

## اعتبارسنجی مدل الگوی اخلاق سازمانی از نگاه رفتار سازمانی مثبت‌گرا

فهیمة کوبی بروجردی<sup>۱</sup>، دکتر مجید جهانگیر فرد<sup>۲\*</sup>، دکتر علی مهدی‌زاده<sup>۲</sup>، دکتر فرشاد حاج‌علیان<sup>۲</sup>  
۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی-منابع انسانی، گروه مدیریت واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران  
۲. گروه مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران  
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۳)

### چکیده

**زمینه:** رفتار سازمانی مثبت‌گرا دارای پیامدهای متنوعی است و می‌تواند به نوعی در حوزه اخلاق سازمانی اثرگذاری داشته باشد. از این رو، هدف از این پژوهش اعتبارسنجی مدل الگوی اخلاق سازمانی با رویکرد رفتار سازمانی مثبت‌گراست.  
**روش:** پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت سایپا، جمعاً ۱۴۴۴۴ نفر، بود. با استفاده از معادله کوکران و شیوه نمونه‌گیری تصادفی، ۳۷۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی در نرم‌افزار SPSS و مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.  
**یافته‌ها:** نتایج تحلیل‌ها نشان داد که علاوه بر آن که رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر اخلاق سازمانی تاثیرگذار است، مولفه‌های رفتار مثبت‌گرا، شامل رفتار مثبت‌گرای فردی، رفتار مثبت‌گرای گروهی، رفتار مثبت‌گرای اجتماعی و رفتار مثبت‌گرای سازمانی بر اخلاق سازمانی تاثیرگذار هستند.  
**نتیجه‌گیری:** افزایش اخلاق سازمانی در ابعاد درونی و بیرونی می‌تواند به شکل معناداری تحت تاثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا قرار گیرد. با افزایش مثبت‌گرایی در سازمان ما شاهد سازمانی اخلاقی خواهیم بود.

**کلیدواژه‌گان:** رفتار سازمانی، مثبت‌گرا، اخلاق سازمانی

### سرآغاز

در شیوه‌نگرش برخی روانشناسان، تغییرات بنیادی در حال تکوین است. کانون و جهت تازه این نگرش، روانشناسی کمال یا روانشناسی سلامت<sup>۱</sup> خوانده می‌شود که به جنبه سالم طبیعت آدمی می‌پردازد نه به جنبه ناسالم آن. این رویکرد جدید که روانشناسی مثبت‌گرا<sup>۲</sup> نامیده‌اند به تازگی در حوزه سازمان و مدیریت توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده و به این ترتیب جنبش جدیدی با عنوان رفتار سازمانی مثبت‌گرا ایجاد شده است. روانشناسان مثبت‌گرا از طبیعت انسانی تصویری خوش‌بینانه و امیدبخش دارد، زیرا به قابلیت گسترش، پرورش، شکوفایی و کمال انسان و تبدیل به آنچه در توان آدمی است باور دارند. همانند روانشناسی مثبت‌گرا، رفتار سازمانی مثبت‌گرا<sup>۳</sup> نیز ادعا نمی‌کند به دستاوردهای جدیدی در ارتباط با مثبت‌گرایی رسیده است، بلکه به ضرورت تمرکز بیشتر بر نظریه‌پردازی، پژوهش و کاربرد موثر حالات، صفات و رفتارهای مثبت کارکنان در محیط کار اشاره دارد. محققان (۱) نشان داده‌اند در خبرنامه‌های سازمانی در چند دهه اخیر، واژه‌هایی با

رویکرد منفی رشد چهار برابری نسبت به واژه‌های مثبت‌گرایانه داشته است. بنابراین آشکار است که در حوزه سازمان و مدیریت موضوعات مثبت‌گرایانه نسبت به موضوعات منفی‌گرایانه، مورد بی‌توجهی واقع شده است. کاربرد روانشناسی مثبت‌گرا در عرصه سازمان و مدیریت، منجر به ایجاد و توسعه دو رویکرد جدید در این زمینه شده است: (۱) رفتار سازمانی مثبت‌گرا که بیشتر بر جنبه‌های خرد رفتار سازمانی تاکید می‌کند و آن دسته از حالات مثبت شخصیت انسانی که قابل توسعه و پرورش است. (۲) پژوهش‌های سازمانی مثبت‌گرا که بیشتر بر جنبه‌های کلان رفتار سازمانی تاکید دارند (۲).

رفتار سازمانی مثبت‌گرا چنین تعریف می‌شود: مطالعه و کاربرد توانمندی‌های مثبت روانشناختی و نقاط قوت منابع انسانی که قابل توسعه و اندازه‌گیری باشند و بتوان برای بهبود عملکرد کارکنان، آنها را به صورت اثربخش مدیریت کرد. گفتنی است که هر متغیر روانشناختی را نمی‌توان در مقوله رفتار سازمانی مثبت‌گرا مورد توجه قرار داد (۳).

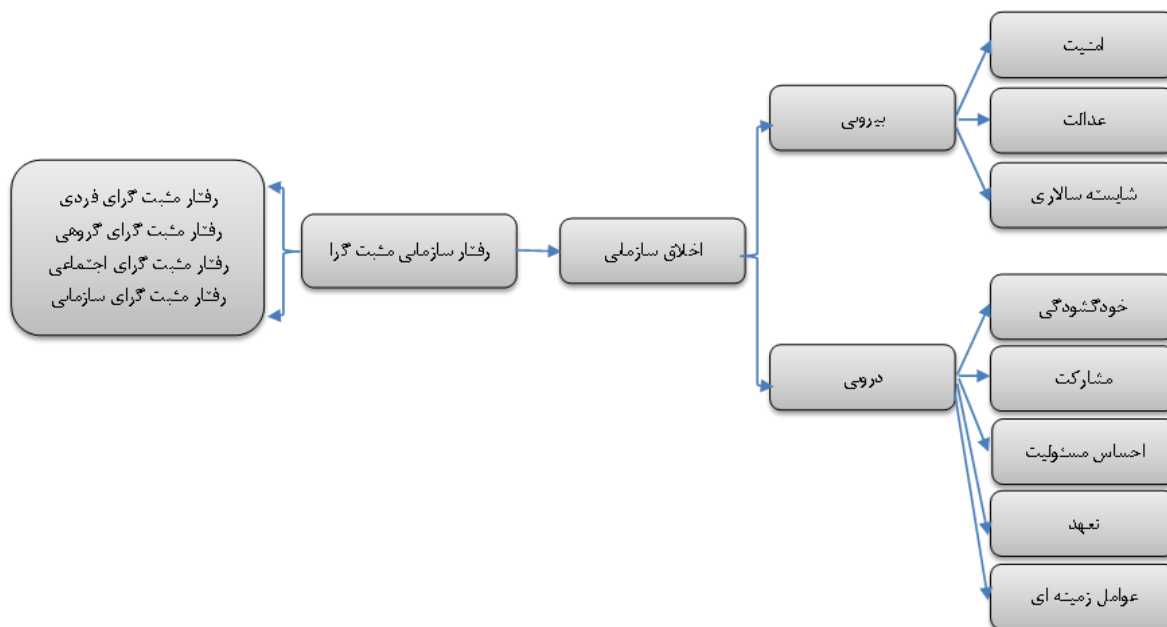
جنبه‌های اخلاق در سازمان اعمال می‌شود و به رفتار مدیریت و کارکنان آن و همچنین سازمان، به عنوان یک کل، مربوط است. اخلاق سازمانی بر تعهد سازمان<sup>۱۱</sup> به ارتقای ارزش‌های اجتماعی غیراقتصادی تأکید دارد. این اخلاق با اخلاق جامعه، اخلاق افرادی که در سازمان کار می‌کنند و همچنین افرادی که از آن سازمان محصول می‌خرند، گره خورده است (۷).

در حوزه مدیریت سازمانی بی شک اخلاق سازمانی به عنوان یک سرمایه اجتماعی می‌تواند متاثر از رفتار سازمانی مثبت‌گرا باشد. از این رو پژوهش حاضر با هدف اعتبارسنجی مدل الگوی اخلاق سازمانی با رویکرد رفتار سازمانی مثبت‌گرا شکل گرفت و در این راستا بر اساس ادبیات تحقیق فرضیات زیر مطرح می‌شود:

- فرضیه فرعی اول: رفتار مثبت‌گرای فردی بر اخلاق سازمانی تأثیرگذار است.
  - فرضیه فرعی دوم: رفتار مثبت‌گرای گروهی بر اخلاق سازمانی تأثیرگذار است.
  - فرضیه فرعی سوم: رفتار مثبت‌گرای اجتماعی بر اخلاق سازمانی تأثیرگذار است.
  - فرضیه فرعی چهارم: رفتار مثبت‌گرای سازمانی بر اخلاق سازمانی تأثیرگذار است.
- با ارزیابی و بررسی مطالعات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه موضوع مطرح شده در پژوهش حاضر و همچنین فرضیات ارائه شده در این مطالعه، مدل مفهومی زیر پیشنهاد می‌گردد:

در عصر حاضر، سازمان‌ها برای توسعه بیشتر از سرمایه‌های اقتصادی<sup>۴</sup>، فیزیکی و نیروی انسانی؛ نیازمند سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> هستند، زیرا بدون این سرمایه استفاده از دیگر سرمایه‌ها بطور بهینه صورت نمی‌گیرد. سرمایه اجتماعی را می‌توان به مجموعه منابعی اطلاق کرد که در ذات روابط سازمان اجتماعی بوجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را دلنشین‌تر و مطلوب‌تر می‌سازند. همانطور که سرمایه انسانی با تغییر افراد از طریق مهارت و توانایی‌های جدید به آنها پدید می‌آید، سرمایه اجتماعی نیز هنگامی ایجاد می‌شود که روابط بین افراد به شیوه‌ای دگرگون شود که کنش میان آنان تسهیل شود.

اکنون صاحب‌نظران مدیریت به این نتیجه رسیده‌اند که هرچند سرمایه اجتماعی در موفقیت سازمان و کسب مزیت رقابتی تأثیر دارد، اما برای استفاده مطلوب از این سرمایه می‌بایست به خود انسان و سرمایه‌های انسانی سازمان توجه کرد (۴). یکی از بسترهای مهم سرمایه اجتماعی اخلاق<sup>۶</sup> است که در سازمان با عنوان اخلاق سازمانی<sup>۷</sup> مورد توجه است. اخلاق سازمانی به معنای به کار بستن استانداردهای اخلاقی<sup>۸</sup> است مطابق با سازمانی که در آن کار می‌کنند (۵). واژه‌ی اخلاق به اصول، قوانین و استانداردهای رفتار اخلاقی گفته می‌شود که جامعه آن‌ها را به عنوان خوب و بد پذیرفته است. اخلاق تفاوت میان خوب و بد را مشخص می‌کند و همچنین کارکنان سازمان‌ها را راهنمایی می‌کند تا در شرایطی که انتخاب گزینه‌ی درست یا حداقل بهترین مورد از بین گزینه‌های موجود سخت است، بتوانند تصمیم بگیرند که بهترین کار را انجام دهند (۶). اخلاق سازمانی نوعی از اخلاق کاربردی<sup>۹</sup> یا اخلاق حرفه‌ای<sup>۱۰</sup> است که اصول اخلاقی یا مشکلات اخلاقی‌ای را که در یک محیط سازمانی به وجود می‌آیند، بررسی می‌کند؛ به علاوه، در تمام



نگاره ۱: مدل مفهومی تحقیق

## روش

تحقیق حاضر کاربردی و از نوع زمینه‌یابی است و در زمره پژوهش‌های توصیفی - همبستگی قرار دارد. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه کارکنان شرکت سایپا می‌باشد. جهت انتخاب حجم نمونه از رابطه کوکران استفاده گردید. در زیر رابطه کوکران و پارامترهای آن شرح داده شده است:

$$n = \frac{Nt^2pq}{\varepsilon^2(N-1) + t^2pq} \quad (1)$$

در این تحقیق، تعداد جامعه آماری ۱۴۴۴۴ نفر می‌باشد که با استفاده از معادله کوکران، تعداد افراد مورد بررسی برابر با ۳۷۴ نفر ارزیابی شده‌اند و این افراد به صورت کاملاً تصادفی و رندوم از میان جامعه آماری به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان دریافت که سن ۰.۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده کمتر از ۲۰ سال، ۰.۵۳ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۲۱ تا ۲۵ سال، ۰.۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۲۶ تا ۳۰ سال، ۴.۲۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۳۱ تا ۳۵ سال، ۱۷.۳۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۳۶ تا ۴۰ سال، ۴۷.۸۶ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۴۱ تا ۴۵ سال، ۱۹.۲۵ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۴۶ تا ۵۰ سال، ۶.۶۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۵۱ تا ۵۵ سال، ۱.۸۷ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۵۶ تا ۶۰ سال و ۰.۵۳ درصد از افراد پاسخ‌دهنده بالای ۶۰ سال هستند. با توجه به نتایج می‌وان دریافت که بیشتر افراد مورد بررسی دارای سن بین ۴۱ تا ۴۵ سال هستند. جنسیت ۳.۶۵ درصد افراد پاسخگو زن و ۹۶.۳۵ درصد افراد پاسخگو مرد می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که بیشتر افراد پاسخگو مرد می‌باشند. میزان تحصیلات ۲.۸۶ درصد از افراد پاسخ‌دهنده زیر دیپلم، ۳۷.۷۶ درصد از افراد پاسخ‌دهنده دیپلم، ۱۶.۱۵ درصد از افراد پاسخ‌دهنده فوق دیپلم، ۳۰.۹۹ درصد از افراد پاسخ‌دهنده کارشناسی، ۱۰.۹۴ درصد از افراد پاسخ‌دهنده

کارشناسی ارشد، ۱.۳۰ درصد از افراد پاسخ‌دهنده دکترا می‌باشد. با توجه به نتایج می‌توان دریافت که مدرک بیشتر افراد مورد بررسی، دیپلم می‌باشد. میزان سابقه کار ۱.۸۲ درصد از افراد پاسخ‌دهنده کمتر از پنج سال، ۲.۰۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۵-۱۰ سال، ۱۳.۲۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۱۱-۱۵ سال، ۹.۰۶ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۱۶-۲۰ سال، ۳۴.۳۸ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۲۱-۲۵ سال، ۸.۰۷ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۲۶-۳۰ سال، ۱.۳ درصد از افراد پاسخ‌دهنده ۳۰ سال به بالا می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که سابقه کار بیشتر افراد مورد بررسی بین ۱۶ تا ۲۰ سال می‌باشد.

برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته که مشتمل بر ۶۵ گویه بود، استفاده شد. که روایی صوری و محتوایی آن به تایید ۳۰ نفر از متخصصین رسید و پایایی آن در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی برای تمامی متغیرهای مورد بررسی بالاتر از ۰.۷ به دست آمد که در حد قابل قبولی می‌باشد.

برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی در نرم‌افزار SPSS و مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.

## یافته‌ها

در پژوهش حاضر، برای بررسی نرمال بودن داده‌های متغیر وابسته، از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده شد. لذا فرض صفر به فرم زیر ارائه می‌گردد: فرض صفر، توزیع داده‌های، نرمال است. خروجی حاصل از نرم افزار آماری در خصوص نرمال بودن توزیع متغیرهای اخلاقی سازمانی و رفتار سازمانی مثبت‌گرا نشان می‌دهد که در سطح معناداری ۵ درصد، فرض صفر پذیرفته شده و داده‌ها از توزیع نرمالی برخوردار می‌باشند.

جدول ۱: نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنف

متغیر	مؤلفه	شاخص	مقدار آزمون	سطح معناداری
اخلاق سازمانی	عوامل بیرونی	امنیت	۰/۱۸۱	۰/۰۸۳
		عدالت	۰/۰۹۷	۰/۶۲۴
	عوامل درونی	شایسته سالاری <sup>۱۲</sup>	۰/۱۴۴	۰/۱۸۶
		خودگشودگی	۰/۱۲۸	۰/۷۷۳
رفتار سازمانی مثبت‌گرا	عوامل بیرونی	مشارکت <sup>۱۳</sup>	۰/۱۷۳	۰/۱۱۱
		احساس مسئولیت <sup>۱۴</sup>	۰/۱۵۸	۰/۲۷۶
	عوامل درونی	تعهد	۰/۲۳۶	۰/۲۴۲
		عوامل زمینه‌ای	۰/۱۵۸	۰/۶۵۴
		رفتار مثبت‌گرای فردی	۰/۱۷۳	۰/۲۰۷
		رفتار مثبت‌گرای گروهی	۰/۱۳۴	۰/۶۰۶
		رفتار مثبت‌گرای اجتماعی	۰/۱۰۶	۰/۵۴۲
رفتار مثبت‌گرای سازمانی	۰/۱۳۱	۰/۳۰۷		

مدل و «آزمون فرضیات» صورت می‌پذیرد. بررسی برآزش مدل نیز خود دارای سه مرحله است: در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری از

در این پژوهش به منظور آزمون مدل مفهومی پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS و در دو مرحله کلی شامل «بررسی برآزش

مرحله‌ی فوق برخوردار بود، آنگاه می‌توان به بررسی فرضیات پژوهش پرداخت. مراحل آزمون فرضیات با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار *Smart PLS* در جدول ۲ ارائه شده است.

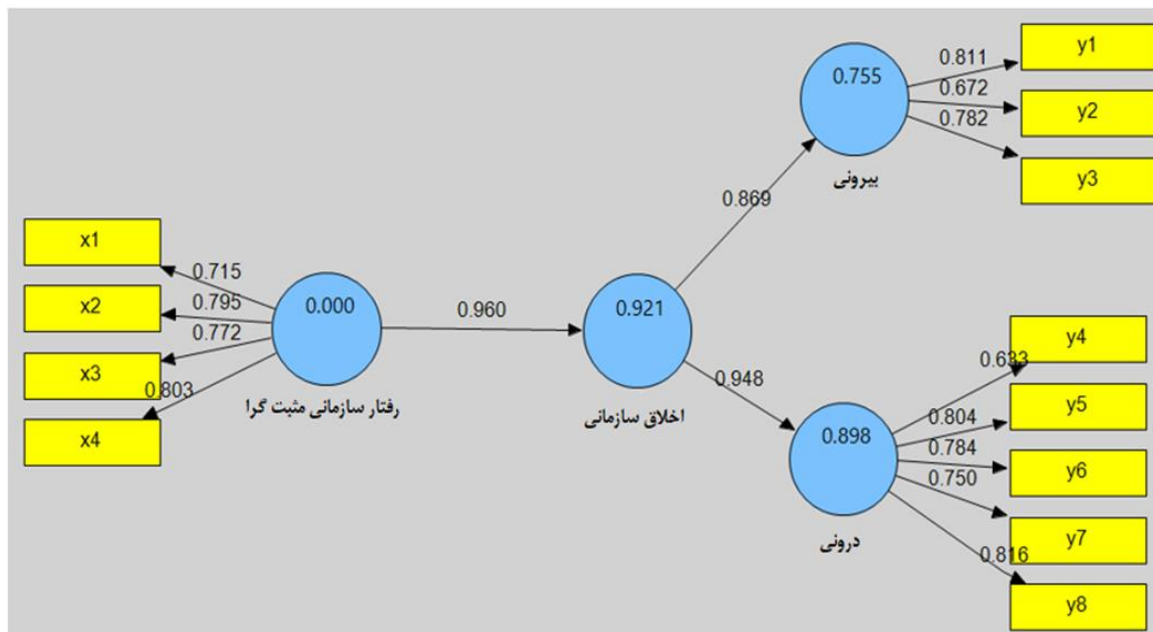
طریق تحلیل‌های روایی و پایایی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در مرحله‌ی دوم، مدل ساختاری به‌وسیله‌ی برآورد مسیر بین متغیرها بررسی می‌شود. در مرحله سوم نیز برازش کلی مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد. در نهایت چنانچه مدل از برازش کلی مناسبی در سه

جدول ۲: مراحل آزمون فرضیات با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم افزار *Smart PLS*

مرحله	ارزیابی	معیار
بررسی برازش مدل	مدل‌های اندازه‌گیری	پایایی شاخص‌ها: ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی
		روایی همگرا: AVE
		روایی واگرا: بارعاملی متقابل، فورنل و لاکر
بررسی برازش مدل	مدل ساختاری	ضرایب معناداری (مقادیر T-values)
		معیار R <sup>2</sup>
		معیار Q <sup>2</sup>
	مدل کلی	معیار GOF
آزمون فرضیه‌ها	-	بررسی ضرایب معناداری (مقادیر T-values) مربوط به فرضیه‌ها

معادلات ساختاری مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد بار عاملی در شکل ۲ رسم شده است. نتایج حاصل از آزمون نشان داد که تمامی بارهای عاملی شاخص‌ها بالای ۰/۴ می‌باشند و بارعاملی شاخص‌ها، مطلوب است.

ضرایب بار عاملی: ابتدا مدل تحقیق بر اساس ضرایب بارهای عاملی مورد آزمون قرار می‌گیرد. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است. مدل



نگاره ۱: مدل معادلات ساختاری مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد بار عاملی

پایایی پرسشنامه در مورد متغیرهای مستقل و وابسته در سطح بسیار قابل قبولی به دست آمده است. پایایی ترکیبی هر یک از متغیرهای تحقیق به شرح جدول ۳ است. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، همه متغیرها دارای پایایی ترکیبی ۰/۷ به بالا هستند و بنابراین از لحاظ پایایی ترکیبی نیز، مدل

در این پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار *Smart PLS* میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای اخلاقی سازمانی و رفتار سازمانی مثبت‌گرا محاسبه شد و در جدول ۳ گزارش شده است. هر چه میزان این ضریب به عدد یک نزدیک تر باشد، مناسب‌تر است. در این پژوهش مقدار

مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای مدل تحقیق به شرح جدول ۳ است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار AVE همه متغیرها بیشتر از ۰/۵ است و این مورد به معنی تأیید روایی همگرای مدل است.

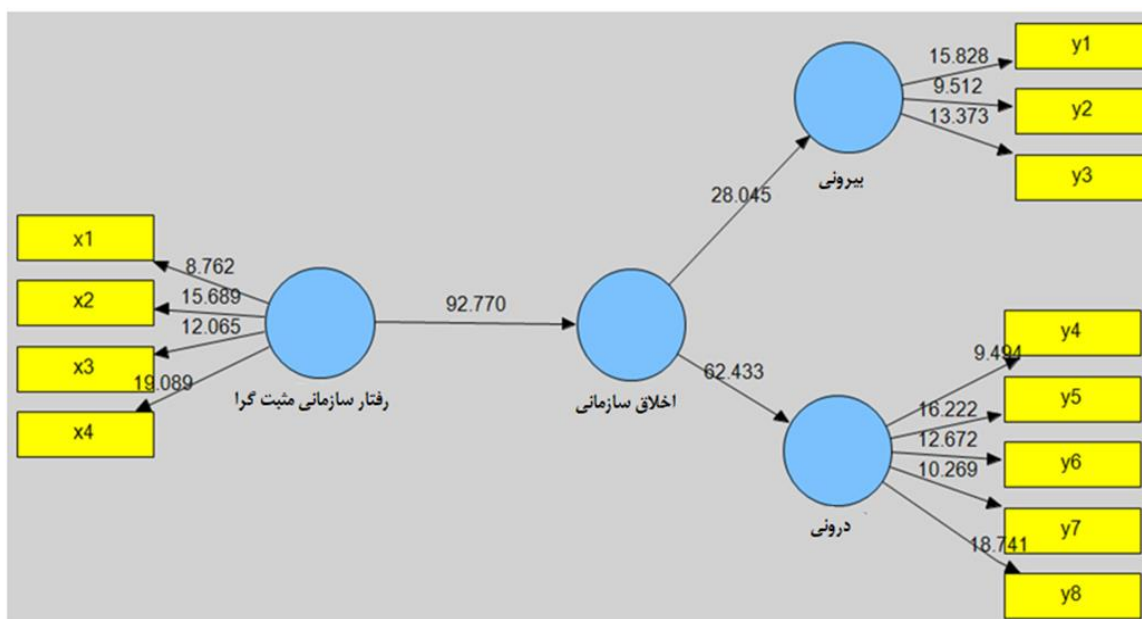
جدول ۳: مقادیر ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE

متغیر	مولفه	شاخص	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
عوامل بیرونی	عوامل بیرونی	امنیت در محیط کار	۰/۷۰۷	۰/۷۵۴	۰/۵۱۹
		عدالت	۰/۷۷۶	۰/۸۷۲	۰/۶۹۶
		سیستم‌های کاری با عملکرد بالا	۰/۷۱۵	۰/۷۱۶	۰/۸۹۰
اخلاق سازمانی <sup>۱۵</sup>	عوامل درونی	خودگشودگی	۰/۸۹۵	۰/۸۳۲	۰/۶۲۴
		مشارکت	۰/۸۲۲	۰/۷۹۲	۰/۵۶۲
		معناداری کار	۰/۸۵۶	۰/۸۱۱	۰/۵۹۰
		علاقه به کار	۰/۷۶۹	۰/۸۶۴	۰/۶۸۰
		عوامل زمینه‌ای	۰/۸۹۲	۰/۸۱۴	۰/۵۹۶
رفتار سازمانی مثبت‌گرا	رفتار مثبت‌گرا	رفتار مثبت‌گرای فردی	۰/۹۷۵	۰/۸۳۲	۰/۶۲۵
		رفتار مثبت‌گرای گروهی	۰/۸۵۴	۰/۷۵۰	۰/۵۰۷
		رفتار مثبت‌گرای اجتماعی	۰/۷۷۹	۰/۸۰۴	۰/۵۸۲
		رفتار مثبت‌گرای سازمانی	۰/۷۲۲	۰/۸۴۵	۰/۶۴۶

متغیرها و در نتیجه تأیید آن رابطه یا رابطه‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪ است. شکل ۳ نتایج آزمون مدل مفهومی پژوهش را در حالت معنی‌داری ضرایب  $t$  به تصویر کشیده است. مقادیر محاسبه شده بر روی پیکان‌ها، نشان‌دهنده مقدار اعداد معناداری  $t$  می‌باشد. نتایج  $T$ -value گزارش شده در شکل فوق، همگی از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح معناری ۹۵ درصد، کلیه سوالات برای مدل معادلات ساختاری مدنظر قرار می‌گیرد و نیازی به حذف هیچ یک از سوالات از مدل نیست.

### ارزیابی مدل ساختاری

مدل ساختاری یا مدل بیرونی نشان دهنده روابط میان متغیرهای پنهان (مکتون) مدل می‌باشد. در واقع در این بخش، به سوالات (شاخص‌ها) توجه نمی‌شود و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ارزیابی مدل ساختاری از چند معیار استفاده می‌شود که در ذیل به هر کدام از آنها پرداخته شده است. اعداد معناداری  $t$  ( $T$ -values): ابتدایی‌ترین معیار سنجش رابطه‌ی بین متغیرها در مدل، اعداد معناداری  $t$  است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر باشد، نشان از صحت رابطه‌ی بین



نگاره ۲: مدل معادلات ساختاری مدل تحقیق در حالت ضرایب معناداری آماره  $t$

مقدار  $R^2$  متغیرهای وابسته تحقیق از شکل ۳ استخراج شده است. مقادیر  $R^2$  نشاط سازمانی ۰.۹۲۱ می‌باشد که دارای مقدار  $R^2$  قوی است. همچنین با توجه به مقدار  $Q^2$  به دست آمده برای متغیرهای وابسته‌ی مدل (۰/۵۸۲)، مشخص است که قدرت پیش‌بینی مدل برای متغیرهای وابسته در سطح قوی قرار دارد. مقدار  $GoF$  به صورت زیر قابل محاسبه است:

$$GoF = \sqrt{(Communalities \times R^2)} = \sqrt{0.598 \times 0.921} = 0.742$$

مقدار  $GoF$  برای مدل این پژوهش برابر با ۰/۷۴۲ محاسبه شده که نشان از برازش کلی قوی و بسیار مناسب مدل دارد. با توجه به برازش قوی مدل کلی، حال می‌توان به بررسی فرضیات تحقیق پرداخت.

### بررسی فرضیات پژوهش

**فرضیه اصلی: رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر اخلاق سازمانی تاثیرگذار است.**

برای ارزیابی این فرضیه از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

**جدول ۴: تحلیل مسیر از مدل‌سازی معادلات ساختاری برای فرض اصلی**

نتیجه فرضیه	مقدار ضریب معناداری از شکل ۳	مقدار بار عاملی از	
		شکل ۲	متغیر وابسته
پذیرش فرضیه	۹۲/۷۷۰	۰/۹۶۰	رفتار سازمانی مثبت‌گرا

اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۱۱.۱۸۲ شده که از ۱/۹۶ بیشتر است و این مورد حاکی از معنی‌دار بودن رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر اخلاق سازمانی است.

با توجه به ضریب مسیر مربوط به این فرضیه می‌توان به این نتیجه رسید که رفتار سازمانی مثبت‌گرا به میزان ۰.۵۷۸ بر اخلاق سازمانی اثر دارد. همان‌طور که شکل ۳ نشان داده شد، مقدار ضریب معناداری  $t$  رابطه بین متغیرهای رفتار سازمانی مثبت‌گرا و نشاط سازمانی در سطح

**جدول ۵: تحلیل مسیر از مدل‌سازی معادلات ساختاری برای فرضیات فرعی**

بار عاملی	مسیر		
	مسیر مستقیم ۱	مسیر مستقیم ۲	کل مسیر
رفتار مثبت‌گرایی فردی	۰/۷۱۵	۰/۹۶۰	۰/۶۸۶
رفتار مثبت‌گرایی گروهی	۰/۷۹۵	۰/۹۶۰	۰/۷۶۳
رفتار مثبت‌گرایی اجتماعی	۰/۷۷۲	۰/۹۶۰	۰/۷۴۱
رفتار مثبت‌گرایی سازمانی	۰/۸۰۳	۰/۹۶۰	۰/۷۷۱

فرضیه اصلی تاثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا بر اخلاق سازمانی، با توجه به ضریب مسیر مربوط به این فرضیه می‌توان به این نتیجه رسید که رفتار سازمانی مثبت‌گرا به میزان ۰.۵۷۸ بر اخلاق سازمانی اثر دارد. نتایج به‌دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در برخی مطالعات هم‌خوانی دارد (۱۰-۲۱).

درخصوص تایید فرضیه فرعی اول تاثیر رفتار مثبت‌گرایی فردی بر اخلاق سازمانی، نتایج به‌دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در برخی تحقیقات هم‌خوانی دارد. (۲۲-۲۴) در خصوص تایید فرضیه فرعی دوم تاثیر رفتار مثبت‌گرایی گروهی بر اخلاق سازمانی، نتایج به‌دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات هم‌خوانی دارد (۲۵-۲۷). در خصوص تایید فرضیه فرعی سوم تاثیر رفتار مثبت‌گرایی اجتماعی بر اخلاق سازمانی، نتایج به‌دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات هم‌خوانی دارد (۲۸ و ۲۹).

با توجه به جدول ۵ تمامی فرضیات فرعی نیز در سطح معناداری ۰/۰۵ مورد تایید قرار می‌گیرند.

### بحث

با توجه به اهمیت روزافزونی که سرمایه‌های انسانی در خلق مزیت رقابتی سازمان‌ها پیدا کرده‌اند و بروز شرایطی که در نهایت به دشواری، جذب و نگهداری کارکنان و هزینه‌بر شدن فرآیندهای منابع انسانی شده است، نیاز به وجود رویکرد یکپارچه‌ای که بتواند ابعاد عاطفی و هیجانی، اخلاقی، انسانی و معنوی انسان را بیشتر مورد توجه قرار داده و به رشد و خودشکوفایی او در محیط کار کمک کند، بیش از پیش احساس می‌شود (۸). مثبت‌گرایی در سازمان را به عنوان پویایی‌های سازمانی و درون سازمانی تعریف می‌کنند که باعث می‌شود افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها بطور کل بتوانند به شکوفایی برسند (۹). این ویژگی‌ها دارای نقاط مشترکی با اخلاق سازمانی است. در تحقیق حاضر درخصوص

- |                               |                     |
|-------------------------------|---------------------|
| 7. Organizational ethics      | اخلاق سازمانی       |
| 8. Ethical codes              | استانداردهای اخلاقی |
| 9. Applied ethics             | اخلاق کاربردی       |
| 10. Professional ethics       | اخلاق حرفه‌ای       |
| 11. Organizational commitment | تعهد سازمانی        |
| 12. Meritocracy               | شایسته‌سالاری       |
| 13. Cooperation               | مشارکت              |
| 14. Responsibility            | احساس مسولیت        |
| 15. Organizational vitality   | نشاط سازمانی        |

## References

- Szab A, Ujhelyi G. (2017). Choice and happiness in South Africa. *Economics Letters*; 155: 28-30.
- Ghanbari S, Azizi A. (2020). Mediating role of emotional commitment in the relationship between work ethics & happiness. *Ethics in Science and Technology*; 15(3): 91-97. (In Persian).
- Siamrasl N, Fayyazi M. (2008). psychological capital; A new basis for competitive advantage. *Jornal of Tadbir*; 200: 44-49. (In Persian).
- Aghaei M, Zarandi M. (2011). *Sociology of intangible capitals of the third millennium*. 1st ed. Tehran: Sociologies Publication. (In Persian).
- Banikhedmat S, Rezvani Chamanzamin M, Jabbari Asl S. (2022). Analysis of effective components on talent management with emphasis on organizational ethics. *Ethics in Science and Technology*; 17 :90-98. (In Persian).
- Karimi A, Faraziani F. (2021). Analyzing the relationship between ethical culture and organizational ethics and occupational involvement. *Ethics in Science and Technology*; 15 (4) :155-162. (In Persian).
- Zavareh T, Yarmohammadzadeh P, Arami M. (2020). The role of knowledge management and organizational learning on personnel organizational immorality. *Ethics in Science and Technology*; 14 (4) :68-77. (In Persian).
- Shirom A. (2011). Vigor as a positive affect at work: Conceptualizing vigor, its relations with related constructs, and its antecedents and consequences. *Review of General Psychology*; 15(1): 50-64.
- Haller M, Hadler M. (2006). How social relations and structures can produce happiness and unhappiness. *An International Comparative Analysis*; 75: 169-216
- Rot`arescu E. (2014). Modelling and simulation of entropy in human resource training. *General Mathematics*; 19(2): 33-40.
- Wang F. (2018). Forest algorithm-based staff incentive mechanism design of non-public enterprise from the perspective of positive organizational behavior. *Cog. Syst. Res.*; 52: 132-137.

در خصوص تایید فرضیه فرعی چهارم تاثیر رفتار مثبت‌گرای سازمانی بر اخلاق سازمانی، نتایج به‌دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات هم‌خوانی دارد (۲۶ و ۲۷).

به منظور بهبود مؤلفه‌هایی که در وضعیت نامناسب قرار دارند پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

در مورد افزایش متغیر خودکشودگی در سازمان مدیران و کارکنان باید اطلاعات مربوط به علایق و احساسات خود را صریحا بیان نمایند. از طریق گفت و گو و تبادل نظر زمینه را برای تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار فراهم نمایند.

پیشنهاد می‌شود به کارکنانی پاداش داده شود که فعالانه در امور مربوط به سازمان مشارکت می‌کنند و تعهد کاری دارند.

برای ایجاد مثبت‌اندیشی در سازمان مدیران و کارکنان باید ابتدا به خود دیدی مثبت داشته باشند، افرادی که نسبت به خود نگرشی مثبت ندارند در مورد دیگران و آینده‌ی شغلی خویش نیز مثبت نخواهند بود.

به منظور ایجاد عدالت در سازمان پیشنهاد می‌شود که سامانه‌ی مدیریت عملکرد کارکنان ایجاد به طور مستمر مورد اصلاح قرار گیرد و پاداش‌ها براساس نتایج حاصل از ارزیابی‌ها صورت پذیرد تا کارکنانی که عملکرد بهتری دارند نتایج بیشتری دریافت نمایند.

شایسته‌سالاری در سازمان به عنوان اولویت در نظر گرفته شود.

## نتیجه‌گیری

روانشناسی و رفتار سازمانی مثبت‌گرا، نهضت جدیدی است که با احیای نگرش مثبت به انسان و رفتارهای وی در حال شکل‌گیری و توسعه است. رفتار سازمانی مثبت‌گرا که به مطالعه‌ی حالت‌های روانشناختی مثبت اشخاص و نقاط قوت منابع انسانی که مرتبط با بهبود عملکرد یا رفاه کارکنان است، می‌پردازد، خود از جنبش روانشناسی مثبت‌گرا که اخیراً مطرح شده، نشأت گرفته است. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد افزایش اخلاق سازمانی در ابعاد درونی و بیرونی می‌تواند به شکل معناداری تحت تاثیر رفتار سازمانی مثبت‌گرا قرار گیرد. با افزایش مثبت‌گرایی در سازمان ما شاهد سازمانی اخلاقی خواهیم بود.

## ملاحظه‌های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندانگانه و ... در پژوهش حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

## واژه‌نامه

- |                                     |                        |
|-------------------------------------|------------------------|
| 1. Health psychology                | روانشناسی سلامت        |
| 2. Positive psychology              | روانشناسی مثبت‌گرا     |
| 3. Positive organizational behavior | رفتار سازمانی مثبت‌گرا |
| 4. Economic capital                 | سرمایه اقتصادی         |
| 5. Social capital                   | سرمایه اجتماعی         |
| 6. Ethics                           | اخلاق                  |

21. Shruga O, Shirom A. (2009). The construct validity of vigor and its antecedents: A qualitative study. *Human Relations*; 62(2): 271 –291.
22. Luthans F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Organizational Behavior*; 23: 695-706
23. Saberzavarem J, Soleymanpoor M. (2018). Investigating the relationship between organizational virtue and social capital with employees' spiritual health. *Journal of Development of Human Resource Management and Support*; 13(49). (In Persian).
24. Shirom A, Toker S, Melamed S, Berliner S, Shapira I. (2013). Burnout and vigor as predictors of the incidence of hyperlipidemia among healthy employees. *Applied Psychology: Health and Well-Being*; 5 (1): 79–98.
25. Taherian H, Feiz D, Heydarkhani Z. (2014). Studying the effective managerial and organizational factors on the happiness and joy in the universities and their effects on the knowledge production. *IRPHE*; 20 (2) :99-116. (In Persian).
26. Datu D, Jesus Alfonso B, Ronnel K. (2017). The academic rewards of socially-oriented happiness: Interdependent happiness promotes academic engagement. *Journal of School Psychology*; DOI:10.1016/j.jsp.2016.12.004
27. Haghghi J, Khoshkonesh A, Shokrkon H, Shahni M, Nisi A. (2019). The relationship between the five-factor model of personality and the feeling of happiness in Shahid Chamran University undergraduate students. *Journal of Educational Sciences and Psychology*; 13(3): 163-188. (In Persian).
12. Carver CS, Scheier MF, Segerstrom SC. (2010). Optimism. *Clinical Psychology Review*; 30(7): 879-889.
13. Malmir M, Khanahmadi M, Farhud DD. (2014). Are happier people more ethical? *Ethics in Science and Technology*; 9 (2). (In Persian).
14. Chaiprasit K, Santidhirakul O. (2011). Happiness at work of employees in small and medium-sized enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 25:189 – 200.
15. Sonnentag S, Niessen C. (2008). Staying vigorous until work is over: The role of trait vigor, day-specific experience and recovery. *Journal of Occupational and organization Psychology*; 81: 435-458
16. Shyjith K, Ilankumaran M, Kumanan S. (2008). Multi-criteria decision-making approach to evaluate optimum maintenance strategy in textile industry. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*; 14: 375–386.
17. Pelechano V, Gonzalez-Leandro P, Garcia L, Moran C. (2013). Is it possible to be too happy? Happiness, personality, and psychopathology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*; 13: 18-24
18. Prosser H, Walley T. (2005). A qualitative study of GPs' and PCO stakeholders' views on the importance and influence of cost on prescribing drugs. *Social Science & Medicine*; 60: 1335–1346
19. Burt RS. (1976). Interpretational confounding of unobserved variables in structural equation models. *Sociological Methods and Research*; 5(1): 3-52
20. Gonzalez-Ramirez MT, Landero-Hernandez R. (2016). Stressful situations affecting the perception of happiness: Love as a stressor. *Anxiety and Stress, Multidisciplinary Journal*; 23(1): 1-5.