

ادراک از فضیلت سازمانی: حلقه مفقوده پارادایم مثبت‌گرایی در عرصه مطالعات سازمانی

حسن دانایی‌فرد*، ناهید امراللهی بیوکی*، علی اصغر فانی***

چکیده

جوامع، فضیلت را عنصر جدایی‌ناپذیر شهروندی خوب می‌دانند، با این تصور که می‌تواند زمینه‌ساز شکوفایی روابط متقابل اثربخش میان افراد و برقراری ثبات اجتماعی در سازمان باشد. ویژگی‌های شخصیتی اخلاق‌مدار که از ادراک جمعی حاصل از رفتار برتر و متعالی سازمان در طول حیات یک کسب‌وکار فراگرفته می‌شوند، با عنوان «فضیلت سازمانی» مفهوم‌سازی شده است. توجه به پدیده فضیلت سازمانی و امدار ظهور پارادایم مثبت‌گرایی در عرصه پژوهش‌های سازمانی است؛ از این رو پژوهش حاضر با در نظر گرفتن چنین رویکردی در پی تبیین نقش میانجی‌گری ادراک از فضیلت سازمانی بر رابطه میان سرمایه روان‌شناختی مثبت و رفتار شهروندی خواهد بود. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، از میان ۱۸۵۳ نفر از کارکنان ۲۳ دستگاه اجرایی مشمول بودجه جاری استان یزد، تعداد ۳۲۴ نفر انتخاب شده و به منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر پنج متغیر در مقیاس پنج‌نمره‌ای لیکرت استفاده شد. روایی پرسش‌نامه به روش صوری - محتوایی و پایایی آن با محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ برای هر متغیر محاسبه و با استفاده از مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر از طریق نرم‌افزار لیزرل، تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش انجام شد. یافته‌های پژوهش، ضمن تأیید رابطه میان سرمایه روان‌شناختی مثبت و رفتار شهروندی، نقش واسطه ادراک از فضیلت سازمانی را تصدیق می‌کند.

کلیدواژه‌ها: ادراک از فضیلت سازمانی؛ رفتار شهروندی؛ سرمایه روان‌شناختی.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱۱/۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۸/۵.

* استاد، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول).

E-mail: hdanaee@modares.ac.ir

** استادیار، دانشگاه اردکان.

*** استادیار، دانشگاه تربیت مدرس.

۱. مقدمه

در عصر افول مدرنیته و ظهور پست‌مدرنیسم، پدیده فضیلت سازمانی بیش از هر زمان دیگری نیازمند توجه و روشنگری علمی است. زندگی معنادار، احترام و ترفیع انسان، ارزشمند بودن شکوفایی انسان و در نهایت پدیده‌ای که سلامتی، شادی و تعالی را شکل می‌دهد، این ضرورت را به اوج می‌رساند؛ با وجود این، مفهوم فضیلت تا همین اواخر در جوامع علمی با اقبال عمومی مواجه نبود. مفهوم فضیلت در تعریف سنتی، پایه و مبنای علمی ندارد و از آن به‌عنوان مفهومی نسبی و فرهنگ‌محور یاد شده که با محافظه‌کاری اجتماعی، مذهب یا تعصبات اخلاقی عجین بوده است (MacIntyre, 1984; Schimmel, 1997; Chapman and Galston, 1992). فضیلت سازمانی در پژوهش‌های علمی به‌ویژه مطالعات سازمانی نیز مغفول مانده است؛ در فعالیت‌های مدیریتی نیز توجه چندانی به آن نشده و بسیاری از مدیران رابطه مشخصی بین مفهوم فضیلت و پیامدهای اقتصادی سازمان در نظر نمی‌گیرند (Clifton, 2003). در مطالعات سازمانی، مفاهیم مرتبط با فضیلت با واژگان اخلاقی خنثی نظیر: مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتار شهروندی و روحیه کارکنان جایگزین شده؛ در نتیجه بررسی نظام‌مند کمتری در این حوزه صورت گرفته است (Piliavin and Charng, 1990; George, 1991; McNeeley and Meglino, 1994).

کامرون (۲۰۰۳) یکی از اولین اندیشمندانی است که در زمینه مفهوم‌سازی فضیلت سازمانی تلاش کرده است. وی و همکارانش فضیلت سازمانی را در برگیرنده اقدامات افراد، فعالیت‌های جمعی، خصیصه‌های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته‌اند که قادرند ویژگی‌های سازمانی فضیلت‌محور را اشاعه داده و تداوم بخشند. بر این اساس فضایل سازمانی، آن دسته از ویژگی‌های شخصیت اخلاقی را شامل می‌شوند که از ادراک جمعی حاصل از رفتار برتر سازمان در طول حیات یک کسب‌وکار متجلی می‌شوند.

بامیستر و همکاران (۲۰۰۱) با مرور مبانی نظری روان‌شناسی، شواهدی را فراهم کردند که نشان می‌داد رخدادهای «بد» یا منفی تأثیر نسبی بیشتری نسبت به رخدادهای «خوب» یا مثبت بر افراد دارند. برای مثال، یک رویداد بد یا بازخورد منفی بسیار قوی‌تر از یک رویداد خوب یا دریافت بازخورد مثبت بر روابط، احساسات و برداشت مردم اثر می‌گذارد (Yzerbyt & Leyens, 1991; Gottman, 1995) و از آنجائیکه که پدیده‌های منفی توجه بیشتری را به خود جلب کرده و به نظر می‌رسد تأثیر بیشتری در پیش‌بینی پیامدهای روانی داشته باشند، بنابراین پژوهش‌ها در زمینه رفتار انسانی بر پدیده‌های منفی متمرکز شده‌اند. این موضوع سبب شده تا همین اواخر، در مطالعات سازمانی نیز بررسی سازمان‌یافته‌ای درباره فضیلت، مفهوم و اثرات آن صورت

نگرفته باشد (به استثنای کارهای کامرون و همکاران^۱، ۲۰۰۳). با مرور پژوهش‌های پیشین مشخص می‌شود، فضیلت سازمانی پیش‌آیندها و پیامدهای چندی در بستر سازمان و مدیریت دارد؛ ولی تاکنون پژوهشی پیرامون تبیین نقش میانجی‌گری ادراک از فضیلت سازمانی بر رابطه میان سرمایه روان‌شناختی مثبت و رفتار شهروندی صورت نگرفته است؛ بنابراین بی‌توجهی‌های کنونی در باره پدیده فضیلت سازمانی، پژوهشگر را برآن داشت تا با انجام پژوهش حاضر، مسیر مطالعه، کنکاش و واکاوی این پدیده در عرصه سازمان و مدیریت را هموار سازد.

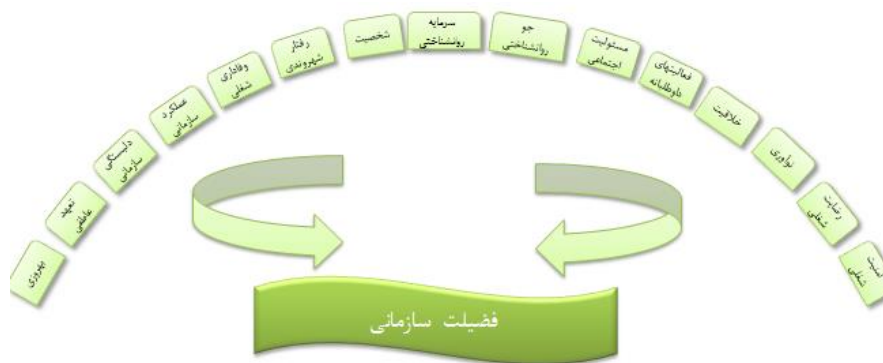
خردمایه نظری پژوهش

فضیلت سازمانی. فضیلت پدیده‌های خوب، درست و باارزش را از سایر پدیده‌ها متمایز می‌سازد. فضیلت ارتباط نزدیکی با گفته‌های ارسطو دارد. به نظر وی برخی خصیصه‌ها ذاتاً خوب هستند و به خاطر خودشان انتخاب می‌شوند؛ مانند عشق، خردمندی و کامیابی و برخی خصیصه‌ها به دلیل قصد و نیت دیگری همچون به‌دست‌آوردن سود، قدرت، منزلت و مشروعیت اجتماعی انتخاب می‌شوند. ویژگی‌های اخلاقی گروه اول همواره لذت‌بخش و مایه بالندگی، مسرت و شادکامی‌اند؛ اما این گفته درباره گروه دوم صادق نیست. ارسطو بر این باور است که جزء اخلاقی فضیلت در گروه اول نهفته است، یعنی فضیلت به‌طورذاتی خوب است و این موضوع همان‌طور که درباره افراد صدق می‌کند، قابل تسری به سازمان‌ها نیز است (Park & Peterson, 2003). فضیلت با شکوفایی فردی، شخصیت اخلاقی، قدرت، خودکنترلی، انعطاف‌پذیری، اهداف معنادار و اصول متعالی در ارتباط است. برای مثال، ساختار یک سازمان فی‌الذات فضیلت یا بی‌فضیلت محسوب نمی‌شود؛ زیرا لزوماً دارای اثرات منفی یا مثبت انسانی نیست. از آنجاکه برخی سازمان‌ها ساختار خود را در راستای شکوفایی روابط میان فردی، کار معنادار، یادگیری فزاینده و پیشرفت انسانی میان کارکنان شکل داده‌اند؛ بنابراین چنین ساختارهایی می‌توانند ظهور فضیلت در سازمان را از طریق تأثیر بر انسان‌ها تسهیل کنند؛ همچنین نسبت‌دادن خصیصه فضیلت به سازمان، بیان‌کننده آن است که سازمان توانمندی لازم برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیت‌های پرهیزکارانه و فضیلت‌محور در اعضای خود را دارا است. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد در سازمان‌ها اشاره دارد؛ از این‌رو آن دسته از ویژگی‌های سازمانی خاستگاه فضیلت سازمانی‌اند که به ظهور رفتارهای متعالی از سوی اعضای سازمان منجر شوند (Rego et al., 2011). کار کردن در سازمانی که نیروی انسانی شاغل در آن سازمان دارای ویژگی‌های شخصیتی فضیلت‌محور

1. Cameron, Dutton & Quinn

هستند، کارکنان را تشویق می‌کند که شغل را تنها به‌خاطر پاداش مادی و یا پیشرفت شغلی و سایر پیامدهای مثبت بیرونی انجام ندهند؛ بلکه رضایت شخصی، انجام یک کار خوب و در گستره‌ای والاتر، دستیابی به تعالی و مسرت روحی را سرلوحه اهداف خود قرار دهند (Ribeiro and Rego, 2009:737). همچنین افراد بسیارخلاق و دارای ارتباطات اجتماعی مناسب و گسترده، توانایی و تمایل بیشتری برای پذیرش رفتارهای با بصیرت و خودانگیخته پیدا می‌کنند؛ به‌طوری‌که برخی از پژوهشگران رفتار اخلاقی، تجربه شادکامی و افزایش عملکرد را سه اثر مهم فضیلت سازمانی بر رهبران دانسته‌اند (Hackett and Wang, 2012:885).

نقشه مبانی نظری عوامل مؤثر بر فضیلت سازمانی در شکل ۱ آورده شده است. مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد، عوامل متعددی بر فضیلت سازمانی تاثیرگذارند. نکته‌ای که باید مدنظر قرار داد این است که تاکنون روابط میان این عوامل در چارچوبی مشخص و در قالب انواع خاصی از روابط سازمانی بررسی نشده است.



شکل ۱. نقشه مبانی نظری علمی فضیلت سازمانی

سرمایه روان‌شناختی مثبت. سرمایه روان‌شناختی مثبت مفهوم جدیدی است که امروزه از حوزه روان‌شناسی، به مبانی نظری علمی رفتار سازمانی وارد شده است و آن را «مزیت رقابتی» می‌نامند (Luthans et al., 2007; Luthans and Youssef, 2004). سرمایه روان‌شناختی به‌معنای توسعه و امتداد رویکردی مثبت به رفتار سازمانی است و ریشه و اساس این دو برگرفته از نهضت مثبت‌گرایی در روان‌شناسی است. اصل مثبت به این معنا است که تغییرات آنی و پایدار مستلزم پیوند اجتماعی و احساسات و تمایلات مثبت است (Fredrickson, 2001). سرمایه روان‌شناختی را می‌توان ارزیابی مثبت از شرایط و احتمال رسیدن به موفقیت مبتنی بر تلاش انگیزه‌محور و پشتکار دانست که موارد زیر را شامل می‌شود:

– داشتن اعتمادبه‌نفس (خودکارآمدی)، تلاش برای موفقیت در وظایف پرچالش؛
 – خوش‌بین‌بودن درباره موفقیت در زمان حال و آینده؛
 – داشتن امید و پشتکار برای رسیدن به اهداف و در مواقع ضروری، هدایت مجدد مسیرها به سمت اهداف (آرزوها) به‌منظور کسب موفقیت؛
 – داشتن قدرت تاب‌آوری و پایداری در زمان برخورد با مسائل و رهایی از مشکلات تا دستیابی به موفقیت (Luthans et al., 2007).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد، تغییر نگرش از توجه صرف به نظریه‌پردازی در حوزه علوم سازمانی، به سمت کاربردی‌کردن مفاهیم موجود در سایر رشته‌های علمی نظیر پارادایم مثبت‌گرایی و مثبت‌اندیشی در علم روان‌شناسی، اثربخشی سیاست‌ها و رویه‌های مدیریتی (Avey & et al, 2010) و بهبود سلامت روحی و جسمی کارکنان سازمان را موجب خواهد شد (Wright and Quick, 2009).

رفتار شهروندی سازمانی. سازمان‌ها بدون تمایل داوطلبانه افراد به همکاری، قادر به بهبود اثربخشی و توسعه خرد جمعی خود نیستند؛ زیرا در حالت اجباری، شخص وظایف خود را در راستای قوانین، مقررات و استانداردهای قابل‌قبول سازمان و صرفاً در حد رعایت الزامات انجام می‌دهد؛ ولی در صورت همکاری داوطلبانه، افراد تمامی کوشش، انرژی و بصیرت خود را برای شکوفایی توانایی‌های خود به‌نفع سازمان به‌کار می‌گیرند. رفتار شهروندی سازمانی، تفکر و ایده‌ای است که مشتمل بر رفتارهای متنوع کارکنان نظیر پذیرش و به‌عهده گرفتن مسئولیت اضافی، پیروی از قوانین و رویه‌های سازمان، حفظ و توسعه نگرش مثبت، شکیبایی و تحمل ناراضی و مشکلات در محیط کاری است؛ در نتیجه بر اساس نظریه‌های سازمانی، رفتار شهروندی به کارایی و اثربخشی سازمان‌ها از طریق تحول در قابلیت‌های نهفته افراد، نوآوری‌ها و سازگاری، کمک می‌کند و همچنین رفتار شهروندی به‌عنوان یک منبع اجتماعی که از طریق تبادل رفتار، پاداش‌های اجتماعی دریافت می‌کند، مورد توجه قرار می‌گیرد و دریافت این پاداش‌های اجتماعی به افزایش رفتار شهروندی در افراد منجر می‌شود (Ang, Van Dyne and Begley, 2003).

اندیشمندان علوم سازمانی تلاش کرده‌اند تا تعریف کامل و جامعی از رفتار شهروندی ارائه دهند؛ اما هنوز تعریف ارائه‌شده توسط ارگان (۱۹۸۸) دارای مقبولیت عمومی است. وی رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری فردی، داوطلبانه و ورای الزامات سازمانی می‌داند که مستقیماً مشمول سیستم‌های رسمی پاداش در سازمان نمی‌شود؛ ولی در ارتقاء اثربخشی و کارایی، بهبود بهره‌وری، همبستگی و انسجام محیط کاری تأثیرات شگرفی دارد. نکته کلیدی در تعریف «اورگان» توجه به ارتقاء اثربخشی سازمانی در پرتو چنین رفتارهایی است. در تعریف «اورگان» سه نکته اساسی دیده می‌شود که عبارتند از:

- رفتار باید داوطلبانه باشد (نه وظیفه مشخص)؛

- مزایای این رفتار جنبه سازمانی دارد؛

- ماهیتی چندبعدی دارد (Murphy, Athanasou and King, 2002).

تبیین مدل مفهومی پژوهش. پس از بررسی مفاهیم به تبیین ارتباط آن‌ها در قالب مدل ارتقاء رفتار شهروندی از طریق سرمایه روان‌شناختی و به واسطه ادراک از فضیلت سازمانی پرداخته می‌شود.

سرمایه روان‌شناختی می‌تواند ابزار مناسبی برای پیش‌بینی و مدیریت رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان و پیامدهای مرتبط با آن باشد. سرمایه روان‌شناختی، رویکرد جدیدی از توسعه منابع انسانی را ارائه می‌دهد که به کارکنان در ایجاد منابع حیاتی برای انطباق با محیط‌های کاری پرتنش امروزی کمک می‌کند (Avey et al., 2009). شناخت سرمایه‌های انسانی (آنچه من می‌دانم)، اجتماعی (کسی که می‌شناسم) و روان‌شناختی (چه کسی هستم و چگونه می‌توانم باشم) و تلاش منسجم برای بهبود این سرمایه‌ها، سازمان را قادر خواهد ساخت تا از منابع انسانی بهتر استفاده کند. توسعه سرمایه روان‌شناختی، نگرش مطلوب نسبت به کار (Larson, Luthans, 2006:87)، تعهد سازمانی (Muse et al., 2008:176) و درک مشترک از حمایت سازمانی (Takeuchi, Chen & Lepak, 2009) فراهم می‌سازد و سطوح بالایی از رفتارهای عملکردی زمینه‌ای را شکل می‌دهد و در نهایت به بهبود عملکرد سازمانی منجر می‌شود. سرمایه روان‌شناختی بالا، منبع مهم انگیزشی برای کارکنان محسوب می‌شود تا از طریق آن به مأموریت‌های سازمان متعهد بمانند. ماوس و همکاران (۲۰۰۸) معتقدند واکنش کارکنان به حمایت اجتماعی دریافت‌شده، ایجاد تعهد عاطفی است که به بروز سطوح بالاتری از وظایف و رفتارهای عملکردی زمینه‌ای نظیر رفتار شهروندی منجر می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهد هر یک از عناصر محوری تشکیل‌دهنده سرمایه روان‌شناختی نیز در شکل‌گیری و گسترش رفتارهای شهروندی موثر هستند. اوی و همکاران، (۲۰۰۶)؛ کوتو، (۲۰۰۲)؛ ماوست و رید، (۲۰۰۲)؛ فردریکسون و همکاران، (۲۰۰۳) ، تأثیر تاب‌آوری بر رفتار شهروندی سازمانی را بررسی کرده‌اند. کارور و چیر، (۲۰۰۳)؛ اوی و همکاران، (۲۰۰۶) تأثیر خوش‌بینی؛ لوتانز، (۲۰۰۲) تأثیر خود کارآمدی و تأثیر امیدواری نیز توسط چوبتا و سینگ، (۲۰۱۰) بررسی شده است.

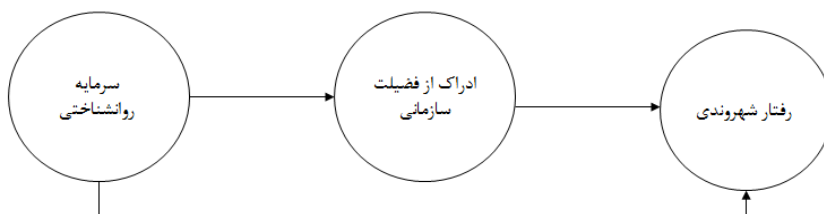
در زمینه تأثیرگذاری ادراک از فضیلت سازمانی بر رفتار شهروندی مطالعات متعددی انجام شده است. ادراک از فضیلت سازمانی باعث می‌شود تا عواطف مثبت در کارکنان برانگیخته‌شده و رفتارهای سودمند، همدلانه و توأم با احترام بیشتری از سوی کارکنان بروز یابد (Spector and Fox, 2002; Bagozzi, 2003; Avey, Wernsing & Luthans, 2008)، در افراد تصاویر

مثبتی از سازمان شکل گیرد، هویت سازمانی در آن‌ها ارتقاء یابد، اعتماد و احساس وفاداری بهبود یافته، به طوری که حفظ و تقویت شهرت سازمانی را باعث شود؛ در نهایت موجب می‌شود تا کارکنان برای انجام بهتر وظایف و به نفع کل سازمان تلاش کنند. ادراک از فضیلت سازمانی و درک منسجم از ارزش‌های سازمانی، پیوستگی میان اعضای سازمان را از طریق هویت درونی کارکنان بهبود می‌بخشد (Lilius et al., 2008). آن‌ها معناداری در کار را تجربه می‌کنند (Kets de Vries, 2001)، ظرفیت جسمی، فکری، احساسی و معنوی خود را در اختیار سازمان قرار می‌دهند و کار را یک تکلیف می‌دانند، نه یک شغل؛ بنابراین افراد به گونه‌ای اثربخش به سازمان می‌پیوندند و برای بهبود عملکرد سازمانی تلاش می‌کنند و به این ترتیب مستعد اجرای رفتارهای شهروندی می‌شوند (Gavin and Mason, 2004; Wright and Cropanzano, 2000). فعالیت در یک سازمان فضیلت‌گرا، این احساس را در کارکنان به وجود می‌آورد که اجرای وظایف تنها وسیله‌ای برای دریافت پاداش‌های مادی یا مزایای شغلی نیست؛ بلکه خشنودی فرد به واسطه انجام یک کار خوب، هدف نهایی است. رفتار شهروندی راهی برای اجرای این کار خوب است. گسترش مؤلفه‌های آن دریچه‌ای به سوی حل مسئله می‌گشاید و استفاده از انرژی‌های مثبت برای سازگاری رفتار افراد با موقعیت‌های متغیر را امکان‌پذیر می‌سازد (Avey, Wernsing & Luthans, 2008). آن‌ها بدون هیچ شکایتی ناآرامی‌های سازمانی را تحمل کرده (جوانمردی) و در فعالیت‌های مرتبط با بهبود سازمانی مشارکت می‌کنند (فضیلت مدنی) و تقویت روحیه خلاقانه و همچنین روحیه اجتماعی را متجلی ساخته و در نهایت به بروز رفتارهای اختیاری منجر می‌شود. انتظار می‌رود افرادی که درکی فضیلت‌محور از سازمان دارند، ظرفیت‌های روان‌شناختی خود را بهبود بخشیده و رفتارهایی فراتر از نقش ایفا کنند (Coyle-Shapiro and Kessler, 2002). افراد به علت کار در سازمان فضیلت‌محور احساس قدر و منزلت کرده (Emmons, 2003) و در پاسخ به چنین فرصت شغلی، خود را متعهد به اجرای وظایفی بدانند که در کل به نفع سازمان و سایر افراد باشد (Ribeiro and Rego, 2009).

در مطالعات سازمانی توجه اندکی به تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر فضیلت سازمانی شده است؛ با این حال پژوهش‌های لوتانز و همکاران (۲۰۰۸) دارای شهرت خاصی است. آنها تأثیر امیدواری و خوش‌بینی بر شکل‌گیری فضایل سازمانی را فصل جدیدی در پژوهش‌های رفتار سازمانی مثبت‌گرا می‌دانند؛ همچنین یوسف و لوتانز (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان «اهرم سرمایه روان‌شناختی در سازمان‌های فضیلت‌محور» نقش حیاتی سرمایه روان‌شناختی در ایجاد فضیلت سازمانی را مطالعه کردند. بر این اساس منابع روان‌شناختی نظیر امیدواری، خوش‌بینی، تاب‌آوری و خودکارآمدی که مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی شناخته شده‌اند، تأثیر بسزایی در بهبود فضیلت سازمانی دارند.

علی‌رغم اهمیت اساسی فضیلت سازمانی، سرمایه روان‌شناختی و رفتار شهروندی، مطالعه مبانی نظری وجود شکاف‌های بسیاری پیرامون این موضوع‌ها را آشکار می‌سازد. مرور مبانی نظری نشان می‌دهد که در این رابطه، پژوهش‌های تجربی اندکی انجام شده است. به‌طوری‌که نقش ادراک از فضیلت سازمانی نیز در ارتباط بین سرمایه روان‌شناختی مثبت و رفتار شهروندی مغفول مانده است؛ از این‌رو تلاش بر آن است تا نشان داده شود که سرمایه روان‌شناختی از راه ادراک از فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی را بهبود می‌بخشد؛ بنابراین فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند:

۱. سرمایه روان‌شناختی بر ادراک از فضیلت سازمانی تأثیر مثبت دارد؛
 ۲. ادراک از فضیلت سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی تأثیر مثبت دارد؛
 ۳. سرمایه روان‌شناختی بر بروز رفتارهای شهروندی تأثیر مثبت دارد.
- با توجه به فرضیه‌های اول تا سوم، الگوی مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ تبیین شده است.



شکل ۲. الگوی مفهومی پژوهش

هر یک از متغیرهای مدل مفهومی شامل ابعاد و مؤلفه‌هایی هستند که این متغیرها و تعریف آن‌ها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. تعریف و مؤلفه‌های مدل مفهومی

متغیر	مفهوم‌سازی	ابعاد
رفتار شهروندی (پودساکف و همکاران، ۱۹۹۰، ۲۰۰۰)	رفتار فردی داوطلبانه، خودجوش، خودانگیخته و فراتر از الزامات رسمی نقش و جایگاه کارکنان که با سیستم رسمی پاداش بر انگیخته نشده است.	وظیفه‌شناسی، فضیلت شهروندی، نوع‌دوستی، جوانمردی، تواضع
فضیلت سازمانی (کامرون، ۲۰۰۳، ۲۰۰۴)	ویژگی‌های شخصیتی اخلاق‌مدار که از ادراک جمعی حاصل از رفتار برتر و متعالی سازمان در طول حیات یک کسب‌وکار، فراگرفته می‌شوند	اعتماد، شفقت، بخشش، مثبت‌نگری، کمال
سرمایه روان‌شناختی (لوتانز، ۲۰۰۷)	بهبود قابلیت روانی مثبت به منظور درک مفهوم «چه کسی هستید» (خود واقعی) و «چه کسی می‌خواهید بشوید» (خود ممکن)	امیدواری، تاب‌آوری، خوش‌بینی، خودکارآمدی

۳. روش‌شناسی پژوهش

استراتژی پژوهش. پژوهش حاضر از نظر مبانی فلسفی پژوهش، جزو پارادایم اثبات‌گرایی و از نوع توسعه‌ای محسوب می‌شود. از آنجاکه در این پژوهش سعی شده تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر بروز رفتارهای شهروندی از طریق ادراک از فضیلت سازمانی تبیین شود و تاکنون چنین الگوی نظری بررسی نشده است، بنابراین این پژوهش جزو پژوهش‌های توسعه‌ای است. از نظر نوع پژوهش، کمی و استراتژی آن پیمایشی - تحلیلی است. این پژوهش از نظر هدف، تبیینی است و به تبیین روابط علی میان متغیرهای سرمایه روان‌شناختی مثبت (متغیر مستقل)، ادراک از فضیلت سازمانی (متغیرهای میانجی) و رفتار شهروندی (متغیر وابسته) می‌پردازد. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی و به‌طور مشخص مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. داده‌ها از دو روش مطالعه کتابخانه‌ای و میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد گردآوری شده است.

جامعه و نمونه آماری. جامعه آماری این پژوهش از میان ۱۸۵۳ نفر از کارکنان رسمی و پیمانی ستادی در دو سطح مدیریتی و کارشناسی شاغلان ۲۳ دستگاه اجرایی مشمول بودجه جاری استان یزد انتخاب شده است. حداقل اندازه نمونه مطالعه ۳۱۸ نفر است که پژوهشگر برای تعمیم‌پذیری نتایج، ۱۵ درصد به آن افزوده و در نهایت ۳۵۵ پرسش‌نامه تکمیل شد. از آنجاکه ورود به دستگاه‌های اجرایی که ماهیت دولتی دارند مستلزم فرآیند طولانی اخذ مجوزهای لازم است و گردآوری داده‌ها برای پژوهشگر به‌واسطه آشنایی طولانی مدت با این بخش امکان‌پذیر و آسان بود؛ بنابراین برای انتخاب استان و نوع دستگاه‌های اجرایی بر مبنای نمونه‌گیری قضاوتی اقدام شده و انتخاب مدیران و کارشناسان به‌عنوان اعضای نمونه، از طریق نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای، انجام شد.

ابزار سنجش متغیرها و بررسی پایایی. برای گردآوری داده‌ها از روش پرسش‌نامه استفاده شد که این پرسش‌نامه شامل دو بخش بود. بخش اول دربرگیرنده ۶ سؤال مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی شامل: ۱. جنسیت؛ ۲. سن؛ ۳. میزان تحصیلات؛ ۴. سابقه کار؛ ۵. پست سازمانی؛ ۶. نوع استخدام است. بخش دوم شامل پرسش‌نامه‌های استاندارد است که برای بررسی رابطه علی میان متغیرها استفاده شده‌اند.

ابزار سنجش سرمایه روان‌شناختی مثبت. برای سنجش این متغیر از پرسش‌نامه لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) شامل چهار شاخص امیدواری، خوش‌بینی، تاب‌آوری و خودکارآمدی و ۲۴ گویه استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰/۸۹۴). از آنجاکه این پرسش‌نامه به‌ندرت در پژوهش‌های داخلی به‌کار رفته و تاکنون هنجاریابی نشده است؛ بنابراین لازم دانسته شد تا به‌منظور تأیید مؤلفه‌ها، تحلیل عاملی اکتشافی انجام شود. پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی به‌دلیل آنکه بار عاملی سؤال ۲۰ کمتر از ۰/۳ بود، این گویه حذف شد.

ابزار سنجش فضیلت سازمانی. از الگوی کامرون (۲۰۰۴) در قالب پنج شاخص اعتماد، مثبت‌نگری، شفقت، کمال و بخشش در قالب ۱۴ گویه برای سنجش متغیر فضیلت سازمانی استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰/۹۰۹).

ابزار سنجش رفتار شهروندی. از پرسش‌نامه توسعه‌یافته پودساکف و همکاران (۱۹۹۰)، ۲۰۰۰ گویه برای اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی شامل پنج شاخص نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی، جوانمردی، تواضع، فضیلت مدنی و ۲۰ گویه استفاده شد (آلفای کرونباخ ۰/۸۸۸).

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت‌شناختی نمونه. برای سنجش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه، ۶ سؤال مطرح شد. یافته‌های حاصل از توصیف داده‌های ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۲. خصوصیات جمعیت‌شناختی نمونه آماری

متغیر	سطوح	تعداد	درصد فراوانی	متغیر	سطوح	تعداد	درصد فراوانی					
جنسیت	زن	۹۲	۲۵/۹	تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۵	۱/۴					
	مرد	۲۶۳	۷۴/۱		فوق دیپلم	۱۹	۵/۴					
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۴۳	۱۲/۱	سابقه خدمت	لیسانس	۱۹۷	۵۵/۵					
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۷۸	۵۰/۱		فوق-لیسانس	۱۲۰	۳۳/۸					
	۴۰ تا ۵۰ سال	۱۱۳	۳۱/۸		دکتر	۱۲	۳/۴					
	۵۰ تا ۶۰ سال	۱۹	۵/۴		کمتر از ۵ سال	۳۸	۱۰/۷					
پست سازمانی	کارشناس و کارشناس مسئول	۲۵۳	۷۱/۳	نوع استخدام	۵-۱۰	۸۰	۲۲/۵					
	سمت مدیریتی	۹۸	۲۷/۶		۱۰-۱۵	۸۵	۲۳/۹					
	پیمانی	۱۰۸	۳۰/۹		۱۵-۲۰	۷۰	۱۹/۷					
				۲۰-۲۵	۴۸	۱۳/۵	رسمی	۲۴۲	۶۸/۲	بیشتر از ۲۵ سال	۳۴	۹/۶

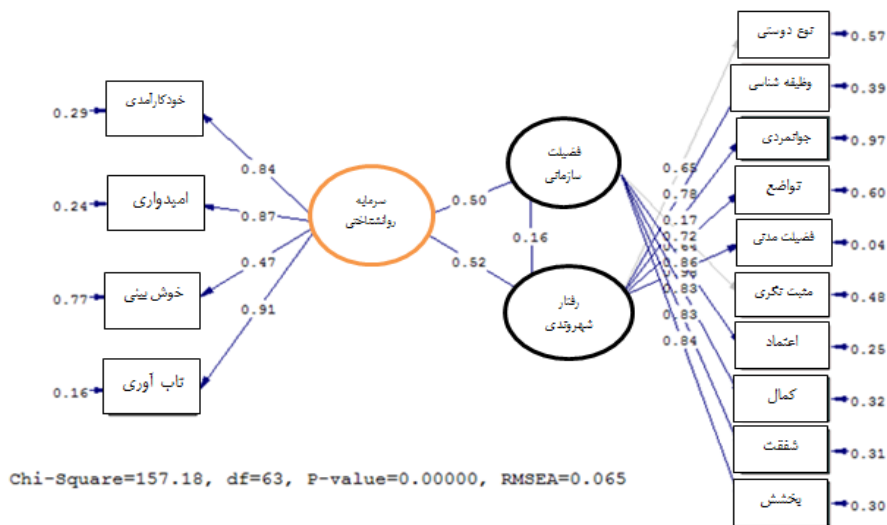
یافته‌های حاصل از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان‌دهنده آن است که از نظر میزان تحصیلات، ۹۲/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر هستند. این موضوع نشان می‌دهد کارکنان در نظام اداری وضعیت تحصیلی مناسبی دارند؛ همچنین از نظر رده سنی، قریب به ۸۷,۳٪ از نمونه آماری بیشتر از ۳۰ سال سن دارند. وجود بیشترین افراد در این رده سنی، نشان می‌دهد اعضای نمونه در میان‌سالی قرار دارند و بلوغ فکری لازم را دارا هستند؛ همچنین از نظر میزان سابقه خدمت حدود ۶۶/۷ درصد پاسخ‌دهندگان دارای تجربه کاری بیش از ده سال هستند و این موضوع نشان‌دهنده آن است که این کارکنان دهه دوم عمر کاری خود را در نظام اداری سپری می‌کنند و نسبت به ادامه همکاری با بخش دولتی از وضعیت تثبیت‌شده‌ای برخوردارند. این موضوع نیز می‌تواند گویای آشنایی اعضای نمونه آماری با ماهیت مشاغل بخش دولتی و اهداف کاری آن باشد. بر حسب پست سازمانی نیز ۲۷/۶ درصد افراد نمونه را رده مدیریتی و ۷۱/۳ درصد را رده کارشناسی تشکیل می‌دهد که وجود این ترکیب جمعیتی در نمونه آماری، مثبت قلمداد می‌شود.

بررسی برازش مدل مفهومی و آزمون فرضیه‌ها. به منظور بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی مثبت در بروز رفتارهای شهروندی از طریق متغیر میانجی ادراک از فضیلت سازمانی مدل مفهومی طراحی شد و برای بررسی مناسب بودن مدل و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از روش تحلیل مسیر توسط نرم‌افزار LISREI استفاده شده است. مقادیر برازش مدل مفهومی در جدول ۶ آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود مقادیر برازش مدل تخمین استاندارد حاکی از مناسب بودن مدل است.

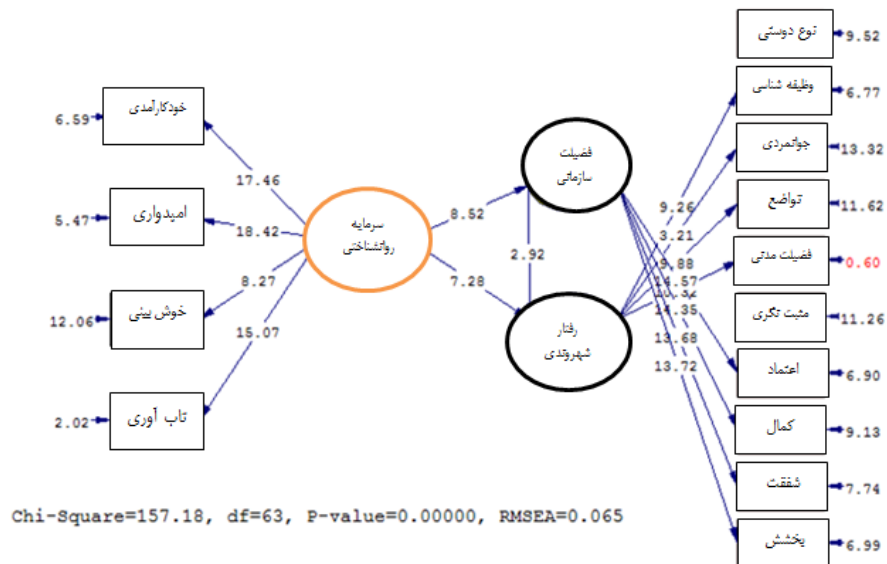
جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل رفتار شهروندی، ادراک از فضیلت سازمانی و سرمایه روان‌شناختی

شاخص	دامنه قابل قبول	شاخص مدل
χ^2/df	کمتر از ۵	۲/۴۹
RMSEA	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۶۵
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۸
RFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۴
AGFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰

یکی از بهترین شاخص‌های بررسی نیکویی برازش مدل، بررسی نسبت آماره کای دو بر درجه آزادی (χ^2/df) است. در منابع قبل از سال ۲۰۰۰ حد مجاز این شاخص را کمتر از ۳ می‌دانستند؛ اما شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) بر این عقیده‌اند که این شاخص می‌تواند کمتر از ۵ نیز باشد. در این پژوهش مقدار χ^2/df کمتر از ۵ به دست آمده است و به استناد عقیده شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) در حد مطلوبی قرار دارد. شاخص دیگر (میانگین مجذور خطاهای مدل) است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود. زمانی که مقدار این آماره کمتر از ۰/۰۵ باشد نشان می‌دهد مدل دارای برازش خوبی است؛ در صورتی که بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد برازش قابل قبول، بین ۰/۰۸ و ۰/۱ برازش متوسط و بزرگ‌تر از ۰/۱ برازش ضعیف دارد. شوماخر (۲۰۰۴) و تنسی (۲۰۰۰) حد مجاز را ۰/۰۹ تعیین کرده‌اند. مقدار شاخص بالا در این پژوهش ۰/۰۶۵ است و نشان می‌دهد مدل مفهومی برازش قابل قبولی دارد. بر اساس نظریه‌های تینسلی و بروان (۲۰۰۰) برای تعیین برازش مدل، به جای استناد به یک شاخص بهتر است هم‌زمان از چند شاخص استفاده شود و همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، سایر شاخص‌های برازش نظیر CFI, RFI, GFI, AGFI در حد مناسبی قرار دارند؛ بنابراین می‌توان ادعا کرد که مدل مفهومی حاضر از برازش خوبی برخوردار است. در ادامه ضمن ارائه مدل مفهومی پژوهش در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود.



شکل ۳. الگوی مفهومی در حالت استاندارد



شکل ۴. الگوی مفهومی در حالت معناداری

برای تأیید یا رد فرضیه‌ها از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده شده است. منظور از عدد معناداری در نرم‌افزار لیزرل همان مفهوم sig در نرم‌افزار spss است، با این تفاوت که برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری باید بزرگ‌تر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد و در کل برای تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش به کار می‌رود. عدد معناداری هر چه قدر از ۱/۹۶

بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده آن است که متغیر مستقل اثر قوی‌تری روی متغیر وابسته دارد. منظور از ضریب استاندارد یا ضریب مسیر نیز مقادیر همبستگی دوتایی است و برای مقایسه اثرات اجزای مدل به کار می‌رود و هر چه این ضریب بیش‌تر باشد به معنای اثرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است.

مدل در حالت تخمین استاندارد در مدل‌های ساختاری نشان‌دهنده ضرایب مسیر بین متغیرهاست. برای مثال ضریب مسیر میان دو متغیر سرمایه روان‌شناختی و ادراک از فضیلت سازمانی ۰/۵۰ است؛ به عبارت دیگر سرمایه روان‌شناختی ۵۲ درصد بر ادراک از فضیلت سازمانی تأثیر می‌گذارد.

مدل در حالت ضرایب معناداری، معنی‌دار بودن مقدار t را نشان داده و برای تأیید یا رد فرضیه‌ها استفاده می‌شود. برای مثال ضریب معناداری میان سرمایه روان‌شناختی و ادراک از فضیلت سازمانی ۸/۵۲ بوده که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است. پس فرضیه «تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر ادراک از فضیلت سازمانی» تأیید می‌شود. نتایج مدل مفهومی پژوهش در دو حالت ضرایب معناداری و تخمین استاندارد در جدول شماره ۴ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود تمامی فرضیه‌ها تأیید شده‌اند. در ضمن بررسی ضرایب تعیین (R^2) مشخص می‌کند که سرمایه روان‌شناختی و ادراک از فضیلت سازمانی ۳۸ درصد از تغییرات رفتار شهروندی را پیش‌بینی می‌کنند و سرمایه روان‌شناختی ۲۵ درصد از تغییرات ادراک از فضیلت سازمانی را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۴. نتایج اجرای الگوی ساختاری میان متغیرهای الگوی مفهومی

روابط	ضریب مسیر	آماره t	R^2	نتیجه
سرمایه روان‌شناختی ← رفتار شهروندی	۰/۵۲	۷/۲۸	۰/۳۸	تأیید
سرمایه روان‌شناختی ← ادراک از فضیلت سازمانی	۰/۵۰	۸/۵۲	۰/۲۵	تأیید
ادراک از فضیلت سازمانی ← رفتار شهروندی	۰/۱	۲/۹۲	۰/۳۸	تأیید

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر بر شناسایی حلقه مفقوده مطالعات سازمانی مثبت‌گرا استوار است. خرد مایه نظری پژوهش الهام‌گرفته‌شده از دیدگاه رفتار سازمانی مثبت و هم‌راستا با تفکرات مثبت‌اندیشی، در پی روشن‌گری پدیده ادراک از فضیلت سازمانی است.

فرضیه اول پژوهش عبارت است از: «سرمایه روان‌شناختی بر ادراک از فضیلت سازمانی تأثیر مثبت دارد». تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد، آماره t میان این دو متغیر برابر ۸/۵۲ بوده که بیشتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین معنادار بودن رابطه تأیید می‌شود؛ همچنین ضریب مسیر بین این دو متغیر

۰/۵۰ بوده که نشان‌دهنده مثبت‌بودن رابطه میان دو متغیر است. باوجوداینکه مطالعات اندکی به بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر ادراک از فضیلت سازمانی پرداخته‌اند؛ اما پژوهش‌های یوسف و لوتانز (۲۰۰۸)، کازا و کامرون (۲۰۰۳) و مانز و همکاران (۲۰۰۸) این رابطه را تأیید می‌کند. فرضیه دوم پژوهش عبارت است از: «ادراک از فضیلت سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی تأثیر مثبت دارد». با توجه به این که آماره t بین این دو متغیر برابر $۲/۹۲$ و بیش‌تر از $۱/۹۶$ است؛ بنابراین معناداربودن رابطه تأیید می‌شود؛ همچنین ضریب مسیر بین این دو متغیر $۰/۱۶$ بوده که نشان‌دهنده مثبت‌بودن رابطه بین دو متغیر است. در مطالعات متعددی، اثر پیش‌بینی‌کنندگی ادراک از فضیلت سازمانی بر رفتار شهروندی تأیید شده است؛ از جمله می‌توان به پژوهش‌های اسپکتور و فاکس (۲۰۰۲)، باگری (۲۰۰۳)، اوی و همکاران (۲۰۰۸)، لیلیوس و همکاران (۲۰۰۸)، کتس (۲۰۰۱)، گاوین و ماسون (۲۰۰۴)، رایت و کروپانزنو (۲۰۰۰)، کوپل - شاپیرو و کسلر (۲۰۰۲)، اموس (۲۰۰۳) و ریبریو و رگو (۲۰۰۹) اشاره کرد. فرضیه سوم پژوهش عبارت است از: «سرمایه روان‌شناختی بر بروز رفتارهای شهروندی تأثیر مثبت دارد». آماره t بین این دو متغیر برابر با $۷/۲۸$ بوده و با توجه به اینکه بیش‌تر از $۱/۹۶$ است؛ بنابراین معناداربودن رابطه تأیید می‌شود. ضریب مسیر بین دو متغیر نیز برابر با $۰/۵۲$ است که مثبت‌بودن رابطه نیز تأیید می‌شود. مطالعات اوی، لوتانز و همکاران (۲۰۰۸)، اوی و همکاران (۲۰۱۱)، لایفنگ (۲۰۰۷)، ولومبا و همکاران (۲۰۱۰)، گوتی و همکاران (۲۰۰۹)، شهنواز و جفری (۲۰۰۹) تأثیر سرمایه روان‌شناختی در ارتقاء سطح رفتار شهروندی کارکنان را تأیید می‌کنند. استدلال پژوهشگر در مورد تأیید فرضیه‌ها به این صورت است که وجود اعتمادبه‌نفس هنگام تحلیل مسائل، شرکت در جلسه‌ها و مباحثه برای تعیین اهداف گروه و سازمان، داشتن امید در شرایط دشوار کاری، بهره‌مندی از انرژی کامل برای انجام وظایف، خوش‌بین‌بودن به حل مشکلات در محیط کاری و خوش‌بین‌بودن برای دستیابی به موفقیت شغلی در موقعیت‌های تنش‌زا و شرایط نامطمئن محیط کاری و در نظر گرفتن جنبه‌های مثبت شغل و همچنین خوش‌بین‌بودن به آینده شغلی می‌تواند کارکنان را در بروز رفتارهای شهروندی سازمانی یاری رساند. در این میان وجود ویژگی‌های شخصیت اخلاقی که نتیجه ادراک جمعی حاصل از رفتار برتر و متعالی سازمان است باعث ارتقاء رفتارهای شهروندی می‌شود که می‌توان این امر را ناشی از آن دانست که توجه به انجام کار صحیح در سازمان، انجام وظایف به‌همراه وجود احساس عمیق نسبت به هدف، وجود اعتماد مبتنی بر همکاری متقابل میان اعضاء سازمان، رایج‌بودن حس همدردی، توجه و اعتنا به دیگران، وجود سطح بالایی از انسجام و یکپارچگی، صداقت و امانت‌داری، بخشندگی و مهربانی در فضای سازمانی، می‌تواند فضای کاری را تلطیف کرده و باعث بروز رفتارهای شهروندی در پرتوی سرمایه روان‌شناختی شود.

مرور مبانی نظری نشان می‌دهد در میان نظریه‌های اخلاقی هیچ‌کدام به پیچیدگی و گستردگی فضیلت سازمانی نیست. این پدیده که در سال‌های اخیر توجه اندیشمندان حوزه سازمان و مدیریت را به خود جلب کرده، انتظار می‌رود در آینده بتواند در حوزه‌های گوناگون، از جمله در اخلاق مدیریت، به دلیل مؤلفه‌های ارزشمندی که دارد در ایجاد شرایط کاری اخلاقی و سعادتمند موثر باشد؛ زیرا حضور انسان‌های فضیلت‌مدار، شکل‌گیری ارتباطات و فعل‌وانفعالات سازمانی را بر اساس فضایل اخلاقی میسر می‌سازد؛ البته نوآوری پژوهش حاضر این است که در هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین تأثیر سرمایه روان‌شناختی و ادراک از فضیلت سازمانی در بروز رفتارهای شهروندی در یک مدل مفهومی به‌طور همزمان مطرح نشده است و این پژوهش به بررسی همزمان آنها و چگونگی تأثیرگذاری متغیرها بر هم پرداخته است. با توجه به نتایج پژوهش حاضر و به‌منظور بسط و توسعه نظری، پیشنهاد می‌شود تأثیر هر یک از مؤلفه‌های درونی سرمایه روان‌شناختی در افزایش سطح رفتارهای شهروندی بررسی شود. در این رابطه می‌توان به تحلیل میزان اثرگذاری هر یک از مؤلفه‌های درونی فضیلت سازمانی بر ارتقاء سطح رفتارهای شهروندی نیز توجه کرد؛ همچنین توصیه می‌شود تأثیرگذاری فضیلت سازمانی و سرمایه روان‌شناختی بر سایر خروجی‌های سازمان نظیر عملکرد سازمانی و تعالی سازمانی در پژوهش‌های آتی بررسی شود. پیشنهادهای کاربردی که می‌توان مطرح ساخت شامل تدوین استراتژی‌های آموزشی برای ارتقاء سطح مؤلفه‌های درونی سرمایه روان‌شناختی نظیر امیدواری، خودکارآمدی، تاب‌آوری و خوش‌بینی در برنامه‌های توسعه و بهبود نیروی انسانی است تا از این طریق ادراک کارکنان از فضیلت سازمانی و در نهایت رفتار شهروندی، ارتقاء یابد؛ علاوه بر این طراحی سازوکارهای اجرایی و تدوین سیستم‌های تشویقی برای قدردانی از کارکنانی که مثبت‌اندیش هستند و همچنین افرادی که بروز اخلاق فضیلت‌محور را سرلوحه عملکرد فردی خود قرار می‌دهند، می‌تواند موثر باشد. همان‌طور که اشاره شد نقطه تمرکز پژوهش حاضر، تبیین نقش میانجی‌گری ادراک از فضیلت سازمانی به‌عنوان حلقه مفقوده مطالعات سازمانی مثبت‌گرا بر تأثیرگذاری سرمایه روان‌شناختی در سازمان‌هاست. شناسایی پیش‌آیندهای سازمانی موثر بر ایجاد و ارتقاء سطح سرمایه روان‌شناختی و ادراک از فضیلت سازمانی به‌طور جداگانه نیز می‌تواند برای مطالعات آتی پیشنهاد شود. نتایج این قبیل پژوهش‌ها می‌تواند مسیر مدیران اجرایی را برای درونی‌سازی اخلاق فضیلت‌محور و ایجاد روحیه‌ای مثبت‌گرا توأم با حس سرخوشی، بهروزی و شادکامی در نیروی انسانی شاغل در سازمان‌ها هموار سازد؛ همچنین به دلیل آنکه پژوهش‌های اولیه فضیلت بر رفتار اخلاقی مدیریتی تمرکز دارد، لازم است تا درباره نقشی که فضیلت در حوزه‌های عملکردی نظیر خلاقیت، اثربخشی، بهبود کیفیت خدمات و سایر مؤلفه‌های شناسایی شده، ایفا می‌کند مطالعات بیشتری انجام شود. با مراجعه به مبانی نظری پژوهش مشخص

می‌شود که از زمان ارسطو نیز به پدیده فضیلت توجه شده است و می‌توان به این موضوع در شرایط سازمانی و مدیریتی توجه بیشتری کرد و نسبت به عملیاتی کردن آن با توجه به آموزه‌های مذهبی و مبتنی بر روش‌شناسی دینی در سطح سازمان‌های ایرانی تلاش کرد. با توجه به جایگاه تعریف‌نشده پژوهش در کشور ما، بی‌شک فعالیت‌های مطالعاتی با نوعی محدودیت و محجوریت ذاتی مواجه هستند. پژوهش حاضر نیز از این امر مستثنی نیست. همانند هر پژوهشی، در اجرای این مطالعه نیز محدودیت‌هایی وجود دارد، برخی ناشی از محیط مطالعه و برخی دیگر به دلیل شیوه پژوهش است.

از نظر روش‌شناسی، پژوهش حاضر مبتنی بر پارادایم اثبات‌گرایی و رویکرد کمی بوده و با توجه به محدودیت‌هایی که در روش‌های کمی وجود دارد، نظیر محدود شدن ابزار اندازه‌گیری سنج‌ها به پرسش‌نامه، وجود سؤال‌های بسته و بی‌توجهی به سایر نظرات پاسخ‌دهندگان امکان دارد در فرآیند شکل‌گیری الگوی مفهومی خللی وارد شود. هرچند سعی شد با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد بین‌المللی تا حدودی این نقص جبران شود؛ ولی بهره‌گیری از روش‌های کیفی نیز می‌تواند بر غنای چنین پژوهش‌هایی بیافزاید. از نظر ماهیت محیط مطالعه، محدود شدن به بخش دولتی یکی از محدودیت مهمی بود که نباید از نظر پنهان داشت. امکان دارد اجرای پژوهش در سایر محیط‌ها مثل بخش خصوصی نتایج متفاوت و گاهی متضاد را دربرداشته باشد؛ همچنین محدود شدن به یک موقعیت جغرافیایی برای کسب داده‌ها نیز می‌تواند یکی از محدودیت‌های پژوهش قلمداد شود. در نظر گرفتن پراکندگی جغرافیایی همراه با تفاوت‌های قومی، مذهبی و فرهنگی می‌تواند نتایج را تغییر دهد. از نظر تعداد سازمان‌های مشارکت‌کننده در فرآیند پژوهش نیز علی‌رغم آنکه در ابتدا تصمیم بر آن بود تا کلیه دستگاه‌های اجرایی دولتی اعم از مؤسسه‌های دولتی، بانک‌ها، بیمه‌ها و شرکت‌های دولتی در این پژوهش دخیل باشند؛ ولی به دلیل مشکلاتی از قبیل همکاری نکردن مدیران، محدودیت زمانی و کمبود بودجه لازم، جامعه آماری به ۲۳ دستگاه‌های اجرایی مشمول قانون بودجه جاری استانی محدود شد. از نظر موضوعی نیز شواهد تجربی زیادی در مورد متغیرهای شناسایی شده در کشور وجود نداشت؛ بنابراین مقایسه نتایج پژوهش با مطالعات داخلی امکان‌پذیر نشد. به منظور تعمیم‌یافته‌ها لازم است، پژوهش‌های مشابه در سایر سازمان‌های دولتی و خصوصی انجام پذیرد.

منابع

1. Ang, S., Van Dyne, L., & Begley, T. M. (2003). The employment relationships of foreign workers versus local employees: A field study of organizational justice, job satisfaction, performance, and OCB. *Journal of Organizational Behavior*, 24(5), 561-583.
2. Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D., & Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 173-191.
3. Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*, 36(2), 430-452.
4. Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70.
- Bagozzi, R. P. (2003). "Positive and negative emotions in organizations" in K.S.Cameron, J. E. Dutton & R. E. Quinn (eds), *Positive Organizational Scholarship* (pp. 176-193), San Francisco, Berrett-Koehler.
5. Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.
6. Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quinn, R. E. (2003). An introduction to positive organizational scholarship. *Positive organizational scholarship*. San Francisco: Berrett-Koehler.
7. Chapman, J. W., & Galston, W. A. (1992). *Virtue*. New York: New York University Press.
8. Clifton, D. O., & Harter, J. K. (2003). Investing in strengths. *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*, 111-121.
9. Coyle-Shapiro, J. A. M., & Kessler, I. (2002). Exploring reciprocity through the lens of the psychological contract: Employee and employer perspectives. *European journal of work and organizational psychology*, 11(1), 69-86.
10. Emmons, R. A. (2003). Acts of gratitude in organizations. *Positive organizational scholarship*, 81-93.
11. Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3), 218-226.
12. Gavin J, Mason R. (2004) The virtuous organization: the value of happiness in the workplace. *Org Dyn*, 33(4), 379-92.
13. George, J. M. (1991). State or trait: Effects of positive mood on prosocial behaviors at work. *Journal of applied Psychology*, 76(2), 299.
14. Hackett, R. D., & Wang, G. (2012). Virtues and leadership: An integrating conceptual framework founded in Aristotelian and Confucian perspectives on virtues. *Management Decision*, 50(5), 868-899.
15. Jacob, A.E. J. P., Dolmans, D. H. J. M., Wolfhagen, I. H. A P, and Scherpbier, A. J. J. A. (2003). Validation of a short questionnaire to assess the degree of complexity and structuredness of PBL problems. *Medical Education*, 37(11), 1001-1007.

16. Kets de Vries, M. F. R. (2001). Creating authentizotic organizations: Well-functioning individuals in vibrant companies. *Human Relations*, 54(1), 101-111.
17. Larson, M., & Luthans, F. (2006). Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(2), 75-92.
18. Lilius, J. M., Worline, M. C., Maitlis, S., Kanov, J., Dutton, J. E., & Frost, P. (2008). The contours and consequences of compassion at work. *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 193-218.
19. Luthans, F, K Luthans, RM Hodgetts and BC Luthans (2002). Positive approach to leadership (PAL): Implications for today's organizations. *The Journal of Leadership Studies*, 8(2), 3-20.
20. Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
21. Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
22. Luthans, F., Avolio, B.J. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction, *Personnel Psychology*, 60(16), 541-572.
23. MacIntyre, A. (1984). *After virtue: A study in moral theory* (2nd ed). Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.
24. McNeely, B. L., & Meglino, B. M. (1994). The role of dispositional and situational antecedents in prosocial organizational behavior: An examination of the intended beneficiaries of prosocial behavior. *Journal of applied psychology*, 79(6), 836-844.
25. Murphy, G., Athanasou, J. and King, N. (2002). Job satisfaction and organizational citizenship behavior: a study of Astralian human service professionals. *Journal of Managerial Psychology*, 17(4), 287-297.
26. Muse, L., Harris, S. G., Giles, W. F., & Feild, H. S. (2008). Work-life benefits and positive organizational behavior: Is there a connection? *Journal of Organizational Behavior*, 29(2), 171-192.
27. Park, N., & Peterson, C. (2003). Assessment of character strengths among youth: Progress report on the Values in Action Inventory for Youth. Presentation at the Child Trends, Conference on Indicators of Positive Youth Development, Washington, DC.
28. Piliavin, J. A., & Charng, H. W. (1990). Altruism: A review of recent theory and research. *Annual review of sociology*, 16, 27-65.
29. Podsakoff P. M., Scott B., MacKenzie J., Paine B., and Bachrach G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
30. Podsakoff P. M., MacKenzie S. B., Moorman R. H., Fetter R. (1990). Transformational Leader Behaviors and Their Effects on Followers' Trust in Leader, Satisfaction, and Organizational Citizenship Behaviors. *The Leadership Quarterly* 1(2), 107-142.
31. Rego, A., Ribeiro, N., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of*

Business Research, 64(5), 524-532.

32. Ribeiro, N., & Rego, A. (2009). Does perceived organizational virtuousness explain organizational citizenship behaviors. *International Journal of Social and Human Sciences*, 3, 736-743.

33. Schimmel, S. (1997). *The seven deadly sins: Jewish, Christian, and classical reflections on human nature*. New York: Free Press.

34. Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior: Some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. *Human Resource Management Review*, 12(2), 269-292.

35. Takeuchi R., Chen G., & Lepak D. P. (2009). Through the looking glass of a social system: Cross-level effects of high performance work systems on employees' attitudes. *Personnel Psychology*, 62(1), 1-29.

36. Wright, T. A., & Cropanzano, R. (2000). Psychological well-being and job satisfaction as predictors of job performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 84-94.

37. Wright, T. A., & Quick, J. C. (2009). The emerging positive agenda in organizations: Greater than a trickle, but not yet a deluge. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 147-159.

38. Youssef, C.M., & Luthans, F. (2008). Leveraging psychological capital in virtuous organizations: Why and how. In C. Manz, K. Cameron, K. Manz, & R. Marx (Eds.), *The virtuous organization*, (pp. 131-162). Hackensack, NJ: World Scientific Publishers.

39. Yzerbyt, V. Y., & Leyens, J. P. (1991). Requesting information to form an impression: The influence of valence and confirmatory status. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27(4), 337-356.

40. Rick D.Hackett Wang Gordan, Virtues and leadership. *management Decision* 150(5), 885.