(مقالهٔ پژوهشی)

ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه اخلاق و فضیلت سازمانی

دکتر سیروس قنبری[*1]، دکتر مژگان درخشان[2]، خلیل زندی[1]، حامد سیف‌پناهی[3]

1. گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

2. گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

3. گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی تهران

(تاریخ دریافت:94/5/25، تاریخ پذیرش:94/8/20)

چکیده

زمینه: به دنبال بسیاری از رسوایی‌های اخلاقی در سازمان‌ها و به تبع آن، از دست رفتن اعتماد عمومی به سازمان‌ها، دانش سازمانی مثبت‌گرا توجه خود را به مفاهیمی همچون فضیلت، شخصیت اخلاقی و سازمان فضیلت‌مدار معطوف نموده است. با این رویکرد، هدف از پژوهش حاضر، بررسی ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی بود.

روش: روش پژوهش به صورت توصیفی - تحلیلی بوده است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان ستادی اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان بودند و با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌ای به حجم 118 نفر از کارکنان، انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده پرسشنامه فضیلت سازمانی بود که جهت بررسی ساختار عاملی آن ، از تحلیل عاملی تأییدی و جهت بررسی همسانی درونی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی مشتمل بر پنج بعد خوش‌بینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش، مورد تأیید بود. همسانی درونی ابعاد پرسشنامه نیز در دامنه 0/709 تا 0/830 قرار داشت که قابل قبول بود.

نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌های پژوهش، نسخه پنج عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی، از اعتبار و قابلیت اعتماد خوبی برخوردار است و می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد استفاده قرار گیرد.

کلید واژگان: *فضیلت سازمانی، اخلاق مداری، ساختار عاملی، همسانی درونی*

سرآغاز

در دنیای مدرن امروزی اگرچه بسیاری از جنبه‌های رقابتی به‌سرعت در حال پیشرفت است اما متأسفانه توجه اندکی به مباحثی چون فضیلت‌مداری می‌شود (1). در شرایط کنونی، جو حاکم بر سازمان‌ها به گونه‌ای است که وجود ارزش‌های اخلاقی در آن مورد تردید است (2). رعایت نشدن معیارهای اخلاقی از ابعاد مختلف، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی به‌وجود آورده است؛ نابسامانی‌های اخلاقی از جمله فساد اداری، بی‌اعتمادی، اختلاس، استفاده از اموال عمومی برای نیل به اهداف شخصی، رشوه و مواردی از این قبیل، به کرات در کشورهای جهان سوم و از جمله ایران مشاهده می‌شود (3).

به دنبال این‌گونه رسوایی‌های اخلاقی و به تبع آن، از دست رفتن اعتماد عمومی به سازمان‌ها، دانش سازمانی مثبت‌گرا توجه خود را به مفاهیمی همچون فضیلت، شخصیت اخلاقی و سازمان فضیلت‌مدار معطوف نموده است (4). فضیلت[1] مترداف با

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: Siroosghanbari @ yahoo.com

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

تعالی در نظر گرفته می‌شود. فضایل عادات، خواسته‌ها و اقداماتی هستند که مطلوبیت فردی و اجتماعی ایجاد می‌کنند و از سوی فیلسوفان اخلاقی[2] و متفکران مذهبی به عنوان هسته و ویژگی اصلی ارزش‌ها تعریف شده‌اند (5). فضایل بیانگر ویژگی‌هایی اخلاقی هستند که به عنوان عامل انگیزاننده، راهنما و تصحیح کننده رفتارهای اخلاقی در مسیر دستیابی به هدف درنظر گرفته می‌شوند (4). در بافت سازمان‌ها نیز فضیلت سازمانی به توسعه و تعالی رفتار اعضای سازمان اشاره داشته و به‌عنوان اقدامات اشخاص، فعالیت‌های همکارانه، ویژگی‌ها و روندهایی فرهنگی تعریف می‌شود که ترویج و جاری کردن فضیلت در سازمان را امکان‌پذیر می‌گرداند (6). بر این اساس، سازمان با فضیلت سازمانی است که محیطی مملو از مطلوبیت اخلاقی[3] را فراهم آورده و از آن حمایت می‌کند، به‌طوری‌که تأثیر مثبتی بر تجربه انسانی کارکنان و مشتریان گذاشته و این تأثیر مثبت به محیط اجتماعی بزرگ‌تر گسترش می‌یابد (7). در واقع، سازمان فضیلت‌محور به سازمانی اطلاق می‌گردد که بر اساس شایستگی‌های اخلاقی شکل می‌گیرد و مدیران و کارکنان آن انسان‌های فضیلت‌مداری هستند (3).

به دلیل وجود رابطه مثبت بین فضیلت و پیامدهای فردی مطلوب، این فرض که جاری شدن فضیلت در سازمان‌ها نیز می‌تواند رابطه مستقیمی با پیامدهای سازمانی مثبت داشته باشد، منطقی به‌نظر می‌رسد (8). در این زمینه، فضیلت سازمانی[4] می‌تواند به گسترش توانایی مقابله با مشکلات پیش‌روی سازمان و کاهش اثرات منفی این مشکلات منجر گردد (9). فضایلی همچون: امید، مهربانی و بخشش به افراد و تیم‌ها کمک می‌کنند با قدرت و تاب‌آوری[5] بیشتری به استقبال سختی‌ها رفته و پرتوان‌تر از قبل به سمت جلو حرکت کنند (7). فضیلت نه‌تنها به سازمان‌ها برای جلوگیری از تخلف کمک می‌کند بلکه همچنین امکان دستیابی به سطوح بالاتری از مزایای فردی و اجتماعی را افزایش می‌دهد (10). شواهد تجربی نیز نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی می‌تواند موجبات ارتقاء تعهد سازمانی[6]، رفتار شهروندی سازمانی[7]، فضای اخلاقی[8] سازمان و عملکرد سازمانی[9] را فراهم آورد (1 ، 5 ، 6 و 11 – 14).

با وجود، بروندادهای مثبتی که فضیلت سازمانی می‌تواند به‌همراه داشته باشد، اما این مفهوم، یک واژه عمومی و رایج در محافل علمی نیست. سنت غالب در مطالعات سازمانی نشان می‌دهد که بحث از فضیلت با محافظه‌کاری و جزم‌اندیشی دینی ارتباط داده می‌شود و بی‌ربط با مسائل علمی درنظر گرفته می‌شود. در واقع فضیلت اغلب به الهیات، فلسفه و عرفان محدود می‌شود. به‌عنوان نمونه، روانشناسان مثبت‌گرا[10] به‌طور عمومی، به سطحی‌نگری و عام‌اندیشی در درک خود از فضیلت متهم می‌شوند. مسأله تا جایی است که برخی به‌دلیل بحث در مورد فضیلت، به کوته‌فکری و ضعف فرهنگی متهم می‌شوند (15). نتایج پژوهشی که میزان استعمال یک سری از کلمات در فاصله سال‌های 1984 تا 2000 در ژورنال وال استریت را تحلیل کرد نشان داد که رواج کلماتی همچون: «برد»، «مزیت» و «ورشکستگی» در مورد مباحث مربوط به سازمان‌ها بیش از چهار برابر افزایش یافته است. اما از سوی دیگر، واژه‌هایی همچون «فضیلت»، «مراقبت» و «همدردی» در ارتباط با مباحث مربوط به سازمان‌ها به‌ندرت مورد استفاده قرار گرفته‌اند و میزان کاربرد آن‌ها در طول هفده سال، تغییر خاصی نداشته است (15). این مسائل سبب شده است که در دنیای کار و دنیای سازمان‌ها، بهای کمی به فضیلت داده شود (15).

به‌هر حال یکی از اقداماتی که می‌تواند گسترش مطالعات در زمینه فضیلت سازمانی را تسهیل نماید، دستیابی به مقیاسی معتبر جهت سنجش این سازه است. در این زمینه تلاش‌های پژوهشگران به تدوین مقیاسی مشتمل بر 15 ماده و پنج بعد خوش‌بینی[11]، اعتماد[12]، شفقت[13]، صداقت[14] و بخشش[15] منجر شده و به‌صورت پذیرفته شده‌ای در کشورهای مختلف از جمله ایران مورد استفاده قرار گرفته است (6). در این پرسشنامه هر بعد مشتمل بر 3 ماده است به‌نحوی که بعد خوش‌بینی شامل گزاره‌هایی همچون امید به موفقیت در آینده با وجود مشکلات، تعهد به انجام کارهای درست و نیکو، و داشتن احساس هدف‌مندی است. بعد خوش‌بینی سازمانی به‌این معنی است که اعضاء سازمان بر این عقیده‌اند که در انجام دادن مطلوب کارها موفق خواهند شد حتی زمانی‌که با چالش‌های عمده روبرو شوند (13). بعد اعتماد بیانگر گزاره‌هایی پیرامون اعتماد کارکنان به

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

یکدیگر و به مدیر می‌باشد. در واقع اعتماد سازمانی به‌این معناست که ادب، نزاکت و احترام بر فضای سازمان حاکم بوده و افراد سازمان به‌یکدیگر و از جمله به رهبران، پشت‌گرم بوده و به‌آن‌ها اعتماد دارند (11). بعد شفقت شامل شاخص‌هایی از قبیل رفتارهای دلسوزانه و اهمیت دادن به کارکنان است. بر مبنای این بعد، افراد دلواپس یکدیگر بوده و احساس همدردی و مراقبت در فضای سازمان رایج است (11). بعد صداقت به‌این معناست که درستکاری، رازداری، امانت‌داری و آبروداری در سراسر فضای سازمان رایج است (11). در نهایت بخشش سازمانی به‌این معناست که اشتباهات غیرعمدی با گذشت روبرو می‌شوند و به‌عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری و دستیابی به استانداردهای بالای عملکرد در نظر گرفته می‌شوند (11).

اگرچه مقیاس پنج بعدی فضیلت سازمانی توسط برخی از پژوهشگران ایرانی مورد استفاده قرار گرفته و در برخی پژوهش‌ها، روایی سازه آن نیز بررسی شده است، اما در عین‌حال اطلاعات چندانی که به‌صورت روشن و در قالب یک پژوهش مجزا و مدون به اعتباریابی پرسشنامه فضیلت سازمانی پرداخته باشند، در دسترس نیست. در این زمینه البته تلاش‌های ارزشمندی به‌عمل آمده است. به عنوان نمونه پژوهشگران پیشین در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه فضیلت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون»، به‌منظور اطمینان از روایی سازه پرسشنامه فضیلت سازمانی، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده نموده‌اند (13). با این‌حال از آن‌جا که هدف اصلی این پژوهشگران، بررسی رابطه فضیلت سازمانی با برخی از بروندادهای شغلی و سازمانی بوده است، لذا فقط به گزارش برخی شاخص‌های نیکویی برازش اکتفا نموده‌اند و بنابراین همچنان این نیاز وجود دارد که نقش هر یک از ابعاد فضیلت سازمانی در توصیف این سازه مشخص گردد. در پژوهشی دیگر عنوان «بررسی تأثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی»، پژوهشگران در بخشی از پژوهش خود، به بررسی روایی سازه پرسشنامه فضیلت سازمانی پرداخته‌اند و یکی از معتبرترین شواهد را در این زمینه ارائه داده‌اند (1). در این پژوهش روایی سازه پرسشنامه مزبور البته با حذف دو ماده تأیید شده است. بنابراین پرسشنامه نهایی آن‌ها مشتمل بر 13 ماده بوده است، به نحوی که دو بعد بخشش سازمانی و انسجام سازمانی، هر کدام مشتمل بر دو ماده بوده‌اند. طی پژوهش دیگری با عنوان «بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی» از نسخه‌ای مشتمل بر چهارده ماده استفاده برای اندازه‌گیری فضیلت سازمانی استفاده شده است، به‌نحوی که بعد اعتماد سازمانی تنها شامل دو ماده بوده است (12). در نهایت می‌توان به نتایج پژوهشی با عنوان «ساختار عاملی فضیلت سازمانی و نقش رفتار شهروندی سازمانی در آن» اشاره نمود که به بررسی ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی پرداخت (16). این پژوهشگران سازه پنج عاملی فضیلت سازمانی را از طریق تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار داده و گزارش نموده‌اند که شاخص‌های فضیلت سازمانی قابل تقلیل به دو عامل کلی هستند.

به‌هر حال مطالعه اقدامات قبلی نشان می‌دهد که اطمینان از ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی در هاله‌ای از ابهام قرار دارد و یا حداقل محل مناقشه است. در واقع مرور پژوهش‌های قبلی همچنان سؤالات و دغدغه‌هایی را در ذهن متبادر می‌سازد. در این زمینه، سؤالاتی پیرامون میزان تناسب هر یک از 15 ماده مندرج در پرسشنامه، ساختار عاملی و تعداد عوامل زیربنایی و نقش هر یک از عوامل زیربنایی مفروض در توصیف سازه فضیلت سازمانی، از جمله دغدغه‌های پژوهش حاضر بوده‌اند. با این رویکرد، هدف از این پژوهش مطالعه ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی بوده است. نظر به اهمیت پاسخ‌گویی، مسئولیت‌پذیری و اخلاق‌مداری در اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان به مثابه یکی از سازمان‌های دولتی که دارای ذی‌نفعان مختلفی است و با در نظر گرفتن مواردی همچون تمایل مسئولین محترم این سازمان به همکاری با پژوهشگران و نیز سهولت دسترسی پژوهشگران، اعتباریابی پرسشنامه فضیلت سازمانی، در این اداره کل صورت گرفته است.

روش

پژوهش توصیفی - تحلیلی حاضر، به‌صورت مقطعی و در نیمه اول سال 1394 انجام گرفت. جامعه آماری، کلیه کارکنان

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

ستادی اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان مشتمل بر 270 نفر بودند. با استناد به جدول کرجسی و مورگان و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد 160 پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد، 118 پرسشنامه به‌صورت صحیح و کامل بازگردانده شد (نرخ پاسخ‌گویی: 74 درصد).

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه فضیلت سازمانی، مشتمل بر 15 ماده و پنج بعد خوش‌بینی، اعتماد، بخشش، شفقت و صداقت بود. این پرسشنامه در داخل ایران نیز ترجمه شده و از طریق تحلیل عاملی اکتشافی، ماده‌های آن به دو بعد تقلیل یافته است (16). پایایی کلی پرسشنامه فضیلت سازمانی در پژوهش مزبور نیز، 0/93 گزارش شده است. یادآور می‌شود نسخه اصلی پرسشنامه فضیلت سازمانی در پژوهش‌های پیشین قابل دسترسی است (11). این پرسشنامه توسط پژوهشگران ترجمه شده و با نسخه ترجمه شده توسط پژوهشگران در داخل ایران مطابقت داده شد تا از این طریق، در مورد بهترین ترجمه ممکن تصمیم‌گیری شود. روایی ظاهری پرسشنامه پژوهش با استناد به نظر پنج نفر از متخصصان تأیید شد. یادآور می‌شود، گویه‌های پاسخگویی در نسخه اصلی پرسشنامه فضیلت سازمانی، بر اساس طیف شش‌درجه‌ای از کاملاً اشتباه تا کاملاً درست است اما در پژوهش حاضر و در هنگام بررسی روایی ظاهری پرسشنامه، با مبنا قرار دادن نظر متخصصان، گویه‌های پاسخگویی به طیف پنج درجه‌ای از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم تغییر یافت. همچنین جهت بررسی ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه، به ترتیب از تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج این بررسی، در قالب یافته‌های پژوهش ارائه شده است. در نهایت قابل ذکر است که جهت بررسی و تفسیر یافته‌های پژوهش، سطح اطمینان 95 درصد در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

قبل از بررسی سؤالات پژوهش، لازم بود از رعایت برخی پیش‌شرط‌های استفاده از تحلیل عاملی اطمینان حاصل گردد. به‌این منظور ابتدا به‌منظور قضاوت در مورد نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنف استفاده شد. مقدار آماره z در آزمون کولموگروف اسمیرنف برابر با 0/622 و سطح معناداری حاصل 0/834 بود ($p < .05$). بر اساس این نتایج، فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید گردید. پیش‌شرط دیگری که لازم بود رعایت گردد، کفایت نمونه مورد

جدول 1: بار عاملی و مقدار t متناظر با شاخص‌های پرسشنامه فضیلت سازمانی

بعد	شاخص	بار عاملی	آماره t
خوش‌بینی	حتی وقتی با مشکلات بزرگ روبه‌رو می‌شویم به موفقیت خوش‌بین هستیم.	0/58	6/72
	در این سازمان، علاوه بر خوب انجام دادن کارها، به انجام کارهای خوب نیز متعهد هستیم.	0/38	4/07
	کار کردن در این‌جا با حس عمیق هدفمندی همراه است.	0/69	8/38
اعتماد	در این سازمان، کارکنان به‌یکدیگر اعتماد دارند.	0/69	8/28
	در این سازمان، کارکنان با مهربانی، ادب و احترام رفتار می‌کنند.	0/65	7/76
	کارمندان به مدیر سازمان اعتماد دارند.	0/74	9/17
شفقت	در این سازمان، همدردی و اعمال دلسوزانه موج می‌زند.	0/75	9/34
	این سازمان با ویژگی‌ها و اقداماتی همچون توجه به دیگران و مراقبت از آن‌ها شناخته می‌شود.	0/77	9/66
	در میان کارکنان، همواره دلسوزی و ملاحظه دیگران به‌چشم می‌خورد.	0/73	9/07
صداقت	این سازمان همواره سطح بالایی از صداقت را نشان می‌دهد.	0/80	10/30
	این سازمان به‌عنوان یک یک سازمان فضیلت‌مدار و باشرافت توصیف خواهد شد.	0/66	7/89
	صداقت و رازداری، مشخصه‌های بارز این سازمان هستند.	0/67	8/12
بخشش	معیارهای بالایی برای عملکرد ما وجود دارد اما اگر فردی به اشتباهش اذعان کرده و آن را اصلاح کند، بخشیده خواهد شد.	0/70	8/45
	در اینجا ما تلاش می‌کنیم که از اشتباهات درس بگیریم، در نتیجه اشتباهات خیلی سریع بخشیده می‌شوند.	0/74	9/28
	سازمانی که در آن کار می‌کنم، یک سازمان بخشنده و مهربان است.	0/62	7/25

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

جدول 2: بار عاملی و مقادیر t متناظر برای ابعاد فضیلت سازمانی

مؤلفه	بار عاملی	ضریب تبیین	آماره t	اولویت
خوش‌بینی	0/95	0/90	9/53	اول
اعتماد	0/91	0/83	8/17	سوم
شفقت	0/93	0/86	8/76	دوم
صداقت	0/89	0/79	8/30	چهارم
بخشش	0/87	0/76	8/75	پنجم

مطالعه جهت انجام تحلیل عاملی بود. جهت بررسی این پیش‌فرض از شاخص کفایت نمونه‌گیری کیزر – میر – اولکین (KMO) و آزمون کرویت بارتلت استفاده شد. مقدار شاخص KMO برابر با 0/893 بود که نزدیک بودن آن به عدد 1، بیانگر کفایت مناسب نمونه می‌باشد. همچنین تقریب مجذورکای در آزمون کرویت بارتلت برابر با 993/54 و در سطح 0/05 معنادار بود ($p< 0/05$). معنادار بودن مجذور کای نشان می‌دهد که بین گویه‌های داخل هر یک از عوامل زیربنایی، همبستگی بالایی وجود دارد و از طرف دیگر بین گویه‌های یک عامل با گویه‌های عوامل دیگر، همبستگی خاصی مشاهده نمی‌شود. بنابراین بر اساس این شاخص نیز، تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی تأیید شد. پس از اطمینان از رعایت پیش‌شرط‌های استفاده از تحلیل عاملی، در ادامه یافته‌های حاصل از بررسی سؤالات پژوهش ارائه شده است.

1. ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی به چه صورت است؟

از آن‌جا که پژوهش‌های قبلی، در بیشتر موارد پنج بعد خوش‌بینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش را برای سازه فضیلت سازمانی در نظر گرفته‌اند، لذا در ادامه جهت بررسی ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و مرتبه دوم استفاده شد. جدول 1، بار عاملی و مقادیر t متناظر با هر یک از ماده‌های پرسشنامه فضیلت سازمانی را که از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول استخراج شده‌اند، نشان می‌دهد. بر اساس این نتایج، بار عاملی شاخص‌های پرسشنامه، در دامنه 0/38 تا 0/80 قرار داشته‌اند. از آن‌جا که مقادیر t متناظر با بار عاملی همه‌ی شاخص‌ها بالاتر از 1/96 می‌باشند، لذا مشخص می‌شود که در سطح اطمینان 95 درصد، همه‌ی متغیرهای آشکار به خوبی بر روی متغیر مکنون بار شده و می‌توانند توصیف مناسبی از متغیر فضیلت سازمانی به عمل آورند. در جدول 2 نیز، بار عاملی و مقادیر t متناظر با ابعاد فضیلت سازمانی، مستخرج از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم ارائه شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که بعد خوش‌بینی با ضریب تبیین 0/90، بیشترین اشتراک واریانس را با سازه کلی فضیلت سازمانی داشته است. این بدان معناست که بعد خوش‌بینی، بیش از سایر ابعاد می‌تواند توصیف کننده و نمایانگر فضیلت سازمانی باشد. پس از این بعد، ابعاد شفقت، اعتماد، صداقت و بخش، به ترتیب بیشترین اشتراک واریانس را با سازه کلی فضیلت سازمانی داشتند.

به‌هر حال اگرچه مقادیر t متناظر با بارهای عاملی، هم در تحلیل عاملی مرتبه اول و هم در تحلیل عاملی مرتبه دوم، بالاتر از 1/96 بوده‌اند، اما جهت بررسی صحت مدل‌های تحلیل عاملی لازم است به شاخص‌های نیکویی برازش استناد گردد. مطالعه شاخص‌های برازندگی در جدول 3 نشان می‌دهد که به‌جز در مورد شاخص GFI، سایر شاخص‌های برازندگی، حکایت از برازش قابل قبول مدل تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و مرتبه دوم داشته‌اند. در مجموع، بررسی سؤال اول پژوهش نشان می‌دهد که 15 ماده مندرج در پرسشنامه فضیلت سازمانی می‌توانند توصیف مناسبی از این متغیر به عمل آورند و در عین حال این 15 ماده را همان‌گونه که برخی صاحبنظران مشخص نموده‌اند، می‌توان به پنج بعد خوش‌بینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش تقلیل داد.

جدول 3: شاخص‌های نیکویی برازش پیرامون بررسی ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی

شاخص‌های نیکویی برازش	ملاک برازش	تحلیل عاملی مرتبه اول	تحلیل عاملی مرتبه دوم
نسبت مجذور کای به	کمتر از	2/01	1/90

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

درجه آزادی (x2/df)	3		
تخمین ریشه میانگین مربعات خطا (RMSEA)	کمتر از 0/1	0/093	0/088
شاخص مقایسه‌ای برازش (CFI)	بزرگتر از 0/9	0/94	0/95
شاخص استاندارد شده برازش (NFI)	بزرگتر از 0/9	0/92	0/94
شاخص تناسب برازش (GFI)	بزرگتر از 0/9	0/83	0/82
شاخص افزایشی برازش (IFI)	بزرگتر از 0/9	0/95	0/95

مقدار آماره مجذور کای در تحلیل عاملی مرتبه اول با تعداد نمونه 118 و درجه آزادی 90 برابر است با: 181/46

مقدار آماره مجذور کای در تحلیل عاملی مرتبه دوم با تعداد نمونه 131 و درجه آزادی 85 برابر است با: 161/99

2. همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی و ابعاد آن، به چه میزان است؟

در جدول 4، ضرایب آلفای کرونباخ پرسشنامه فضیلت سازمانی و ابعاد آن در پژوهش حاضر ارائه شده است. (همچنین ضرایب آلفای به‌دست آمده در پژوهش‌های برخی صاحبنظران نیز گزارش شده است تا امکان مقایسه نتایج فراهم گردد). بر اساس نتایج به‌دست آمده، ضرایب آلفای کرونباخ ابعاد پرسشنامه فضیلت سازمانی در دامنه 0/709 تا 0/830 قرار داشته‌اند که قابل قبول می‌باشند. در نهایت نتایج نشان می‌دهد که مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه فضیلت سازمانی، در مجموع 0/901 است که بیانگر همسانی درونی بالای این پرسشنامه می‌باشد.

پس از بررسی ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی، در ادامه میانگین و انحراف استاندارد سازه فضیلت سازمانی و ابعاد آن از دیدگاه افراد نمونه محاسبه شد. نتایج نشان داد که از دیدگاه افراد نمونه، میانگین و انحراف استاندارد فضیلت سازمانی در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت، به ترتیب برابر با 2/77 و 0/755 بوده است. از میان ابعاد نیز، بعد خوش‌بینی با میانگین 3/07 بالاترین نمره را به خود اختصاص داده بود و پس از آن، ابعاد اعتماد (با میانگین 2/93)، صداقت (با میانگین 2/77)، بخشش (با میانگین 2/72) و شفقت (با میانگین 2/43)، در رده‌های بعدی قرار داشتند.

جدول 4: ضرایب آلفای کرونباخ پیرامون بررسی همسانی درونی شاخص‌های پرسشنامه فضیلت سازمانی

متغیر	تعداد آیتم	ضرایب آلفای کرونباخ		
		کمرون و همکاران (2004)	ریگو و همکاران (2011)	پژوهش حاضر
خوش‌بینی	3	0/837	0/63	0/709
اعتماد	3	0/830	0/70	0/795
شفقت	3	0/886	0/77	0/830
صداقت	3	0/898	0/80	0/781
بخشش	3	0/898	0/71	0/752
فضیلت سازمانی	15	-	0/90	0/928

بحث

زیربنای همه ارزش‌ها در سازمان، ارزش‌های اخلاقی می‌باشد که تأثیر متقابل چندبعدی میان سیستم‌های و غیررسمی کنترل رفتاری را نشان می‌دهند (17). به‌منظور دستیابی به ابزاری معتبر جهت بررسی ارزش‌های اخلاقی در سازمان، پژوهش حاضر به مطالعه ساختار عاملی و همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی پرداخت. نتایج نشان داد که ساختار عاملی پرسشنامه مشتمل بر پنج بعد خوش‌بینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش تأیید شد. این نتایج هم‌سو با یافته‌های پژوهش‌هایی بود که به ابعاد مزبور برای سازه فضیلت سازمانی قائل بودند (6 و 11). در تبیین این نتایج می‌توان گفت که دستیابی به تعالی اخلاقی چه در سطح فردی و چه در سطح سازمانی، مستلزم برخورداری و پایبندی به فضایل مختلف است. البته این هرگز بدان‌معنا نیست که افراد یا سازمان‌های بافضیلت، همه فضایل اخلاقی را در سطح کامل دارند بلکه منظور آن است که یک سازمان فضیلت‌مدار، به‌جای آن‌که تنها به بخشی از ارزش‌های والای انسانی توجه کند، تلاش می‌کند سطح بالایی از همه

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

ارزش‌های متعالی را نشان دهد. در واقع از آن‌جا که احتمال می‌رود فضایل مختلف با یکدیگر همبستگی داشته باشند و مثلاً فضیلت بخشش می‌تواند در ارتباط با فضیلت همدردی و شفقت مطرح شود؛ لذا انتظار می‌رود فضیلت سازمانی بیانگر حالتی باشد که طی آن سازمان به فضایل مختلف توجه نماید. با این توضیحات به‌نظر می‌رسد دسته‌بندی شاخص‌های پرسشنامه فضیلت سازمانی بتواند تقریبی مناسب از واقعیت به‌دست دهد و تأییدی بر چندوجهی بودن مفهوم فضیلت سازمانی باشد.

نتایج پژوهش مبنی بر تأیید ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی مشتمل بر پنج بعد، البته مغایر با یافته‌های پژوهشی‌ای بود که دو عامل را به عنوان ابعاد فضیلت سازمانی شناسایی کرده بود (16). دلیل این ناهم‌سویی می‌تواند مشابهت بین ابعاد پنج‌گانه فضیلت سازمانی و احتمال وجود هم‌پوشانی‌هایی بین ابعاد باشد. با این‌حال باید توجه داشت که علیرغم این مشابهت‌ها، ابعاد فضیلت سازمانی مجزا و متفاوت از یکدیگر هستند و در عین حال، در کنار هم نمایانگر سازه کلی فضیلت سازمانی هستند.

پس از تأیید ساختار عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی، در ادامه همسانی درونی این پرسشنامه نیز بررسی شد. نتایج نشان داد که پایایی پرسشنامه مزبور، در مجموع و بر حسب همه ابعاد، مورد تأیید بود. این نتایج هم‌سو با یافته‌های پژوهش‌هایی بود که همسانی درونی پرسشنامه فضیلت سازمانی را قابل قبول ارزیابی کرده بودند (6 و 11و 16). به‌هرحال فضایلی همچون صداقت، اعتماد، خوش‌بینی، مهربانی، گذشت، بخشش و . . .، ارزش‌هایی مطلق هستند که در تمام دوران‌ها و در تمام جوامع، جزو آرمان‌های بشر بوده و هستند. از آن‌جا که چنین آرمان‌هایی در همه جوامع، مورد مطالبه قرار می‌گیرند، لذا به‌نظر می‌رسد که این مسأله در کنار بیان ساده و قابل فهم گزاره‌های پرسشنامه توانسته است به برداشت یکسان از مفهوم گزاره‌ها بیانجامد. یادآور می‌شود که این پرسشنامه در پژوهش‌های مختلف داخلی و خارجی مورد استفاده قرار گرفته است و لذا دور از ذهن نیست که پایایی آن در سطح قابل قبولی برآورد شود.

یک محدودیت مهم در پژوهش حاضر پایین بودن حجم نمونه مورد مطالعه بوده است. در واقع اگرچه نرخ پاسخ‌گویی قابل قبول بود و کفایت نمونه‌گیری نیز تأیید شد، اما اطمینان از اعتبار پرسشنامه فضیلت سازمانی مستلزم پژوهش‌های بیشتر در سایر سازمان‌ها است. علاوه براین باید توجه داشت که فضایل سازمانی، به ابعاد خوش‌بینی، اعتماد، شفقت، صداقت و بخشش محدود نمی‌شود و لذا شایسته است که پژوهش‌های جامع‌تری با رویکرد طراحی الگو و با بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در زمینه فضیلت سازمانی صورت گیرد. در نهایت با توجه به اینکه نتایج پژوهش نشان داد که فضیلت سازمانی، بیشتر با ابعادی چون چوش‌بینی و شفقت توصیف می‌شود لذا به مدیران توصیه می‌شود که از طریق رفتارهایی همچون نشان دادن اعتماد به کارکنان، خوش‌بینی نسبت به آینده، گوش دادن و رسیدگی به مشکلات کارکنان، اهمیت دادن به کارکنان و تشویق دیگران به کمک به هم‌نوعان و همکاران، زمینه ارتقاء فضیلت سازمانی را فراهم آورند.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، نسخه پنج عاملی پرسشنامه فضیلت سازمانی، از اعتبار و قابلیت اعتماد خوبی برخوردار است و می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد استفاده قرار گیرد.

سپاسگزاری

پژوهشگران برخود واجب می‌دانند که از زحمات کلیه کارکنان اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان، ریاست و مدیریت واحدهای مختلف اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان به خاطر همکاری بی‌دریغشان تقدیر و تشکر به عمل آورند.

واژه‌نامه

فضیلت	1. Virtues
اخلاقی	2. Ethical
مطلوبیت اخلاقی	3. Ethical Goodness
فضیلت سازمانی	4. Organizational Virtuousness
تاب‌آوری	5. Resilience
تعهد سازمانی	6. Organizational Commitment
رفتارشهروندی سازمانی	7. Organizational Citizenship Behavior

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]

8. Ethical Climate	فضای اخلاقی
9. Organizational Performance	عملکرد سازمانی
10. Positive Psychology	روانشناسان مثبت‌گرا
11. Optimism	خوش‌بینی
12. Trust	اعتماد
13. Compassion	شفقت
14. Integrity	صداقت
15. Forgiveness	بخشش

منابع

1. Moshabaki A, Rezaee Z. (2014). The study of organizational virtuousness and work engagement effects on organizational commitment. Journal of Management Studies in Development & Evolution; 22 (73): 1-23. (In Persian).
2. Nasiri F, Ghanbari S, Zandi K, Seifpanahi S. (2014). The survey of relationship between ethical leadership, spirituality at work and burnout. Ethics in Science and Technology; 9 (1): 1-11. (In Persian).
3. Najafbigi R, Moosakhani M, Daneshfard K, Delavar A, Hamrahi M. (2014). Designing a desirable model for improvement the Iranian public sector organizational virtuousness. Journal of Management Researches; 7 (24): 47-66. (In Persian).
4. Sadler-Smith E. (2013). Toward organizational environmental virtuousness. Journal of Applied Behavioral Science; 49 (1): 123-148.
5. Rego A, Ribeiro N, Cunha MP. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. Journal of Business Ethics; (93): 215-235.
6. Cameron KS, Bright D, Caza A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. American Behavioral Scientist; 47 (6): 766-790.
7. Stephens JP, Heaphy ED, Carmeli A, Spreitzer GM, Dutton JE. (2013). Relationship quality and virtuousness: emotional carrying capacity as a source of individual and team resilience. Journal of Applied Behavioral Science; 49 (1): 13-41.
8. Behzadi E, Nahami A, Beshlide K. (2015). The relationship conscientious, ethical climate and ethical leadership with organizational Virtuousness. Ethics in Science and Technology; 10 (1): 63-73. (In Persian).
9. Hassanzadeh T, Hemmati M, Nikroo H. (2014). Investigating the relationship between social capital and organizational virtuousness (a case study: Rasht municipality). Journal of Public Administration; 6 (1): 67-84. (In Persian).
10. Bright DS, Cameron KS, Caza A. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. Journal of Business Ethics; (64): 249-269.
11. Rego A, Ribeiro N, Cunha MP, Jesuino JC. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. Journal of Business Research; (64): 524–532.
12. Hassanzadeh T, Sefidkar S. (2015). Investigation the relationship between organizational virtuousness and organizational citizenship behavior. Journal of Management Studies in Development & Evolution; 23 (76): 141-155. (In Persian).
13. Behzadi E, Nahami A, Bashlide K. (2013). Relationship between organizational virtuousness and organizational citizenship behavior, spiritual well-being and organizational loyalty in employment of Karoon Oil and Gas Production Company. Journal of Psychological Achievements (College of Education and Psychology Department of Psychology); 20 (2): 233-256. (In Persian).
14. Zamahani M, Mosavian A, Malekzadeh S. (2013). Study the relationship between organizational virtues cultivating and improving ethical climate. Social Psychology Research Quarterly; 3 (10): 115-126. (In Persian).
15. Cameron K. (2011). Responsible leadership as virtuous leadership. Journal of Business Ethics; (98): 25-35.
16. Khoshouei M, Noori A. (2014). Factor structure of organizational virtuousness and the role of organizational citizenship behavior in it. Knowledge & Research in Applied Psychology; 14 (4): 26-34. (In Persian).
17. Khodami S, Asanloo B. (2015). Design model ethical behavior of employees with emphasis on the role of values moral authority. Ethics in Science and Technology; 10 (1): 96-104. (In Persian).

[Downloaded from ethicsjournal.ir on 2026-11-23]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1395.11.3.8.0]