

## بررسی رابطه میان بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان با تأکید بر نقش فضیلت سازمانی (مورد مطالعه: بانک کشاورزی استان یزد)

سید حبیب‌الله میرغفوری<sup>۱</sup>، مسعود عطائی قراچه<sup>۲\*</sup>، مصطفی گنجی اشکذری<sup>۲</sup>، آرزو عالی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲. کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۲/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۲۰)

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بهروزی روان‌شناختی با وفاداری کارکنان با تأکید بر فضیلت سازمانی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارکنان رسمی بانک کشاورزی استان یزد شامل ۳۶۴ نفر تشکیل داده‌اند. تعداد افراد نمونه بر مبنای جدول مورگان ۱۸۵ نفر تعیین شد، که با روش طبقه‌ای متناسب با تعداد کارمندان هر شعبه انتخاب شدند. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل‌سازی معادلات ساختاری اجرا شد. نتایج نشان داد رابطه میان بهروزی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی نسبت به سایر روابط از شدت بیشتری برخوردار است، به طوری که یک واحد تغییر در بهروزی روان‌شناختی تغییری به میزان ۰/۵۳۷ در فضیلت سازمانی ایجاد می‌کند. شدت رابطه میان فضیلت سازمانی و وفاداری کارکنان برابر با ۰/۳۰۸ است. روابط مستقیم و غیرمستقیم میان بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان به ترتیب، برابر با ۰/۲۷۴ و ۰/۱۶۵ است.

### کلیدواژگان

بهروزی روان‌شناختی، فضیلت سازمانی، وفاداری کارکنان.

## مقدمه

بی‌تردید یکی از مهم‌ترین عواملی که در عصر حاضر در موفقیت سازمان‌ها تأثیر اساسی دارد، وفاداری کارکنان نسبت به اهداف، ارزش‌ها و مأموریت‌های سازمان است (Goodarzi, 2012, p.8997). این جایگاه سبب شده است وفاداری کارکنان در دهه‌های اخیر به‌طور پیوسته در کانون توجه اندیشمندان مدیریت قرار گیرد. چالش اساسی سازمان‌های خدماتی، ارتقای سطح کیفیت خدمات و جلب رضایت مشتریان بوده، به‌طوری که حفظ و نگهداری مشتریان، بدون داشتن نیروی انسانی خرسند و وفادار امکان‌پذیر نیست. بنابراین، کارکنانی که به سازمان خود وفادارند، می‌توانند در تأمین رضایت و وفاداری مشتریان نقش بسزایی ایفا کنند (قره‌چه و دابوئیان، ۱۳۹۰، ص ۲۸).

از آنجا که بخش اعظمی از زندگی افراد در محیط کار می‌گذرد، این عامل تأثیر شگرفی بر سطح بهروزی آنان چه در سطح شخصی و چه در عرصه اجتماعی دارد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۶). مفهوم بهروزی روان‌شناختی از جمله موضوعاتی است که در حوزه روان‌شناسی مثبت‌گرا توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است (خدابخش و کیانی، ۱۳۹۲، ص ۱۰۵۱). گروهی از پژوهشگران حوزه سلامت روانی ملهم از روان‌شناسی مثبت‌گرا نداشتن بیماری را برای احساس سلامت کافی نمی‌دانند، بلکه معتقدند داشتن احساس رضایت از زندگی، پیشرفت بسنده، تعامل کارآمد و مؤثر با جهان و خلق پیوند و پیشرفت مثبت از مشخصه‌های افراد سالم است (میکائیلی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۴).

از مباحث مهم دیگری که در تحقیقات حوزه مثبت‌گرایی مورد توجه اندیشمندان بوده و به مطالعات سازمانی نیز راه یافته، مفهوم فضیلت سازمانی و ایجاد سازمان‌های فضیلت‌مدار است (مشبکی اصفهانی و رضایی، ۱۳۹۳، ص ۲). فروپاشی‌های مالی و اخلاقی در سال‌های اخیر، جامعه اقتصادی و مطبوعات عمومی دنیا را به سمت درک مجدد ارزش و اهمیت فضیلت سازمانی سوق داده است، به‌طوری که پژوهشگران متعددی مانند لیلیوس و همکاران (۲۰۰۸)، گوویری (۲۰۰۷)، و رایب و گودستین (۲۰۰۷) تأکید کرده‌اند که فضیلت در مدیریت و کسب‌وکار باید در دستور کار پژوهش قرار گیرد.

بررسی پیشینه نظری نشان می‌دهد، تا کنون رابطه میان بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان مطالعه نشده است. با این حال، رگو و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش خود نشان دادند، میان بهروزی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، کمرون و همکاران (۲۰۰۳) تأثیر فضیلت سازمانی را بر وفاداری کارکنان، سرمایه اجتماعی، اعتماد و عملکرد بررسی کردند. پژوهش چان (۲۰۰۹) نیز بر وجود رابطه مثبت و معنادار میان فضیلت و وفاداری صحنه گذاشته است (Chun, 2009, p.473). در این زمینه، پژوهش حاضر در صدد است، رابطه میان بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان از طریق نقش واسطه‌ای فضیلت سازمانی در میان کارکنان رسمی شاغل در شعب بانک کشاورزی استان یزد را بررسی کند.

## مبانی نظری و پیشینه تحقیق

### وفاداری کارکنان

وفاداری در زمره مهم‌ترین ارزش‌های اجتماعی قرار داشته، و در زندگی و روابط میان افراد اهمیت زیادی دارد. وفاداری در قالب تعهد به چیزی یا به کسی توصیف می‌شود (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۲۳۷). وفاداری کارکنان به سازمان، احساس جهت‌گیری مثبت کارکنان در رابطه با مسیر آینده و توسعه سازمان است، که بر عملیات جاری سازمان تأثیر می‌گذارد (Antoncic & Antoncic, 2011, p.82). از آنجا که کارکنان منبعی حیاتی برای سازمان تلقی می‌شوند، مدیران سازمان برنامه‌های آموزشی، ارزیابی عملکرد و سیستم‌های کاری سازمان را برای افزایش وفاداری کارکنان که یک برنامه بلندمدت برای سازمان‌ها است، توسعه می‌دهند (Iqbal et al., 2015, p.1). چان (۲۰۰۹) در پژوهش خود نشان داد فضایی نظیر همدلی سازمانی ادراک‌شده، گرمی، و حرارت و وجدانی‌بودن، رابطه مثبتی با وفاداری سازمانی، امنیت شغلی ادراک‌شده، خشنودی شغلی و دلبستگی عاطفی دارند. در این میان، اینسون و همکاران (۲۰۱۳)، در مطالعه خود پنج مؤلفه تعهد به مدیران و سازمان، شرایط شغلی، منافع و مزایای شخصی، اجزا و محل خدمت و حرفه و موقعیت را برای وفاداری کارکنان برگزیدند که به اختصار در ادامه شرح داده می‌شود (Ineson et al., 2013, p.31):

تعهد به مدیران و سازمان<sup>۱</sup>: فرایند مستمری است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه خود را به سازمان و موفقیت و کارایی مستمر و دائمی آن نشان می‌دهند.

شرایط شغلی<sup>۲</sup>: در رابطه با شرایط فیزیکی محیط کار، ساعات کار، خطرهای ایمنی و بهداشت، سفرهای ضروری، سروصدا، شلوغی، گرما یا سرمای شدید و یا هر شرایط دیگری تعریف می‌شود.

اجزا و محل خدمت<sup>۳</sup>: برای نیروی انسانی مهم است که در چه سازمانی کار می‌کنند، سازمان آن‌ها در میان سازمان‌های دیگر چه وضعیتی دارد و مردم درباره آن چه فکر می‌کنند. زمانی که افراد در سازمان‌های شناخته‌شده و تأثیرگذار کار می‌کنند، از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردارند.

منافع و مزایای شخصی<sup>۴</sup>: هدف افراد از کارکردن، تأمین نیازهای خود و خانواده از طریق درآمدی است که به‌واسطه فعالیت در سازمان به‌دست می‌آید.

حرفه و موقعیت<sup>۵</sup>: در رابطه با جایگاه شغلی، محترم‌شمردن شغل فرد در صنعت و جامعه، و مسیر شغلی برنامه‌ریزی شده است.

### فضیلت سازمانی

واژه فضیلت برگرفته از واژه arête یا تعالی یونانی و در زبان لاتین Virtue است (حسن‌زاده ثمرین و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۷۲). به زعم هاکت و وانگ (۲۰۱۲) مفهوم فضیلت، به‌طور گسترده، در متون نظری اخلاق، و به‌طور خاص در فضایل اخلاقی بحث می‌شود. فضیلت در سازمان‌ها به مباحثی نظیر ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی از قبیل خوش‌بینی، بخشش، اعتماد، شفقت و صداقت در سطوح فردی و جمعی اشاره می‌کند (Rego et al., 2011, p.526). سازمان‌های فضیلت‌محور به سازمان‌هایی اطلاق می‌شود که براساس فضیلت‌ها و شایستگی‌های اخلاقی شکل می‌گیرند و مدیران و کارکنان آن‌ها انسان‌های فضیلت‌مدارند (نجف‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۵۰).

1. Commitment to the management and company
2. Job Conditions
3. Service element and location
4. Personal benefits
5. Career and status

مرور پژوهش‌های پیشین حاکی از آن است که میان فضیلت سازمانی و عواملی نظیر جو روان‌شناختی (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۸)، رفتارهای شهروندی سازمانی (Rego et al., 2010, p.215)، بهزیستی روان‌شناختی (Rego et al., 2011, p.524) و عوامل متعدد دیگر رابطه مثبت و معنادار برقرار است.

کمرن و همکاران (۲۰۰۴)، مدلی پنج‌بعدی از فضیلت سازمانی را طراحی کردند که شامل خوش‌بینی، بخشش، اعتماد، شفقت و صداقت است (Cameron et al., 2004, p.14). این ابعاد به شرح زیرند:

خوش‌بینی<sup>۱</sup>: به‌عنوان صفت شخصیتی نسبتاً پایدار تعریف می‌شود که نوع رفتارهای فرد را تعیین می‌کند (Behrad et al., 2012, p.107). خوش‌بینی هم بر سلامت روانی و هم سلامت جسمانی تأثیر می‌گذارد و در سازگاری با رویدادهای استرس‌زای زندگی، به‌عنوان مهم‌ترین عوامل پیدایش و شکل‌گیری بیماری‌ها و نیز مرگ و میر افراد نقش مؤثری دارد (Heyrat et al., 2011, p.18).

بخشش<sup>۲</sup>: اشتباهات به سرعت بخشیده شده و به‌عنوان فرصتی برای یادگیری و دستیابی به استانداردهای بالاتر تلقی می‌شود (Rego et al., 2011, p.524).

اعتماد<sup>۳</sup>: سازمانی نشان‌دهنده حاکمیت حسن‌نیت، توجه و اعتماد در سازمان (بین اعضای سازمان و اعضای سازمان نسبت به رهبر سازمان) است (مشبکی اصفهانی و رضایی، ۱۳۹۳، ص ۶).  
شفقت<sup>۴</sup>: در شفقت سازمانی کارکنان در زمینه مراقبت از همدیگر و فعالیت‌های دلسوزانه و دلواپسانه مشترک‌اند (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۲۳۵).

صداقت<sup>۵</sup>: بر درستی و شرافت دلالت دارد. صداقت سازمانی به‌معنای شایع و گسترده بودن راستی و درستی در سازمان است (نجف‌بیگی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۵۱).

- 
1. Optimism
  2. Forgiveness
  3. Trust
  4. Compassion
  5. Honesty

### بهروزی روان‌شناختی

مفهوم بهروزی روان‌شناختی برای اولین بار توسط بردبرن<sup>۱</sup> (۱۹۶۰) تعریف شد. تا کنون تعریف‌های متعددی از بهروزی روان‌شناختی توسط اندیشمندان و صاحب‌نظران بیان شده است، اما تعریف بردبرن از بهروزی روان‌شناختی به مفهوم رفاه نزدیک‌تر است (Tatlilioglu, 2014, p.463). در تعریفی دیگر، بهزیستی روان‌شناختی به حسی از سلامتی اشاره می‌کند که آگاهی کامل از تمامیت و یکپارچگی در همه جنبه‌های فرد را شامل می‌شود (بهداری خسروشاهی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۴۶).

علیرغم آنکه واژه بهروزی بیشتر در متون نظری روان‌شناسی و اقتصاد مورد توجه قرار گرفته، با نگاهی به مطالعات انجام گرفته، می‌توان دریافت اندیشمندان سازمان و مدیریت به‌مرور به مفهوم‌سازی بهروزی در محیط‌های سازمانی پرداخته‌اند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۶). در تحقیقات گذشته نشان داده شده است که نبود اشتغال در افراد به کاهش بهروزی روان‌شناختی منجر می‌شود (Huffman et al., 2015, p.75). نظریه حمایت سازمانی معتقد است عامل حیاتی برای بهروزی روان‌شناختی، متعهدشدن در به‌کارگیری باور کارمندان درباره اهمیت و ارزش ارتقای منافع آن‌ها است (De-paul & Bikos, 2015, p.26). مطالعات متعددی نشان داده است افرادی که در محل کار خود کنترل‌اند، پیش‌بینی می‌شود فشارها و اختلالات بهروزی در این آن‌ها بیشتر باشد (Rivkin et al., 2015, p.186).

ریف<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) بر این عقیده است که بهروزی را نباید به‌طور ساده‌انگارانه، معادل با تجربه بیشتر لذت در مقابل درد دانست، در عوض بهزیستی دربرگیرنده تلاش برای کمال و تحقق نیروهای بالقوه فرد است. وی سنجه‌های بهروزی روان‌شناختی را مبتنی بر واقع‌گرایی حقیقی مطرح کرد که از لحاظ روان‌سنجی و مفهومی از درجه اعتبار بالایی برخوردار است. مدل ریف از مهم‌ترین مدل‌های حوزه بهروزی روان‌شناختی به شمار می‌رود (خدابخش و کیانی،

---

1. Bradburn  
2. Ryff

۱۳۹۲، ص ۱۰۵۲). جدول ۱ مؤلفه‌های بهروزی روان‌شناختی و تعریف هر یک را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مؤلفه‌های بهروزی روان‌شناختی

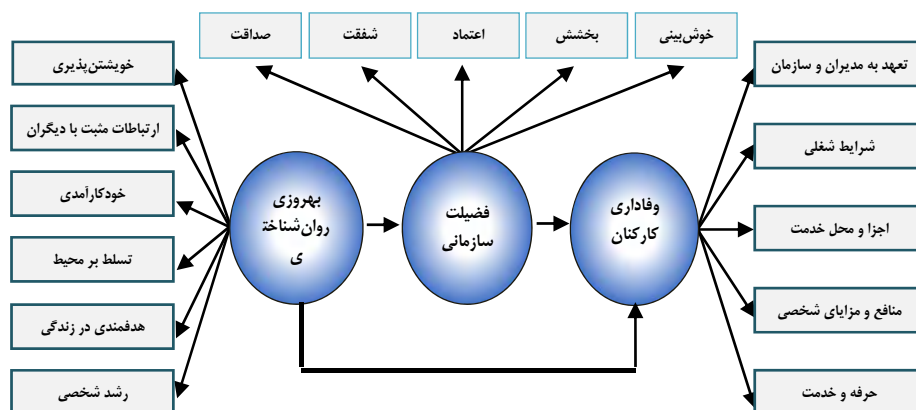
تعریف	مفاهیم
توانایی دیدن و پذیرفتن نقاط قوت و ضعف خود	خویشتن‌پذیری <sup>۱</sup>
داشتن ارتباط نزدیک و ارزشمند با افراد مهم زندگی	ارتباطات مثبت با دیگران <sup>۲</sup>
توانایی و قدرت پیگیری خواست‌ها و عمل براساس اصول شخصی	خودکارآمدی <sup>۳</sup>
توانایی تنظیم و مدیریت امور زندگی به‌ویژه مسائل زندگی روزمره	تسلط بر محیط <sup>۴</sup>
به‌معنای داشتن غایت‌ها و اهدافی است که به زندگی فرد جهت و معنا بخشد.	هدفمندی در زندگی <sup>۵</sup>
به این معنا که استعدادها و توانایی‌های بالقوه فرد در طی زمان بالفعل خواهد شد.	رشد شخصی <sup>۶</sup>

منبع: خدابخش و کیانی، ۱۳۹۲، ص ۱۰۵۲

### مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

همان‌طور که پیش از این گفته شد، رگو و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش خود نشان دادند، میان بهروزی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، کمرون و همکاران (۲۰۰۳) تأثیر فضیلت سازمانی بر وفاداری کارکنان را بررسی کردند. پژوهش چان (۲۰۰۹) نیز بر وجود رابطه مثبت و معنادار میان فضیلت و وفاداری صحنه گذاشته است. بنابراین، با توجه به مبانی نظری یادشده، مدل مفهومی پژوهش طراحی شد (شکل ۱).

1. Self-acceptance
2. Positive relation with others
3. Self-Efficacy
4. Environmental mastery
5. Purpose in life
6. Personal growth



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش به شرح زیرند:

۱. بهروزی روان‌شناختی بر فضیلت سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۲. فضیلت سازمانی بر وفاداری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۳. بهروزی روان‌شناختی بر وفاداری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

## روش تحقیق

از آنجا که هدف پژوهشگر بررسی رابطه میان متغیرهای پژوهش در شعب بانک کشاورزی استان یزد بوده است، نوع پژوهش براساس هدف کاربردی و براساس شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی است. برای گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه و میدانی انجام گرفت و به‌منظور توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی و به‌دست‌آوردن پایایی پرسشنامه‌ها نرم‌افزار SPSS و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)<sup>۱</sup> به کمک نرم‌افزار AMOS به کار گرفته شد. مدل‌سازی معادلات ساختاری، روشی برای بررسی تأثیر میان چندین متغیر در یک مدل است. قدرت این روش در توسعه نظریه‌ها، کاربرد وسیع آن در علوم مختلف از قبیل بازاریابی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت استراتژیک و سیستم‌های اطلاعاتی را موجب شده است.



## جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری، ۳۶۴ نفر کارکنان رسمی شعب بانک کشاورزی استان یزد را شامل می‌شود. براساس جدول مورگان حجم نمونه ۱۸۵ نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری، روش طبقه‌ای تصادفی متناسب با تعداد کارکنان هر شعبه بود. در جدول ۲ توزیع نمونه‌ها نشان داده شده است.

جدول ۲. فهرست شعب، تعداد کارمندان و تعیین حجم نمونه

ردیف	شعبه	کارمندان	نمونه	ردیف	شعبه	کارمندان	نمونه
۱	مدیریت	۵۲	۲۶	۲۴	مهرآباد	۸	۴
۲	اردکان	۱۳	۷	۲۵	فراغه	۸	۴
۳	شهید بهشتی اردکان	۵	۲	۲۶	عقدا	۳	۲
۴	یزد	۲۶	۱۳	۲۷	رباط	۲	۱
۵	سیمرغ	۵	۲	۲۸	بساب	۳	۲
۶	شهید رجایی	۶	۳	۲۹	احمدآباد	۳	۲
۷	بافق	۱۲	۶	۳۰	اسلامیه	۳	۲
۸	تفت	۱۵	۸	۳۱	امام تفت	۴	۲
۹	علی‌آباد	۳	۲	۳۲	نصرآباد	۴	۲
۱۰	مهریز	۱۴	۷	۳۳	دهشیر	۳	۲
۱۱	سید مصطفی خمینی	۳	۲	۳۴	چاهک	۹	۵
۱۲	مبید	۱۲	۶	۳۵	دانشجو	۶	۳
۱۳	اشکذر	۱۲	۶	۳۶	جهاد	۷	۳
۱۴	ابرقوه	۱۵	۸	۳۷	امیرچقماق	۴	۲
۱۵	مریم‌آباد	۴	۲	۳۸	امام حسین (ع)	۱۱	۶
۱۶	هرات	۱۳	۶	۳۹	معلم	۵	۲
۱۷	نیر	۱۰	۵	۴۰	ندوشن	۴	۲
۱۸	بخ	۵	۲	۴۱	جمهوری	۷	۳
۱۹	بنادکوک	۳	۲	۴۲	آزادشهر	۵	۲
۲۰	بهباد	۵	۲	۴۳	ابوذر	۶	۳
۲۱	آسفیج	۲	۱	۴۴	طلقانی	۴	۲
۲۲	مروست	۹	۵	۴۵	بهداران	۴	۲
۲۳	هرابرجان	۳	۲	۴۶	شهدای احمدآباد	۴	۲
			جمع کل			۳۶۴	۱۸۵

### ابزار اندازه‌گیری متغیرها

اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها با سه پرسشنامه بهروزی روان‌شناختی، فضیلت سازمانی و وفاداری کارکنان جمع‌آوری شد. برای اندازه‌گیری بهروزی روان‌شناختی پرسشنامه ۱۸ گویه‌ای ریف (۱۹۸۹) به کار گرفته شد. این پرسشنامه شش بعد خویشتن‌پذیری، ارتباطات مثبت با دیگران، خودکارآمدی، تسلط بر محیط، هدفمندی در زندگی و رشد شخصی را دربرمی‌گیرد. برای اندازه‌گیری فضیلت سازمانی پرسشنامه ۱۵ گویه‌ای کمرون و همکاران (۲۰۰۴) به کار گرفته شد که شامل پنج بعد خوش‌بینی، بخشش، اعتماد، شفقت و صداقت است. در نهایت، برای اندازه‌گیری وفاداری کارکنان پرسشنامه ۲۱ گویه‌ای اینسون و همکاران (۲۰۱۳) به کار گرفته شد. این پرسشنامه دارای پنج بعد تعهد به مدیران و شرکت، شرایط شغلی، منافع و مزایای شخصی، اجزا و محل خدمت و حرفه و موقعیت است. روایی پرسشنامه‌ها با به‌کارگیری نظرهای خبرگان تأیید شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. با توجه به اینکه مقادیر آلفای کرونباخ بیش از ۰٫۷ به دست آمد، پایایی پرسشنامه‌ها تأیید شد.

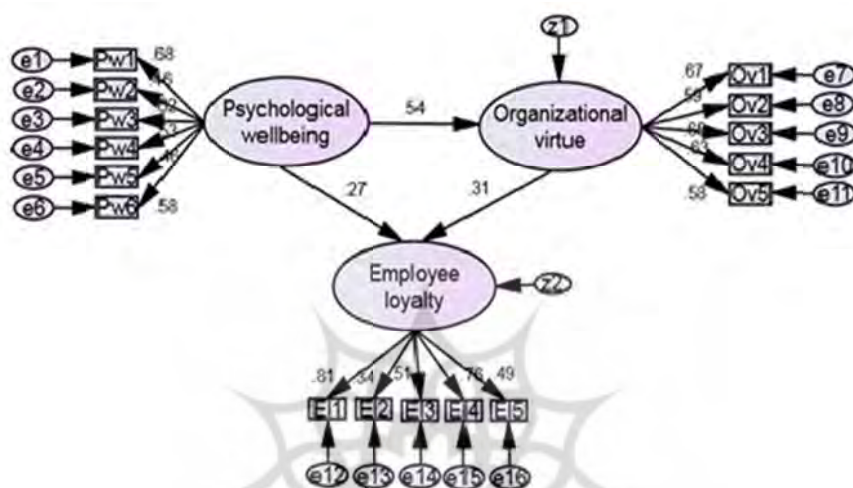
جدول ۳. پایایی ابزار پژوهش

متغیر	تعداد پرسش‌ها	آلفای کرونباخ
بهروزی روان‌شناختی	۱۸	۰٫۷۲۱
فضیلت سازمانی	۱۵	۰٫۷۳۶
وفاداری کارکنان	۲۱	۰٫۷۱۸
کل پرسشنامه	۵۴	۰٫۸۰۶

### یافته‌های تحقیق

به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار گرفته شد. همه پیش‌فرض‌های مربوط به این روش یعنی نرمال‌بودن داده‌ها، خطی بودن داده‌ها، ارزیابی داده‌های مفقود، و شناسایی داده‌های دورافتاده مورد توجه قرار گرفته است. الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در مجموع شامل سه متغیر است که متغیر بهروزی روان‌شناختی به‌عنوان متغیر پیش‌بین

(مستقل)، متغیر وفاداری کارکنان به‌عنوان متغیر ملاک (وابسته) و متغیر فضیلت سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی می‌باشند. نتایج برازش مدل مفهومی در قالب ضرایب استاندارد در شکل ۲ و معناداری بارهای عاملی در جدول ۴ قابل مشاهده است.



شکل ۲. برازش مدل کلی پژوهش

جدول ۴. ضریب مسیر و معناداری آن‌ها

ضریب معناداری	مقدار بحرانی	انحراف استاندارد	ضریب مسیر	فرضیه
***	۴.۵۰۹	۰.۱۲۸	۰.۵۳۷	بهریزی روان‌شناختی
۰.۰۰۹	۲.۶۰۴	۰.۱۱۳	۰.۳۰۸	فضیلت سازمانی
۰.۰۱۹	۲.۳۵۴	۰.۱۲۰	۰.۲۷۴	بهریزی روان‌شناختی

\*\*\* مقدار کوچکتر از ۰,۰۰۱ را نشان می‌دهد.

طبق نتایج جدول ۴ و با توجه به مقدار ضرایب مسیرها و معناداری آنها، همه فرضیه‌های پژوهش تأیید شد. اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرهای پژوهش در قالب جدول ۵ بیان شده است.

جدول ۵. اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها

		بهروزی روان‌شناختی	فضیلت سازمانی	وفاداری کارکنان
اثرات کل	فضیلت سازمانی	۰,۵۳۷	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
	وفاداری کارکنان	۰,۴۴۰	۰,۳۰۸	۰,۰۰۰
		بهروزی روان‌شناختی	فضیلت سازمانی	وفاداری کارکنان
اثرات مستقیم	فضیلت سازمانی	۰,۵۳۷	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
	وفاداری کارکنان	۰,۲۷۴	۰,۳۰۸	۰,۰۰۰
		بهروزی روان‌شناختی	فضیلت سازمانی	وفاداری کارکنان
اثرات غیرمستقیم	فضیلت سازمانی	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
	وفاداری کارکنان	۰,۱۶۵	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰

همان‌طور که در شکل ۲ و جدول ۵ ملاحظه می‌شود، بهروزی روان‌شناختی بر فضیلت سازمانی و وفاداری کارکنان اثر مثبت و مستقیم دارد. با استناد به نتایج، این رابطه نسبت به سایر روابط از شدت بیشتری برخوردار است، به‌طوری که یک واحد تغییر در بهروزی روان‌شناختی

تغییری به میزان ۰/۵۳۷ در فضیلت سازمانی ایجاد می‌کند. در زمینه گویه‌های بهروزی روان‌شناختی معیار خویشتن‌پذیری با بار عاملی ۰/۶۸ وزن بالاتری نسبت به دیگر معیارها در تبیین بهروزی روان‌شناختی دارد. همچنین، نتایج نشان داد فضیلت سازمانی نیز بر وفاداری کارکنان اثر مثبت و مستقیمی با شدت ۰/۳۰۸ می‌گذارد. از میان گویه‌های فضیلت سازمانی، معیار خوش‌بینی با بار عاملی ۰/۸۱ و معیار شفقت با بار عاملی ۰/۷۶ بیشتر از سایر معیارها این متغیر را تبیین می‌کند. در پایان نتایج حاکی از آن است که رابطه بین بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان دارای اثر مستقیم و غیرمستقیمی به ترتیب، برابر با ۰/۲۷۴ و ۰/۱۶۵ است. اثر غیرمستقیم و معنادار بهروزی روان‌شناختی بر وفاداری کارکنان نشان می‌دهد بهروزی روان‌شناسی از طریق فضیلت سازمانی نیز بر وفاداری کارکنان تأثیر معنادار دارد. از میان گویه‌های وفاداری کارکنان معیار تعهد به مدیران با بار عاملی ۰/۶۷ بیشتر از سایر معیارها این متغیر را تبیین می‌کند. براساس نتایج، همه فرضیه‌های پژوهش تأیید شدند. شاخص‌های برازندگی مدل در جداول ۶ بیان شده است.

جدول ۶. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری پژوهش

شاخص تناسب	$\chi^2/df$	RMSEA	IFI	GFI	TLI	CFI
دامنه قابل قبول	< ۳	< ۰/۰۸	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹
نتیجه	۱/۵۷۱	۰/۰۵۶	۰/۹۲۳	۰/۹۰۸	۰/۹۰۲	۰/۹۲۱

RMSEA یا ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد، مبنای تحلیل ماتریس باقیمانده است. برخلاف بسیاری از شاخص‌های برازش دیگر در مدل‌سازی که فقط برآورد نقطه‌ای دارند، این شاخص برای فواصل اطمینان مختلف نیز قابل محاسبه است. برای شاخص RMSEA مقادیر کمتر از ۰/۰۵ و شاخص  $\chi^2/df$  مقادیر کمتر از ۳ قابل قبول است (Shah & Ward, 2007, p.794). مقدار RMSEA در جدول ۵ برابر با ۰/۰۵۶ است که با توجه به دامنه قابل قبول آن (کمتر ۰/۰۹) تأیید می‌شود. مقدار کای اسکوئر نسبی نیز برابر با ۱/۵۷۸ است که با توجه به دامنه قابل قبول آن (کمتر از ۳) تأیید می‌شود. دامنه قابل قبول سایر شاخص‌های برازش مدل از جمله GFI, IFI،

NFI، TLI و CFI نیز بالاتر از ۰/۹ است که با توجه به نتایج، همه شاخص‌های برازندگی مدل در دامنه قابل قبول قرار دارد. بنابراین، تناسب داده‌های گردآوری شده با مدل تأیید می‌شود.

### نتیجه و پیشنهادها

پژوهش حاضر به منظور شناسایی حلقه مفقود مطالعات سازمانی مثبت‌گرا انجام گرفت. خردمایه نظری این پژوهش ملهم از دیدگاه روان‌شناسی مثبت‌گرا و رفتار سازمانی مثبت‌گرا و همراستا با تفکر مثبت‌اندیشی، در پی روشن‌گری پدیده بهروزی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی است.

براساس نتایج، می‌توان ادعا کرد فرضیه مبنی بر وجود رابطه معنادار میان بهروزی روان‌شناختی و فضیلت سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. این رابطه مستقیم و با ضریب ۰/۵۳۷ در حالت استاندارد است. براساس دیدگاه لوتانز (۱۹۹۹)، بهروزی روان‌شناختی در درجه اول از عوامل فردی تأثیر می‌پذیرد. از نظر ایشان سازه‌های ترکیبی و به هم پیوسته‌ای مانند خویش‌پندیری، ارتباطات مثبت با دیگران، خودکارآمدی، تسلط بر محیط، هدفمندی در زندگی و رشد شخصی، به زندگی فرد معنا بخشیده و تلاش فرد برای تغییر موقعیت‌های فشارزا را تداوم می‌بخشد، او را برای ورود به صحنه عمل آماده کرده و مقاومت و سرسختی وی در تحقق اهداف را تضمین می‌کند. با توجه به نتایج یادشده، پیشنهادهای کاربردی زیر در زمینه ارتقای بهزیستی روان‌شناختی کارکنان توصیه می‌شود:

ارتقای سطح عزت نفس و سرسختی روان‌شناختی کارکنان از طریق مراکز مشاوره. برگزاری این دوره‌ها باید به صورت هدفمند انجام گیرد تا پیامد مورد نظر حاصل شود.

مدیران بانک و سایر سازمان‌ها استراتژی‌های آموزشی به منظور ارتقای سطح مؤلفه‌های درونی بهروزی روان‌شناختی نظیر خویش‌پندیری، ارتباطات مثبت با دیگران، خودکارآمدی، تسلط بر محیط، هدفمندی در زندگی و رشد شخصی را سرلوحه برنامه‌ریزی نیروی انسانی قرار دهند.

نتایج این پژوهش نشان داد فرضیه دوم مبنی بر وجود تأثیر مثبت و معنادار فضیلت سازمانی بر وفاداری کارکنان در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش چان (۲۰۰۹)، میکالسکی (۲۰۰۵) و سولومون (۱۹۹۲) همسو است.

با توجه به نتایج فرضیه دوم پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر در زمینه ارتقای فضیلت سازمانی توصیه می‌شود:

- روحیه خوش‌بینی در کارکنان تقویت شود. باید این احساس را در کارکنان سازمان ایجاد کنند که هرچه کارها چالشی‌تر و دشوارتر شود، آن‌ها موفق‌تر خواهند شد.
- احساس اعتماد بین اعضای سازمان تقویت شود، با افراد با حسن نیت و احترام برخورد شود و رهبر (مدیر) سازمان به گونه‌ای عمل کند که همگان به او اعتماد داشته باشند.
- محیط سازمانی را به محیطی مهربان، دلسوز و شفیق برای کارکردن تبدیل کنند. سازمان باید فضایی را فراهم کند تا افراد سازمان بتوانند کارهای دلسوزانه و خیرخواهانه‌ای را پیرامون اعضای خود و سایر نهادهای اجتماعی انجام دهند.
- سازمان فضیلت‌مدار 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.

فرضیه سوم پژوهش نیز عبارت بود از اینکه بهروزی روان‌شناختی بر وفاداری کارکنان در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد. نتیجه مطالعات چان (۲۰۰۹) با نتایج این فرضیه همخوانی دارد. به زعم گرانت و همکاران (۲۰۰۷) سلامتی و داشتن انرژی مثبت، خود پایبندی کارکنان به سازمان را افزایش می‌دهد و از ترک خدمت آن‌ها جلوگیری می‌کند.

یافته نهایی پژوهش حاضر تأثیر غیرمستقیم فضیلت سازمانی در رابطه میان بهروزی روان‌شناختی و وفاداری کارکنان را نشان می‌دهد که با ضریب ۰٫۱۶۵ در حالت استاندارد است.

توجه به مفهوم فضیلت سازمانی که سطح متعالی رفتارهای شهروندی سازمانی را متبادر می‌کند و نقش آن به‌عنوان یک متغیر واسط در بروز پیامدهای سازمانی، بی‌تردید می‌تواند در ایجاد رویکردی نوین در ارتقا و اعتلای فرهنگ مشتری‌مداری و توجه به حقوق حقه شهروندان هر اجتماعی لحاظ شود.

به کارگیری سنج‌های معتبر که در پژوهش‌های بین‌المللی آزمون شده و از روایی لازم برخوردار بوده‌اند، نقطه قوت پژوهش حاضر است. این امر تأیید تعمیم‌پذیری این ابزارهای

سنجش در محیط‌های سازمانی در ایران را نشان می‌دهد و امید آن می‌رود که نتایج، در پژوهش‌های آتی تکمیل شود.

با توجه به محدودیت جامعه آماری (کارکنان رسمی بانک کشاورزی یزد) تکرار این پژوهش در سایر جوامع و گروه‌ها پیشنهاد می‌شود. همچنین، از آنجا که ممکن است علاوه بر متغیرهای شناسایی شده در این پژوهش، متغیرهای دیگری نیز در ارتباط با تأثیرگذاری بر وفاداری کارکنان وجود داشته باشد، به نظر می‌رسد بررسی و تکمیل عناصر یادشده می‌تواند مفید واقع شود.





## منابع و مأخذ

۱. بهزادی، الهام، نعامی، عبدالزهرا، و بشلدی، کیامرث (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضیلت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون. *مجله دستاوردهای روان‌شناختی (علوم تربیتی و روان‌شناسی)*، دوره ۴، شماره ۲، صفحات ۲۵۶-۲۳۳.
۲. بهادری خسروشاهی، جعفر، هاشمی نصرت‌آباد، تورج، و باباپور خیرالدین، جلیل (۱۳۹۳). رابطه سرمایه اجتماعی با بهزیستی روان‌شناختی در دانشجویان دانشگاه تبریز. *دوفصل‌نامه علمی - پژوهشی شناخت اجتماعی*، سال ۳، شماره ۲، پیاپی ۶، صفحات ۵۴-۴۴.
۳. حسن‌زاده ثمرین، تورج، همتی نوع‌دوست، مهناز، نیکرو، حسن، و گورابی، احمد (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری رشت). *نشریه مدیریت دولتی*، دوره ۶، شماره ۱، صفحات ۸۴-۶۷.
۴. خدابخش، محمدرضا، و کیانی، فریبا (۱۳۹۲). بررسی نقش عفو در سلامت و بهزیستی روان‌شناختی دانشجویان. *مجله تحقیقات نظام سلامت*، شماره ۹، صفحات ۱۰۶۱-۱۰۵۰.
۵. دانایی‌فرد، حسن، امراللهی، ناهید، فانی، علی اصغر، و رضائیان، علی (۱۳۹۲). کنکاشی پیرامون پیشایندهای مؤثر بر شکل‌گیری پدیده بهروزی سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی). *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال ۶، شماره ۱۹، صفحات ۲۴-۵.
۶. رحمان‌سرشت، حسین، حبیبی بدرآبادی، محبوبه، و قدرتیان، سید عبدالجابر (۱۳۹۲). الگوی سیستمی مدیریت راهبردی هویت ملی. *مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال ۶، شماره ۲۱، صفحات ۲۳-۵.
۷. قره‌چه، منیژه، و دابوئیان، منیره (۱۳۹۰). وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری مشتریان صنایع خدماتی. *فصل‌نامه تحقیقات بازاریابی نوین*، سال ۱، شماره ۳، صفحات ۴۶-۲۷.
۸. مشبکی اصفهانی، اصغر، و رضایی، زینب (۱۳۹۳). بررسی تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی. *فصل‌نامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، سال ۲۲، شماره ۷۳، صفحات ۲۳-۱.

۹. میکائیلی، فرزانه (۱۳۸۸). روابط ساختاری بین بهزیستی روان‌شناختی با خوش هیجانی ادراک‌شده، توانایی کنترل تفکر منفی و افسردگی مادران کودکان کم‌توان ذهنی و مقایسه آن با مادران کودکان عادی. *مجله علوم تربیتی*، شماره ۳۲، صفحات ۱۲۰-۱۰۳.
۱۰. نجف‌بیگی، رضا، موسی‌خانی، مرتضی، دانشفرد، کرم‌الله، دلاور، علی، و همراهی، مهرداد (۱۳۹۳). طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقای فضیلت سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال ۷، شماره ۲۴، صفحات ۶۶-۴۷.
11. Antoncic, J. A., & Antoncic, B. (2011). Employee loyalty and its impact on firm growth. *International Journal of Management & Information Systems First Quarter*, 15, 81-88.
  12. Bagozzi, R. P., & Youjiae, Y. i. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
  13. Behrad, M., Kalantari, M., & Molavi, H. (2012). Efficacy of training optimism on general health. *Zahedan Journal of Research in Medical Sciences*, 14(9), 107-110.
  14. Cameron, K. (2003). *Organizational virtuousness and performance*. Chapter 4 in Positive Organizational Scholarship, N. Cameron, K.S., Dutton, J.E., and Quinn, R.E. (ed), San Francisco: Berrett-Koehler, pp.48-65.
  15. Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavior Scientist*, 47(6), 766-790.
  16. Chun, R. (2009). A corporates responsibility to employees during a merger: organizational virtue and employee loyalty. *Emerald Group Publhshin Limited*, 9(4), 473-483.
  17. De paul, N. F., Bikos, L. H. (2015). Perceived organizational support: A meaningful contributor to expatriate development professional's psychological well-being. *International Journal of Intercultural Relations*, 49, 25-32.
  18. Goodarzi A. (2012). Organizational loyalty management of the strategic approach of human resources. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(9), 8995-8998.
  19. Gowri, A. (2007). On Corporate Virtue. *Journal of Business Ethics*, 70(4), 391-400.
  20. Grant, A., Christianson, M., & Price, R. (2007). Happiness, health or relationship, managerial practices and employee well-being tradeoffs, *Academy of Management Perspectives*, 21, 51-63.
  21. Hackett, R. D. & Wang, G. (2012). Virtue and leadership an integrating conceptual framework founded in Aristotelian and Confucian perspectives on virtues.

- Management Decision*, 50(5), 868-899.
22. Hessel, I. (2013). Developing a virtues aspect of leadership: a case study of the virtuous projects approach to leadership development. Master Thesis in Education, Department of Educational Research, University of Oslo.
  23. Heyrat, A., Sharifi, E., Fatehizadeh, M., et al. (2011). The effect of Islamic orientation couple therapy on couple's optimism in Isfahan. *Researches of Cognitive and Behavioral Sciences*, 1(1), 9-22.
  24. Huffman, A. H., Culbertson, S. S., Wayment, H. A., & Irving, L. H. (2015). Resource replacement and psychological well-being during unemployment: the role of family support. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 74-82.
  25. Inesona, E. M., Benk, E., & Laszl, J. (2013). Employee loyalty in Hungarian hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 31-39.
  26. Iqbal, A., Tufail, M. S., & Lodhi, N. L. (2015). Employee loyalty and organizational commitment in Pakistani organizations. *Global Journal of Human Resource Management*, 3(1), 1-11.
  27. Tatlıoğlu, K. (2014). A research of relation between undergraduates recognising parent attitudes with psychological well-being. *Procediasocial and Behavioral Sciences*, 143, 463-470.
  28. Lilius, J., Worline, M., Maitlis, S., Kanov, J., Dutton, J., & Frost, P. (2008). The contours and consequences of compassion at work. *Organ Behave*, 29, 199-218.
  29. Michalski, J. R. (2005). Retention in the nursing profession: a study of the effects of corporate ethical values on organizational commitment. Doctoral Dissertation of business administration, Nova Southeastern University.
  30. Rego, A., Ribeiro, N., & Cunha, P. M. E. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 215-235.
  31. Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, P. M. E., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of Business Research*, 64(5), 524-532.
  32. Rivkin, W., Diestel, S., & Schmidt, K. H. (2015). Affective commitment as a moderator of the adverse relationships between day-specific self-control demands and psychological well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 88, 185-194.
  33. Ryff, C. D., & Singer, B. (1998). The contours of positive human health. *Psychological Inquiry*, 9(1), 1-28.
  34. Shah, R., & Ward, P. T. (2007). Defining and developing measures of lean production. *Journal of Operations Management*, 25(4), 785-805.
  35. Solomon, C. M. (1992). The loyalty factor. *Personnel Journal*, 71(9), 52-60.

36. Wright, T., & Goodstein, J. (2007). Character is not dead in management research: A Review of individual character and organizational-level virtue. *Journal of Management*, 33(6), 928-958.

