

## پیش بینی فضیلت سازمانی بر اساس رهبری اخلاقی با میانجی فرهنگ اخلاقی

دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵

پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵

### فردین فروغی سوها<sup>۱</sup>

شاغل در وزارت آموزش و پرورش - ایران

### رضا حسین پور

استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه جامع امام حسین علیه السلام، تهران - ایران

### چکیده:

جو اخلاقی سازمان بیانگر ادراک اشخاص از سازمان خودشان است و بر دیدگاه و رفتار آنان تأثیرگذار است و به عنوان چارچوبی برای مراجعه‌ی کارمندان سازمان استفاده می‌شود. فضای پسندیده، اساسی برای نشان اعمال و همفکری‌ها آماده می‌سازد؛ از این رو جو اخلاقی ویژگی یک سازمان را نشان می‌دهد و در حقیقت متغیری سازمانی است که قادر است شرایط کاری را عوض یا تقویت کند. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی (مدل معادلات ساختاری) است که با هدف بررسی نقش واسطه‌ای فرهنگ اخلاقی در رابطه‌ی رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی صورت گرفته است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره‌ی ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد 381 نفر تشکیل داده است که بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم 181 نفر (96 نفر زن و 85 نفر مرد) با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و طبقه‌ای انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد، رهبری اخلاقی کالسون و همکاران (2011)، فرهنگ اخلاقی گوبل و همکاران (2011) و فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (2004) جمع‌آوری شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS21 و LISREL8 انجام گرفته است. نتایج حاکی از آن است رهبری اخلاقی به صورت مستقیم 0/18 درصد از واریانس فضیلت سازمانی و با نقش واسطه‌ای فرهنگ اخلاقی 0/38 درصد از واریانس این متغیر را تبیین می‌نماید. این یافته نشان می‌دهد رابطه‌ی بین دو متغیر رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی توسط متغیر فرهنگ اخلاقی تشدید می‌شود.

واژگان کلیدی: رهبری اخلاقی، فرهنگ اخلاقی، فضیلت سازمانی.

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: fardin.foroghi.2018@gmail.com

## Predicting organizational virtue based on moral leadership mediated by moral culture

Fardin foroghi<sup>1</sup>

Working in the Ministry of Education, Iran

Reza Hoseinpoor

Assistant Professor of Educational Sciences, Center for Educating and Training Faculty Members, Imam Hossein (a.s.) Comprehensive University, Tehran, Iran

Receipt: 2022/01/05

Acceptance: 2022/03/06

### Abstract:

The ethical atmosphere of the organization reflects the perception of people about their own organization and affects their views and behavior and is used as a framework for referring employees of the organization. A pleasant atmosphere prepares the ground for showing actions and consensus. Thus, the ethical atmosphere reflects the characteristics of an organization and is in fact an organizational variable that is able to change or strengthen working conditions. The present study is a descriptive-correlational (structural equation model), which aims to investigate the mediating role of ethical culture in the relationship between ethical leadership and organizational virtue. The statistical population of the present study consists of 381 primary school teachers in Namin city. Based on Morgan's table, a sample of 181 people (96 females and 85 males) were selected by cluster and stratified sampling. The required information was collected using standard questionnaires, Kalshan et al.'s (2011) ethical leadership, Goble et al.'s (2011) ethical culture, and Cameron et al.'s (2004) organizational virtue. Data analysis was performed using Spss 21 and lisrel8 software. The results indicate that moral leadership directly / 18. Percentage of variance of organizational virtue and with the mediating role of moral culture / 38. Explains the percentage of variance of this variable. This finding shows that the relationship between the two variables of moral leadership and organizational virtue is intensified by the variable of moral culture.

**Keywords:** Ethical leadership, Ethical culture, Organizational virtue.

<sup>1</sup> Corresponding author: fardin.foroghi.2018@gmail.com

## مقدمه

یکی از جنبه‌های متعالی در سازمان، فضیلت سازمانی است. فضیلت سازمانی به معنای ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها و منش‌های رفیع و متعالی مانند صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است (Rego, 2011). اگر در سازمان‌ها فرهنگ اخلاقی نهادینه شود کارکنان کمتر تصمیمات غیر اخلاقی اتخاذ خواهند کرد؛ همچنین بر احساس حضور آیین رفتار حرفه‌ای توسط کارمندان در سازمان نیز به عنوان عاملی برای درک فرهنگ اخلاقی تأکید شده است. قرار گرفتن در معرض فضیلت سازمانی موجب ایجاد احساسات مثبت در کارکنان و برانگیختن آنها در راستای کمک و احترام به یکدیگر، عمل اخلاقی، انعطاف‌پذیری در برابر سختی‌ها، عملکرد شغلی، ارتقای فرهنگ سازمانی و رفتار مدنی می‌شود (قبادی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ زیرا افراد با ذهنیت مثبت از سازمان، شهرت و اعتبار سازمانی خود را افزایش می‌دهند و در زمینه‌ی حفظ و تقویت این اعتبار و انجام بهتر و کسب سود بیشتر برای سازمان تلاش می‌کنند (Lilius, et al., 2008). احساس کار کردن در سازمان فضیلت محور، کارکنان را تشویق می‌کند که کار را فقط برای پاداش‌های مادی یا پیشرفت‌های شغلی انجام ندهند، بلکه برای رضایت شخصی یا برای انجام یک کار خوب انجام دهند. فضیلت مندی به کارکنان اجازه عمل درست را به دلایل درست، در زمان

درست، به شیوه‌ای درست و به میزان متعادل را می‌دهد (Eskandar, Tooreh, 2016). پیشینه تجربی نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی روابط اجتماعی غنی‌تر و گسترده‌تر، رضایت شغلی بالاتر، احساس قدرت، کاهش عارضه‌های بدنی، بهبود سریع‌تر بیماری و اضطراب و استرس کم‌تر (McCullough, 2000)، تعهد سازمانی بالاتر (مشبکی اصفهانی، ۱۳۹۴)، رفتار شهروندی سازمانی، تعاملات و نگرش‌های مثبت کاری (خالصی و همکاران، ۱۳۹۰)، کاهش فساد اداری، بی‌اعتمادی، اختلاس و رشوه را به دنبال دارد (نجف بیگی، ۱۳۹۴). با توجه به موارد ذکر شده و رسوایی‌های اخیر مالی و اخلاقی افشا شده در سازمان‌های سراسر دنیا پژوهشگران را وادار به بازشناسی فضیلت در سازمان‌ها کرده است (Rego, Ribeiro, 2011). سازمان فضیلت محور، سازمانی می‌باشد که فضای اخلاقی را مورد حمایت و تغذیه قرار دهد. فضیلت تأثیر مثبتی بر روی تجربه کارمندان و مشتریان سازمان ایجاد می‌کند و ضمانت می‌دهد که این تأثیر مثبت در جامعه نیز رشد خواهد کرد. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد سازمان، اشاره می‌کند؛ بنابراین آن دسته از ویژگی‌های سازمانی که خاستگاه فضیلت سازمانی هستند باعث پدید آمدن رفتارهای متعالی از سمت اعضای سازمان می‌گردد (Danaeefard, 2015). ارتباط و تعامل مناسب با نیروهای انسانی در سازمان در جهت انجام فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده موجب کسب

اهداف تعیین شده و تعادل و رشد سازمانی می‌گردد؛ از جمله مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر فعالیت‌های یکپارچه نیروی انسانی در سازمان‌ها میزان حس و اعتماد و پذیرش است که کارکنان نسبت به مدیران و سازمان‌های خود دارند؛ چرا که در چنین سازمان‌هایی کارکنان حداکثر توان خود را در نیل به اهداف مدیریت و سازمان به کار می‌گیرند و باعث فضیلت سازمانی از سوی کارکنان سازمان می‌گردد (Shekari, 2014). یکی از راه‌های مهم افزایش فضیلت سازمانی رهبری بوده و رهبری می‌تواند به طور فزاینده‌ای به عنوان یک نقش برای ایجاد تفاوت‌ها در نظر گرفته شود (Danaeefard, 2015). برای اینکه سازمان‌ها بتوانند قدرت رویارویی با تغییرات را داشته باشند و به اهدافی که برای خود تعیین کرده‌اند در یک محیط رقابتی دست یابند باید جوی ایجاد کنند که در آن روابط بین مدیران و کارکنان بر پایه اعتماد و اطمینان باشد تا کارکنان بتوانند به راحتی و بدون هیچ دغدغه‌ای به بیان ایده‌ها و اظهارات خود بپردازند و نظرات سازنده خود را در رابطه با سازمان مطرح کنند (Hames, 2012). سازمان‌ها برای انجام دادن امور سازمانی خود، علاوه بر معیارهای سازمانی و قانونی، به مجموعه‌ای از رهنمودهای اخلاقی و ارزشی نیاز دارند که آنان را در رفتارها و اعمال اداری یاری دهد و نوعی هماهنگی و وحدت رویه را در حرکت به سوی شیوه مطلوب جمعی و عمومی میسر سازد. اهمیت یافتن مباحث اخلاقیات کاری و حرفه‌ای سبب شده است تا موضوعاتی مانند رهبری اخلاقی در

اولویت امور سازمان‌ها قرار گیرد. به نظر می‌رسد رهبری اخلاقی تأثیرات مثبتی در نگرش‌ها و رفتار کارکنان و در نهایت در عملکرد سازمان داشته باشد (Kalshoven, 2011). از این رو رهبری اخلاقی به عنوان یکی از مهم‌ترین سبک‌های رهبری است که در دهه‌های پایانی قرن بیستم در رهبری و مدیریت مطرح گشته است. یکی از مهم‌ترین عناصری که می‌تواند نقش بسزایی در موفقیت سازمان و تحقق اهداف داشته باشد عملکردهای افراد است، و با جدیت می‌توان بیان کرد که عملکردهای فردی و سازمانی افراد از متغیرهای متعددی همچون تعهد، آموزش، باورها و رهبری تأثیر می‌پذیرد. این کارکردها منجر به آن گشته‌اند که رهبری اخلاقی در زمینه رفتار سازمانی و مدیریت مورد توجه پژوهشگران قرار بگیرد. پژوهشگران رهبری اخلاقی را به عنوان رفتاری بیان می‌کنند که بر ابعاد رهبری در رویکردهای رهبری توجه بیشتر دارد. در سازمان‌های نوین، ضرورت توجه به فعالیت‌های سازمانی در چارچوب کدهای اخلاقی با رفتار رهبری اخلاقی آغاز می‌شود (Walumbwa, 2011). بحث و اندیشیدن در باره‌ی اخلاقیات زمینه را برای توسعه و گسترش آن فراهم می‌کند. پژوهش‌هایی که در زمینه‌ی اخلاقیات انجام شده‌اند حاکی از آن هستند که تصمیم‌گیری‌های اخلاقی تحت تأثیر فرهنگ اخلاقی سازمانی قرار می‌گیرد و یکنواختی را در سازمان‌ها ترویج می‌دهند. متغیرهای زیادی بر ترویج فرهنگ اخلاقی در سازمان اثر می‌گذارند که از مهم‌ترین آنها می‌توان سیاست‌های سازمانی، رهبری، مدیریت رده‌های بالای

شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

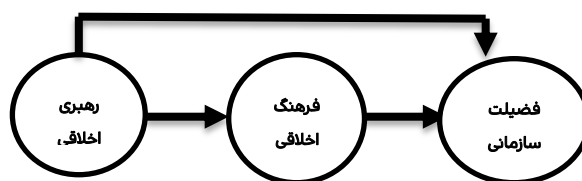
### روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر ماهیت محتوایی توصیفی-همبستگی (مدل معادلات ساختاری) و از منظر هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد ۳۸۱ نفر در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری به کار گرفته شده، روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است و با توجه به ناهمگون بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نیز استفاده گردید که از میان جامعه آماری پیش گفته، بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم ۱۸۱ نفر (۹۶ نفر زن و ۸۵ نفر مرد) انتخاب شدند. اطلاعات لازم برای پاسخ به سؤال پژوهشی از طریق پرسشنامه‌های کتبی جمع‌آوری شد که مشخصات پرسشنامه‌های به کار برده شده به شرح ذیل است:

#### الف) پرسشنامه فرهنگ اخلاقی

برای سنجش فرهنگ اخلاقی از پرسشنامه به کارگیری شده در تحقیق گوبل و همکاران (۲۰۱۱)، تحت عنوان نفوذ فرهنگ اخلاقی در انتخاب منابع پایدار اقتباس شده است. پرسشنامه شامل ۱۴ گویه در خصوص سنجش میزان نفوذ مولفه‌های فرهنگ اخلاقی با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای روی پیوستار کاملاً مخالف تا کاملاً موافق طراحی شد که در آن نمره ۵ نشان دهنده نظر کاملاً موافق، نمره ۴ نظر موافق، نمره ۳ بی‌تفاوت،

سازمان، و تعاملات افراد در گروه‌های غیررسمی را نام برد. فرهنگ اخلاقی می‌تواند برای آگاهی افراد از اخلاقیات، بر قضاوت‌ها و عملکرد آنها در کنار تمام فعالیت‌های فرد تأثیر بگذارد که کارهای درست یا نادرست را انجام بدهند (Trevino, Nelson, 2010). همچنین باعث ارتقای ساختارها و عملکردهای تصمیم‌گیری می‌شود (Huhtala et al., 2011). هیئت حاکم در سازمان، کارکنان و سیاست اخلاقی از عوامل تثبیت و تقویت فرهنگ اخلاقی است (Carles, 2011). مدیریت رده بالا برای تثبیت و حفظ یک فرهنگ اخلاقی مسئولیت دارد. داشتن یک فرهنگ اخلاقی، تفکر مستقل را حمایت می‌کند و کارمندان و مدیران را ترغیب می‌کند تا تصمیماتی مطابق ارزش‌های سازمان بگیرند (Wulf, 2012). در نهایت از چالش‌های اساسی سازمان‌های امروزی می‌توان به کاهش رفتارهای اخلاقی از قبیل کاهش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، کاهش پاسخگویی اجتماعی و کاهش عملکرد اجتماعی اشاره کرد. در این زمینه گسترش رفتارهای اخلاقی، ارتقا فضیلت سازمانی و نه‌اینه کردن فرهنگ اخلاقی می‌تواند برای سازمان مؤثر باشد؛ از این‌رو محقق در نظر دارد به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی با نقش میانجی فرهنگ اخلاقی طبق مدل مفهومی زیر بپردازد.



کاملاً موافق طراحی شد که در آن نمره 5 نشان دهنده‌ی نظر کاملاً موافق، نمره 4 نظر موافق، نمره 3 بی تفاوت، نمره 2 نظر مخالف، نمره 1 نظر کاملاً مخالف است. روایی پرسشنامه توسط استادان به تأیید رسیده و پایایی آن بر اساس آلفای کرونباخ در پژوهش حاضر 0/85 است.

### یافته‌های تحقیق

نتایج توزیع فراوانی جنسیت و مدرک تحصیلی نشان داد که 96 نفر (53 درصد) از پاسخگویان زن و 85 نفر (47 درصد) مرد بود که از بین این تعداد 4 نفر (2/21 درصد) دارای مدرک دیپلم، 12 نفر (6/63 درصد) دارای مدرک فوق دیپلم، 113 نفر (62/43 درصد) دارای مدرک لیسانس، 50 نفر (27/62 درصد) دارای مدرک فوق لیسانس و 2 نفر (1/10 درصد) دارای مدرک دکتری بودند؛ همچنین وضعیت اشتغال پاسخگویان نشان داد که 143 نفر (79 درصد) به صورت رسمی، 6 نفر (3/31 درصد) قراردادی، 15 نفر (8/29 درصد) حق التدریس و 17 نفر (9/4 درصد) سایر (پیمانی، آزمایشی و...) بودند. بیشترین سابقه خدمت با فراوانی 98 نفر (54/14 درصد) متعلق به افرادی است که بین 15 الی 30 سال، سابقه خدمت داشتند.

جدول (1) خلاصه مدل رگرسیون تأثیر رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
0/18	0/031	0/028

جدول (۲) نتایج معادله رگرسیون ساده تأثیر رهبری اخلاقی بر فضیلت

سازمانی

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش بین
		BETA	SE	B	
0/000	7/85		0/647	5/08	مقدار ثابت
0/003	3/04	0/18	0/202	0/613	رهبری اخلاقی

نمره 2 نظر مخالف، نمره 1 نظر کاملاً مخالف است. روایی پرسشنامه توسط استادان حوزه‌ی علوم تربیتی تأیید شده و پایایی آن در پژوهش سید زین العابدین سادات مدینه (1394)، تحت عنوان تأثیر نفوذ فرهنگ اخلاقی بر نگرش مدیران در تأمین مالی به منظور ایجاد درآمدهای پایدار، 0/84 و در این پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ 0/90 به دست آمد.

### ب) پرسشنامه فضیلت سازمانی

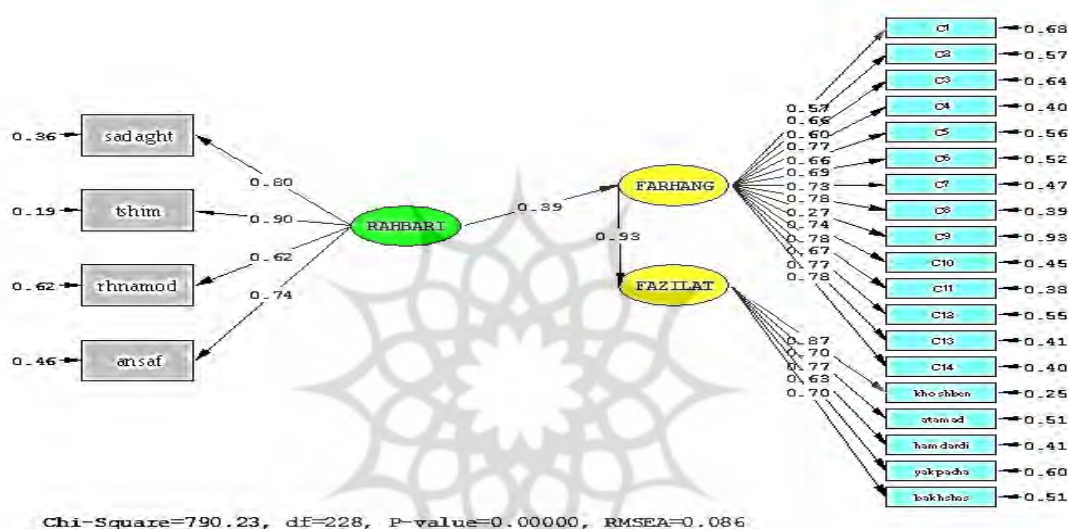
برای سنجش فضیلت سازمانی از پرسشنامه کامرون و همکاران (2004) استفاده شد. این پرسشنامه با 15 گویه به بررسی فضیلت سازمانی در قالب پنج مؤلفه‌ی خوش بینی (گویه‌های 1-3)، اعتماد (گویه‌های 4-6)، همدردی (گویه‌های 7-9)، یکپارچگی (گویه‌های 10-12) و بخشش (گویه‌های 13-15) می پردازد. پاسخ در تمام گویه‌ها بر اساس مقیاس 5 درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) تنظیم شده‌اند. نمره‌گذاری پرسشنامه در مقیاس 5 گزینه‌ای لیکرت کاملاً مخالفم (1) تا کاملاً موافقم (5) می باشد. در پژوهش خشوعی و نوری (1392) روایی و پایایی پرسشنامه را مطلوب گزارش شده و در این پژوهش پایایی این ابزار بر اساس آلفای کرونباخ 0/84 به دست آمد.

### پ) پرسشنامه رهبری اخلاقی

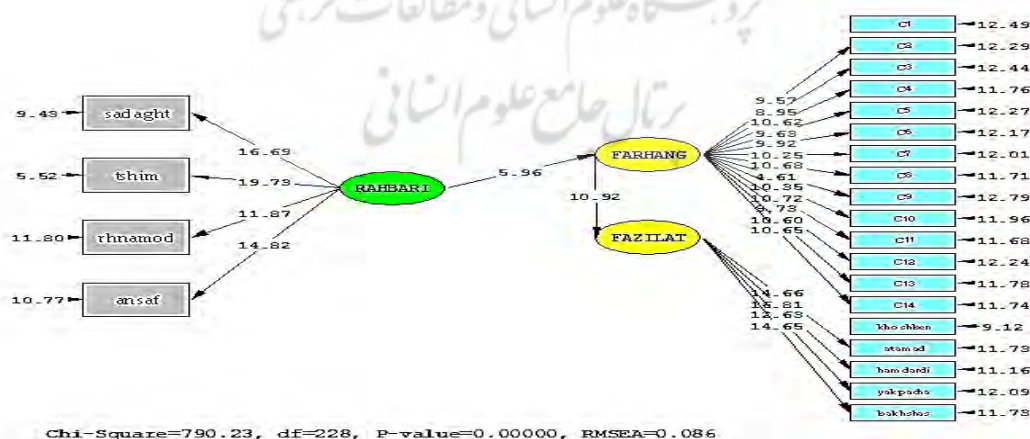
برای سنجش رهبری اخلاقی از پرسشنامه‌ی رهبری اخلاقی که توسط Kalshoven et al. (2011) تهیه شده، استفاده شد که شامل 23 گویه است. مؤلفه‌های صداقت (گویه‌های 1-4)، تسهیم قدرت (گویه‌های 5-10)، رهنمودهای اخلاقی (گویه‌های 11-16) و انصاف (گویه‌های 17-23) را در بر می‌گیرد. پرسشنامه با مقیاس لیکرت پنج گزینه‌ای روی پیوستار کاملاً مخالف تا

رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی معلمان برابر ۰/۱۸ و ضریب تعیین برابر ۰/۰۳ است. با توجه به جدول (۳) اثر مستقیم رهبری اخلاقی بر فرهنگ اخلاقی (۰/۳۹) با تی (۵/۹۶) در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است، اثر مستقیم فرهنگ اخلاقی بر فضیلت سازمانی با ضریب (۰/۹۳) و تی (۱۰/۹۲) در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار می‌باشد.

با توجه به فرض اول مبنی بر تأثیر مستقیم رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی و سطح معنی‌داری خطای آزمون، با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت که: فرضیه اول تأیید می‌شود و رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی تأثیر مستقیم معنی‌داری دارد. طبق نتایج جدول ضریب همبستگی بین



شکل (۳) ضرایب مسیر



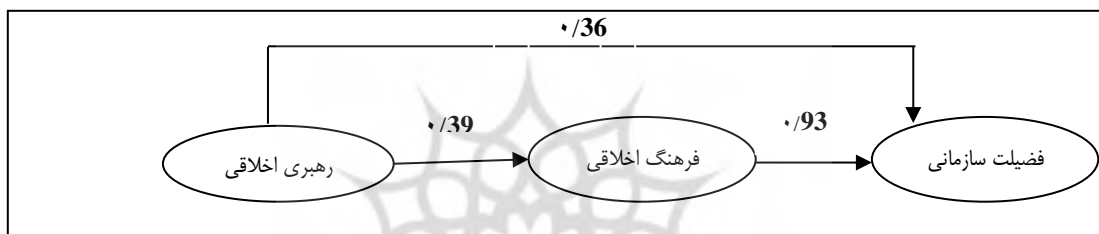
شکل (۴) ضرایب معناداری

جدول (3) برآورد ضرایب اثرات مستقیم

متغیرها	ضریب مسیر	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
به روی فرهنگ اخلاقی سازمانی از				
رهبری اخلاقی	0/39	0/22	5/96	0/001
به روی فضیلت سازمانی از				
فرهنگ اخلاقی	0/93	0/28	10/92	0/001

جدول (4) برآورد ضرایب اثرات غیر مستقیم

متغیرها	ضریب مسیر	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
به روی فضیلت سازمانی از طریق فرهنگ اخلاقی از				
رهبری اخلاقی	0/36	-	-	0/001



نمودار (5) برآورد ضرایب اثرات مدل

می‌دهد. با توجه به جدول (4) اثر غیرمستقیم رهبری اخلاقی بر فضیلت سازمانی از طریق فرهنگ اخلاقی (0/36) است؛ بنابراین فرهنگ اخلاقی نقش واسطه‌ای در ارتباط رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی دارد.

یکی از ویژگی‌های روش مدل‌یابی معادلات ساختاری، برآورد اثرات غیر مستقیم متغیرها بر یکدیگر است این ویژگی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد. تا نقش میانجی متغیرها را در مدل مورد بررسی قرار دهند. جدول (4) برآورد ضرایب اثرات غیر مستقیم را نشان

جدول (5) برازش مدل

نتیجه	مقدار مجاز	اعداد بدست آمده	شاخص	معیارهای برازش مدل
باززش مناسب	کمتر از 3	3/00	K <sup>2</sup> /df	نسبت کای دو به درجه آزادی
باززش مناسب	کمتر از 1	0/08	RMSEA	ریشه میانگین مجزورات
باززش مناسب	نزدیک صفر	0/037	RMR	ریشه مجذور مانده ها
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	95/0-	NFI	شاخص برازش هنجار شده
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	96/0-	NNFI	شاخص نرم برازندگی
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	96/0-	CFI	شاخص برازش تطبیقی
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	96/0-	IFI	شاخص برازش اضافی
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	96/0-	RFI	شاخص برازش نسبی
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	93/0-	GFI	شاخص برازندگی
باززش مناسب	بالاتر از 9/0-	90/0-	AGFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته



کامرون و همکاران (2004) جمع آوری شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS21 و LISREL8 انجام گرفته است. نتایج حاکی از آن است رهبری اخلاقی بر فرهنگ اخلاقی تأثیرگذار است که این یافته با نتایج تحقیق امینی و نیک مرام (Amini & Nikmaram, 2015) همسو است که معتقدند که رهبران اخلاقی منابع انسانی در سازمان را به ابراز نظر در مورد مسائل و مشکلات کاری ترغیب می‌کنند و از آنان در مورد برنامه‌های جدید سازمان، نظرخواهی می‌کنند تا از ایده‌هایشان در ارائه برنامه‌های جدید استفاده کنند و در برابر فشارهای گروهی که موجب ترس کارکنان از بیان نظراتشان می‌شود، بایستند. رهبران اخلاقی باید تصمیمات اتخاذ شده را روشن نمایند و اطلاعات اضافی را در صورت درخواست کارکنان ارائه دهند (Amini & Nikmaram, 2015)؛ همچنین نتایج به دست آمده نشان دهنده آن است که رابطه بین دو متغیر رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی توسط متغیر فرهنگ اخلاقی تشدید می‌شود که اگر فرهنگ اخلاقی افزایش یابد این اثر قوی‌تر و اگر فرهنگ اخلاقی ضعیف شود طبیعتاً این رابطه ضعیف خواهد شد این موضوع بر اساس معنی‌دار بودن و هم بودن اثر فرهنگ اخلاقی قابل استنباط است. این یافته با تحقیق بهزادی، نعیمی و بشلیده (1394) تحت عنوان رابطه وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی، همچنین با تحقیق بحرانی و فروتنی (1399) تحت عنوان پیش بینی فضیلت سازمانی بر اساس رهبری اخلاقی و هوش معنوی و با مطالعات بهارلو و همکاران (۱۳۹۴)، ریگو و همکاران (۲۰۱۰) همسو می‌باشد. که نتایج حاکی

با توجه به نتایج، شاخص‌های برابری در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق، ابزارهای پژوهش می‌توان گفت مقدار  $\chi^2$  دو در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق در سطح خطای 5 درصد معنادار است؛ همچنین، نسبت  $\chi^2$  دو به درجه‌ی آزادی در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق با توجه به ملاک مدنظر، بیانگر برآزش مناسب مدل است. مقدار شاخص RMSEA در دامنه‌ی قابل قبول قرار دارد و این امر نیز گویای مقدار خطای قابل قبول در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق است. مقادیر شاخص‌های NFI، AGFI، GFI، CFI و NNFI در مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق نیز با توجه به ملاک مدنظر مطلوب ارزیابی شدند که نشان‌دهنده‌ی برآزش مناسب مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق است؛ بنابراین، با توجه به نتایج مدل معادلات ساختاری فرضیه تحقیق، می‌توان گفت همه ابزارهای پژوهش برآزش مناسب و قابل قبول دارند.

### بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی (مدل معادلات ساختاری) می‌باشد، که با هدف بررسی نقش واسطه‌ای فرهنگ اخلاقی در رابطه‌ی رهبری اخلاقی و فضیلت سازمانی شهرستان نمین صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش حاضر را معلمان دوره‌ی ابتدایی شاغل در شهرستان نمین به تعداد 381 نفر تشکیل داده که بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم 181 نفر (96 نفر زن و 85 نفر مرد) با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و طبقه‌ای انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد، رهبری اخلاقی کالسون و همکاران (2011)، فرهنگ اخلاقی گوبل و همکاران (2011) و فضیلت سازمانی

حل مسئله سازمانی نایل گشت. از این رو پیشنهاد می شود در سازمانها به سبک رهبری اخلاقی توجه شود تا اشتیاق شغلی را در بین کارکنان ارتقا داد.

از آن است که با افزایش رهبری اخلاقی فضیلت سازمانی نیز ارتقا خواهد یافت. از آنجایی که روز به روز بر پیچیدگی تکنولوژی در سازمانها افزوده می شود با نهادینه کردن ارزشهای اخلاقی و ترویج سبک رهبری اخلاقی می توان کارکنان را به ابراز دیدگاه های خود در ارتباط با سازمان و همکارانشان تشویق نمود و با صرف حداقل انرژی و هزینه به راهبردهای

## References

- Feldner SB, Berg KT. How corporations manage industry and consumer expectations via the CSR report. *Public Relat J*. 2014.
- Huhtala M, kangas M, Lamsa AM, Feldt T. (2011). Ethical managers in ethical organization? The leadership-culture connection among finish manager. *Leadership & organization Development journal*: 3: 250-270.
- 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.
- Moshabaki Esfahani A, Rezaee Z. The study of organizational virtuousness and work engagement effects on organizational commitment. *Management Studies in Development and Evolution* 2014; 23(73): 1- 23. [Persian].
- Mohammad Davoodi, Amir Hossein and Valaei Maleki, Maryam, 2013, Analysis of the relationship between ethical leadership and organizational health; Case study, <https://civilica.com/doc/281657>.
- Wulf K. (2012). Ethics and compliance programs in multinational organization. USA: springer. P. 411.
- Rego A, Ribeiro N, Cunha MPE, Jesuino JC. How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *J Bus Res*. 2011;64(5):524-532.
- Shekari H. Can Organizational Virtuousness Promote Employees' Citizenship Behaviors in Organizations. *Int J Manage Humanity Sci*. 2014;4:4164-72.
- Trevino LK, Nelson M,. (2010). *Managing business ethics*. 5Th ed. New York: john wiley & Sons.p. 480.
- Trevino, L. K., Brown, M. & Hartman, L. P. (2003). A Qualitative Investigation of Perceived Executive Ethical Leadership: Perceptions from Inside and Outside the Executive Suite. *Human Relations*. 56, 5-37.
- Walumbwa, F.O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K. & Christensen, A. L. (2011). Linking Ethical Leadership to Employee Performance: The Roles of Leader-Memberexchange, Self-Efficacy, and Organizational Identification. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 115, 204-213