

تأثیر رهبری اخلاقی مدیران مدارس بر فضیلت سازمانی معلمان با میانجیگری اعتماد و تعهد سازمانی

ایرج نیک‌پی،^{1*} مرجان ملکیان مفرد²

دریافت مقاله: 94/11/15 پذیرش مقاله: 95/2/13

چکیده

هدف کلی پژوهش حاضر تبیین تأثیر سبک رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی با واسطه‌گری اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی معلمان مدارس ابتدایی شهر خرم‌آباد است. روش پژوهش توصیفی - همبستگی با استفاده از الگوی معادلات ساختاری است. نمونه تحقیق 300 نفر از معلمان بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و براساس جدول کرجسی مورگان تعیین شدند. گردآوری داده‌های پژوهش نیز با استفاده از پرسش‌نامه رهبری اخلاقی کالسون و همکاران (2011)، پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی ناهپیت و گوشال (1998) و پرسش‌نامه فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (2004) انجام شد. پس از تایید روایی و پایایی، این مقیاس‌ها بین نمونه توزیع شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی فرضیه‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد که به این منظور نرم‌افزار آماري SPSS 19 و Smart PLS.2 به کار گرفته شد. نتایج گویای آن بود که سبک رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی رابطه معناداری دارد؛ این رابطه به‌ویژه هنگامی که متغیرهای میانجی اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی وارد معادله می‌شوند، از استحکام بیشتری برخوردار است. به بیان دیگر می‌توان گفت که اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی، شدت تأثیر رهبری اخلاقی را بر فضیلت سازمانی افزایش می‌دهند.

کلید واژگان: رهبری اخلاقی، فضیلت، اعتماد سازمانی، تعهد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. استادیار دانشگاه لرستان

2. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه لرستان

Email: nikpay65@yhoo.com

* نویسنده مسئول:

مقدمه

ظهور روان‌شناسی مثبت‌گرا در محیط کاری تحت عناوینی چون محیط کاری مثبت، سازمان مثبت‌گرا، رفتار سازمانی مثبت‌گرا، پژوهش سازمانی مثبت‌گرا^۱ و روان‌شناسی سلامت حرفه‌ای مثبت‌گرا آغاز شد (دونالد سون^۲ و دولوت^۳، 2013). یکی از مفاهیم مورد مطالعه در این جنبش، فضیلت سازمانی^۴ است. فضیلت سازمانی به به‌کارگیری، حمایت، رشد، توسعه و تداوم عادت‌ها، تمایلات و فعالیت‌هایی نظیر نوع‌دوستی، امانت و درستی، گذشت و اعتماد هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی اشاره دارد (کامرون^۵، 2010). فضیلت سازمانی بدین معنی است که سازمان جهت‌گیری مثبتی در خصوص فضیلت دارد. به بیان دیگر فضیلت در سازمان‌ها به معنی ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی از قبیل انسانیت، صداقت، بخشش،^۶ اعتماد و وفاداری^۷ در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است (ریگو^۸ و همکاران، 2011). حسن‌زاده ثمرین و همکاران (1393) به تحقیقی تحت‌عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و فضیلت سازمانی» پرداختند. نتایج آن نشان داد که با افزایش سرمایه اجتماعی فضیلت سازمانی ارتقا و بهبود می‌یابد. سرمایه اجتماعی که ریشه‌ای جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی توفیق‌آفرین و موردقبال فراوان است. سرمایه اجتماعی ابعاد و مؤلفه‌های بسیاری دارد که متناسب با فرهنگ جامعه‌اند؛ مؤلفه‌هایی مانند اعتماد، مشارکت در نهادهای مدنی، ارتباطات مناسب با دیگران، تعهد و مسئولیت، همکاری و روحیه کار گروهی و احساس هویت جمعی (حسن‌زاده ثمرین و همکاران، 1393). مهم‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی اعتماد و قابلیت اعتماد است (احمدی، 1390). با توجه به نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در بهبود اخلاق سازمانی، در پژوهش حاضر سعی شده است که تأثیر دو مؤلفه اعتماد و تعهد بر فضیلت سازمانی بررسی شود.

-
1. Positive Organizational
 2. Donaldson
 3. Dollwet
 4. Organizational Excellence
 5. Cameron
 6. Forgiveness
 7. Loyalty
 8. Regoet

در مطالعاتی متعدد، رابطه معناداری بین فضیلت سازمانی با عملکرد شغلی^۱ (کامرون، برایت^۲ و کازا،^۳ 2004)، ویژگی‌های اخلاقی^۴ (چوان،^۵ 2005) و رهبری اخلاقی^۶ (بهزادی و همکاران، 1394) گزارش شده است؛ بنابراین از دیدگاه تئوری فضیلت، رهبری اخلاقی برای راهنمایی اخلاقی به اکثریت افراد بیرون از خودشان می‌نگرد (آزولا،^۷ 2008).

رهبری اخلاقی: شکلی از رهبری است که به توسعه استانداردهای اخلاقی و مدیریت رفتارهای کارکنان نیاز دارد و به عملی کردن استانداردهای اخلاقی با رفتارهایشان می‌پردازد (ایلماز،^۸ 2010). در این نوع رهبری، ارزش‌های اخلاقی پذیرفته‌شده برای همه نظیر عدالت، انصاف، صداقت، درستی و راست‌کرداری محور تمرکز و توجه است (گل‌پرور، پاداش و آتش‌پور، 1389). رهبری اخلاقی یکی از زیرشاخه‌های رفتارهای اخلاقی است که اخیراً در سازمان‌ها به مسئله مهمی تبدیل شده است (مک‌گرگور،^۹ 2010). در پژوهش والومبوا^{۱۰} و دیگران (2011) رهبری اخلاقی به صورت نمایش رفتار مناسب هنجاری از طریق اعمال فردی و ارتباطات بین فردی و ترویج چنین رفتاری به پیروان از طریق ارتباطات دوسویه، تقویت و تصمیم‌گیری تعریف شده است. محققان در پژوهش‌های صورت‌گرفته به این نتیجه دست یافتند که ارتقای رهبری اخلاقی سازمان در ایجاد، حفظ و تقویت اعتماد درون‌سازمانی تأثیرگذار بوده است (عواطفی منفرد و همکاران، 1391).

اعتماد: ساختاری چندبعدی است که در نظریه مبادله اجتماعی به‌سختی مورد مطالعه قرار گرفته و شکلی از ارتباط تبادلی بین کارکنان و سازمان و ارتباط تبادلی پویا میان کارکنان و مدیران تبیین شده است. مدیران سعی دارند که روابط مبتنی بر اعتماد ایجاد کنند تا هماهنگی بین کارکنان و مدیران و دیگران را افزایش داده و تنش‌های مابین کارکنان و مدیران را کاهش دهند (منجی^{۱۱} و اورتلپ،^{۱۲} 2011). به سخن دیگر، اعتماد سازمانی درک یک فرد از حمایت

1. Job Performance
2. Bright
3. Caza
4. Moral qualities
5. Chuan
6. Ethical Leadership
7. Alzola
8. Yilmaz
9. MC Gregor
10. Walumbwa
11. Monji
12. Ortlepp

سازمانی و باور به قابل‌اعتمادبودن مدیران است. در سازمانی که اعتماد حکم‌فرماست، می‌توان جو مشارکتی باز، کارکنان پاسخگو و تعهد سازمانی^۱ را مشاهده کرد (نادی و مشفق، ۱۳۸۸).

تعهد سازمانی: نگرش مهم شغلی و سازمانی است که در طول سال‌های گذشته، موردعلاقه بسیاری از محققان رشته‌های رفتار سازمانی و روان‌شناسی خصوصاً روان‌شناسی اجتماعی بوده است (رکنی‌نژاد، ۱۳۸۶). تعهد سازمانی نگرشی درباره وفاداری کارکنان به سازمان و فرایندی مستمر است که به‌واسطه مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی، توجه افراد به سازمان و موفقیت و رفاه سازمان را نشان می‌دهد (مقیمی، ۱۳۸۵). تعهد به اشکال مختلف و از دیدگاه‌های متنوع تعریف شده است. برخی تعهد را به‌عنوان میزان تعیین هویت فرد در سازمان خاص و درجه درگیری و مشارکت با سازمان تعریف کرده‌اند. شاخص مورد استفاده آنان جهت سنجش این متغیر شامل بخش انگیزش، تمایل به باقی‌ماندن در سازمان و تعیین هویت فرد با ارزش‌های سازمان است (فری، ۲۰۰۳).

ساندارا^۳ و پلگرینی^۴ (۲۰۰۸) با پرداختن به موضوع اخلاق در سازمان، این مطلب را مدنظر قرار می‌دهند که چگونه وجود ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی مشترک در بین اعضای سازمان، مبادلات بین کارکنان و نیز بین رهبران و کارکنان را بهبود بخشیده و از طرفی صداقت و اعتماد متقابل را در سازمان ارتقا می‌بخشد.

باین‌حال در مطالعات سازمانی، بررسی‌های نظام‌مند فضیلت، به‌ویژه عوامل ایجادکننده آن تا همین اواخر، چندان موردتوجه قرار نگرفته است. به همین دلیل در این پژوهش تلاش شده است تا مهم‌ترین پیش‌بین‌های فضیلت سازمانی بررسی شود. برای این منظور رهبری اخلاقی، اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

فضیلت سازمانی: با آغاز قرن بیست‌ویکم، سازمان‌ها گرایش بیشتری به سمت فضایل اخلاقی و انسانی پیدا کرده‌اند و از طریق تأکید بر فضایل کوشیده‌اند تا خلأهای معنوی، اخلاقی و عاطفی کارکنان خود را برطرف سازند. این تأکید در مطالعات جدید سازمانی به چشم می‌خورد و باعث شده است تا با مفهوم جدیدی به نام سازمان‌های فضیلت‌گرا روبه‌رو شویم (کامرون، ۲۰۱۰؛ کامرون و همکاران، ۲۰۰۴). در اکثر تحقیقات سازمانی و مدیریتی در مقایسه با شناسایی جنبه‌های متعالی و حیات‌بخش سازمان‌ها، توجه زیادی صرف حل مسئله، رفع موانع مبارزه با

1. Organizational Commitment

2. Fry

3. Scandura

4. Pellegrini

رقبا، دستیابی به کارایی و اثربخشی، افزایش سودآوری و رفع شکاف‌های عملکردی شده است (کامرون و همکاران، 2004).

هیسل¹ (2013) فضیلت سازمانی را در نظر گرفتن اخلاقیات به‌عنوان اصلی اساسی در روابط با نهادهای دیگر، مقدم‌شمردن اهداف جامعه بر اهداف سازمانی و اهمیت‌دادن به پیامدهای اجتماعی اعمال تعریف کرده است (هیسل، 2013).

فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم سازمانی است که در سال‌های اخیر در علوم سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و به آن دسته از بافت‌های سازمانی اشاره دارد که در آن، فضیلت‌ها (از جمله انسانیت، درستی و اعتماد) هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی مورد حمایت قرار می‌گیرند و نیز پرورش، انتشار و تداوم می‌یابند (کامرون و همکاران، 2004) بنابراین، فضیلت سازمانی صفاتی اخلاقی است که از تجمع ادراکی یک نوع رفتار در زندگی آموخته می‌شود که باید در سطح سازمان، عملیاتی شده و در ارزش‌های آرمان سازمان‌ها آشکار شود. برخی محققان یک مدل پنج عاملی از فضیلت سازمانی، شامل خوش‌بینی، بخشش، اعتماد، شفقت و صداقت ارائه کرده‌اند (ریگو و همکاران، 2011).

1. **خوش‌بینی سازمانی:** به این معنی است که اعضای سازمان معتقدند در انجام‌دادن مطلوب کارها موفق خواهند شد؛ حتی زمانی که با چالش‌های عمده روبه‌رو شوند. 2. **بخشش سازمانی:** به این معنی است که اشتباهات خیلی سریع بخشیده می‌شوند و به‌عنوان فرصتی برای یادگیری در زمینه‌های با استانداردهای بالای عملکرد مورد استفاده قرار می‌گیرند. 3. **اعتماد سازمانی:** نشانگر این است که تواضع، توجه و احترام بر سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبران‌شان اعتماد دارند. 4. **شفقت سازمانی:** به این معنی است که افراد در زمینه مراقبت از همدیگر و فعالیت‌های دلسوزانه و دلواپسانه مشترک هستند. 5. **صداقت سازمانی:** بیانگر این است که صداقت، امانت و احترام در سازمان فراوان و شایع است (ریگو و همکاران، 2011: 528). از عملکردهای مثبت فضیلت سازمانی گسترش توانایی سازمان در مقابله با مشکلات عمده‌ای است که سازمان با آن مواجه می‌شود و گسترش فضیلت سازمانی از تأثیرات منفی این مشکلات می‌کاهد. احساسات مثبت و سرمایه اجتماعی با فضیلت سازمان ایجاد می‌شود و گسترش می‌یابد و به هم‌افزایی در عملکرد افراد و سازمان‌ها می‌انجامد (بارکلی،²

1. Hessel

2. Barclay

مارکل^۱ و یوگو^۲ (2011). فضیلت سازمانی به بهبود سلامتی جسمی و روانی کارکنان منجر می‌شود. سلامتی و داشتن انرژی مثبت نیز به نوبه خود پابندی کارکنان را افزایش می‌دهد و از ترک خدمت آن‌ها جلوگیری می‌کند (گیلتای^۳ و همکاران، 2006). یافته‌های پژوهشی بهزادی و همکاران (1394) نشان داد که یکی از پیامدهای مهم رهبری اخلاقی در کنار متغیرهایی چون افزایش جو اخلاقی و وجدانی بودن، فضیلت سازمانی گزارش شده است.

والومبوا و دیگران (2011) رهبری اخلاقی را به صورت نمایش رفتار مناسب هنجاری از طریق اعمال فردی و ارتباطات بین فردی و ترویج چنین رفتاری به پیروان از طریق ارتباطات دوسویه، تقویت و تصمیم‌گیری تعریف کرده‌اند. با توجه به اهمیت و سبک رهبری اخلاقی مدیران در پیشبرد اهداف سازمان‌ها، تحقیقات زیادی در این حوزه انجام شده است که در اینجا به موارد مربوط به پژوهش حاضر اشاره می‌کنیم: بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی با رفتار شهروندی سازمانی (بهارلو و همکار، 1394)؛ با اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان (گسل^۴ و همکاران، 2012)؛ با اعتماد کارکنان (عواطفی منفرد و همکاران 1391)؛ با اعتماد سازمانی دبیران (محمد داودی و ولایی ملکی، 1393)؛ تأثیر ابعاد آن بر تعهد سازمانی (دوستار و همکاران 1394)؛ با رضایت شغلی و تعهد عاطفی مدیران (کیم و بریمر^۵، 2011) و (انور^۶ و همکاران، 2012) و با رفتار شهروندی سازمانی (چایبارا و لیم^۷، 2008) و (بروان و ترینو^۸، 2006). از آنجاکه فضیلت سازمانی یکی از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی است، می‌توان گفت فرضیه اول پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

دافت (1387) نیز یادآور می‌شود که رهبری اخلاقی به معنای رفتار مطابق با قوانین، مسؤلیت و حسن نیت در برابر کارکنان، جامعه و هر نگرش و رفتاری است. به طور کلی می‌توان گفت یک مدیر اخلاقی مدیری است که تلاش‌های فعالی را برای اثرگذاری بر رفتارهای اخلاقی و غیر اخلاقی پیروان خود انجام داده و اخلاق را بخشی واضح از سازمان خود قرار دهد؛ بنابراین رهبران اخلاقی هم در زندگی شخصی و هم در عمر حرفه‌ای‌شان، بر ارزش‌های اخلاقی تأکید می‌کنند (استوتن و همکاران، 2011). برخی محققان برای رهبری اخلاقی مؤلفه‌های

-
1. Markel
 2. Yugo
 3. Giltay
 4. Gucel
 5. Kim & Brymer
 6. Anwar
 7. Chiaburu & Lim
 8. Brown & Trevino

مردم‌گرایی، انصاف، تسهیم قدرت، تعادل‌گرایی، راهنمای اخلاقی، شفافیت نقش و درستی و یکپارچگی را ارائه کرده‌اند (کالشنون^۱ و همکاران، 2011).

اعتماد اولین متغیر میانجی است که یکی از موضوعات مهم در رفتار و روابط انسانی^۲ به‌شمار می‌رود و احساس اعتماد کارکنان به مدیر و سازمان، زندگی سازمانی، رفتار سازمانی و روابط بین کارکنان و سازمان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (نادی و دیگران، 1388: 24). اعتماد عبارت است از انتظارات یا باورهایی که افراد دوست دارند از طریقی قابل‌پیش‌بینی و نه صرفاً در راستای منفعت شخصی خود به دیگران نشان دهند (بایر،^۳ 1995). تحقیقات نشان می‌دهد که سازمان‌های با سطوح بالای اعتماد نسبت به سازمان‌های با سطوح پایین اعتماد، نوآوری بیشتری دارند، بهتر خود را با تغییر وفق می‌دهند و موفق‌تر هستند (شوکل،^۴ ایلیس^۵ و وینوگراد،^۶ 2000). در مجموع اعتماد سازمانی باعث می‌شود که اعضای سازمان به سازمان اعتقاد و اطمینان کامل داشته باشند که این خود می‌تواند افزایش امنیت، عملکرد و بهره‌وری را به دنبال داشته باشد.

در زمینه رابطه اعتماد سازمانی مطالعات زیادی صورت گرفته است که از جمله آن‌ها می‌توان به پژوهش‌های (شیرازی، خداوردیان و نعیمی، 1391) اشاره کرد که به بررسی اعتماد سازمانی بر رفتارهای شهروندی سازمانی پرداخته‌اند یا پژوهش رگو و همکاران (2011) را نام برد که اثر مثبت و معنادار فضیلت را بر تعهد سازمانی با میانجی‌گری نقش شادکامی کارکنان بررسی کرده است. علاوه‌براین خنیفر و همکاران (1388) به بررسی رابطه بین مؤلفه‌های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان در سازمان‌های جهاد کشاورزی و آموزش‌وپرورش پرداخته‌اند که نتایج به‌دست‌آمده رابطه قوی بین این مؤلفه را گزارش داده است.

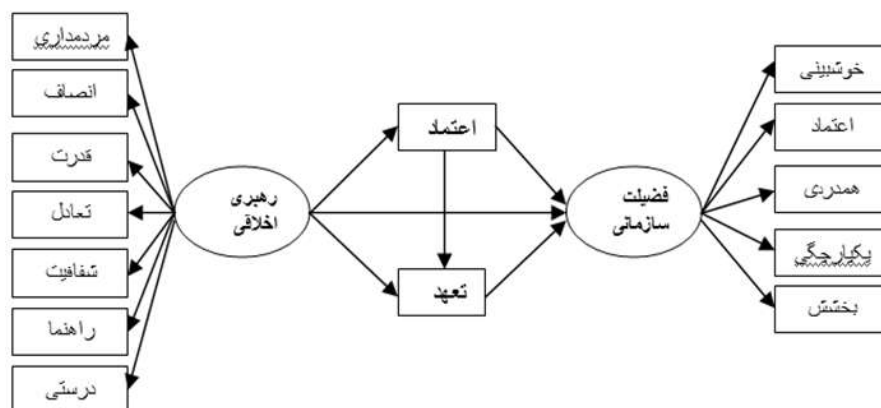
اعتماد سازمانی نشان می‌دهد که حسن نیت، ملاحظات و احترام بر سازمان حاکم است و افراد به یکدیگر و رهبران خود اعتماد دارند (ریگو و ریبیرو،^۷ 2009). پژوهش‌ها نشان می‌دهد پیروانی که به رهبران خود اعتماد دارند، عملکرد بهتری دارند، رفتار شهروندی بیشتری انجام می‌دهند و تعهد سازمانی و رضایت شغلی آن‌ها نیز بالاتر است (پالانسی^۸ و یمارینو،^۹ 2009).

-
1. Kalshoven
 2. Human Relations
 3. Baier
 4. Shockley
 5. Ellis
 6. Winograd
 7. Ribeiro
 8. Palanski
 9. Yammarino

دومین متغیر میانجی پژوهش حاضر، تعهد سازمانی است. تعهد سازمانی نگرش و حالتی روانی بوده که نشان‌دهنده تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است (باقری و تولایی، 1389). بنابراین وفاداری به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می‌نامند (موغلی و حسن‌پور و حسن‌پور، 1388: 123). در تعهد سازمانی افراد با حس معناداری و عضویت به یکدیگر پیوند خورده و به سازمان وفادار می‌مانند و می‌خواهند در سازمان‌هایی که فرهنگ‌هایی مبتنی بر ارزش‌ها و عشق به نوع‌دوستی دارند، باقی بمانند (فری، 2003: 714). از طرف دیگر، تعهد سازمانی عامل مؤثری در رفتار سازمانی کارکنان و بازده سازمان‌هاست و نگرش مثبت و منفی افراد نسبت به کل سازمان را نشان می‌دهد. شخص دارای تعهد سازمانی نسبت به سازمان، احساس وفاداری قوی دارد (مقیم، 1385: 392). علاوه‌براین اکپارا و وین (2008) تحقیقی در میان مدیران شرکت‌های کسب‌وکار، صنعتی و حمل‌ونقل انجام داده‌اند که نشان می‌دهد انواع جو اخلاقی سازمانی بر انواع مختلف تعهد سازمانی، هویت در سازمان، درگیری در سازمان و وفاداری به سازمان تأثیر مثبت دارد. شافر¹ در سال (2009) در تحقیقی با عنوان «جو اخلاقی، تعارض سازمانی و حرفه‌ای و تعهد سازمانی» که در میان حسابداران چینی انجام داد، به این نتیجه رسید که جو اخلاقی با تعهد عاطفی رابطه مثبت دارد. همچنین در پژوهشی با عنوان «ارتباط میان رهبری اخلاقی و بازده کارکنان در مالزی» نشان می‌دهد که رفتار اخلاقی رهبر تأثیر مثبت بر تعهد سازمانی کارکنان و اعتماد آنان نسبت به رهبران دارد (پالانسکی و یمارینو، 2009).

این مطالعه سعی دارد که تأثیر مستقیم رهبری اخلاقی را بر فضیلت سازمان بررسی کند. همچنین به بررسی تأثیر غیرمستقیم رهبری اخلاقی با میانجیگری متغیرهای اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی بر فضیلت سازمانی بپردازد. بر این اساس با توجه به مطالعات و موضوع تحقیق، مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شود.

1. Shafer



شکل (1): مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مدل مفهومی، فرضیه اصلی تحقیق عبارت است از: رهبری اخلاقی مدیران بر فضیلت سازمانی معلمان با میانجی‌گری اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی تأثیرگذار است.

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی با استفاده از مدل معادلات ساختاری است که رابطه ساختاری علی مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را بررسی می‌کند. در مدل مطرح شده متغیر رهبری اخلاقی به‌مثابه متغیر برون‌زا مطرح شده است و متغیرهای اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی به‌مثابه متغیر میانجی فرض شده‌اند که بر متغیر فضیلت سازمانی معلمان اثر می‌گذارند. جامعه آماری شامل همه معلمان مدارس شهر خرم‌آباد (حدود 1258 نفر) است که از میان آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و براساس جدول مورگان، تعداد 300 نفر انتخاب شدند. گفتمانی است، پس از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها به‌وسیله نرم‌افزار Smart PLS.2 و Spss نسخه 19 مورد تحلیل قرار گرفتند.

برای گردآوری داده‌ها از سه پرسش‌نامه به شرح زیر استفاده شده است:

1. پرسش‌نامه رهبری اخلاقی کالسون و همکاران (2011) که دارای 38 گویه و 7 مؤلفه جهت‌گیری مردمی، انصاف، تسهیم قدرت، اهمیت‌دادن به ظرفیت و اندازه، راهنمای اخلاقی، شفافیت نقش، یکپارچگی و درستی است. هر سؤال به‌صورت مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (خیلی زیاد=5 تا خیلی کم=1) درجه‌بندی شده است. کالسون و همکاران ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه را 0/91 گزارش کرده‌اند.

2. پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (1998) که شامل 22 گویه و سه بُعد اصلی و نه مؤلفه به شرح زیر است: بُعد شناختی (زبان مشترک و فرهنگ مشترک)، بُعد رابطه‌ای (اعتماد، تعهد و انتظارات، هنجارها، هویت) و بُعد ساختاری (روابط شبکه‌ای، شکل و ترکیب شبکه، سازمان مناسب). پاسخ‌دهی به این ابزار مبتنی بر طیف 5 درجه لیکرت (خیلی زیاد=5 تا خیلی کم=1) است. پایایی پرسش‌نامه یادشده توسط ناهاپیت و گوشال (1998) با ضریب آلفای کرونباخ 0/90 شده است که در این پژوهش، فقط تعداد سؤالات مربوط به دو مؤلفه از بُعد رابطه‌ای (اعتماد و تعهد) وارد مدل شده‌اند تا میزان تأثیر غیرمستقیم این دو مؤلفه بر فضیلت سازمانی سنجیده شود.

3. پرسش‌نامه فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (2004) که دارای 15 گویه و 5 مؤلفه به نام‌های خوش‌بینی، اعتماد، همدردی، یکپارچگی و بخشش است. هر سؤال به صورت مقیاس پنج‌ارزشی (کاملاً درست=5 تا کاملاً غلط=1) درجه‌بندی شده است. ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه توسط کامرون و همکاران 0/91 گزارش شده است.

یافته‌ها

با توجه به اینکه تحلیل داده‌ها در دو مرحله؛ اول، ارزیابی مدل اندازه‌گیری (روایی و پایایی) و دوم، ارزیابی مدل ساختاری صورت می‌گیرد، در بخش تحلیل داده‌ها روایی و پایایی ابزار تحقیق گزارش شده است.

مرحله اول: روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری

برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از اعتبار محتوا و همگرا استفاده شده است. با تطبیق و اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری، ادبیات و نظریه‌های موجود و استفاده از نظر خبرگان، اعتبار محتوا بررسی و حاصل شده است. اعتبار همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. معیار میانگین واریانس‌های خروجی با مقدار حداقل 0/5 توسط فورنل و لارکر^۲ (1981) برای تعیین اعتبار همگرا معرفی شده است. براساس نتایج خروجی تحلیل پی ال اس که در جدول‌های 1 و 2 آمده است، میزان میانگین واریانس خروجی برای تمامی متغیرها، بالای 0/5 است که نشان می‌دهد ابزار اندازه‌گیری از روایی مناسبی برخوردار است. پایایی ابزار اندازه‌گیری در دو قسمت سنجیده شده است: یکی مربوط به پایایی هر شاخص انعکاسی و سازه متناظر با آن که مقدار بار نشان داده

1. Nahapiet & Ghoshal

2. Fornell & Larcker

می‌شود و دیگری پایایی مرکب همه شاخص‌های انعکاسی با سازه متناظر که برای تعیین همبستگی درونی ابزار اندازه‌گیری به کار می‌رود. مقدار پایایی مناسب برای هر شاخص با سازه متناظر با آن، یعنی بار عاملی حداقل 0/60 و پایایی مرکب حداقل 0/70 است. برای بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس به اشتراک گذاشته (AVE) بین هر متغیر مکنون با شاخص‌های خود استفاده کرده‌ایم. مقدار بالای 0/5 نشان کافی بودن و مناسب بودن این معیار است. همان‌گونه که در جدول 1 ملاحظه می‌کنید، مقدار AVE برای تمامی سازه‌های مرتبه اول و دوم مناسب و بالای 0/5 است.

جدول (1): نتایج ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

ضریب پایایی ترکیبی (Alpha >0.7)	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha >0.7)	AVE >0.05	عنوان در مدل	
0/95	0/94	0/76	جهت‌گیری مردمی	رهبری اخلاقی
0/94	0/92	0/73	انصاف	
0/89	0/86	0/59	تسهیم قدرت	
0/94	0/9	0/84	تعادل‌گرایی	
0/94	0/92	0/69	راهنمایی اخلاقی	
0/91	0/88	0/69	شفافیت نقش	
0/87	0/8	0/64	یکپارچگی	
0/98	0/97	0/94	خوش‌بینی	فضیلت سازمانی
0/78	0/59	0/54	اعتقاد	
0/82	0/67	0/62	همدردی	
0/87	0/77	0/7	یکپارچگی	
0/9	0/84	0/77	بخشش	
0/92	0/83	0/86	اعتماد	
1	1	1	تعهد	
0/93	0/92	0/504	رهبری اخلاقی	
0/84	0/8	0/52	فضیلت سازمانی	

جهت بررسی روایی واگرا از ماتریسی استفاده می‌کنیم که توسط فورنل و لارکر (1981) ابداع شده است. مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در قطر اصلی این ماتریس قرار دارد و سایر خانه‌های ماتریس میزان همبستگی بین متغیرهای مکنون است.

جدول (2): نتایج روایی واگرا

سازه‌ها	آیندا	تعهد	بهره‌مندی	انصاف	تسهیم قدرت	تعادل گرایی	راهنمایی اخلاقی	شغلیت نقش	یکپارچگی	مخوش‌بینی	اعطفا	همدردی	یکپارچگی	بخشش
اعتماد	۰/۹													
تعهد	۰/۷۲	۱												
جهت‌گیری مردمی	۰/۶۸	۰/۶۵	۰/۸۷											
انصاف	۰/۱۵	۰/۶۱	۰/۲۲	۰/۸۵										
تسهیم قدرت	۰/۲۹	۰/۶۸	۰/۱۷	۰/۲۴	۰/۷۶									
تعادل گرایی	۰/۰۹	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۱۶	۰/۱۹	۰/۹۱								
راهنمایی اخلاقی	۰/۱	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۹	۰/۱۲	۰/۶۱	۰/۸۳							
شغلیت نقش	۰/۱۷	۰/۱	۰/۱۵	۰/۰۷	۰/۳۱	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۸۳						
یکپارچگی	۰/۲۸	۰/۱۹	۰/۱۶	۰/۱۹	۰/۷۳	۰/۱	۰/۱۱	۰/۲۷	۰/۸					
مخوش‌بینی	۰/۱۳	۰/۱۴	۰/۳۸	۰/۳۶	۰/۲۳	۰/۳۳	۰/۱۵	۰/۳۹	۰/۲۲	۰/۹۶				
اعطفا	۰/۶۸	۰/۲	۰/۱	۰/۰۸	۰/۱۸	۰/۰۲	۰/۰۷	۰/۱۴	۰/۲۹	۰/۱۱	۰/۷۳			
همدردی	۰/۲۴	۰/۲۶	۰/۱۶	۰/۱۲	۰/۱۷	۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۱۶	۰/۱۳	۰/۲۱	۰/۲۷	۰/۷۸		
یکپارچگی	۰/۵۹	۰/۴۹	۰/۱۳	۰/۱۴	۰/۳	۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۱۹	۰/۳۹	۰/۱۸	۰/۶۷	۰/۳	۰/۸۳	
بخشش	۰/۶۱	۰/۶۸	۰/۶۱	۰/۰۴	۰/۱۷	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۴۵	۰/۰۵	۰/۲۴	۰/۱۹	۰/۰۴	۰/۱۷	۰/۸۷

همان‌طور که در جدول 2 ملاحظه می‌کنید، مقادیر جذر AVE از مقادیر موجود در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی بیشتر است؛ بنابراین می‌توان گفت که در مدل پژوهش متغیرهای مکنون بیشتر با سؤالات مربوط به خودشان تعامل دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان بهتر، این جدول مطلوبیت روایی واگرایی مدل را نشان می‌دهد.

مرحله دوم: مدل ساختاری

مدل ساختاری در واقع مسیرهای بین متغیرهای مکنون است و با معیارهای f^2 ، R^2 ، t -value و Q^2 موردسنجش قرار می‌گیرد.

مقدار ضریب t بین تمامی متغیرهای اصلی موجود در پژوهش بیشتر از $1/96$ بود که معنادار بودن این مسیرها (در سطح اطمینان 95 درصد) و مناسبت مدل ساختاری را نشان می‌دهد.

معیار R^2

این معیار را تنهاووس¹ (2004) معرفی کرده است که میزان تأثیر یک یا چند متغیر برون‌زا را بر یک متغیر درون‌زا نشان می‌دهد و سه مقدار $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته شده است. همان‌طور که در جدول 3 ملاحظه می‌کنید، مقدار این معیار برای سازه‌های اعتماد، تعهد و فضیلت سازمانی به ترتیب برابر با $0/088$ ، $0/186$ و $0/390$ بوده و با توجه به دسته‌بندی اعلام‌شده، برازش مدل ساختاری را تأیید می‌کند.

جدول (3): نتایج معیارهای برازش مدل ساختاری

سازه‌ها	R^2
اعتماد	0/088
تعهد	0/186
فضیلت سازمانی	0/390

معیار f^2

معیار اندازه تأثیر (f^2) توسط کوهن (1988) معرفی شده است. این معیار شدت رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. معیار f^2 شدت رابطه بین سازه‌ها را مشخص می‌کند. هر چه این معیار بیشتر باشد، شدت بالای تأثیر را نشان می‌دهد. مقادیر $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک متغیر مکنون بر متغیر مکنون دیگر است. میزان تأثیرات متغیرها بر یکدیگر در جدول 4 آورده شده است.

1. Tenenhaus

جدول (4): نتایج معیارهای برازش مدل ساختاری

f^2	سازه‌ها / مسیر
0/085	(فضیلت سازمانی > اعتماد) f^2
0/045	(فضیلت سازمانی > تعهد) f^2
0/04	(فضیلت سازمانی > رهبری اخلاقی) f^2
0/04	(فضیلت سازمانی > اعتماد) f^2
0/023	(فضیلت سازمانی > رهبری اخلاقی) f^2
0/016	(فضیلت سازمانی > رهبری اخلاقی) f^2

معیار Q^2

معیار Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند. در مورد تمامی سازه‌های درون‌زا، سه مقدار 0/02، 0/15 و 0/35 را به‌عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین کرده‌اند (کوهن،¹ 1988). با توجه به جدول 5 مقدار Q^2 سازه‌های درون‌زای مدل نشان از قدرت پیش‌بینی متوسط مدل در خصوص این سازه دارد.

جدول (5): نتایج معیارهای برازش مدل ساختاری

سازه‌ها	سازه‌ها
اعتماد	اعتماد
تعهد	تعهد
فضیلت سازمانی	فضیلت سازمانی

مدل کلی

در مدل‌های مبتنی بر حداقل مربعات جزئی، شاخص GOF به‌کار گرفته شده است. این شاخص برای مدل تحقیق به شرح زیر محاسبه می‌شده است و نتایج آن در فرمول ذیل نشان‌دهنده مناسب بودن مدل کلی است. وتزلس و همکاران (2009) سه مقدار 0/01، 0/25 و 0/36 را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. در محاسبه (Communalities) فقط مربوط به سازه‌های مرتبه اول است و سازه‌های مرتبه دوم و سوم در

محاسبه میانگین مقادیر اشتراکی نقشی ندارند؛ ولی در محاسبه مقدار R^2 تمامی سازه‌ها اعم از مرتبه اول و دوم مدنظر قرار می‌گیرند.

$$GOF = \sqrt{(\text{Communalities}) \times R^2} = \sqrt{0.67 \times 0.22} = 0.383$$

حاصل آزمون برای شاخص برازش مدل برابر با 0/383 است. از آنجا که حداقل مقدار قابل قبول برای این شاخص 0/36 است (وتزلس¹ و همکاران، 2009)، می‌توان ادعا کرد مدل پژوهش، برازش بالا و قوی دارد.

یافته‌ها

بعد از تأیید مدل در سه بخش ساختاری، اندازه‌گیری و کلی به بررسی فرضیات مطرح‌شده می‌پردازیم.

مدل (1) نشان داد که چون برای تمامی مسیرهای موجود در مدل مقدار t بیشتر از 1/96 است، تمامی فرضیات مطرح‌شده در سطوح 95 درصد تأیید می‌شود. همان‌طور که در جدول (6) ملاحظه می‌شود، مقدار آماره t محاسبه‌شده تمامی فرضیات بیشتر از 1/96 است؛ در نتیجه تمامی فرضیات آورده‌شده در جدول 6 با احتمال 95 درصد تأیید می‌شود.

جدول 6- نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتیجه آزمون	آماره‌ها		فرضیات
	مقدار t	ضریب مسیر	
تأیید شد	4/932	0/351	1. رهبری اخلاقی مدیران بر فضیلت سازمانی
تأیید شد	3/788	0/297	2. رهبری اخلاقی مدیران بر اعتماد سازمانی
تأیید شد	4/420	0/332	3. رهبری اخلاقی مدیران بر تعهد سازمانی
تأیید شد	2/598	0/193	4. اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی
تأیید شد	3/875	0/274	5. اعتماد سازمانی بر فضیلت سازمانی
تأیید شد	3/017	0/209	6. تعهد سازمانی بر فضیلت سازمانی

برای بررسی نقش میانجی متغیرهای اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی، با توجه به تأیید رابطه مسیرهای 2 و 3 و 5 و 6 در جدول 6 وجود نقش میانجی برای دو متغیر مذکور قابل قبول است؛ بنابراین فرضیه‌های 2 و 3 و 5 و 6 تأیید می‌شوند؛ اما برای تبیین میزان تأثیر غیرمستقیم

1. Wetzels

متغیر مستقل رهبری اخلاقی بر متغیر وابسته فضیلت سازمانی از طریق این دو متغیر به این شرح عمل می‌شود:

برای تعیین میزان تأثیر غیرمستقیم متغیر رهبری اخلاقی از طریق اعتماد سازمانی بر فضیلت سازمانی، باید حاصل ضرب ضرایب مسیرهای 2 و 5 به دست آید (داوری و رضازاده، 1392). در نتیجه، میزان این تأثیر برابر با 0/081 است (جدول 7).

برای تعیین میزان تأثیر غیرمستقیم متغیر رهبری اخلاقی از طریق تعهد بر فضیلت سازمانی نیز باید حاصل ضرب ضرایب مسیرهای 3 و 6 را به دست آوریم که میزان این تأثیر برابر با 0/069 است.

همچنین، برای تعیین شدت تأثیر متغیرهای میانجی تحقیق از آماره واریانس محاسبه شده VAF استفاده می‌شود. این مقدار بین 0 و 1 است و هرچه به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد (داوری و رضازاده، 1392).

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c} = \frac{0.297 \times 0.274}{(0.297 \times 0.274) + 0.351} = 0.187$$

یعنی 18 درصد از اثر کل رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی به شیوه‌ای غیرمستقیم توسط متغیر میانجی اعتماد سازمانی تبیین می‌شود.

این مقدار برای متغیر میانجی تعهد سازمانی نیز این‌گونه است:

$$AVE = \frac{a \times b}{(a \times b) + c} = \frac{0.332 \times 0.209}{(0.332 \times 0.209) + 0.351} = 0.164$$

یعنی 16 درصد از اثر کل رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی به شیوه‌ای غیرمستقیم توسط

متغیر میانجی تعهد سازمانی تبیین می‌شود.

جدول (7): نتایج آزمون فرضیه اصلی

نتیجه آزمون	تأثیر کل VAF	تأثیر تأثیر مستقیم غیر مستقیم	بین متغیرهای میانی و وابسته		بین متغیرهای مستقل و میانی		فرضیه اصلی تحقیق
			ضریب مسیر t	مقدار t	ضریب مسیر t	مقدار t	
تأیید شد	0/187	0/081	0/351	0/274	3/788	0/297	اعتماد
تأیید شد	0/164	0/069	3/017	0/209	4/420	0/332	تعهد

بحث و نتیجه‌گیری

سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه، به‌منزله منبعی بارزش اشاره می‌کند که مدیران و رهبران سازمان با خلق اعتماد سازمانی و تعهد به ارزش‌های مشترک سازمان موجب تحقق اهداف به‌طور اثربخش و باعث دستیابی به فضیلت سازمانی می‌شوند. به‌طور کلی، نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که همه عوامل محیطی سازمان (همچون رهبری اخلاقی، اعتماد، تعهد) با فضیلت سازمانی رابطه داشته و پیش‌بینی‌کننده‌های خوبی برای شکل‌گیری آن هستند.

فرضیه اول: رهبری اخلاقی مدیران بر فضیلت سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/351 و مقدار t 4/932 تأیید شد که یافته‌های به‌دست‌آمده این فرضیه با پژوهش‌های (بروان و ترینو، 2006)، (چایبارا و لیم، 2008) و (بهارلو و همکار، 1394) همسو است.

فرضیه دوم: رهبری اخلاقی مدیران بر اعتماد سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/297 و مقدار t 3/788 تأیید شد که با یافته‌های پژوهشی (محمد داودی و همکاران، 1393) و (گسل وتوکماک، 2012) نیز همخوانی دارد. در نتیجه مدیران و کارکنانشان به‌عنوان عناصر اساسی در سازمان، نقش مهمی در ایجاد اعتماد سازمانی ایفا می‌کنند (دونالدسون و دالوت، 2013).

فرضیه سوم: رهبری اخلاقی مدیران بر تعهد سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/332 و مقدار t 4/420 تأیید شد. نتایج پژوهش‌های (دوستار و همکاران، 1394)، (کیم و بریمر، 2011) و (انورا و همکاران، 2012) نیز یافته‌های این فرضیه را تأیید می‌کنند.

فرضیه چهارم: اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/193 و مقدار t 2/598 تأیید شد که با یافته‌های پژوهشی (خنیفر و همکاران، 1388) همسو است؛ بنابراین تعهد با احساس اعتماد افزایش می‌یابد. چنانچه فرد به قابل‌اعتماد بودن یک سازمان و مدیر آن باور داشته باشد، تعهد وی افزایش خواهد یافت (آلن و مایر، 1996).

فرضیه پنجم: اعتماد سازمانی بر فضیلت سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/274 و مقدار t 3/875 تأیید شد که با پژوهش (حسن‌زاده ثمرین و همکاران، 1393) همسو است. بدین معنی که با افزایش اعتماد، فضیلت سازمانی افزایش و با کاهش اعتماد، فضیلت سازمانی نیز کاهش می‌یابد.

فرضیه ششم: تعهد سازمانی بر فضیلت سازمانی با میزان تأثیر مستقیم 0/209 و مقدار t 3/017 تأیید شد. با یافته‌های (شافر، 2009)، (رگو و همکاران، 2011) و (چوان، 2005)

همسو است؛ بنابراین ارزش‌ها و فضائل اخلاقی سازمان نشانه‌ای مهم برای تعهد سازمانی است.

فرضیه اصلی: رهبری اخلاقی مدیران بر فضیلت سازمانی با تأثیر مستقیم 0/284 و با تأثیر غیرمستقیم (میانجی‌گری اعتماد و تعهد سازمانی) 0/33 تأیید شد؛ بنابراین میزان تأثیر کل

رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی از حاصل جمع تأثیر غیرمستقیم و تأثیر مستقیم (0/62) به دست آمده است و نشان می‌دهد که با افزایش یک انحراف استاندارد در رهبری اخلاقی، شاهد افزایش به اندازه 0/62 انحراف استاندارد در فضیلت سازمانی خواهیم بود.

از بین متغیرهای پیش‌بین، رهبری اخلاقی دارای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بیشتری بود. نتایج حاصل از این پژوهش با جهت‌گیری نظری پژوهش‌های (دکونیک، 2011)، (اکپارا و وین، 2008)، (پونا و تناکون، 2009)، (بهزادی و همکاران، 1394) و (صالح‌نیا، 1391) همسویی‌هایی را نشان می‌دهد؛ بنابراین اگر رهبران، ارزش‌ها، هنجارها و اصول اخلاقی حاکم بر سازمان را به درستی تدوین کرده و مورد حمایت قرار دهند، این عناصر اخلاقی چارچوبی هدایت‌گر فراهم می‌کنند تا رهبر و اعضای سازمان تعاملات اخلاق‌مدارانه‌ای با یکدیگر برقرار سازند و نیز تصمیم‌گیری‌های سازمانی صحیح‌تر و اخلاق‌مدارانه‌تری اتخاذ کنند (والبو و همکاران، 2011). از سوی دیگر، اخیراً به بررسی اخلاقیات، اصول اخلاقی و فضای اخلاقی بر اعتماد و تعهد کارکنان علاقه‌مند شده‌اند. فضای اخلاقی یکی از عوامل اصلی شکل‌دهنده روابط درون‌سازمانی و نگرش‌های کارکنان است که تأثیر عمده‌ای بر نتایج سازمانی دارد. از طریق بهبود اعتماد بین کارکنان و مدیران و افزایش تعهد کارکنان و در نتیجه پیروی و تبعیت شدید از اصول اخلاقی، کارکرد سازمانی افزایش می‌یابد. کارکنانی که سازمانشان را اخلاقی ادراک و همچنین اداره می‌کنند و سازمان نسبت به آن‌ها منصفانه و عادلانه برخورد می‌کند، بیشتر می‌توانند به مدیران و سازمان خود اعتماد کنند و به آن‌ها پایبند و متعهد باشند؛ بنابراین، فضیلت با عملکرد بهتر، پشتکار بیشتر و خوش‌اخلاق بودن در محیط کار ارتباط دارد (صالح‌نیا، 1391).

اخلاق مفاهیمی چون اعتماد، صداقت، درستی، وفای به عهد، وفاداری، احترام، مسئولیت و تعهد نسبت به دیگران و خدمت به جامعه را دربرمی‌گیرد. به‌طور کلی اخلاقیات ارتباط تنگاتنگی با ارزش‌ها و فضائل دارند و به‌عنوان عاملی نگرسته می‌شوند که ارزش‌ها را به عمل تبدیل می‌کند.

منابع

- احمدی، سید علی‌اکبر؛ و فیض‌آبادی، حوریه. (1390). بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان ستادی شهرداری تهران)، نشریه مدیریت دولتی، 3 (6): 46-35.
- بهارلو، مصطفی؛ بشلیده، کیومرث؛ نعیمی، عبدالزهرا؛ و هاشمی شیخ شبانی، سیداسماعیل. (1394). تحلیل رابطه رهبری اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی، اخلاق در علوم و فناوری، 10(1): 28-18.
- بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهرا؛ و بشلیده، کیومرث. (1394). رابطه وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی، اخلاق در علوم و فناوری، 10(1): 61-71.
- باقری، مسلم؛ و تولایی، روح‌الله. (1389). بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر عملکرد سازمان‌ها، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، 7(30): 73-96.
- خنیفرو، حسین؛ مقیمی، سیدمحمد؛ جندقی، غلام‌رضا؛ و زروندی، نفیسه. (1388). بررسی رابطه بین مؤلفه‌های اعتماد و تعهد سازمانی کارکنان در سازمان‌های جهاد کشاورزی و آموزش و پرورش استان قم، نشریه مدیریت دولتی، 1(2): 3-18.
- حسن‌زاده ثمرین، تورج؛ همتی‌نوع‌دوست، مهناز؛ و نیکرواحمدگورابی، حسن. (1393). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی (بررسی موردی شهرداری رشت)، فصلنامه مدیریت دولتی، 6(1): 67-84.
- داوری، علی؛ و رضازاده، آرش. (1392). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران: جهاد دانشگاهی.
- دافت، ریچارد. (1387). تئوری و طراحی سازمان، ترجمه سیدمحمد اعرابی و علی پارساییان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- دوستار، محمد؛ مستقیمی، محمدرضا؛ و اسماعیل‌زاده، محمد. (1394). رهبری اخلاقی و بررسی تأثیر ابعاد آن بر تعهد سازمانی، مطالعات مدیریت و بهبود تحول، 24(79): 27-45.
- رکنی‌نژاد، مهرداد. (1386). نظریه‌ها و مدل‌های جدید تعهد سازمانی، تهران.
- شیرازی، علی؛ خداوردیان، الهام؛ و نعیمی، محمد. (1391). تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی، مورد مطالعه: شرکت گاز استان خراسان شمالی. پژوهشنامه مدیریت تحول، سال 4(7): 133-153.
- صالح‌نیا، منیره. (1391). در علوم و فناوری اثر رهبری اخلاقی بر فضای اخلاقی سازمان، اخلاق در علوم و فناوری، 2: 86-98.
- صالحی امیری، رضا. (1390). مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (3)، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.

عواطفی منفرد، احسان؛ مهداد، علی؛ و میرجعفری، سیداحمد. (1391). رابطه رهبری اخلاقی و سلامت روان‌شناختی محیط کار با اعتماد سازمانی، *خلاق: اخلاق در علوم و فناوری*، 7(3): 44 - 51.

گل‌پرور، محسن؛ پاداش، فریبا؛ و آتش‌پور، محمد. (1389). مدل تقویت احساس انرژی، توانمندی و خلاقیت کارکنان از طریق رهبری اخلاقی، *فصلنامه سلامت کار ایران*، 7(3): 4-11.

موغلی، علیرضا؛ حسن‌پور، اکبر؛ و حسن‌پور، محمد. (1388). بررسی ارتباط بین توانمندسازی و تعهد سازمانی کارکنان در مناطق نوزده‌گانه سازمان آموزش و پرورش شهر تهران. *نشریه مدیریت دولتی*، 1(2): 119-132.

مقیمی، سیدمحمد. (1385). *سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی*، تهران: ترمه.

محمد داودی، امیرحسین؛ و ولایی ملکی، مریم. (1393). رابطه رهبری اخلاقی و اعتماد سازمانی با توانمندسازی در دبیران دبیرستان‌های شهرستان ساوه. *رهبری و مدیریت آموزشی*، 27: 1-115.

نادی، محمدعلی؛ و مشفق، زهت‌الزمان. (1388). مدل‌یابی معادلات ساختاری روابط ادراک معلمان از ابعاد عدالت با تعهد مستمر و عاطفی به منظور ارائه یک مدل مفهومی. *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی*، 6: 21-38.

- Allen, N. J., Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: an examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49 (3): 252-76.
- Anwar, F., Islam, T., Rehman Khan, S., Ungku, N. U. (2012). Investigating the mediating role of affective commitment between supervisor's ethical leadership and citizenship behaviors, *World Applied Sciences Journal*, 19(8): 1221-1224.
- Alzola, M. (2008). Character and environment: The status of virtues in organization. *Journal of Business*.
- Barclay, L. A., Markel, K.S., Yugo J.E. (2012). Virtue theory and organizations: considering persons with disabilities. *Journal of Managerial Psychology*, 27(4): 330-346.
- Bair, A., Amand, R. (1995). Trust within the organization. *Monograph*, 1: 415-425.
- Brown, M. E., Trevino, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595- 616.
- Cameron, K. (2010). Five keys to flourishing in trying times, *Lead to Lead*, 55:45-51.
- Cameron, K., Bright, D., Caza, A. (2004). Exploring the relationships between OV and performance. *American Behavioral Scientist*, 47(6): 766-790.
- Chun, R. (2005). Ethical Character and Virtue of Organization: An Empirical Assessment and Strategic Implications. *Journal of Business Ethics*, 57 (3): 269-284.
- Cohen, J. (1988). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112, 155-159.
- Chiaburu, D. S., Lim, A. S. (2008). Manager trustworthiness or interactional justice? Predicting organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 83 (3): 453- 467.
- DeConinck, J.B. (2011). The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople. *Journal of Business Research*, 64: 617-624.

- Donaldson, S., Dollwet, M. (2013). Taming the waves and wild horses of positive organizational psychology. *Advances in positive organizational psychology*, 1: 1-21.
- Fornell, C., Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 18(1): 39-50.
- Fry, L.W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14, 693-727.
- Gucel, C., Tokmak, I., Turgut, H. (2012). The relationship of the ethical leadership among the organizational trust, affective commitment and job satisfaction: Case study of a university. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4(2), 1309-8063.
- Giltay, E. J., Kamphuis, M. H., Kalmijn, S., Zitman, F. G., & Kromhout, D. (2006). Dispositional optimism and the risk of cardiovascular death: The Zutphen elderly study. *Archives of Internal Medicine*, 166(4): 431-436.
- Hessel, I. (2013). Developing a virtuous 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.
- Harris, E., Cameron, E. (2005). Multiple dimensions of organizational identification and commitment as predictor of turnover intentions and psychological well-being. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 37(3): 159-169.
- Kalshoven, K., Den Hartog, D.N., De Hoogh, A.H.B. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure. *The Leadership Quarterly*, 22:51-69.
- Kim, W. G., Brymer, R.A. (2011). The effects of ethical leadership on manager job satisfaction, commitment, behavioral outcomes and firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, 30: 1020-1026.
- Monji, L., Ortlepp, K. (2011). The Relationship between Organizational Trust, Job Satisfaction and Intention to Leave: An exploratory study. *Alternation*, 18(1):192-214.
- McGregor, S.L.T. (2010). *Consumer moral leadership*. Rotterdam / Boston, Sense Publishers.
- Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2): 242-266.
- Okpara, J. O., Wynn, P. (2008). The impact of ethical climate on job satisfaction, and commitment in Nigeria: Implications for management development. *Journal of Management Development*, 27 (9): 935-950.
- Ponnu, C. G., Tennakoon, G. (2009). The association between ethical leadership and employee outcomes – the Malaysian Case. (EJBEO) *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 14(1): 21-32.
- Palanski, M., Yammarino, F. (2009). Integrity and leadership: A multi-level conceptual framework. *The Leadership Quarterly*, 20: 405-420.
- 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.
- Rego, A., Ribeiro, N. (2009). Does perceived organizational virtuousness explain organizational citizenship behaviors? *International Conference on Business, Economics, Management and Stouten J, Baillien E, Broeck AVD, Camps J, Witte.*

- Euwema, M. (2011). Discouraging bullying: the role of ethical leadership and its effects on the work environment. *Journal of Business Ethics*, 95: 17-27.
- Shockley, Z. P., Ellis, K., Winograd, G. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters *Organizational Development Journal*, 18: 35-49.
- Shafer, W. E. (2009). Ethical climate, organizational-professional conflict and organizational commitment. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22 (7):1087-1110.
- Scandura, T. A., Pellegrini, E. K. (2008). Trust and leader-member exchange: A closer look at relational vulnerability. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(2), 101-110.
- Tenenhaus, M., Amato, S., Esposito, V.V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting*, 739-742.
- Wetzels, M., Odekerken, S.G., Van Oppen, C. (2009). Using pls path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *Mis Quarterly*, 33(1): 177.
- Walumbwa, F.O., Luthans, F., Avey, J.B., Oke, A. (2011). Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust. *Journal of Organizational Behavior*, 32: 4-24.
- Hong-Wei, H., Balmer, J. M.T. (2007). Identity studies: multiple perspectives and implications for corporate-level marketing. *European Journal of Marketing*, 41(7,8): 765 - 785.
- Yilmaz, E. (2010). The analysis of organizational creativity in schools regarding principal's ethical leadership characteristics. *Procedia social and behavioral sciences*, 2(2): 3949-3953.
- Zeinabadi, H., Rastegarpour, H. (2010). Factors affecting teacher trust in principal: testing the effect of transformational leadership and procedural justice, *Social and Behavioral Sciences*, 5: 1004-1008.