايير التي يعمل في ضوئها المصرف لتنفيذ تعاملته مع مجموعات اصحاب المصالح ومنها الاهتمام بالعاملين من خلال المساهمة في الضمان الاجتماعي وهذا جاء مطابق على ما اكد عليه (JONES,2007:45). وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس

نسبة الضمان الاجتماعي = (نفقات المصرف للضمان الاجتماعي \ اجمالي المصروفات الادارية) × 100
(5).....

(الكبيسي، 2014: 360)

ومن الجدول (7) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (2.2%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (3.6%) وقد حققه مصرف بابل بينما حقق الحد الادنى والبالغ (1.3%) مصرف الشرق الاوسط لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (2.3%) وهي نسبة منخفضة مما يعكس التقارب بين المصارف عينة الدراسة.

جدول (7) مؤشر الضمان الاجتماعي %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 2.4 | 1.6 | 2.4 | 2.7 | 2.7 | 2.6 | 2.8 | 2.6 | 1.9 | 1.8 | 2.6 | الاهلي |
| 1.3 | 2 | 1.8 | 1.7 | 1.5 | 1.5 | 1.4 | 1.1 | 0.9 | 0.8 | 0.4 | الشرق الاوسط |
| 1.4 | 2.2 | 1.3 | 1.6 | 1.3 | 0.6 | 1.1 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | التجاري العراقي |
| 2.2 | 3.6 | 3.3 | 2.6 | 1.7 | 2.1 | 2.2 | 2 | 2 | 1.1 | 0.9 | دار السلام |
| 3.6 | 2.8 | 2.7 | 2.7 | 2.6 | 2.5 | 2.5 | 2.4 | 10.8 | 5.6 | 0.9 | بابل |
| 2.4 | 2.6 | 2.6 | 2.4 | 3.5 | 2.8 | 3.4 | 2.7 | 2.6 | 0.9 | 0.8 | الخليج التجاري |
| 2.2 | 2.4 | 2.5 | 2.8 | 2.8 | 2.9 | 2.9 | 2.9 | 1.3 | 1.1 | 0.4 | الانتماء العراقي |
| 2.6 | 2.8 | 3 | 2.8 | 2.8 | 3 | 2.7 | 2.8 | 2.8 | 2.2 | 1.5 | سومر التجاري |
| 1.8 | 1.9 | 1.5 | 1.9 | 1.7 | 2.2 | 1.8 | 1.3 | 3 | 1.2 | 1.1 | الاتحاد العراقي |
| 1.9 | 2.8 | 2.5 | 2.1 | 2.5 | 2.6 | 2.6 | 2 | 0.8 | 0.7 | 0.7 | الشمال للتمويل |
| 2.2 | 2.5 | 2.4 | 2.3 | 2.3 | 2.3 | 2.3 | 2.1 | 2.8 | 1.7 | 1.1 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2007) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (2.8%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (2.2%) اما الحد الادنى والبالغ (1.1%) فقد تحقق خلال سنة (2005) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2007) وسنة (2005) وقد بلغ (1.7%) مما

يعكس تقارب السنوات .اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (48) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام .

2. مؤشر خدمة الاعانة

يساهم المناخ الاخلاقي الذي يتمتع به المصرف في زيادة قيمة وسمعة المصرف ويؤثر على دافعية العاملين وادراك الزبائن مما يؤدي الى ثقة واعتمادية الزبائن في اختيار المصرف وزيادة رضاهم وكذلك تحقيق رضا العاملين وقد جاء ذلك مطابقا لما اكد عليه (Buyubese,cilikmaz,2015:343) . وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس:

نسبة خدمة الاعانة = (اجمالي مبلغ الاعانة \ اجمالي المصاريف التحويلية) × 100 (6)

(الغبان ،حسين ،2009: 323)

ومن الجدول (8) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (3%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (10.4%) وقد حققه مصرف الخليج، بينما حقق الحد الادنى والبالغ (0.03%) مصرف سومر التجاري لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (10.4%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين المصارف عينة الدراسة.

جدول (8) مؤشر خدمة الاعانة %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 2 | 0 | 0.2 | 0.2 | 0 | 0.5 | 1 | 15 | 2.1 | 0.1 | 0.4 | الاهلي |
| 4.9 | 7.2 | 12.3 | 2.9 | 1.5 | 4.1 | 16.9 | 0.9 | 0.5 | 2.3 | 0.1 | الشرق الاوسط |
| 6.7 | 3.2 | 1.2 | 0.8 | 1.2 | 2.8 | 0.1 | 0.3 | 13.8 | 23.7 | 20 | التجاري العراقي |
| 2.2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 18.4 | 0 | 0.4 | 0.3 | 0 | 0.1 | دار السلام |
| 0.2 | 0 | 1.4 | 0 | 0.6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | بابل |
| 10.4 | 4.2 | 12.2 | 1.7 | 2.5 | 17.4 | 5.6 | 8.1 | 19.9 | 17.1 | 15.5 | الخليج التجاري |
| 2.5 | 0.3 | 0.8 | 5 | 1.8 | 8.5 | 5.1 | 2 | 0.4 | 0.3 | 0.5 | الائتمان العراقي |
| 0.03 | 0.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.1 | 0 | سومر التجاري |
| 0.9 | 0.5 | 0 | 0.1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0.2 | 0 | 0 | الاتحاد العراقي |
| 0.7 | 0.6 | 0.5 | 2 | 0.7 | 0.7 | 1.1 | 0.2 | 1.2 | 0.3 | 0 | الشمال للتمويل |
| 3 | 1.9 | 2.9 | 1.3 | 0.9 | 5.2 | 3 | 2.7 | 3.8 | 4.4 | 3.7 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2010) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (5.2%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (3%) اما الحد الادنى والبالغ (0.9%) فقد تحقق خلال سنة (2011) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2010) وسنة (2011) وقد بلغ (4.3%)

رغم المدى المرتفع الا ان هناك تقارب بين السنوات .وعلى مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (16) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام .

3. مؤشر خدمة التامين

ويعكس هذا المؤشر التزام الادارة وشعورها بالمسؤولية الاخلاقية تجاه العاملين وتؤثر في مستوى النزاهة والتحفيز وتؤثر في دافعية العاملين وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس :

$$\text{نسبة خدمة التامين} = (\text{اجمالي مبلغ التامين} \setminus \text{اجمالي المصاريف الادارية}) \times 100 \dots\dots (7)$$

(الغبان ،حسين ،2009: 323)

ومن الجدول (9) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (2.3%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (10.3%) وقد حققه المصرف الاهلي بينما حقق الحد الادنى والبالغ (0%) مصرف سومر التجاري ومصرف الاتحاد لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (10.3%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين اعلى وادنى نسبة وبالرغم من ذلك فان المصارف عينة الدراسة تعد متقاربة.

جدول (9) مؤشر خدمة التامين %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|
| 10.3 | 6.2 | 6.7 | 8.9 | 4 | 11.6 | 13.2 | 22.9 | 27.8 | 1.6 | 0 | الاهلي |
| 0.2 | 0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.9 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | الشرق الاوسط |
| 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | التجاري العراقي |
| 3.8 | 11.7 | 0 | 2.2 | 6.8 | 9 | 2.2 | 1.8 | 2.2 | 1.5 | 2.2 | دار السلام |
| 1.5 | 0 | 0 | 2.3 | 2.8 | 3.2 | 2.6 | 3.6 | 0 | 0 | 0 | بابل |
| 0.5 | 0.4 | 0.4 | 3.7 | 0.1 | 0.1 | 0 | 0.1 | 0.1 | 0 | 0 | الخليج التجاري |
| 5.5 | 7.2 | 7.2 | 7.6 | 7.3 | 8.9 | 6.4 | 3.5 | 0.6 | 4.4 | 1.8 | الائتمان العراقي |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | سومر التجاري |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | الاتحاد العراقي |
| 1 | 2.4 | 3.2 | 2 | 1.3 | 0.7 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 0.3 | الشمال للتمويل |
| 2.3 | 2.8 | 1.8 | 2.7 | 2.3 | 3.4 | 2.5 | 3.3 | 3.1 | 0.8 | 0.5 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

اما على مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2010) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (3.4%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (2.3%) اما الحد الادنى والبالغ (0.5%) فقد تحقق خلال سنة (2005) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2010) وسنة (2005) وقد بلغ (2.9%)

رغم المدى المرتفع الا ان هناك تقارب بين السنوات .وعلى مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (25) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام

(ثالثا): الاخلاقيات المصرفية تجاه المساهمين

تعكس هذه المؤشرات التزام الادارة وشعورها بالمسؤولية الاخلاقية تجاه المساهمين والتي تشكل جزء لا يتجزأ من ثقافة المصرف اذ تعكس قيم المصرف التي تساهم في زيادة مستوى النزاهة والتحفيز وتؤثر في رضا وارتياح اصحاب المصالح ومنهم المساهمين (Buyubese,cikmaz,2015 :343)

1. مؤشر نمو الايرادات

وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس :
نمو الايرادات = ((الايرادات للسنة الحالية - الايرادات للسنة السابقة) \ الايرادات للسنة السابقة) × 100 (7).....

(kaplan ,et.al,2008:97)

جدول (10) مؤشر نمو الايرادات %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|------------------|
| 139.4 | 30.3 | 13.4 | 126 | 75 | 13.2 | -20.7 | 10.3 | 95.5 | 22.7 | 1028.6 | الاهلي |
| 18.6 | -15.8 | -3.6 | 23.4 | 45.9 | -11 | -18.7 | 13.6 | 61.7 | -10.3 | 101.2 | الشرق الاوسط |
| 30.9 | -9.9 | 23.3 | 25.3 | -0.149 | -0.9 | -37.6 | 19.5 | 80.8 | 101.1 | 122.5 | التجاري العراقي |
| 65.2 | -18.7 | -15.5 | 23.6 | 52.6 | -32.8 | 87.5 | 177.5 | 93 | 281.5 | 3.2 | دار السلام |
| 20 | -15 | 31 | 0.9 | 14 | 21 | 7.4 | 40 | 46.6 | 9.9 | 44 | بايل |
| 64.7 | -7 | 51.8 | 107.2 | 34.9 | -3.3 | -24.2 | 130.9 | 105.7 | 75.3 | 175.3 | الخليج التجاري |
| 50.1 | -14.2 | -9.3 | -12.5 | 87.5 | -15.9 | -35.7 | 3.4 | 62.5 | 116.1 | 750.8 | الانتماء العراقي |
| 100.3 | -65.6 | 97.3 | 168 | 35 | -24.3 | 92.4 | 10.7 | 37.5 | 21.2 | 128.9 | سومر التجاري |
| 107.9 | -17.8 | 155 | 363 | -44.9 | 119 | 85.6 | 71 | 115.3 | 160.7 | 72.1 | الاتحاد العراقي |
| 138.2 | -28 | -1.7 | 41.9 | 41.7 | 26.5 | 29.4 | 21.4 | 597 | 102.8 | 551.2 | الشمال للتمويل |
| 73.5 | -61.7 | 34.2 | 86.7 | 32.7 | 9.2 | 16.5 | 49.8 | 129.6 | 95.1 | 297.8 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

ومن الجدول (10) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (73.5%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (139%) وقد حققه المصرف الاهلي بينما حقق الحد الادنى والبالغ (18.6%) مصرف الشرق الاوسط لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (120.8%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين اعلى وادنى نسبة وكذلك الحال لبقية المصارف عينة الدراسة. وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2005) في الدراسة قد حققت

اعلى متوسط وقد بلغت (297.8%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (73.5%) اما الحد الادنى والبالغ (-61.7%) فقد تحقق خلال سنة (2014) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2005) وسنة (2014) وقد بلغ (359.5%) يعكس المدى المرتفع وكذلك التباين بين السنوات .وعلى مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (32) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام

2. مؤشر نمو الاستثمار بالموجودات

وقد تم استخدام النسبة التالية في القياس:

نمو الاستثمار في الموجودات = ((مجموع الموجودات للسنة الحالية - مجموع الموجودات للسنة السابقة) \ مجموع الموجودات للسنة السابقة) × 100 (8)

(kaplan ,et.al,2008:97)

جدول (11) مؤشر نمو الاستثمار بالموجودات %

| المتوسط | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | السنة المصارف |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------------------|
| 71.5 | 13.4 | 60.9 | 82.7 | 71.7 | 18.2 | 33.3 | 37.8 | 16.5 | -31.4 | 412.1 | الاهلي |
| 12.7 | -11.8 | -5.5 | -24.5 | 15.2 | 4.1 | -2.1 | 40 | 35.9 | -6.3 | 81.8 | الشرق الاوسط |
| 15.3 | 34.2 | 14.1 | 18.6 | 21.2 | -2 | 1.8 | 7.3 | 29.5 | 7.2 | 21 | التجاري العراقي |
| 102.8 | -11.7 | 3.3 | -13 | 72.2 | 13.9 | 50.9 | 50.9 | 14.4 | 834 | 13.7 | دار السلام |
| 25.3 | -4.9 | 8.1 | 12.5 | 34.9 | 19.4 | 37.6 | 48.5 | 10.2 | 7.1 | 79.7 | بابل |
| 57.4 | 4.5 | 84 | 21.9 | 30.5 | 4.6 | 5.2 | 69.2 | 73.3 | 79 | 202.1 | الخليج التجاري |
| 82.6 | 3.7 | 7.4 | 26.4 | -25.3 | 63.5 | 7.7 | -5.9 | 0.5 | 67.1 | 680.7 | الائتمان العراقي |
| 35.4 | 35.2 | 15.1 | 60.7 | 39.6 | 26.1 | 22.5 | 64.2 | 19.8 | 40.7 | 30.2 | سومر التجاري |
| 70.3 | 41.9 | -19.6 | 325.2 | 37 | -11.2 | 186.5 | 76.2 | 35.4 | 6.7 | 25 | الاتحاد العراقي |
| 75.7 | -6.9 | 0.3 | 74.6 | 3.3 | 72.7 | 45.4 | 15.7 | 270.4 | 65.6 | 216.3 | الشمال للتمويل |
| 54.9 | 9.8 | 16.8 | 58.5 | 30 | 20.9 | 38.9 | 40.4 | 50.6 | 107 | 176.3 | المتوسط |

المصدر: من اعداد الباحثين

ومن الجدول (11) يتبين ان المتوسط العام لمشاهدات هذا المؤشر (54.9%) وان اعلى متوسط قد تحقق على مستوى المصارف قياسا بالمتوسط العام كان (102.8%) وقد حققه مصرف دار السلام بينما حقق الحد الادنى والبالغ (12.7%) مصرف الشرق الاوسط لذلك فان المدى بين اعلى وادنى نسبة كمتوسط بلغت (90.1%) وهي نسبة مرتفعة مما يعكس التباين بين اعلى وادنى نسبة وكذلك الحال لبقية المصارف عينة الدراسة. وعلى مستوى سنوات الدراسة فتبين ان سنة (2005) في الدراسة قد حققت اعلى متوسط وقد بلغت (176.3%) قياسا بالمتوسط العام البالغ (54.9%) اما الحد الادنى والبالغ (9.8%) فقد تحقق خلال سنة (2014) لذلك ان المدى بين اعلى وادنى متوسط على مستوى سنوات الدراسة كان بين سنة (2005) وسنة (2014) وقد

بلغ (166.5%) يعكس المدى المرتفع وكذلك التباين بين السنوات. اما على مستوى المشاهدات والتي تمثل (100) مشاهدة فان هناك (26) مشاهدة حققت اعلى من المتوسط العام

خامسا: اختبار فرضيات البحث

1. اختبار فرضيات الارتباط للمتغير المستقل مع المتغير المعتمد للمصارف عينة البحث

يوضح الجدول (12) اختبار الفرضية الرئيسية الاولى من خلال علاقات الارتباط باستخدام معامل الارتباط ومعنوية الارتباط وكما موضح في الجدول .

جدول (12) علاقات الارتباط بين المتغيرات باستخدام مصفوفة معامل الارتباط لبيرسون N=100

| ت | ابعاد الارتباط بين المتغيرات | معامل الارتباط R | معنوية الارتباط* | نوع العلاقة |
|---|------------------------------|------------------|------------------|-------------|
| 4 | العلاقة بين الاخلاق والجودة | 0.181 | 0.072 | غير معنوية |

* عند مستوى المعنوية = 0.05

2. اختبار فرضيات التأثير للوعي المصرفي في جودة الخدمة المصرفية

يوضح الجدول (13) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية من خلال علاقات التأثير باستخدام معامل التحديد ومعنوية التأثير وكما موضح في الجدول

جدول (13) نتائج العلاقة التائية للوعي المصرفي في جودة الخدمة المصرفية باستخدام تحليل للانحدار المتعدد N=100

| ت | المتغير المستقل | معامل التحديد (R-Sq) % | F المحسوبة * | معنوية العلاقة | نوع العلاقة |
|---|---------------------|------------------------|--------------|----------------|-------------|
| 2 | الاخلاقيات المصرفية | 3.3 | 3.311 | 0.072 | غير معنوية |

* F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 = 3.920

سادسا: الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

تهدف الفقرة التالية عرض اهم ما توصلت اليه الدراسة النظرية والتطبيقية من خلال مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات وتوضيح تأثيرات المتغيرات بكل ابعادها على المتغير المعتمد فضلا عن مجموعة من المقترحات للدراسات المستقبلية.

1. ضعف ادراك القائمين في المصارف لاهمية الاستثمار في التدريب وهذا ما عكسه التحليل حيث الفارق الكبير بين المصارف.
2. يغلب على المصارف عينة البحث الاهتمام بالتوجه الداخلي من خلال الاتفاق فيما يخص التشجيع والتحفيز للعاملين.
3. وقد حققت المستويات الاعلى للاخلاقيات كلا من (مصرف الخليج، ومصرف الشرق الاوسط، سومر، بابل)، اما ادنى المستويات فقد حققته (المصرف التجاري، ومصرف دار السلام، ومصرف التجاري، ومصرف الشمال)
4. حققت الاخلاقيات المصرفية علاقة ارتباط غير معنوية مع جودة الخدمة المصرفية وهذا جاء غير مطابق لما اكدت عليه فرضيات البحث المساهمة الايجابية للاخلاقيات في جودة الخدمة المصرفية.
5. اظهرت الاخلاقيات التأثير غير المعنوي في جودة الخدمة المصرفية مما يعني ضعف في ادراك المصارف عينة البحث اهمية الاخلاقيات المصرفية التي تلعب دورا في جودة الخدمة المصرفية.

التوصيات

يهدف هذا المبحث الخروج بالحصيلة النهائية المستنبطة من الاستنتاجات والاختبارات الاحصائية في وضع اهم التوصيات التي تنسجم مع البحث الحالي ومتغيراته وبذلك فقد تضمن هذا المبحث الفقرات الآتية :

(1) التوصيات العامة:

1. لا بد ان تدرك المصارف اهمية المؤشرات التي تعكس الاخلاقيات تجاه المساهمين والاخلاقيات اتجاه العاملين التي تساهم بتحقيق اهداف المصرف من خلال تحقيق اهداف اصحاب المصالح .
2. على المصارف الانتظام في تحليل المؤشرات التي تعكس جودة الخدمة المصرفية ولا سيما في ظل اشتداد المنافسة في العمل والتعرف على جودة موجوداتها وجودة ادارة الاداء والمخاطرة الائتمانية التي يتعرض المصرف والبحث عن فرص جديدة لتحسين العمل المصرفي في ظل التغيرات المستمرة.

(2) التوصيات الخاصة بالمصارف عينة البحث

على المصارف الاتية التركيز في تحليل مؤشرات الاخلاقيات تجاه المساهمين والعمالين وهي كل من (المصرف التجاري العراقي، ومصرف دار السلام، ومصرف الاهلي، ومصرف الشمال) والتي حققت المستوى الادنى وبانتظام اذا ما ارادت تحقيق اهداف المصرف.

المصادر

- [1] الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم (2014)، "ادارة المعرفة"، دار السيسبان للطبع والنشر، بغداد.
- [2] الغبان، ثائر صبري؛ حسين، نادية شاكر (2009)، "التكامل بين تقنيتي بطاقة العلامات المتوازنة والمقارنة المرجعية لاغراض تقويم الاداء الاستراتيجي في الوحدات الاقتصادية"، مجلة كلية بغداد، العدد 22، كانون الاول.
- [3] Arnaudov, Kliment, and Elena Koseska. "Business ethics and social responsibility in tourist organizations in terms of changing environment." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 44 (2012): 387-397.
- [4] Pride, William and Ferrell, O.C., *Marketing, Concepts and Strategies*, Houghton Mifflin Company, Boston, New York, 2000.
- [5] Kreithner, Robert & kinicki, Angelo, *Organizational Behavior*, McGraw – Hill, 7th ed., New York, USA, 2007
- [6] jones, Gareth R., *Organizational Theory, Design and Change*, 5th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2007.
- [7] Buyukbese, tuba; Cikmaz, Esra, "The effect of Ethical climate on employee satisfaction in star hotel managements:A field study in Gaziantep", *Asian journal of business and management*, volume:03- issue 05, October, 2015.
- [8] Milic-Czerniak, Roza. "Business Ethics Education in Banks-Levels and Methods of Education (Etyka biznesu w bankach-poziomy i narzedzia ksztalcenia)." *Management and Business Administration. Central Europe* 3, no. 20 (2012): 71-84.
- [9] Douglas, Patricia Casey, Ronald A. Davidson, and Bill N. Schwartz. "The effect of organizational culture and ethical

orientation on accountants' ethical judgments." *Journal of Business Ethics* 34, no. 2 (2001): 101-121.

[10] Jasevičienė, Filomena. "The Ethics of Banking: Analysis and Estimates." *Ekonomika* 91 (2012).

[11] Hummels, Harry. "Management and the use of business ethics: Towards an investigative ethics." *International Journal of Value-Based Management* 7, no. 3 (1994): 239-253.

[12] Kaplan, Steven E., Michael J. Petersen, and Janet A. Samuels. "Effects of subordinate likeability and balanced scorecard format on performance-related judgments." *Advances in Accounting* 23 (2007): 85-111.

[13] Koene, Bas, and Maarten Riemsdijk. "Managing temporary workers: work identity, diversity and operational HR choices." *Human Resource Management Journal* 15, no. 1 (2005): 76-92.

[14] Seo, Kwanglim, Joonho Moon, and Seoki Lee. "Synergy of corporate social responsibility and service quality for airlines: The moderating role of carrier type." *Journal of Air Transport Management* 47 (2015): 126-134.

[15] Markovic, Stefan, Oriol Iglesias, Jatinder Jit Singh, and Vicenta Sierra. "How does the perceived ethicality of corporate services brands influence loyalty and positive word-of-mouth? Analyzing the roles of empathy, affective commitment, and perceived quality." *Journal of Business Ethics* (2015): 1-20.

[16] Starr, William C. "Codes of ethics—towards a rule-utilitarian justification." *Journal of Business Ethics* 2, no. 2 (1983): 99-106.

[17] Wehinger, Gert. "Banking in a challenging environment." *OECD Journal: Financial Market Trends* 2012, no. 2 (2013): 79-88.

[18] Yidawi, Ali , "A survey of Ethics in the Nigerian banking industry" Ph. D. thesis, St. Clements University, matriculation, no.2914, 2005.

The Role Ethics in the Quality of Banking with Financial Perspective – An Applied Research in a Sample of Iraqi Private Banks

Prof. Abd Al Salam L. Saeed

dr.abdalsalam58@yahoo.com

Baghdad University - College of Administration and
Economy

Assist. Prof. Sana H. Helo

sanahasn75@yahoo.com

Institute of Administration - Rasafa

Abstract: *The banking sector is a cornerstone of the national economy because of its large role of economic development of a country, which requires the advancement of this vital sector and to raise the awareness in the accompanying to survive and grow. This research has dealt with affects of ethics on the quality of banking service from a financial perspective. It has also sought to achieve a number of applicable and cognitive goals through the selection of (10) Iraqi private banks. For assessment the period of the research extend from (2005-2014) . the dialectical relationship between the (ethic) and its impacts on banking service quality assessed through a set of questions.*

Two main hypotheses were formulated to reflect the correlation between the variables discussed in order to achieve the objective of the research. These hypotheses reflects that there is no morale coorelation between ethics and quality of banking services.

The researcher recommends the need to adopt to changes in the banking ethics and its dissemination to the community as they have a major role in improving the quality of banking services.

Keywords: Professional Ethics, Banking Ethics, Quality of Service, Banking Service.