

بررسی تاثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی

اصغر مشبکی اصفهانی*
زینب رضایی**

چکیده

در گذشته، تنها به ثنوری سازی، تحقیق و کاربرد مثبت گرایی در حوزه روانشناسی توجه می شد ولی امروزه تحقیقات مثبت گرایی به حوزه مطالعات سازمانی راه پیدا کرده است. کاربرد روانشناسی مثبت گرا در حوزه سازمانی، تحت عنوان "روانشناسی سازمانی مثبت" خوانده می شود. در زمینه کاربرد روانشناسی مثبت گرا در حوزه سازمان و مدیریت دو رویکرد عمده "رفتار سازمانی مثبت گرا" و "پژوهش های سازمانی مثبت گرا" مطرح است. در سال های اخیر، عمده تحقیقات در این حوزه عمدتاً بر روی رفتارهای سازمانی مثبت گرا متمرکز بوده است. در این پژوهش، به بررسی تاثیر فضیلت سازمانی که یکی از حوزه های کاربردی پژوهش های سازمانی مثبت گرا است، بر روی تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی پرداخته شده است. پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث روش، پیمایشی محسوب می شود. جامعه آماری پژوهش، شامل کارکنان سازمان های متولی امر ساخت و ساز در شهر رشت و ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسش نامه های استاندارد فضیلت سازمانی، تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی و مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج تحلیل داده ها مدل مفهومی ارائه شده را تأیید می نماید. هم چنین نتایج پژوهش نشان دهنده تاثیر مثبت و معنادار فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی و تعلق خاطر کاری و تاثیر مثبت و معنادار تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد می باشد.

واژگان کلیدی: پژوهش های سازمانی مثبت گرا، فضیلت سازمانی، تعلق خاطر کاری، تعهد سازمانی

* عضو هیئت علمی و استاد دانشگاه تربیت مدرس تهران

** دانشجوی دکتری مدیریت سیستم ها دانشگاه تربیت مدرس تهران. نویسنده مسئول Zeinab_rezaee4230@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۲/۱۴

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۷

مقدمه

برای سالیان متمادی روانشناسان بر ابعاد بیمارگونه عملکرد و رفتار بشر متمرکز بودند و کمتر ویژگی‌های مثبت را مدنظر قرار می‌دادند، اما اخیراً جنبشی به وقوع پیوسته که با تمرکز بر جنبه‌های مثبت رفتاری در جستجوی رشد و توسعه فرد، سازمان و جامعه است (Luthans & Jensen, 2002). هدف این جنبش که تحت عنوان "روانشناسی مثبت‌گرا" نامیده می‌شود، اولاً کمک به افراد سالم برای برخورداری از شادی و بهره‌وری بیشتر و دوم، کمک به شکوفایی قابلیت‌های انسانی است (Luthans et al., 2004). مارتین سلیگمان^۱ رئیس مرکز روانشناسی آمریکا، روانشناسی مثبت‌گرا را به عنوان مطالعه‌ای علمی از توانمندی‌ها، بهزیستی و عملکرد بهینه (Duckworth et al., 2005) و همچنین به عنوان "علم تجربیات ذهنی مثبت^۲، خصیصه‌های شخصی مثبت^۳ و نهادهای مثبت و سالم^۴ تعریف نمود. در سال ۲۰۰۶، پترسون^۵ با در نظر گرفتن تعریف سلیگمان به تشریح سه بخش اصلی روانشناسی مثبت‌گرا پرداخت. وی بیان نمود رکن سوم یعنی نهادهای مثبت، فرایند رشد و توسعه انسان‌ها را جهت دستیابی به دو رکن اول تسهیل می‌نماید (Donaldson & ko, 2011). از آنجایی که سازمان نیز یک نهاد است و منابع انسانی آن که با ارزش‌ترین دارایی و مهم‌ترین مزیت رقابتی آن محسوب می‌شوند ساعات مهمی از شبانه‌روز خود را در آن می‌گذرانند، تحقیقات حوزه مثبت‌گرایی به مطالعات سازمانی راه یافت. یکی از مباحث این حوزه، مفهوم "فضیلت سازمانی" و ایجاد سازمان‌های فضیلت‌مدار می‌باشد. دنیای کسب‌وکار مدرن امروزی اگرچه از بسیاری از جنبه‌های رقابتی به سرعت در حال پیشرفت است ولی متأسفانه توجه اندکی به مباحثی چون فضیلت‌مداری دارد. کلماتی چون فضیلت، امیدواری، شرافت به‌طور معمول مرتبط با محیط تجاری رقابتی مدرن نمی‌باشند. برد و واتر (۱۹۸۹)^۶ اذعان نمودند که زبان کسب‌وکار مدرن "از نظر اخلاقی خاموش است"^۷. (Caza et al, 2004). لذا در این دنیای مدرن می‌توان با توسعه رفتارهای فضیلت‌مدارانه

1- Seligman

2- Positive Subjective experience

3- Positive individual traits

4- Positive institution

5- Peterson

6- Bird & Water

7- Modern Business language is morally mute

که با مواردی چون توسعه خوشبینی، اعتماد، شفقت، انسجام و بخشش در سازمان همراه است ماندگاری سرمایه‌های انسانی را تا حد زیادی ارتقا داد. دلیل این امر تحقیقاتی است که نشان‌دهنده تأثیر مثبت درک از فضیلت مداری سازمان بر روی افزایش تعلق خاطر کاری کارکنان و ارتقا تعهدشان نسبت به سازمان است (Rego et al., 2010, 2011; Fabian, 2012). لذا تعلق خاطر کاری مؤلفه دیگری است که در این پژوهش مورد بررسی قرار خواهد گرفت. صاحب‌نظران حوزه روانشناسی مثبت سازمانی، تعلق خاطر کاری را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مورد توجه این حوزه عنوان نموده‌اند (Bakker et al., 2008) که در سال‌های اخیر توجه به تحقیقات در آن توسعه یافته است. تعهد سازمانی نیز امروزه به‌عنوان یک نگرش مهم شغلی مورد توجه بسیاری از پژوهشگران حوزه رفتار سازمانی و روانشناسی قرار گرفته است. تعهد به‌عنوان یک مفهوم مدیریتی، می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی رقابتی مورد توجه قرار گرفته و به مزیت رقابتی منجر می‌شود (فرهنگی، ۱۳۸۴). با مرور ادبیات تحقیق، این نتیجه حاصل می‌شود که اگرچه در تحقیقات گذشته روابط بین متغیرهای پژوهش به‌صورت دوه‌دو مورد بررسی قرار گرفته ولی پژوهش حاضر اولین پژوهشی است که به بررسی روابط همزمان این سه متغیر پرداخته است. همچنین در این پژوهش به بررسی تأثیر عامل فضیلت سازمانی که تاکنون در پژوهش‌های داخلی به‌وضوح مورد بررسی قرار نگرفته، به‌طور همزمان بر روی دو نوع از احساس تعهد، که یکی نسبت به کار (تعلق خاطر کاری) و دیگری نسبت به سازمان (تعهد سازمانی) است، پرداخته شده است. با توجه به موارد بیان‌شده، سؤالات اساسی پژوهش حاضر بدین شرح خواهد بود: ۱- آیا فضیلت مداری سازمان منجر به افزایش تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی در کارکنان خواهد شد؟ ۲- آیا بهبود تعلق خاطر کاری در کارکنان، بر روی افزایش تعهدشان نسبت به سازمان مؤثر است؟ و درنهایت این‌که اهداف اصلی پژوهش حاضر نیز، بررسی اثر فضیلت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان و تعهد سازمانی کارکنان و همچنین بررسی اثر تعلق خاطر کاری کارکنان بر روی تعهد سازمانی کارکنان می‌باشد.

مروری بر ادبیات تحقیق

روانشناسی مثبت سازمانی

ظهور روانشناسی مثبت گرا در محیط کاری تحت عناوینی چون، محیط کاری مثبت^۱، سازمان مثبت گرا^۲، رفتار سازمانی مثبت گرا^۳، پژوهش سازمانی مثبت گرا^۴، روانشناسی سلامت حرفه‌ای مثبت گرا^۵ آغاز شد (Donaldson & Dollwet, 2013). امروزه در زمینه کاربرد روانشناسی مثبت گرا در حوزه سازمان و مدیریت دو رویکرد مطرح است. رویکرد اول رفتار سازمانی مثبت گرا (POB) نام دارد که بیشتر بر جنبه‌های خرد رفتار سازمانی و آن دسته از حالات مثبت شخصیت انسانی که قابل توسعه و پرورش هستند، تأکید دارد که منجر به شکل‌گیری مفهوم بسیار مهم "سرمایه روان‌شناختی" شده است. این حوزه به دلیل سنجش پذیری مناسب در سال‌های اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب نموده است (Gupta et al., 2012; Luthans et al., 2009 & 2008 & 2005; Avey et al., 2009 & 2008). اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۱، بابائیان و همکاران، ۱۳۹۱) و اما حوزه دوم پژوهش‌های سازمانی مثبت گرا (POS) است که بیشتر بر ایجاد و توسعه سازمان‌های مثبت تأکید دارد (Donaldson & ko, 2011). تاکنون به حوزه دوم در مقایسه با رویکرد اول کمتر پرداخته شده است. لذا در این پژوهش به بررسی این حوزه و یکی از مهم‌ترین بخش‌های آن یعنی فضیلت سازمانی پرداخته می‌شود.

پژوهش‌های سازمانی مثبت گرا و فضیلت سازمانی

کامرون^۶ (۲۰۰۳) پژوهش‌های سازمانی مثبت گرا را به‌عنوان مطالعه نتایج مثبت به‌خصوص، فرایندها و ویژگی‌های سازمان و اعضایش تعریف نمود. طبق نظر روبرت^۷ (۲۰۰۵) ایده اساسی POS فهمیدن و درک محرک‌های رفتارهای مثبت در محیط کاری است که می‌تواند سازمان‌ها را جهت رشد به سمت سطوح بالاتر موفقیت،

1- Positive work place
2- Positive organization
3- Positive Organizational Behavior
4- Positive Organizational Scholarship
5- Positive occupational health psychology
6- Cameron
7- Robert

توانمند سازد. POS از جمله حرکت‌های نوین و جدید در مطالعات سازمانی است که تمرکز آن بر روی پویایی‌هایی که در جهت هدایت نقاط قوت انسان‌ها، تولید تاب‌آوری، پرورش سرزندگی، و ایجاد شخصیت‌های مافوق نقش عملکرد سازمانی است، می‌باشد. (Dutton et al, 2005). از جمله موضوعاتی که شکل‌دهنده ساختار POS هستند می‌توان به مواردی چون، قوت و استحکام^۱، تاب‌آوری^۲، حیات و سرزندگی^۳، اعتماد^۴، فضیلت سازمانی^۵، انحراف مثبت^۶، خارق‌العادگی^۷، معناداری^۸ اشاره نمود (Sekerka et al, 2013). عوامل بیان‌شده در بالا، با گشودن قابلیت‌ها برای عناصری مانند خلاقیت، تحولات ارتباطی، تربیت احساسات مثبت و روابط باکیفیت در سازمان‌ها می‌توانند منابع پایداری را از قابلیت‌ها که می‌تواند به کامیابی سازمان کمک کند، ایجاد نمایند. POS یک چارچوب مفهومی در جهت سازمان‌دهی و یکپارچگی تحقیقات در زمینه ایجاد و تقویت سازمان‌های مثبت، ارائه می‌دهد و تمرکز آن بر روی آنچه در سازمان، مثبت، شکوفا و حیات‌بخش است، می‌باشد (Sekerka, 2013). مفهوم فضیلت سازمانی یکی از مهم‌ترین و قابل‌اندازه‌گیری‌ترین بخش‌های پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا می‌باشد. امروزه پژوهشگران بسیاری بر اهمیت ورود فضیلت در مباحث مدیریتی و کسب‌وکار تأکید می‌نمایند. طبق نظر برایت و همکاران^۹ (۲۰۰۶) فضیلت اشاره به دستیابی به بالاترین آرمان در حالات انسانی دارد. فضایل، عادات، تمایلات و اقداماتی هستند که تولید خوبی‌های اجتماعی و فردی می‌نمایند (Rego et al, 2011). طبق نظر پترسون و سلیگمان فضایل می‌تواند به‌عنوان ویژگی‌های اصلی که توسط فلاسفه اخلاقی و متفکران مذهبی موردستایش می‌باشد بیان شود که شامل ۶ طبقه وسیع خرد و دانش، شجاعت و جسارت، عشق و دوست داشتن، عدالت، اعتدال و میانه‌روی و برتری می‌باشد. برایت و همکاران در اولین نوشته‌های خود سه ویژگی را برای فضایل شناسایی نمودند:

• اثر انسانی: تمایلات و فعالیت‌هایی که بدون اثر مثبت بر روی انسان‌ها باشد فضیلت

1- Strength
2- resilience
3- Vitality
4- trust
5- Organizational Virtuousness
6- positive deviance
7- extraordinariness
8- meaning
9- Bright et al;

شمرده نمی‌شود.

- نیکویی اخلاقی: آن چیزی است که به‌عنوان عملی تحسین‌برانگیز و مطلوب و درست در جامعه مطرح باشد.
- مزیت اجتماعی بی‌قید و شرط: فضیلت از منافع شخصی افراد عبور می‌کند و ارزش‌های اجتماعی را جهت ایجاد مزیت برای اجتماع فراهم می‌آورد. در سال ۲۰۱۲ کمرون و وین^۱ بیان نمودند که فضایل شامل ویژگی‌های کلیدی اضافه‌تری نیز می‌باشند.
- فرض شادی آوردن‌گی: اذعان دارد که تمام مردم حتی به میزان اندک تمایل جهت جستجوی خوبی دارند
- فرض ارزش ذاتی: این فرض به‌عنوان آرمانی جهت جستجوی خوبی به‌عنوان اولین نیت می‌باشد. فضیلت به‌عنوان ابزاری نیست که افراد از آن به‌عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به اهداف نهایی مشتاق باشند، بلکه به‌خودی‌خود هدف است (Bright et al, 2013).
ورود این مفهوم به حوزه سازمانی، مدیریتی و کسب‌وکار، منجر شد که کمرون و همکاران (۲۰۰۴) پنج مؤلفه را جهت اندازه‌گیری آن بیان نمایند:
(۱) خوش‌بینی سازمانی^۲: به معنی این است که اعضای سازمان به این اعتقاد برسند که حتی در صورت مواجهه با چالش‌های عمده موفق خواهند شد.
(۲) اعتماد سازمانی^۳: اعتماد سازمانی نشان‌دهنده حاکمیت حسن نیت، توجه و اعتماد در سازمان (بین اعضای سازمان و اعضای سازمان نسبت به رهبر سازمان) است
(۳) شفقت سازمانی^۴: به این معنی است که افراد مراقب هم هستند و این شفقت‌ها سو توجهات در قالب مشترک است.
(۴) یکپارچگی (انسجام) سازمانی^۵: که اشاره به صداقت، اعتماد و احترامی است که در سازمان نفوذ کرده و پخش شده است.
(۵) بخشش سازمانی^۶: اشتباهات سریعاً بخشیده شده و به‌عنوان فرصتی برای یادگیری و دستیابی به استانداردهای بالاتر تلقی می‌شود (Rego et al, 2011). در پژوهش حاضر

1- Cameron & Winn
2- Organizational optimism
3- Organizational trust
4- Organizational compassion
5- Organizational integrity
6- Organizational forgiveness

نیز جهت بررسی فضیلت سازمانی از این پنج مفهوم استفاده خواهد شد.

تعلق خاطر کاری

ویلیام کان به عنوان اولین پژوهشگر حوزه تعلق خاطر، این مفهوم را استفاده کردن از تمام وجود خویشتن در جهت ایفای نقش های کاری تعریف می کند. در تعلق خاطر کاری، افراد تمام ابعاد فیزیکی، شناختی و عاطفی خویش را در ایفای نقش به کار می گیرند. فقدان تعلق خاطر به معنای منفک کردن خویشتن از نقش های کاری است (عسیبی خانی و همکاران، ۱۳۹۱). تعلق خاطر کاری با مفاهیمی چون حالت های ذهنی مثبت، رضایت بخش و مرتبط با کار به وسیله سه شاخص سرزندگی^۱، فدایی شدن^۲ و مجذوب شدن^۳ مشخص می شود. سرزندگی به بالا بودن سطح انرژی و تاب آوری ذهنی در زمان کار، فدایی شدن به درگیر شدن شدید شخص با کار و تجربه، حس معناداری، اشتیاق و چالش و در نهایت مجذوب شدن به تمرکز کامل و مجذوب شدن شادمانه در کار که به موجب آن زمان برای فرد به سرعت گذشته و جدا شدن از کار برای فرد مشکل است، اشاره دارد. (Schaufelli & Bakker, 2003). با ایجاد تعلق خاطر کاری در کارکنان هم افزایی مثبتی بین فرد و سازمان رخ می دهد که برای هر دو گروه پیامدهای مثبتی به همراه خواهد داشت. این پیامدها می تواند شامل نگرش های شغلی مثبت، شناخته شدن قوی با کار (رضایت شغلی و تعهد سازمانی)، سلامت ذهنی و روانی شامل احساسات مثبت و کاهش تحلیل رفتگی، عملکرد درون شغلی و برون شغلی بهتر، افزایش انگیزش درونی، ابتکار عمل فردی و رفتار پیش قدم، کسب منابع شغلی و شخصی باشد (عسیبی خانی و همکاران، ۱۳۹۱).

تعهد سازمانی

تعهد سازمانی قدرت نسبی شناخته شدن و مشارکت در یک سازمان خاص است که حداقل به وسیله سه عامل باور قوی و پذیرش اهداف و ارزش های سازمان، تمایل به اعمال تلاش قابل توجه به نیابت از سازمان و تمایل قوی به تداوم عضویت در سازمان

1- Vigor
2- Dedication
3- Absorption

متمایز می‌شود (مشبکی، دوستار، ۱۳۸۶). مایر و همکاران در همین راستا، سه بعد را جهت بررسی تعهد سازمانی که عبارت‌اند از: تعهد عاطفی که شامل وابستگی عاطفی مثبت به سازمان، تعهد هنجاری که عبارت است از احساس التزام و دین به سازمان و تعهد مستمر که اشاره به تعهد به سازمان به دلیل بالا بودن هزینه‌های از دست‌داند عضویت در سازمان را معرفی نمودند (Meyer et al, 1993). کارکنان با تعهد سازمانی بالا، بر طبق خواست و اراده شخصی خویش در سازمان ادامه کار می‌دهند (Meyer & Allen, 1999). تعهد سازمانی تأثیر مثبتی بر عملکرد شغلی، رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی دارد (Allen & Meyer, 1996; Meyer & Allen, 1997).

پیشینه پژوهش

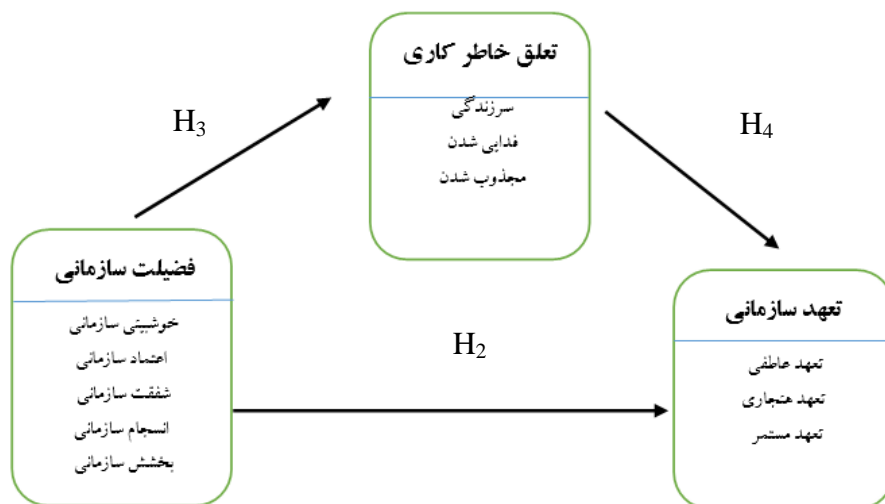
در این بخش سابقه‌ای از تحقیقات گذشته در رابطه با عوامل اصلی تشکیل‌دهنده پژوهش ارائه می‌شود. یکی از اولین پژوهش‌ها در حوزه فضیلت سازمانی را کمرون و همکاران در سال ۲۰۰۴ انجام دادند. در این پژوهش اثر مثبت فضیلت سازمانی بر عملکرد موردبررسی قرار گرفت (Cameron et al, 2004). در سال ۲۰۱۱ رگو و همکارانش که از شناخته‌شده‌ترین پژوهشگران در حوزه فضیلت سازمانی می‌باشند پس از پژوهش موفق خود در سال ۲۰۱۱ که منجر به شناسایی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی گردید، پژوهش دیگری را درباره رابطه بین فضیلت سازمانی و تعهد سازمانی انجام دادند، نتایج پژوهش نشان داد که فضیلت سازمانی اثر مثبت و معناداری بر روی تعهد سازمانی دارد. در این پژوهش متغیر شادکامی به‌عنوان متغیر میانجی موردبررسی قرار گرفت (Rego et al, 2010, Rego et al 2011). در رابطه با تأثیر مثبت فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی ایمنز^۱ (۲۰۰۳) دریافت که درک مثبت از فضیلت سازمانی باعث احساس قدرشناسی در کارکنان می‌شود. در تحقیقات دیگر کویل و شفیرو^۲ (۲۰۰۲) و ایزنبرگر و همکاران^۳ (۲۰۰۱) تأثیر مثبت درک از فضائل سازمانی بر روی درک از حمایت سازمانی، انعقاد رابطه روان‌شناختی با سازمان که متقابلاً با سطح بالاتر تعهد سازمانی در ارتباط است را نشان دادند. در واقع احساس

1- Emmons

2- Coyle- Shapiro

3- Eisenburger et al.,

انجام کار معنادار در کارکنان ممکن است باعث شود که آنها تماماً (از لحاظ فیزیکی، ذهنی، احساسی و معنوی) خود را وقف سازمان نمایند و بیش از حد تعیین شده حدود وظایف خود کارکنند که این باعث می شود که در نهایت آنها پیوند عاطفی بیشتری با سازمان خویش پیدا کنند (Gavin & Masson, 2004). فابین^۱ (۲۰۱۲) به بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از اثر مثبت فضیلت مثبت سازمانی بر روی تعلق خاطر کاری می باشد. دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۲) فضیلت سازمانی را به عنوان یکی از پیشایندهای مؤثر بر جو روان شناختی سازمان که در نهایت بر روی بهره‌وری سازمانی تأثیر خواهد گذاشت، برشمردند. همچنین تحقیقات متعددی در رابطه با تأثیر تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی انجام شده است (فانی و همکاران، ۱۳۹۰، عسیبی خانی و همکاران، ۱۳۹۱، Simons and Buitendach, 2013 ; Ageyemang et al, 2013 ; Cho et al, 2006 ; Saks, 2006)، که کلیه تحقیقات فوق بر تأثیر مثبت و معنادار تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی تأکید دارند. در نهایت با توجه به پیشینه پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر خواهد بود:



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

۱. فرضیه ۱. بین هریک از عوامل مدل مفهومی پژوهش و شاخص‌های آن ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
۲. فرضیه ۲. فضیلت سازمانی اثر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارد.
۳. فرضیه ۳. فضیلت سازمانی اثر مثبت و معناداری بر تعلق خاطر کاری دارد.
۴. فرضیه ۴. تعلق خاطر کاری اثر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری، فنون جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش‌شناسی این پژوهش بر اساس مدل پیاز پژوهش، از نظر هدف: کاربردی؛ استراتژی: پیمایش؛ شیوه پژوهش: کمی؛ افق زمانی: تک مقطعی؛ و رویه و تکنیک جمع‌آوری داده، پرسش‌نامه می‌باشد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۷). جامعه آماری این پژوهش شامل سازمان‌های متولی ساخت و ساز در شهر رشت که عبارت‌اند از سازمان راه و شهرسازی، سازمان نو سازی مدارس، سازمان بنیاد مسکن و سازمان نظام‌مهندسی ساختمان می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. به طوری که بر این اساس حجم نمونه در حدود ۱۸۹ نفر به دست آمد ولی از آنجایی که روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق از نوع معادلات ساختاری می‌باشد لازم است که به ملاحظات موجود در رابطه با تعیین حجم نمونه در این روش نیز توجه شود در همین راستا کامری (۱۹۷۳) پیشنهاد کرده که گروه نمونه ۲۰۰ نفری نسبتاً مناسب است، هم‌چنین بر اساس یک قانون دیگر بیان شده که تجزیه و تحلیل قابل قبول مستلزم گروه نمونه‌ای است که حجم آن دست کم ۱۰ یا ۲۰ برابر عده متغیرهایی باشد که در ماتریس همبستگی وارد می‌شود (هومن، ۱۳۹۰: ۳۸۰). لذا با توجه به موارد بالا حدود ۲۸۰ پرسش‌نامه توزیع شد که در نهایت ۲۰۳ عدد آن‌ها بازگشت داده شد برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزارهای SPSS20 و LISREL 8.7 انجام شده است.

پایایی و روایی ابزار سنجش

جهت سنجش ابعاد فضیلت سازمانی از پرسش نامه ۱۵ گویه و استاندارد کمرون و همکاران^۱ (۲۰۰۴) که بر اساس ۵ مؤلفه (خوش بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، شفقت سازمانی، انسجام سازمانی و بخشش سازمانی) طراحی شده، استفاده شده است. رگو و همکاران^۲ (۲۰۱۱) پایایی این پرسش نامه را بر اساس روش آلفای کرونباخ ۰,۹ و فابین^۳ (۲۰۱۲)، ۰,۸۱ گزارش کرده اند. جهت سنجش تعلق خاطر کاری از پرسش نامه ۱۷ گویه ای UWES شاولفی و همکاران^۴ استفاده شده است که پایایی آن توسط شاولفی و همکاران (۲۰۰۶) برای تمامی ابعاد آن بین ۰,۷ تا ۰,۹، توسط فانی و همکاران (۱۳۹۰) بالای ۰,۷ و توسط فابین (۲۰۱۲)، ۰,۸۳ گزارش شده است. جهت سنجش ابعاد تعهد سازمانی نیز از پرسش نامه ۲۴ گویه ای آلن و مایر (۱۳۹۰) استفاده شده، که پایایی آن در اکثر پژوهش ها مقدار قابل قبول بالای ۰,۷ به دست آمده است (Meyer et al, 1990, نصر اصفهانی، ۱۳۹۰، فانی و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش نیز جهت بررسی پایایی پرسش نامه ابتدا یک نمونه ۳۵ تایی از پرسش نامه ها جمع آوری شده که پایایی تمامی ابعاد متغیرهای پژوهش دارای مقدار قابل قبول بالای ۰,۷ بوده و پایایی نهایی آنها، برای عامل فضیلت سازمانی ۹۲ درصد، تعلق خاطر کاری ۹۵ درصد، و تعهد سازمانی ۸۸ درصد به دست آمده است. اعداد بالای به دست آمده نشان دهنده پذیرفته بودن پرسش نامه از لحاظ علمی می باشد. هم چنین مقدار آلفای کرونباخ نهایی برای هر یک از متغیرهای پژوهش به صورت جدول زیر می باشد:

جدول ۱. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	خوش بینی سازمانی	اعتماد سازمانی	شفقت سازمانی	انسجام سازمانی	بخشش سازمانی	زندگی سر	فدایی شدن	مجدوب شدن	تعهد عاطفی	تعهد هیجاری	تعهد مستمر
آلفای کرونباخ (%)	۷۲	۷۶	۷۵	۷۶	۷۳	۸۳	۹۰	۸۵	۸۱	۷۰	۷۷

1- Cmeron et al.,
2- Rego et al.,
3- Fabian
4- Schaufeli et al.,

روایی پرسش‌نامه حاضر از دو بعد روایی محتوا و سازه مورد بررسی قرار گرفت، از آنجایی که پرسش‌نامه‌های حاضر استاندارد بوده، مبتنی بر مطالعات قبلی بوده و در پژوهش‌های متعددی استفاده شده از این روایی محتوای آن‌ها محرز فرض می‌شود اما به منظور اطمینان از بومی‌سازی گویه‌های ابزار، پرسش‌نامه در اختیار برخی از استادان حوزه مدیریت قرار گرفت. روایی سازه دلالت بر آن دارد که نتایج به دست آمده از کاربرد سنج‌ها تا چه حدی با تئوری‌هایی که آزمون بر اساس آن‌ها طراحی شده، سازگاری دارد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۴۸). یکی از مؤثرترین روش‌ها جهت تعیین روایی سازه روش تحلیل عاملی می‌باشد، بدین ترتیب پس از اجرای تحلیل عاملی بر روی گویه‌های پرسش‌نامه تعدادی از آن‌ها که دارای واریانس اشتراک استخراجی نامناسب بودند (عمدتاً زیر ۰,۵)، جهت برازش بهتر مدل حذف شدند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که ۳۲ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و ۶۸ درصد مرد می‌باشند. در این پژوهش از روش مدل یابی معادلات ساختاری جهت بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. یک مدل کامل معادله ساختاری شامل دو مؤلفه است: یک مدل ساختاری که ساختار علی مفروض بین متغیرهای مکنون را مشخص می‌نماید و یک مدل اندازه‌گیری که روابط بین متغیرهای اندازه‌گیری شده و متغیرهای مکنون را تعریف می‌کند (هومن، ۱۳۹۰: ۵۰۳). از آنجایی که برای سنجش فرضیه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر استفاده شده لذا لازم است در ابتدا سازگاری داده‌ها و معناداری روابط آن‌ها تست شود. جهت این کار از دو آزمون KMO جهت تعیین کفایت حجم نمونه و آزمون بارتلت برای آزمون میزان معناداری روابط بین عوامل مورد نظر استفاده شده است. همان‌طور که در جدول ۲ مشخص است، شاخص KMO داری مقداری نزدیک به عدد ۱ است که نشان‌دهنده کفایت نمونه و مناسب بودن تحلیل عاملی برای عوامل است. هم‌چنین معنادار شدن آزمون بارتلت نیز نمایانگر روابط معناداری بین متغیرهای تحلیل عاملی و مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی است.

جدول ۲. نتایج آزمون KMO و بارتلت

نتیجه آزمون	مقادیر برست آمده						شاخص
	تعهد سازمانی		تعلق خاطر کاری		فضیلت سازمانی		
کفایت نمونه گیری در حد بسیار خوب است.	۰,۸۳۶		۰,۹۳۱		۰,۹۱۲		KMO
آزمون بارتلت معنادار است.	۱۶۶۷,۲۴	X ²	۲۲۶۲,۶۲	X ²	۱۳۸۴,۰۴	X ²	آزمون بارتلت
	۲۷۶	df	۱۳۶	df	۱۰۵	df	
	۰/۰۰۰	p-value	۰/۰۰۰	p-value	۰/۰۰۰	p-value	

بررسی فرضیه اول و آزمون مدل‌های اندازه‌گیری

قبل از انجام آزمون مدل ساختاری برای اطمینان از صحت مدل اندازه‌گیری از روش تحلیل عاملی تأییدی جهت آزمون مدل‌های اندازه‌گیری استفاده می‌شود. در روش تحلیل عاملی تأییدی روابط بین مجموعه‌ای از شاخص‌ها و عوامل مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت به برآورد بار عاملی پرداخته می‌شود. در واقع در این تحلیل ارتباط بین متغیرهای مکنون (عوامل) و متغیرهای مشاهده‌پذیر (گویه‌ها) مورد بررسی قرار می‌گیرد. بار عاملی معرف همبستگی شاخص با عامل مربوطه است، در نتیجه تفسیر آن مشابه با تفسیر آزمون همبستگی است (هومن، ۱۳۹۰: ۲۶۶). جدول ۳ نتایج مربوط به تحلیل عاملی تأییدی را برای سه عامل مدل مفهومی پژوهش نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود بارهای عاملی مناسب و معنادار می‌باشند. در ستون انتهایی ۸ شاخص برازش مدل برای هر عامل گزارش شده و همان‌طور که مشاهده می‌شود تمام شاخص‌ها دارای برازش مناسب می‌باشد. ملاک مناسب بودن شاخص‌های برازش مدل برای شاخص X^2/df مقدار کمتر از ۳، RMSEA کمتر از ۰,۱، AGFI بیشتر از ۰,۸ و سایر شاخص‌ها بالای ۰,۹ می‌باشد.

جدول ۳. خلاصه نتایج تحلیل عاملی تأیید و برازش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

عامل	شاخص	سؤالات	بار عاملی	آماره T	R ²	شاخص‌های برازش
خوش‌بینی سازمانی		ORG OP1	۰,۵۷	۷,۸۵	۰,۳۲	
		ORG OP2	۰,۶۳	۸,۹۰	۰,۳۹	
		ORG OP3	۰,۸۲	۱۱,۸۱	۰,۶۷	

شاخص های برازش	R ²	T	آماره T	بار عاملی	سؤالات	شاخص	عامل		
$\chi^2_{15} = X^2 / df$ RMSEA=۰,۰۷۶ NFI=۰,۹۵ NNFI=۰,۹۷ CFI=۰,۹۷ IFI=۰,۹۷ RFI=۰,۹۴ GFI=۰,۹۱ AGFI=۰,۸۶	۰,۵۴	۱۱,۴۷	۰,۷۴	۰,۷۴	ORG TRU1	اعتماد سازمانی	فضیلت سازمانی		
	۰,۵۷	۱۲,۲۱	۰,۷۶	۰,۷۶	ORG TRU2				
	۰,۴۶	۱۰,۵۳	۰,۶۸	۰,۶۸	ORGTRU 3				
	۰,۵۹	۱۱,۵۸	۰,۷۷	۰,۷۷	ORG COM1	شفقت سازمانی			
	۰,۴۶	۱۰,۳۴	۰,۶۸	۰,۶۸	ORG COM2				
	۰,۴۲	۹,۸۸	۰,۶۵	۰,۶۵	OEG COM3				
	۰,۴۹	۱۰,۵۹	۰,۷	۰,۷	ORG INT1	انسجام سازمانی			
	۰,۵۰	۱۰,۷۴	۰,۷۱	۰,۷۱	ORGINT2				
	۰,۶۲	۱۲,۲۳	۰,۷۹	۰,۷۹	ORG FOR1	بخشش سازمانی			
	۰,۵۹	۱۱,۳۷	۰,۷۷	۰,۷۷	ORG FOR2				
$\chi^2_{18} = X^2 / df$ RMSEA=۰,۰۹۵ NFI=۰,۹۶ NNFI=۰,۹۷ CFI=۰,۹۸ IFI=۰,۹۸ RFI=۰,۹۵ GFI=۰,۸۹ AGFI=۰,۸۴	۰,۴۰	۸,۸۹	۰,۶۴	۰,۶۴	VIG ENG 1	نیرومندی	تعلق خاطر کاری		
	۰,۴۰	۸,۸۹	۰,۶۴	۰,۶۴	VIG ENG2				
	۰,۴۷	۹,۴۸	۰,۶۹	۰,۶۹	VIG ENG 3				
	۰,۲۷	۷,۵۰	۰,۵۲	۰,۵۲	VIG ENG4				
	۰,۶۲	۱۲,۱	۰,۷۹	۰,۷۹	DED ENG 1	وقف خود			
	۰,۷۹	۱۴,۷۴	۰,۸۹	۰,۸۹	DED ENG2				
	۰,۶۸	۱۳,۴۱	۰,۸۳	۰,۸۳	DED ENG3				
	۰,۵۴	۱۱,۴۶	۰,۷۴	۰,۷۴	DED ENG4				
	۰,۶۵	۱۲,۹۹	۰,۸۱	۰,۸۱	DED ENG5				
	۰,۵۹	۱۱,۳۱	۰,۷۷	۰,۷۷	ABS ENG1	جذب			
	۰,۵۹	۱۱,۳۱	۰,۷۷	۰,۷۷	ABS ENG2				
	۰,۵۹	۱۱,۳۱	۰,۷۷	۰,۷۷	ABS ENG3				
	$\chi^2_{92} = X^2 / df$ RMSEA=۰,۰۹۸ NFI=۰,۸۷ NNFI=۰,۸۹ CFI=۰,۹۱ IFI=۰,۹۱ RFI=۰,۸۴ GFI=۰,۸۵ AGFI=۰,۷۹	۰,۲۵	۷,۲۰	۰,۵	۰,۵	AFF COM1		تعهد عاطفی	تعهد سازمانی
		۰,۱۱	۴,۶۴	۰,۳۴	۰,۳۴	AFF COM2			
۰,۱۵		۵,۴۵	۰,۳۹	۰,۳۹	AFF COM3				
۰,۵۱		۱۱,۲۵	۰,۷۲	۰,۷۲	AFF COM4				
۰,۷۳		۱۴,۴۷	۰,۸۶	۰,۸۶	AFF COM5				
۰,۷۰		۱۳,۸۶	۰,۸۴	۰,۸۴	AFF COM6				
۰,۲۷		۷,۱۷	۰,۵۲	۰,۵۲	CON COM1	تعهد مستمر			
۰,۳۸		۸,۸۶	۰,۶۲	۰,۶۲	CON COM2				
۰,۳۲		۸,۰۴	۰,۵۷	۰,۵۷	CON COM3				
۰,۳۶		۸,۴۸	۰,۶	۰,۶	CON COM4				
۰,۱۶		۵,۵۳	۰,۴۱	۰,۴۱	CON COM5				
۰,۶۲		۱۰,۲۴	۰,۷۹	۰,۷۹	NOR COM1	تعهد هنجاری			
۰,۳۹		۸,۸۴	۰,۶۳	۰,۶۳	NOR COM2				
۰,۵۱		۹,۸۵	۰,۷۲	۰,۷۲	NOR COM3				
۰,۰۷		۴,۷۱	۰,۲۷	۰,۲۷	NOR COM4				
۰,۱۲	۴,۶۹	۰,۳۶	۰,۳۶	NOR COM5					

با توجه به مناسب بودن کلیه شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری و هم‌چنین مناسب بودن بارهای عاملی و ضرایب معناداری حاصل از تحلیل عاملی تأییدی، مدل‌های اندازه‌گیری فضیلت سازمانی، تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی جهت ورود به معادلات ساختاری و بررسی روابط بین متغیرهای مکنون مناسب می‌باشند.

بررسی فرضیات دوم تا چهارم

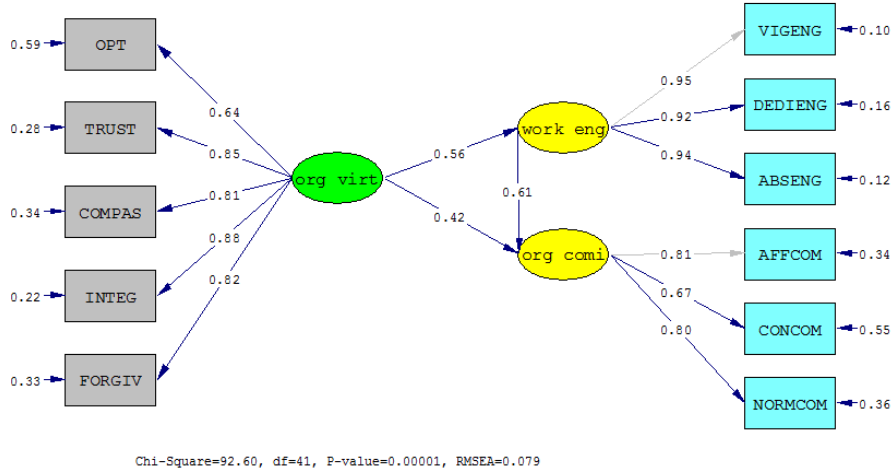
پیش از بررسی مدل کامل پژوهش، جهت بررسی اولیه فرضیات تحقیق از میزان ضریب همبستگی پیرسون در تحلیل رگرسیون استفاده شده که نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون مطابق جدول ۴ می‌باشد:

جدول ۴. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون

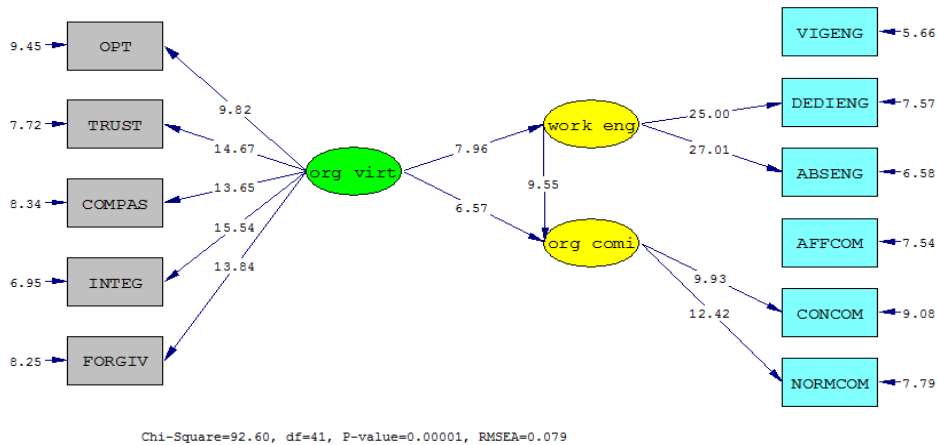
نتیجه آزمون فرضیه	سطح معنی‌داری	مقدار آماره F	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	متغیر
فرضیه دوم تأیید شد.	۰/۰۰۰	۱۲۵,۴۶۲	۰,۳۸۴	۰,۶۲	وابسته: تعهد سازمانی مستقل: فضیلت سازمانی
فرضیه سوم تأیید شد.	۰/۰۰۰	۶۵,۱۳۱	۰,۲۴۵	۰,۴۹۵	وابسته: تعلق خاطر کاری مستقل: فضیلت سازمانی
فرضیه چهارم تأیید شد.	۰/۰۰۰	۱۹۷,۳۶۷	۰,۴۹۵	۰,۷۰۴	وابسته: تعهد سازمانی مستقل: تعلق خاطر کاری

برآورد و آزمون مدل ساختاری پژوهش (مدل کامل پژوهش)

پس از اطمینان نسبی از قابل قبول بودن مدل‌های اندازه‌گیری می‌توان به برآورد و آزمون مدل مفهومی پژوهش از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری پرداخت. از آنجایی که مدل مفهومی پژوهش درصدد بررسی روابط علی بین سه عامل می‌باشد، جهت فراهم شدن امکان تحلیل همزمان از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. شکل‌های ۱ و ۲ خروجی نرم‌افزار لیزرل را در دو حالت استاندارد و معناداری نشان می‌دهد. هم‌چنین در جدول ۵ وضعیت شاخص‌های برازش مدل را که همه در شرایط مطلوب می‌باشند، نشان داده شده‌اند.



شکل ۱. تحلیل مسیر مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین استاندارد



شکل ۲. تحلیل مسیر مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل

AGFI	GFI	RFI	IFI	CFI	NNFI	NFI	RMSEA	X ² /df	شاخص‌های برازش مدل
۰٫۸۸	۰٫۹۲	۰٫۹۶	۰٫۹۸	۰٫۹۸	۰٫۹۸	۰٫۹۷	۰٫۰۷۹	۲٫۲۵	مقدار به‌دست‌آمده

همان‌طور که نتایج حاصل از تحلیل مسیر مدل پژوهش نشان می‌دهد، کلیه فرضیات پژوهش تأیید شده‌اند، به‌گونه‌ای که فضیلت سازمانی با ضریب مسیر ۰٫۵۶ تأثیر مثبت و

معناداری بر تعلق خاطر کاری دارد، فضیلت سازمانی با ضریب مسیر ۰,۴۲ تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی را نشان می‌دهد، هم‌چنین تعلق خاطر کاری نیز با ضریب مسیر ۰,۶۱ تأثیر مثبت و معناداری بر تعهد سازمانی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در پژوهش حاضر تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی موردبررسی قرار گرفته است. نتایج پژوهش حاکی از تأیید تمام فرضیه‌های پژوهش می‌باشد.

فرضیه اول که به‌منظور سنجش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش طراحی شده بود توسط روش تحلیل عاملی تأیید شد. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه نشان‌دهنده معنادار بودن گویه‌های پژوهش بود.

فرضیه دوم به‌منظور بررسی تأثیر فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی اتخاذ شده بود که نتایج پژوهش نشان داد که فضیلت سازمانی با ضریب مسیر ۰,۴۲ و ضریب معناداری ۰,۵۷ اثر مثبت و معناداری بر روی تعهد سازمانی دارد. این یافته با پژوهش‌های رگو و همکاران (۲۰۱۱) که به بررسی اثر مثبت و معنادار فضیلت بر تعهد سازمانی با میانجی‌گری نقش شادکامی پرداخته بودند، مطابقت دارد. تبدیل محیط کاری به یک محیط فضیلت محور به‌طور مستقیم بر تمایل افراد به ماندگاری در آن سازمان و پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان و درنهایت رشد تعهد افراد به سازمان اثرگذار خواهد بود. نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم پژوهش، نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار فضیلت سازمانی بر تعلق خاطر کاری می‌باشد (با ضریب مسیر ۰,۵۶ و ضریب معناداری ۰,۷۹۶). فابین (۲۰۱۲) نیز در بررسی خود پیرامون اثر فضیلت سازمانی و خوشبینی بر تعلق خاطر کاری به نتایجی مشابه دست یافته بود. نتایج یافته‌های پژوهش مبین این موضوع است که درک وجود فضیلت در سازمان به‌واسطه اثری که بر روی احساسات مثبت افراد سازمان و توسعه احساساتی چون سرزندگی، جذب سازمان شدن و فدایی شدن بر ای سازمان خواهد گذاشت، درنهایت به شکل‌گیری سازمانی اثربخش و کارا کمک خواهد کرد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم، اثر مثبت و معنادار تعلق خاطر کاری با ضریب

مسیر ۰,۶۱ و ضریب معناداری ۹,۵۵ بر تعهد سازمانی را تأیید می‌نماید. نتایج حاصل با نتایج فانی و همکاران (۱۳۹۰)، که در بخشی از پژوهش خود که به بررسی رابطه بین تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی پرداختند، مطابقت دارد. همچنین نتایج آزمون این فرضیه پژوهش با نتایج عسبی خانی و همکاران (۱۳۹۱)، ساکس^۱ (۲۰۰۶)، چو^۲ (۲۰۰۶) و آگیمانگ و اوفی^۳ (۲۰۱۳) پیرامون تأثیر مثبت و معنادار تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی تطابق دارد. در واقع سازمان‌ها باید بدانند کارکنان با تعلق خاطر کاری بالاتر دارای یک احساس ذهنی و عاطفی مثبتی نسبت به کارشان هستند، سطح انرژی و تاب‌آوری ذهنی بالاتری در زمان کار دارند، حس معناداری و اشتیاقشان نسبت به کار بیشتر است و در نهایت اینکه مجذوب کارشان هستند، لذا این احساسات مثبت و رضایت‌بخش نسبت به کار، باعث می‌شود که آن‌ها تمایل به ماندگاری‌شان در محیطی که آن کار را برایشان ایجاد نموده و همچنین میل به پذیرش اهداف و ارزش‌های آن محیط در آن‌ها بیشتر گردد و نهایت اینکه نسبت به سازمانشان متعهدتر شوند، لذا ایجاد این احساسات مثبت ذهنی نسبت به کار می‌تواند متضمن افزایش تعهد نسبت به سازمان شود.

بر اساس نتایج حاصل از فرضیه‌های دوم تا چهارم و تأثیر مستقیم و مثبتی که پرورش خصائص وابسته به مثبت‌گرایی بر روی بهبود تعلق و تعهد کارکنان نسبت به کار و سازمانشان دارد، مدیران باید به رشد و توسعه فضیلت‌مداری در سازمان‌هایشان مبادرت نمایند. سازمان فضیلت‌محور با خصائصی چون محیط کاری خوش‌بین، قابل‌اعتماد، شفیق، منسجم و بخشنده همراه است لذا در این راستا مدیران باید توجه نمایند که:

- روحیه خوش‌بینی را در کارکنان تقویت نمایند. باید این احساس را در کارکنان سازمان ایجاد نمایند که آن‌ها موفق خواهند شد هرچقدر هم که کارها چالشی‌تر و دشوارتر شود. البته خوش‌بینی واقع‌گرا و انعطاف‌پذیر مدنظر است.
- احساس اعتماد بین اعضای سازمان تقویت شود، با افراد با حسن نیت و احترام برخورد شود و رهبر (مدیر) سازمان به‌گونه‌ای عمل کند که همگان به او

1- Saks

2- Cho

3- Agyemang & Ofei

اعتماد داشته باشند. اعتماد عبارت است از " انتظارات و باورهایی که افراد دوست دارند به دیگران به طریقی قابل پیش‌بینی و نه صرفاً در راستای منافع شخصی خویش نشان دهند" که متأسفانه امروزه در سازمان‌های ما، خصوصی سازمان‌های دولتی بسیار کم‌رنگ شده است (عواطفی منفرد و همکاران، ۱۳۹۱). تحقیقات در حوزه اعتماد سازمانی بسیار است ولی یکی از مهم‌ترین این تحقیقات که می‌تواند راهگشای مدیران در توسعه اعتماد باشد توسط مک کالی و کانرت انجام شده است، این دو دریافته‌اند که متغیرهای مربوط به شغل مانند مشارکت در تصمیم‌گیری، استقلال، بازخورد، رفتارهای حمایتی سرپرست و ارتباطات نقش بسیار مهمی در تشریح اعتماد به مدیریت دارند (Mccauley & Kuhnert 1992). الونن (۲۰۰۵) نشان داد که افزایش اعتماد سازمانی بر همکاری سازمانی، ارتباطات سازمانی، به اشتراک‌گذاری دانش، انعطاف‌پذیری و تعهد سازمانی مؤثر است (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۱).

- محیط سازمانی را تبدیل به محیطی مهربان، دلسوز و شفیق برای کار کردن نمایند. دلسوزی و شفقت یکی از ۴ بعد اصلی هوش اخلاقی در دسته‌بندی لنینک و کیل^۱ (۲۰۰۸) می‌باشد. دلسوزی به مفهوم مراقبت فعال از دیگران می‌باشد، و نشان‌دهنده احترام فرد به دیگران نیز هست.. سازمان باید فضایی را فراهم کند تا افراد سازمان بتوانند کارهای دلسوزانه و خیرخواهانه‌ای را پیرامون اعضای خود و سایر نهادهای اجتماعی انجام دهند تا بدین ترتیب موجب توسعه هوش اخلاقی کارکنان سازمان که پیامدهای مثبتی را به همراه خواهد داشت بشود. هوش اخلاقی به زندگی انسان‌ها جهت و معنا می‌دهد. هوش اخلاقی رفتار مناسب را تقویت می‌کند و قادر است پایداری زندگی اجتماعی را در طول زمان فراهم سازد (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۲). نکته مهم در باب دلسوزی اثر متقابل آن است که این اثر متقابل کار را جهت رواج فرهنگ دلسوزی در سازمان بسیار تسهیل می‌نماید.

- یکی دیگر از مؤلفه‌های ایجاد سازمان‌های فضیلت مدار، یکپارچه نمودن سازمان است که در این مورد لازم است مدیران حداکثر تلاش خویش را در

جهت توسعه انسجام و یکپارچگی در سازمان نمایند. هم‌چنین یکی از گویه‌های این بخش توسعه صداقت و امانت در سازمان است.

- سازمان فضیلت مدار باید سازمانی بخشنده باشد، سازمانی که از خطای کارکنان (البته به صورت واقع‌گرایانه و در صورت تأیید سهوی بودن خطا) بگذرد و کمک کند تا از خطاها و اشتباهات سازمانی درس گرفته شود. در واقع امروزه سازمان‌ها و مدیران سازمانی به این نکته واقف شده‌اند که طبق نظر ادmondson^۱ (۱۹۹۶)، هومسما و همکاران^۲ (۲۰۰۹) و ون دیک^۳ (۲۰۰۰) خطاها و شکسته‌ای سازمانی اگرچه از یک سو منجر به بروز نتایج منفی چون از دست دادن زمان، تولید محصولات معیوب و وقوع سوانح می‌شوند ولی از سوی دیگر نتایج مثبتی چون یادگیری، نوآوری و قابلیت انعطاف را نیز برای سازمان به همراه خواهد داشت. نتایج تحقیقات مادسن و دسای^۴ (۲۰۱۰) و راسپین^۵ (۲۰۱۱) نشان می‌دهد اگرچه موفقیت و شکست هر دو منجر به یادگیری سازمانی می‌شود اما دانش به دست آمده از شکست با سرعت کمتری نسبت به دانش به دست آمده از موفقیت مستهلک و کم‌بها می‌شود (مرادی، همکاران، ۱۳۹۱). بدیهی است با چنین دیدگاهی عمدتاً می‌توان از اشتباهات فردی و گروهی در سازمان عبور کرد و بدین ترتیب سازمانی بخشنده ایجاد نمود.

1- Edmondson

2- Homsma et al.,

3- Van Dyck

4- Madsen & Desai

5- Raspin

منابع

- اسماعیلی. زهرا. بهشتی فر. ملیکه. اسماعیلی. حمیده. (۱۳۹۲). رابطه هوش اخلاقی با میزان اعتماد آفرینی مدیران. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*. سال هشتم، شماره ۱: ۷۰-۸۴.
- بابائیان. علی.، سید نقوی. میرعلی.، علیزاده. حسین.، پور غلامی. محمدرضا. (۱۳۹۱). تاثیر سرمایه روان شناختی بر رضایت شغلی افسران مرد ناجا. *فصلنامه پژوهش های مدیریت انتظامی*. ۷(۳): ۳۴۶-۳۶۹.
- بهداری. جعفر.، هاشمی. تورج.، جلیل بابا پور. خیرالدین. (۱۳۹۰). رابطه سرمایه روان شناختی با سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز. *مجله تخصصی پژوهش و سلامت*. دوره ۲، شماره ۱: ۱۴۵-۱۵۳.
- دانایی فرد. حسن.، امراللهی. ناهید.، فانی. علی اصغر.، رضائیان. علی. (۱۳۹۲). کنکاشی پیرامون پیشایندهای مؤثر بر شکل گیری پدیده بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان های دولتی). *پژوهش های مدیریت عمومی*. سال ششم، شماره ۱۹: ۵-۲۴.
- دانایی فرد. حسن.، الوانی. سید مهدی.، آذر. عادل. (۱۳۸۷). روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. انتشارات صفار- اشراقی، تهران.
- شیرازی. علی.، خداوردیان. الهام.، نعیمی. محمد. (۱۳۹۱). تاثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی، مورد مطالعه: شرکت گاز استان خراسان شمالی. *پژوهش نامه مدیریت تحول*. سال ۴، شماره ۷: ۱۳۳-۱۵۳.
- عواطفی منفرد. احسان.، مهداد. علی.، میر جعفری. سید احمد. (۱۳۹۱). رابطه رهبری اخلاقی و سلامت روان شناختی محیط کار بر اعتماد سازمانی. *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*. سال ۷، شماره ۳: ۴۴-۵۱.
- عسبی خانی. احمد.، فانی. علی اصغر.، دانایی فرد. حسن. (۱۳۹۱). تبیین رابطه بین تعلق خاطر کاری و تعهد سازمانی کارکنان. *پژوهش های مدیریت عمومی*. سال پنجم، شماره ۱۶: ۲۳-۳۸.
- فانی. علی اصغر.، عسبی خانی. احمد.، دانایی فرد. حسن. (۱۳۹۰). تبیین پیشایندهای مؤثر بر تعلق خاطر کاری و تاثیر آن بر تعهد سازمانی. *پژوهش های مدیریت در ایران*. دوره ۱۶، شماره ۲: ۱۵۱-۱۶۶.
- فرهنگی. علی اکبر.، حسین زاده. علی. (۱۳۸۴). دیدگاه هایی نوین درباره تعهد سازمانی، *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۵۷.
- مرادی. محمود.، عبداللهیان. فرزانه.، صفردوست. عاطیه. (۱۳۹۱). بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر رابطه بین یادگیری از خطاهای سازمانی و نوآوری سازمانی. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*. سال ۲۲، شماره ۶۹: ۱۲۱-۱۴۹.
- مشبکی. اصغر.، دوستار. محمد. (۱۳۸۶). تبیین مدل تاثیرگذاری هوش عاطفی مدیران بر تعهد

- سازمانی کارکنان با توجه به سبک‌های رهبری. فصلنامه علمی پژوهشی مدرس علوم انسانی. ۱۱ (پیاپی ۵۵): ۲۱۱-۲۳۴.
- نصر اصفهانی. علی، عارف نژاد. محسن، محمدی. سمیه، خلیلی. اعظم. (۱۳۹۱). بررسی اثر سرمایه‌های روان‌شناختی بر تعهد سازمانی و رضایت شغلی (مورد مطالعه سازمان صنایع و معادن استان اصفهان). فصلنامه روانشناسی صنعتی / سازمانی، سال سوم، شماره ۱۲: ۵۳-۶۳.
- هومن. حیدر علی. (۱۳۹۰). تحلیل داده‌های چند متغیری در پژوهش‌های رفتاری. انتشارات پیک فرهنگ، تهران، چاپ سوم.
- Agyemang. C.B., Ofei. B. S. (2013). Employee work engagement and organizational commitment: a comparative study of private and republic sector organization in Ghana. *European Journal of Business and Innovation Research*, Vol.1, No.4: 20-33,
- Allen. N. J., Meyer. J. P. (1996). Affective, continuance and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 49.
- Avey. J., Wernsing. T., Luthans. F. (2008). Can positive employee help positive organizational change? Impact of psychological and emotions on relevant attitudes and behaviors. *Management department faculty publication*, p 32.
- Bright. D., Bradley. A., Kanov. J. (2013). Reconsidering virtues: differences of perspective in virtue ethics and positive social science. *Journal of business ethics*, August.
- Bakker. A. B., Schaufeli. W. B., Leiter. M. P., Taris. T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, Vol. 22, No. 3
- Cameron. K. (2011). Responsible leadership and virtues leadership. *Journal of business ethics*, 98: 25-35.
- Cameron. K.S., Dutton. J.E., Quinn. R.E. (2003). An introduction to positive organizational scholarship, San Francisco: Berrett-Koehler: 3-13.
- Cameron. K.S., Caza. A. (2003). Contributing to the discipline of positive organizational scholarship. *American behavioral scientist*, fall 2003.
- Cameron. K.S., Bright. D., Caza. A. (2004). Exploring the relationship between organizational virtuousness and performance. *American behavioral scientist*, Vol. 47, No. 6: 1-24.
- Caza. A., Baker. B., Cameron. K. (2004). Ethics and ethos: the buffering and amplifying effects of ethical behavior and virtuousness. *Journal of business ethics*, 52:169-178.
- Cho. J. (2006). Workplace empowerment, work engagement and organizational commitment of new graduate nurses, *Nursing leadership*, Vol. 19. No.3: 43-60.
- Donaldson. S., Ko. L. (2011). Positive organizational psychology, behavior and scholarship: a review of the emerging literature and evidence base. *The journal of positive psychology*, 5:3: 177-191.
- Donaldson. S., Dollwet. M. (2013). Taming the waves and wild horses of positive organizational psychology. *Advances in positive organizational psychology*, Vol. 1: 1-21.
- Duckworth. A. L., Steen. T.A., Seligman. M. (2005). Positive psychology in clinical practice. *Annual review of clinical psychology*, volume 1: 629-651.

Dutton. J.E., Glynn. M.A., Spritzer. G. (2005). Positive organizational scholarship. *Center of positive organizational scholarship*, Michigan Ross School of Business.

Fabian. O. (2012). Are good morals often reciprocated: perceptions of organizational virtuousness and optimism as predictors of work engagement? *Asian journal of social science and humanities*, vol. 1, No.3: 188-198.

Fernando. M., Almeida. S. (2012). The organizational virtuousness of strategic corporate social responsibility: A case study of the Sri Lankan Family owned enterprise MAS holding. *European management journal*, 30: 564-576.

Gavin. J., Mason. R. (2004). The virtuous organization: the value of happiness in the workplace. *Organ Dyne* 2004; 33(4):379-92.

Lopez. P. (2013). A dialectical approach to positive organizational studies. *American journal of industrial and business management*, 3:185- 195.

Luthans. F., Youssef. C. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Leadership institute faculty publication, paper 8*: 321- 349.

Luthans. F. Jensen. M. (2002). Hope: A New Positive Strength for Human Resource Development. *Human Resource Development Review*, 1(3): 304-322.

Meyer. J. P., Allen. N. J., Smith. C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component model; *Journal of Applied Psychology*, Vol. 78.

Mccauley. D. P., Kuhnert. K. W. (1992). A theoretical review and empirical investigation of employee trust in management. *Public Administration Quarterly*, 16(2), 265-282.

Muse. L., Harris. S.G., Giles, W.F., Felid. H.S. (2008). Work- life benefits and positive organizational behavior: is there a connection. *Journal of organizational behavior* 29: 171- 192.

Saks A. M. (2006), Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 21, No. 7.

Rego. A., Riberiro. N., Cunha. M.P. (2010). Perception of organizational virtuousness and happiness as a predictor of organizational citizenship behavior, *Journal of business ethics*, 93: 215- 235.

Rego. A., Riberiro. N., Cunha. M.P., Jesunio. J.C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of business research*, 64: 524- 532.

Sekerka. E., Comer. D., Godwin. L. (2013). Positive organizational ethics: cultivating and sustaining moral performance. *Journal of business ethics*, October.

Schaufeli. W.B., Bakker. A.B. (2003). UWES* Utrecht work engagement scale: Test manual unpublished manuscript. *Department of Psychology*, Utrecht University.