

مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد

*مجید ضمّاهنی^۱، حمیده شکاری^۱

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۱/۲ تاریخ پذیرش: ۹۵/۳/۱۳

Structural Model of Virtuous Organization in Selected Universities of Yazd Province

*Majid Zamahani¹, Hamideh Shekari²

1. Assistant Professor Of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Received: (2/June/2016)

Accepted: (22/Jan/2016)

Abstract

The aim of present research is to identify indices and effective factors on virtuous organization and test the structural model of virtuous organization in selected universities of Yazd province. The procedure we proposed to reach the mentioned research aim, combined approach of quantitative-qualitative method has been used. To identify the indices of virtuous organization, Delphi method which is one of the qualitative methods, has been utilized. To test the model, quantitative method of structural equations modeling was used. In this paper, first of all, effective indices on creating virtuous organization have been extracted according to the research literature and then, it was unanimously agreed on them by making Delphi and three rounds of implementing it. The obtained indices were the basis of the preparing the main questionnaire. Research statistical universe included employees of selected universities of Yazd Province. Results showed that main five factors including leadership, organizational culture, human resource, structure and processes and attention to stakeholders can be extracted by factor analysis and the these five factors can totally explain about the 81% of the total variance of the variables. Results of the path analysis of the structural model of virtuous organization indicated that among the five extracted factors, organizational culture has the most direct effect on virtuous organization and the factor of attention to stakeholders allocated the first rank to itself in leading the organization towards virtuous organization in terms of total direct and indirect effect.

Keywords

Virtue, Organizational Virtues, Virtuous Organization, University, Structural Model.

چکیده

هدف مقاله حاضر، شناسایی شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر سازمان فضیلت‌گرا و آزمون مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد است. در روش تحقیق این پژوهش، رویکرد ترکیبی کمی و کیفی به کار رفته است. بدین‌گونه که برای شناسایی شاخص‌های سازمان فضیلت‌گرا از روش دلفی که ازجمله روش‌های کیفی است، استفاده شد و از روش کمی مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون مدل استفاده شد. در این مقاله، ابتدا با توجه به ادبیات تحقیق، شاخص‌های مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا استخراج و سپس با تشکیل پنل دلفی و سه دور اجرای تکنیک دلفی درباره این شاخص‌ها اجماع حاصل شد. شاخص‌های به‌دست آمده، مبنای تهیه پرسشنامه اصلی تحقیق قرار گرفتند. جامعه آماری تحقیق، کارکنان دانشگاه‌های منتخب استان یزد بود. یافته‌ها نشان داد که پنج عامل اصلی شامل رهبری، فرهنگ‌سازمانی، منابع انسانی، ساختار و فرایند و توجه به ذی‌نفعان از شاخص‌ها، از طریق تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی، قابل استخراج است که این پنج عامل در مجموع، حدود ۸۱ درصد از تغییرپذیری متغیرها را توضیح می‌دهند. نتایج حاصل از تحلیل مسیر مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا، حاکی از این است که از میان پنج عامل استخراجی، عامل فرهنگ‌سازمانی بیشترین اثر مستقیم را بر سازمان فضیلت‌گرا دارد و عامل توجه به ذی‌نفعان از لحاظ مجموع آثار مستقیم و غیرمستقیم، رتبه اول را در سوق دادن سازمان به فضیلت‌گرایی به خود اختصاص داده است.

واژه‌های کلیدی

فضیلت، فضایل سازمانی، سازمان فضیلت‌گرا، دانشگاه، مدل ساختاری.

مقدمه

با تغییرات فزاینده‌ای که در سازمان‌های قرن بیست‌ویکم مشاهده می‌شود، هم مدیران و هم کارکنان باید معنا و مفهوم دیگری در کارشان بیابند. مدیریت نیاز به توسعه استعاره‌های جدید برای تئوری پردازی‌ها در محیط‌های کاری دارد؛ بدین معنا که گذشته از استعاره‌های رایج، به‌ویژه استعاره‌هایی که منعکس‌کننده سیستم‌های سنتی، مانند اشرافیت، رهبری، حاکمیت و سلطه است، نیازمند مفاهیم دیگری همچون: مهربانی، همدلی، نوع‌دوستی، همدردی، قدرت تحمل، اعتماد و ملاحظه است. برای نمونه باید به‌جای سیستم سلسله‌مراتبی، سیستم شبکه‌ای ایجاد کرد؛ به‌جای محیط خشک و سرد، محیطی جمع‌گرا و شاد به‌وجود آورد؛ مدیر باید پیونددهنده باشد و از گسستن پیوندها دوری کند؛ کارکنان باید با تمام وجود به کار مشغول شوند، به‌گونه‌ای که بخشی از وجود خود را در کار رها نکنند؛ به‌جای فکر انتفاع از کار، باید به فکر نفس کار بود؛ مدیران باید به‌جای روحیه نظامی‌گری، در پی رهبری باشند. همه نمونه‌های ذکر شده، در قالب فرهنگ‌سازمانی خاصی جای می‌گیرد که مبتنی بر فرهنگی پویا باشد. بیشتر ابعاد فرهنگ‌سازمانی سنتی، تنها با برخی از ابعاد وجودی انسان سروکار دارد. نمی‌توان از کارکنان خواست تا بخشی از ابعاد وجودی خود را که مورد نیاز سازمان است، به سازمان بیاورند و بخش‌هایی که نیاز نیست را بیرون از سازمان جا بگذارند. لذا دیدگاه‌های کنونی در تئوری‌های مدیریت و سازمان، نیازمند تغییرات اساسی است؛ تا جایی که حتی تعبیر به تغییر پارادایمی شده است. پارادایمی که بتواند رویکردهای تلفیقی به زندگی، خانواده و کار داشته باشد و افراد بتوانند زمان بیشتری را به دیگر ابعاد وجودی خود بپردازند و انرژی بیشتری را برای خدمت به هم‌نوعان خود پیدا کنند. لذا مفاهیم «فضیلت»^۱ و «فضیلت‌گرایی»^۲ برای پاسخگویی به این نیازها، مطرح شده‌اند. فرهنگ‌سازمانی مبتنی بر فضیلت‌گرایی، که همه ابعاد وجودی انسان را در نظر می‌گیرد، می‌تواند پاسخی برای این چالش باشد. فضیلت‌گرایی، یک نیاز بنیادی انسانی است و قطعاً باید بخشی از سازمان باشد و سازمانی که بتواند به همه نیازهای کارکنان توجه داشته باشد و اجازه بروز و ظهور فضیلت‌گرایی را در محیط کار بدهد، موفقیت‌سازمانی بیشتری خواهد داشت.

تا چند دهه اخیر، مفهوم فضیلت با جامعه علمی تناسب چندانی نداشت و بیشتر مرتبط با حوزه‌های فلسفه، مذهب و خدمات اجتماعی بود تا دنیای سازمان و مدیریت (کامرون و وین،^۳ ۲۰۱۲). در مطالعات سازمانی جای این مفاهیم را مفاهیم اخلاقی خنثی‌تری نظیر مسئولیت اجتماعی سازمان، رفتارهای اجتماعی و رفتارهای شهروندی سازمانی گرفته است (مکنیلی و مگلینو،^۴ ۱۹۹۴). مطالعات سازمانی انجام شده در قرن بیستم، نه تنها به موضوع فضیلت در سازمان‌ها توجه زیادی نکرده، بلکه با آن به‌عنوان موضوعی غیرقابل بحث برخورد کرده و مدیران عمل‌گرا را نیز از ورود به این حوزه منع کرده است. اما با آغاز قرن بیست‌ویکم، سازمان‌ها گرایش بیشتری به سمت فضایل اخلاقی و انسانی پیدا کرده‌اند و از طریق تأکید بر فضایل، سعی کرده‌اند تا خلأهای معنوی و اخلاقی و عاطفی کارکنان خود را بر طرف سازند. این تأکید در مطالعات جدید سازمانی به‌چشم می‌خورد و باعث شده است تا با مفهوم جدیدی به نام سازمان فضیلت‌گرا^۵ روبه‌رو شویم.

دانشگاه‌ها نیز به‌عنوان سازمان‌هایی که مهم‌ترین مراکز تولید دانش و تربیت نیروی انسانی متخصص به‌شمار می‌روند، از این قاعده مستثنا نیستند و مجبورند بحث فضیلت را در سیستم‌های خود در نظر بگیرند. از سوی دیگر، دانشگاه‌ها به‌خاطر حضور نخبگان، پرورش منابع انسانی مورد نیاز برای دیگر نهادها و نیز داشتن پیوندهای نزدیک با عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. به همین دلیل، عملکرد آنها که وابسته به عملکرد دانشجویان، کارمندان و به‌ویژه استادان است، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم شدیدی بر جامعه خواهد داشت (اتکینسون و گیللند،^۶ ۲۰۰۶). لذا بروز رفتارهای نامطلوب یا منفی در میان آنها، نظیر سوءاستفاده از دانشجویان، روابط نامناسب مالی، کم‌کاری، به‌روز نبودن اطلاعات در تدریس، نه تنها بر عملکرد دانشگاه تأثیرگذار است، بلکه با تأثیرگذاری بر دانشجویان، فضای آموزش و تربیت صحیح در دانشگاه، اعتماد جامعه و دیگر نهادها را به دانشگاهیان خدشه‌دار می‌کند. تا وقتی که پاسخگویی در برابر اشکال مختلف رفتارهای نامطلوب، هزینه‌بر باشد، بهترین راه‌حل، پیشگیری از بروز این‌گونه رفتارهاست (پورعزت و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از راه‌های

3. Cameron & Winn
4. McNeely & Meglino
5. Virtuous Organization
6. Atkinson & Gilleland

1. Virtue
2. Virtuousness

است. در ادبیات یونان باستان، فضیلت با بهبود و تعالی شخصی که موجب سلامت، خشنودی، معناداری زندگی و دوری از رنج و عذاب می‌شود، در ارتباط است (میرز، ۲۰۰۰).
 فضیلت یک ویژگی شخصیتی یا فکری است که از نظر اخلاقی قابل ستایش است (فلین، ۲۰۰۸: ۳۶۱). فضیلت به ویژگی‌های بی‌نظیر انسانی برمی‌گردد که بیانگر خوبی‌های معنوی و اخلاقی‌اند (کامرون^۵ و همکاران، ۲۰۰۴). در سطح جمعی، فضیلت به‌عنوان چیزی ارزشمند و نهادینه‌شده در جامعه، فرهنگ و سازمان تعریف شده است. فضایل سازمانی به صفاتی برمی‌گردند که مشخصه بهترین نوع منابع انسانی سازمان است (نپین، ۲۰۰۷). با فضیلت‌بودن یعنی نهادینه‌سازی قوانین معنوی و اخلاقی‌ای که ایجادکننده تعادل اجتماعی‌اند (مانز^۷ و همکاران، ۲۰۰۸). پذیرفته‌شده‌ترین تعریف فضیلت از بیوچمپ و چیلدرس ارائه شده که در آن بیان شده فضیلت یک ویژگی شخصیتی است که از نظر اجتماعی ارزشمند است و یک فضیلت اخلاقی، یک ویژگی است که از نظر اخلاقی ارزشمند است (بیوچمپ و چیلدرس،^۸ ۱۹۹۴: ۶۳).

فضیلت‌گرایی را بهترین وضع انسانی، پیامدها و رفتارهای منزه و وارسته، عصاره وجود انسان‌ها و بالاترین خواسته‌های بشری می‌دانند (کومت‌اسپونویل،^۹ ۲۰۰۱). فضیلت‌گرایی شامل خواسته‌هایی از انسان‌ها است که مربوط به عالی‌ترین درجه‌ای است که در بهترین و بالاترین حالت می‌توانند به آن دست یابند و بیانگر حالت شکوفایی، سرزندگی، وارستگی و شرافتمندی است (لیمن بلومن و لیویت، ۱۹۹۹). فضیلت‌گرایی به پیگیری و جستجوی بهترین خواسته‌های انسانی برمی‌گردد (رگو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۱).

فضیلت‌گرایی سازمانی

آیا فضایل می‌توانند در سطح سازمان به کار گرفته شوند؟ پاسخ این است که سازمان‌ها بر جنبه‌های مختلف رفتار اعضایشان اثر می‌گذارند. یکی از این جنبه‌ها، جنبه اخلاقی رفتار کارکنان است (تروینو و ویور،^{۱۱} ۲۰۰۳). فضا و زمینه اخلاقی سازمان و

پیشگیری از این رفتارها، حرکت به سوی فضیلت‌گرایی سازمانی است (وتستون،^۱ ۲۰۰۵). همچنین در نظام آموزش عالی موجود، استادان هرکدام در یک‌رشته بسیار باریک متخصص شده‌اند و همه مسئولیت خود را صرفاً در آموزش و پژوهش می‌بینند و نه ارائه آموزش و پرورشی که بار اخلاقی و معنوی هم داشته باشد. لذا برای اینکه به سوی چنین آموزش عالی‌ای حرکت کنیم، یکی از پیش‌نیازها، ارائه و وجود فضایی آمیخته با فضایل در دانشگاه است. با کاربردی کردن فضایل در سطح دانشگاه‌ها و ارائه راهکارهایی که دانشگاه‌ها بتوانند فضایل را در خود عملیاتی کنند، می‌توان به آموزش عالی فضیلت‌گرا رسید. دلیل چهارمی که ضرورت انجام این پژوهش را می‌رساند، فقدان ویژگی‌های سازمانی‌ای در دانشگاه‌های استان یزد است که کارکنان دانشگاه را به سمت شهروندانی بهتر، مسئولیت، نوع‌دوستی، مدنیت، تعادل، قدرت تحمل و اخلاق کاری فرابخواند. به عبارت دیگر؛ پدیده‌های منفی‌ای نظیر رفتارهای منحرفانه و فرسودگی هیجانی در بین کارکنان مشاهده می‌شود که امید است شناسایی شاخص‌های سازمان فضیلت‌گرا و آزمون مدل ساختاری برآمده از آنها، بتواند این خلأ را با ارائه بینشی که توانایی تغییر تفکر و عمل مدیران و کارکنان را دارد، پر کند. از آنجاکه در زمینه سازمان فضیلت‌گرا در حوزه آموزش عالی، طی جستجوهای صورت گرفته، هنوز آزمون مدلی ساختاری انجام نشده است، امید است این تحقیق بتواند سهمی در توسعه دانش نظری در خصوص این چهره سازمانی و کاربردی کردن هرچه بیشتر آن در آموزش عالی داشته باشد. بر این اساس، مسئله اصلی در این پژوهش، شناسایی شاخص‌ها و عوامل سازمان فضیلت‌گرا و آزمون مدل ساختاری این چهره سازمانی برای توسعه و فراگیر شدن هر چه بیشتر آن در آموزش عالی است.

مبانی نظری

تعریف فضیلت

واژه فضیلت از واژه لاتین Virtus و واژه یونانی arête به معنای خوبی و حسن مشتق شده است. با وجود اینکه در ادبیات تحقیق، مفهوم فضیلت به طرق مختلفی تعریف شده است، تمامی تعاریف ارائه‌شده به نوعی با هدف والای زندگی انسان و غنا بخشیدن به زندگی او در ارتباطاند (لیمن بلومن و لیویت،^۲ ۱۹۹۹). نمونه‌هایی از تعریف فضیلت در ادامه آمده

3. Myers
 4. Flynn
 5. Cameron
 6. Nepean
 7. Manz
 8. Beauchamp & Childress
 9. Comte-Sponrille
 10. Rego
 11. Trevino & Weaver

1. Whetstone
 2. Lipman-Blumen & Leavitt

توجه قرار می‌گیرند و تحقیقات علمی بیشتری برای اجتناب از اثرات منفی‌شان صورت می‌گیرد و همین، یکی از دلایل بی‌توجهی به فضایل در حوزه مطالعات سازمانی است (گاتمن،^۴ ۱۹۹۴). به‌طور مشابه در تحقیقات مدیریتی و سازمانی نیز عمده‌توجه بر حل مسئله، موقعیت رقابتی، دستیابی به کارایی و اثربخشی، سودآوری بوده است تا بر شناسایی و شکوفایی جنبه‌های زندگی‌بخش و انسانی و فضایل سازمانی. نسبت‌دادن کیفیت فضیلت‌گرایی به سازمان بدین معناست که سازمان، ظرفیت کاربرد فضایل را در خود، ایجاد و از فعالیت‌های فضیلت‌گرایانه از طریق افراد حمایت می‌کند. لذا فضیلت‌گرایی در سازمان به رفتارهای فراتر از نقش و متعالی افراد سازمان برمی‌گردد. فضیلت‌گرایی به ویژگی‌های از سازمان برمی‌گردد که موجب بروز فضایل در رفتارهای افراد می‌شود. فضیلت‌گرایی سازمانی شامل اعمال افراد، فعالیت‌های گروهی، ویژگی‌های فرهنگی یا فرایندهای سازمانی‌ای است که سازمان را قادر می‌سازد فضایل را در سازمان رواج دهد و نهادینه سازد (کامرون و همکاران، ۲۰۰۴).

فضایل سه ویژگی کلیدی دارند که آنها را هر چه بیشتر با مطالعات سازمانی پیوند می‌دهد (همان): الف) اثر انسانی:^۵ فضیلت‌گرایی همواره انسان را برای ذهن تداعی می‌کند. خواسته‌ها و رفتارهای بدون اثر انسانی، فضیلت‌گرایانه نیستند. اعمال و تمایلاتی که بر انسان تأثیری نمی‌گذارند، فضیلت‌گرا نیستند. به ساختار یک سازمان، فی‌نفسه نمی‌توان فضیلت‌گرا یا فاقد فضیلت گفت؛ زیرا فاقد رشد انسانی مثبت یا منفی است. اما همین ساختار اگر به‌گونه‌ای طراحی شود که موجب افزایش روابط بین فردی، کار معنادار، افزایش یادگیری و رشد و توسعه هرچه بیشتر کارکنان شود، می‌تواند موجب تقویت فضیلت‌گرایی در سازمان شود. ب) محسنات اخلاقی:^۶ فضیلت‌گرایی با خوبی‌های اخلاقی، فطری و درونی همراه است. فضایل بیانگر محسنات ذاتی و امور فی‌نفسه مطلوب‌اند. مشخصه فضیلت‌گرایی، جستجوی چیزهای پسندیده، متعالی و فی‌نفسه ارزشمند است. بنابراین، مشخصه افراد و سازمان‌های فضیلت‌گرا این است که اهداف معنوی و ایده‌های ذاتاً ارزشمند دارند. ج) بهبود اجتماعی:^۷ فضیلت‌گرایی، با ایجاد ارزش اجتماعی، فراتر از خواسته‌های ابزاری و منافع شخصی عامل

تعاملات اجتماعی، نه تنها موجب انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی می‌شود، بلکه بخشی از فرایند شکل‌گیری شخصیت، فضایل^۱ و رذایل^۲ در وجود کارکنان سازمان است. اخلاقیات و فضایل در سطح سازمانی به همان اندازه اهمیت دارند که در سطح فردی مهم‌اند. البته برای ایجاد سازمانی مبتنی بر فضایل، وجود جمعی از افراد فضیلت‌گرا در سازمان کافی نیست، بلکه ساختارهای سازمانی متناسب نیز لازم است. ساختارها در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا اهمیت دارند. ویژگی‌های اخلاقی مدیران؛ یعنی تصمیم‌گیرندگان سازمانی نیز اهمیت دارد. مدیران باید درک صحیحی از اخلاقیات داشته باشند و دارای تجربه و ظرفیت کافی درخصوص تصمیم‌گیری و قضاوت باشند (وتستون، ۲۰۰۵). فضیلت‌گرایی در سازمان می‌تواند از طریق سیاست‌ها، فرایندها، فعالیت‌ها و فرهنگ‌سازمانی تقویت و نهادینه شود (داتون و سوننشین،^۳ ۲۰۰۷).

به‌دلیل اینکه مفهوم فضیلت، خواستن کمال انسانی است؛ لذا مطالعه فضیلت در سازمان، مطالعه ظرفیت، ویژگی‌ها و شکیبایی افراد در سازمان است (کامرون، ۲۰۰۳). مطالعه در این حوزه نه تنها شامل مطالعه پیامدهای مثبت و فوق‌العاده، بلکه دربرگیرنده رفتارهای بهتر در سازمان است که خود منجر به پیامدهای مثبت می‌شوند (داتون و همکاران، ۲۰۰۲). فضیلت‌گرایی سازمانی به زمینه‌های سازمانی برمی‌گردد؛ یعنی جایی که عادت‌ها، خواسته‌ها و اعمال خوب (نظیر انسانیت، بزرگواری، عفو و اعتماد) در هر دو سطح فردی و گروهی به منصفه ظهور رسیده‌اند، حمایت می‌شوند، پرورش می‌یابند و ترویج می‌شوند (رگو و همکاران، ۲۰۱۱).

مفهوم فضیلت‌گرایی در جوامع علمی غفلت گرفته است. فضیلت‌گرایی اغلب نوعی تعصب مذهبی تلقی شده و غیر مرتبط با علم دانسته شده است. حتی در صورت ارتباط با علم، فضیلت‌گرایی اغلب مرتبط با الهیات و فلسفه دانسته شده است و به ارتباط آن با دنیای سازمان و کسب‌وکار باور اندکی وجود دارد (کامرون، ۲۰۱۱). دلیل دیگر غفلت از فضیلت‌گرایی این است که رخدادی مثبت است. رخدادهای بد و منفی نسبت به رخدادهای خوب و مثبت با همان شدت، اثر بیشتری بر احساسات افراد می‌گذارند. بنابراین، حوادث منفی بیشتر مورد

4. Gottman
5. Human Impact
6. Moral Goodness
7. Social Betterment

1. Virtues
2. Vices
3. Dutton & Sonenshein

شده‌اند. وی به مشتریان، کارکنان، محیط‌زیست و جامعه احترام می‌گذارد و معتقد است اعتقاد به ویژگی‌های ذیل می‌تواند سازمان‌ها را در حرکت به سوی فضیلت‌گرایی یاری دهد: اعتقاد به اینکه افراد و طبیعت، ارزشمند و سزاوار احترام‌اند؛ اعتقاد به اینکه محصولات باید سالم باشند و از مواد طبیعی تولید شوند؛ اعتقاد به اینکه شرکت می‌تواند با تکیه بر خلاقیت و نوآوری کیفیت محصولات خود را پایدار کند؛ اعتقاد به برقراری روابط حسنه با همکاران، مشتریان، تأمین‌کنندگان، ذی‌نفعان و جامعه؛ اعتقاد به فراهم کردن محیط کاری ایمن و فرصت‌هایی برای رشد و یادگیری کارکنان؛ اعتقاد به موفقیت شرکت در صورت رفتار مسئولانه و اجتماعی (همان: ۳۶). فریدمن و فریدمن بیان کردند که ویژگی‌های یک سازمان فضیلت‌گرا عبارت‌اند از: به‌کارگیری و استخدام افراد کم‌توان و معلول، تنوع در مکان کاری، احترام به کارکنان، رواج اخلاقیات، رهبری خدمتگزار، کمک به جامعه محلی، رضایت مشتری، محیط، انجام فعالیت‌های انسان‌دوستانه، بیابیه و مأموریت سازمان (فریدمن و فریدمن، ۲۰۰۹: ۱۵). رگو و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند برای ایجاد جو فضیلت‌گرایی در سازمان، مدیران باید علاوه بر فضایل، به ادراک افراد از فضیلت‌گرایی نیز توجه کنند. آنها معتقدند در این زمینه توجه به ویژگی‌های ذیل مفید به نظر می‌رسد: نفوذ فضایل در احساس و تفکر و عمل افراد در انجام همه فعالیت‌های سازمان؛ دیدگاه خوش‌بینانه به چالش‌ها، مشکلات و فرصت‌ها؛ ایجاد احترام و اعتماد متقابل در همه فعالیت‌ها؛ ایجاد جو صداقت در همه سطوح سازمان؛ بنا نهادن روابط متقابل فردی براساس همدردی، مهربانی و ملاحظه؛ ترکیب استانداردهای بالای عملکرد با فرهنگ بخشش خطاها و یادگیری از خطاها.

هریک از پژوهش‌های ذکر شده، جنبه‌هایی از فضیلت‌گرایی سازمانی را مدنظر قرار داده‌اند. اما جستجوهای صورت‌گرفته، دیدی جامع به شاخص‌های فضیلت‌گرایی نداشته‌اند. به‌عنوان مثال، محقق‌های شاخص‌های فضیلت‌گرایی را از منظر ساختار و فرایند و محقق‌های دیگر از منظر منابع انسانی مدنظر قرار داده است. پژوهش حاضر قصد دارد با ادغام شاخص‌های مطرح شده در پژوهش‌های گذشته و همچنین استفاده از نظر خبرگان و اضافه کردن شاخص‌هایی که احیاناً در پژوهش‌های گذشته مغفول مانده است، گامی در توسعه دانش نظری در این حوزه بردارد. ارائه مدلی جامع در این راستا، این شکاف پژوهشی را پر خواهد کرد. لذا ارزش‌افزوده این پژوهش، داشتن دیدی جامع به شاخص‌شناسی در حوزه

آن عمل می‌کند. فضیلت نه تنها به عامل آن، بلکه به دیگران نیز منفعت می‌رساند؛ بدین معنا که سازمان فضیلت‌گرا چیزی فراتر از مسئولیت اجتماعی شرکت، برنامه‌های سازگار با محیط‌زیست یا کاربرد منابع تجدیدپذیر انجام می‌دهد. درحالی‌که برخی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان و رفتار شهروندی سازمانی ممکن است بیانگر فضایل سازمانی باشند، ولی این فعالیت‌ها حاصل انگیزه‌های ابزاری یا مادی تلقی می‌شوند؛ بدین معنا که تعهد به این فعالیت‌ها، مشروط به کسب منفعت از سازمان است.

مشخصه‌های سازمان فضیلت‌گرا

مطالعاتی درخصوص شناسایی عناصر اصلی تشکیل‌دهنده سازمان فضیلت‌گرا انجام شده است. این مطالعات ویژگی‌هایی را برای یک سازمان فضیلت‌گرا ضروری می‌دانند. پین معتقد است که صداقت، نگرانی برای محیط، توانمندسازی کارکنان، رعایت تنوع و به‌کارگیری ارزش‌ها، باید دغدغه سازمان فضیلت‌گرا باشد و توجه به ویژگی‌های پنج‌گانه ایمنی، صداقت، عمل به تعهدات، تلاش برای بهترین‌بودن و کار به‌عنوان سرگرمی می‌تواند سازمان را به سوی فضیلت‌گرایی سوق دهد (پین، ۲۰۰۳: ۱۸۲). فریدمن و همکاران معتقدند اصولی که باعث می‌شود شرکتی به‌عنوان یک شرکت فضیلت‌گرا شناخته شود، عبارت‌اند از: خودداری از آسیب به دیگران، پیروی از قوانین، احترام به حقوق دیگران، کمک به نیازمندان، خودداری از دروغ و فریبکاری، رعایت عدالت، عمل به تعهدات و تقویت این ضروریات در دیگران (فریدمن^۲ و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۷). مانز و همکاران (۲۰۰۸) معتقدند مسئولیت در برابر مأموریت، پاسخگویی، صداقت، قابلیت اعتماد، عدالت، یکپارچگی، احترام به افراد، احترام به مالکیت درخصوص فضیلت‌گرا شدن یک سازمان، نقش کلیدی دارند. از نظر فریدمن و همکاران، هفت ویژگی سازمان فضیلت‌گرا عبارت‌اند از: حفظ شأن انسانی افراد، رعایت عدالت، استفاده از فرصت‌ها، توانمندسازی افراد، توجه به جامعه محلی، توجه به محیط‌زیست و صداقت (فریدمن و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۸). مدیرعامل شرکت تامز آو ماین^۳ معتقد است توجه به فضایل در کنار توجه به سودآوری، موجب بقای این سازمان شده است. در این شرکت، فضایل به هسته اصلی کسب‌وکار تبدیل

1. Paine
2. Friedman
3. Tom's of Maine

آزمون‌های آماری مورد نیاز براساس نرم‌افزارهای لیزرل و اس.پی.اس.اس برای آزمون مدل، انجام و مدل نهایی تدوین شد.

جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان دانشگاه‌های منتخب استان یزد (پیام نور، آزاد اسلامی و دانشگاه یزد) بود. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. از آنجا که تحقیق حاضر در زمره تحقیقات چندمتغیره و تحلیل عاملی است، فرمول‌های کوکران در تعیین حجم نمونه ناکاراست. در این نوع تحقیقات، حجم نمونه تابع تعداد متغیرهاست (هومن، ۱۳۸۰: ۵۱۹). حجم نمونه در این تحقیق بر اساس این قاعده که حجم نمونه باید حداقل ۱۰ برابر تعداد متغیرها باشد (همان: ۳۸۰؛ مؤمنی و فعال قیومی، ۱۳۸۹: ۱۹۳) تعیین شده است. در مجموع ۷۵۰ پرسشنامه ارسال و ۵۷۴ پرسشنامه قابل تحلیل، جمع‌آوری شد.

یافته‌ها

بررسی سؤال اول پژوهش

«شاخص‌های مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا کدام‌اند؟» برای پاسخ به سؤال، ابتدا با مرور ادبیات موضوع و استفاده از مطالعات صورت گرفته، فهرستی اولیه از شاخص‌های تشکیل‌دهنده سازمان فضیلت‌گرا شامل ۵۶ شاخص استخراج شد. سپس برای نهایی کردن شاخص‌ها از تکنیک دلفی استفاده شد. روش دلفی برای رسیدن به توافق نهایی در خصوص شاخص‌های تشکیل‌دهنده سازمان فضیلت‌گرا سه نوبت تکرار شد. اطلاعات مربوط به تعداد پرسشنامه‌ها در دوره‌های مختلف تکنیک دلفی، به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. تعداد پرسشنامه‌ها در سه دور تکنیک دلفی

دور	پرسشنامه توزیع شده	پرسشنامه تکمیل شده	نرخ پاسخگویی
اول	۴۰	۳۰	۰/۷۵
دوم	۳۰	۲۶	۰/۸۷
سوم	۲۶	۲۵	۰/۹۶

فهرست ۵۶ گانه به‌دست آمده از ادبیات تحقیق، ملاک تهیه و تدوین اولین پرسشنامه نظرسنجی از خبرگان قرار گرفت. نتایج آزمون دیلو کندال (ضریب توافق W) در دور اول نشان داد که مقدار آماره کای دو در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنادار است؛ لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که تفاوت میانگین رتبه‌ها معنادار است. همچنین با توجه به اینکه مقدار ضریب توافق

سازمان فضیلت‌گرا و همچنین انجام پژوهش در حوزه آموزش عالی استان یزد است که تاکنون این موضوع در آن مورد توجه قرار نگرفته است. پژوهش حاضر، در پی پاسخگویی به سؤال‌های پژوهشی ذیل است:

۱. شاخص‌های مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا کدام‌اند؟
۲. عامل‌ها (فاکتورها)ی اصلی سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد کدام‌اند؟
۳. مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد به چه صورت است؟

روش‌شناسی پژوهش

در روش تحقیق این پژوهش، رویکرد ترکیبی کمی و کیفی به‌کار رفته است؛ بدین‌گونه که برای شناسایی شاخص‌های سازمان فضیلت‌گرا از روش دلفی که از جمله روش‌های کیفی است و برای آزمون مدل، از روش کمی مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

در این مقاله ابتدا با مطالعه و بررسی متون علمی، ادبیات تحقیق در زمینه سازمان فضیلت‌گرا، تدوین و با توجه به آن، شاخص‌های مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا استخراج شد. در این مرحله، پنل دلفی تشکیل شد. اعضای واجد شرایط برای پنل دلفی از مهم‌ترین مراحل این روش به‌حساب می‌آید (رسولی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۷). در این پنل از افرادی استفاده شد که دارای دانش، تدریس، تجربه و تخصص در حوزه سازمان فضیلت‌گرا یا حوزه‌های مشابه آن نظیر اخلاق و ارزش‌ها باشند. برای انتخاب اعضای پنل، از روش نمونه‌گیری هدف‌دار یا قضاوتی استفاده شد. دو گروه اصلی مدنظر قرار گرفتند: اعضای هیئت‌علمی صاحب‌نظر و دانش و تجربه در حوزه سازمان و مدیریت و همچنین اعضای هیئت‌علمی صاحب‌نظر در حوزه الهیات. از گروه اول، ۳۰ نفر و از گروه دوم، ۲۰ نفر انتخاب شدند و با آنها در مورد شرکت در تحقیق صحبت یا برایشان دعوت‌نامه صادر شد. به ترتیب، ۲۵ و ۱۵ نفر اعلام آمادگی کردند و پنی ۴۰ نفره تشکیل شد. پس از سه دور اجرای این تکنیک، درباره شاخص‌ها اجماع حاصل شد. شاخص‌های به‌دست آمده، مبنای تهیه پرسشنامه اصلی تحقیق برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی قرار گرفت و در مرحله بعد، عوامل اصلی این شاخص‌ها با تحلیل عاملی اکتشافی استخراج شدند. سپس مدل مفهومی سازمان فضیلت‌گرا از روی عوامل به‌دست آمده طراحی شد. در نهایت،

برای شناسایی فاکتورهای اصلی سازمان فضیلت‌گرا از شاخص‌های نهایی ۵۸ گانه مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا، از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. نتیجه، شامل چندین خروجی است. خروجی اول، مربوط به کفایت نمونه بود. از آنجاکه مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۹۹ و بالای ۰/۷ بود، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار Sig آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۵ درصد بود که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است (پویا و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۳) و فرض شناخته‌شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. خروجی دوم، میزان اشتراک متغیرها را نشان می‌دهد. از آنجاکه همه مقادیر اشتراک استخراجی بالاتر از ۰/۵ بود، هیچ یک از متغیرها از تحلیل عاملی حذف نشدند. خروجی بعدی، جدول ۲ است که نشان‌دهنده تعداد عامل‌های استخراجی و واریانس تبیین‌شده توسط آنهاست. از آنجاکه در این جدول، پنج عامل دارای مقدار ویژه بزرگ‌تر از یک می‌باشند، در تحلیل باقی می‌مانند. این پنج عامل می‌توانند ۸۱/۳۰۵ درصد از واریانس متغیرها را توضیح دهند. بارهای عاملی مربوط به هر یک از شاخص‌ها در هر یک از عوامل در جدول ۳ آمده است.

۰/۴۱ و کمتر از ۰/۵ بود (کورد و فورمن، ۲۰۰۹^۱)، آزمون مجدداً و با اصلاحاتی اجرا شد. در این مرحله دو شاخص، حذف و ۱۲ شاخص بنا به نظر خبرگان، اضافه شد؛ برخی شاخص‌ها نیز بنا به نظر خبرگان، اصلاح یا ادغام شدند. در پایان دور اول، پرسشنامه دور دوم نظرسنجی از خبرگان با ۶۱ شاخص تدوین شد. نتایج آزمون دیپلو کندال در دور دوم نشان داد که تفاوت میانگین رتبه‌ها، معنادار است. همچنین با توجه به اینکه مقدار ضریب توافق ۰/۴۳۶ و کمتر از ۰/۵ بود، آزمون مجدداً و با اصلاحات مورد نظر خبرگان اجرا شد. در این مرحله بنا به نظر خبرگان، شش شاخص حذف، دو شاخص ادغام و چهار شاخص نیز اضافه شد. در پایان دور دوم، پرسشنامه دور سوم نظرسنجی از خبرگان با ۵۸ شاخص تدوین شد. نتایج آزمون دیپلو کندال در دور سوم نشان داد که تفاوت میانگین رتبه‌ها، معنادار نیست و اتفاق نظر میان اعضای پانل وجود دارد. همچنین با توجه به اینکه مقدار ضریب توافق ۰/۷۸۳ و بیشتر از ۰/۵ بود و به سمت عدد یک میل می‌کرد، ضریب توافق در حد نسبتاً قوی ارزیابی شد و نظرسنجی متوقف شد.

لذا درخصوص پاسخ به سؤال اول تحقیق، ۵۸ شاخص مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا شناسایی شد. که به دلیل محدودیت تعداد واژگان مقاله، از نام بردن این شاخص‌ها در این قسمت خودداری می‌شود. نام شاخص‌ها در ادامه، در قسمت تحلیل عاملی اکتشافی خواهد آمد.

جدول ۲. تعداد عامل‌های استخراجی از شاخص‌ها و واریانس تبیین شده

ردیف	مقادیر ویژه			عوامل استخراجی بدون چرخش			عوامل استخراجی با چرخش		
	کل	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی تبیین واریانس	کل	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی تبیین واریانس	کل	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی تبیین واریانس
۱	۲۳/۰۲۵	۳۹/۶۹۸	۳۹/۶۹۸	۲۳/۰۲۵	۳۹/۶۹۸	۳۹/۶۹۸	۱۹/۵۰۶	۳۳/۶۳۱	۳۳/۶۳۱
۲	۹/۱۰۶	۱۵/۷۰۰	۵۵/۳۹۸	۹/۱۰۶	۱۵/۷۰۰	۵۵/۳۹۸	۱۰/۹۴۴	۱۸/۸۶۹	۵۲/۵۰۰
۳	۷/۹۵۷	۱۳/۷۲۰	۶۹/۱۱۷	۷/۹۵۷	۱۳/۷۲۰	۶۹/۱۱۷	۷/۱۶۵	۱۲/۳۵۳	۶۴/۸۵۳
۴	۴/۵۹۴	۷/۹۲۰	۷۷/۰۳۷	۴/۵۹۴	۷/۹۲۰	۷۷/۰۳۷	۴/۸۱۹	۸/۳۰۹	۷۳/۱۶۲
۵	۲/۴۷۵	۴/۲۶۷	۸۱/۳۰۵	۲/۴۷۵	۴/۲۶۷	۸۱/۳۰۵	۴/۷۲۳	۸/۱۴۲	۸۱/۳۰۵

بررسی سؤال دوم پژوهش

«فاکتورهای اصلی سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد کدام‌اند؟»

جدول ۳. بار عاملی شاخص‌ها در عوامل پنج‌گانه

عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول	شاخص
				۰/۹۸۳	رهبری خدمت‌گزار
				۰/۹۰۶	رهبری معنوی
				۰/۷۶۴	ویژگی‌های اخلاقی مثبت مدیران
				۰/۸۶۴	رعایت عدالت در سازمان
				۰/۶۶۴	تقویت انضباط شخصی افراد با پیروی از قوانین، خودکنترلی و پشتکار
				۰/۷۳۹	توجه به کارکنان و حفظ شأن انسانی افراد و رفتار متناسب با آنها
				۰/۷۶۴	همخوانی بین گفتار و کردار مدیران
				۰/۶۰۴	آموزش غیرمستقیم افراد جهت ارتقای فضایل با رویکرد داستان‌سرایی
				۰/۶۶۶	توجه به فضایل توسط مدیران در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها
				۰/۵۳۳	رهبری مسئولیت‌پذیر
				۰/۵۹۶	حمایت و پاسخگویی مدیریت در همه امور من جمله مواقع بحرانی و خطاها
				۰/۴۷۴	دیدگاه خوش‌بینانه نسبت به چالش‌ها، مشکلات و فرصت‌ها
				۰/۵۸۸	توانمندسازی کارکنان
			۰/۹۶۹		نهادینه شدن اخلاقیات (جو اخلاقی)
			۰/۸۱۹		نگاه به منابع انسانی به‌عنوان مزیت رقابتی سازمان
			۰/۸۷۳		عدم توجه و تمرکز صرف به سودآوری
			۰/۹۷۶		فراتر رفتن از رفتارهای اخلاقی
			۰/۹۱۷		وجود صداقت در همه سطوح، روابط و فعالیت‌های سازمان
			۰/۸۴۵		وجود و رعایت استانداردهای اخلاقی برای رفتار افراد
			۰/۶۲۳		وجود شفافیت در سازمان (اشتراک اطلاعات)
			۰/۴۹۷		تلاش در جهت تعالی سازمانی
			۰/۷۷۶		فرهنگ احترام و روابط متقابل مدیران و کارکنان
			۰/۶۷۶		وجود فرهنگ تأکید بر پرورش بیش از آموزش
			۰/۶۲۷		وجود فرهنگ شایسته‌سالاری در سازمان
			۰/۴۵۴		اهمیت به تفکر، خردورزی و کسب دانش
			۰/۵۱۰		وجود فرهنگ بخشش خطاها و یادگیری از خطاها
		۰/۹۶۴			وجود کارکنان مؤمن به خدا و روز جزا و تقوای پیشه
		۰/۸۳۹			وجود نوع‌دوستی و رحم و شفقت و دلسوزی و حمایت میان کارکنان
		۰/۹۸۴			آمادگی کارکنان به لحاظ ویژگی‌های فردی، انگیزه، تمایل درونی و ...
		۰/۸۹۲			بنا نهادن روابط متقابل فردی بر اساس همدری، مهربانی و ملاحظه
		۰/۷۱۰			ادراک افراد از فضیلت‌گرایی
		۰/۷۷۸			تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی
		۰/۵۸۶			همخوانی بین گفتار و کردار کارکنان
		۰/۶۷۸			نفوذ فضایل در احساس و تفکر و عمل افراد در انجام همه فعالیت‌ها
		۰/۵۲۲			وجود کارکنان خودساخته و دارای درجه استقامت بالا
		۰/۵۵۲			فراهم کردن فرصت‌هایی برای رشد و پیشرفت کارکنان
		۰/۵۲۲			وجود کارکنان خودکنترل و دارای مرکز کنترل درونی
		۰/۵۴۸			وجود جرئت و جسارت عمل در کارکنان و نهراسیدن از تغییرات
	۰/۵۶۷				نفوذ فضایل در چشم‌انداز و فلسفه وجودی سازمان

۰/۸۶۵				نگاه به فضیلت‌گرایی در فلسفه وجودی سازمان به‌عنوان هدف نه وسیله
۰/۸۷۸				نفوذ فضایل در استراتژی‌ها و اهداف سازمانی
۰/۵۳۴				نفوذ فضایل در سیاست‌ها و فرایندهای سازمانی
۰/۶۷۷				تنوع در مکان کاری (پراکندگی جغرافیایی)
۰/۴۲۴				کاهش سلسله‌مراتب
۰/۵۴۶				اعطای اختیارات متناسب همراه با حمایت از بالا و اعتماد به کارکنان
۰/۵۰۰				ایجاد سلسله‌مراتب پایین به بالا
۰/۹۷۱				کمک به دیگران و مشارکت در امور عام‌المنفعه و انسان دوستانه
۰/۷۵۶				احترام به قوانین و رعایت قوانین
۰/۸۹۰				عمل به تعهدات در قبال همه ذی‌نفعان
۰/۷۸۹				احترام به حقوق دیگران و توجه به فضایل در ارتباط با همه ذی‌نفعان
۰/۷۲۰				احترام به ارزش‌های اسلامی و اجتماعی
۰/۷۲۷				اختصاص درصدی از درآمد شرکت به کمک به افراد نیازمند
۰/۹۷۲				استفاده از پتانسیل‌های افراد معلول یا کم‌توان
۰/۸۶۴				گرایش به فضایل در فرهنگ جامعه
۰/۸۲۰				تنوع نیروی انسانی محیط کار
۰/۷۸۳				توجه به محیط‌زیست بخصوص در استفاده از منابع و انتخاب فناوری
۰/۵۶۶				استفاده از تأمین‌کنندگان و نیروی کار محلی
۰/۷۷۸				توجه سازمان به پیامدهای اجتماعی فعالی‌هایش

زیردستان و نیز رفتارهایشان در سازمان جاودانه سازند (فلین، ۲۰۰۸).

عامل دوم را می‌توان فرهنگ‌سازمانی نامید (ایپ^۵، ۲۰۰۲؛ کامرون و همکاران، ۲۰۰۴؛ داتون و سوننشین، ۲۰۰۷؛ مانز و همکاران، ۲۰۰۸؛ کامرون، ۲۰۱۰) که شامل ۱۳ شاخص است و ۱۸/۸۶۹ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. ارتقای فرهنگ فضیلت‌گرا به مدیر کمک می‌کند تا سازمان خود را به‌گونه‌ای موفق‌تر و مؤثرتر به‌سوی هدفش سوق دهد. در این راستا زبان فضایل، باید به زبان روزمره شرکت تبدیل شود. سازمان بدون فضایل در بلندمدت نمی‌تواند بقا داشته باشد. از طریق فضایل می‌توان فرهنگ سازمان را دگرگون کرد (وتستون، ۲۰۰۵).

عامل سوم را می‌توان شاخص‌های مربوط به منابع انسانی نامید (ایپ، ۲۰۰۲؛ کامرون و همکاران، ۲۰۰۴؛ داتون و سوننشین، ۲۰۰۷؛ مانز و همکاران، ۲۰۰۸؛ کامرون، ۲۰۱۰) که شامل ۱۲ شاخص است و ۱۲/۳۵۳ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل چهارم با مبحث ساختار و فرایند مناسبت دارد

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی حاکی از این است که شاخص‌های سازمان فضیلت‌گرا در قالب پنج عامل (فاکتور) قابل تبیین‌اند. عامل اول را می‌توان رهبری نام نهاد (لاولر^۱، ۲۰۰۴؛ مک‌ایننتایر^۲، ۲۰۰۷؛ فلین، ۲۰۰۸) که شامل ۱۳ شاخص است و ۳۳/۶۳۱ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. درخصوص فضیلت‌گراکردن سازمان، مدیران و رهبران نقشی حیاتی در فراهم‌کردن چارچوبی فضیلت‌گرا برای اعضای سازمان و ماهیتی مشترک برای سازمان دارند (مک‌ایننتایر، ۲۰۰۷). ماهیت سازمانی که عصاره ویژگی‌های تشکیل‌دهنده سازمان در طول زمان در برابر فرصت‌ها و چالش‌هاست، می‌تواند فضیلت (در صورت ارتقای رفتارهای اخلاقی) بدی (در صورت تشویق رفتارهای غیراخلاقی) نام بگیرد (نوبرت^۳ و همکاران، ۲۰۰۹؛ ۱۷؛ داچون و برین^۴، ۲۰۰۹؛ ۳۰۱). لذا مدیران متعهد به رفتار اخلاقی، در ارتقای فضایل اخلاقی و ایجاد یک جو اخلاقی در سازمان مؤثرند. مدیران می‌توانند فضیلت یا بدی را از طریق روابط خود با

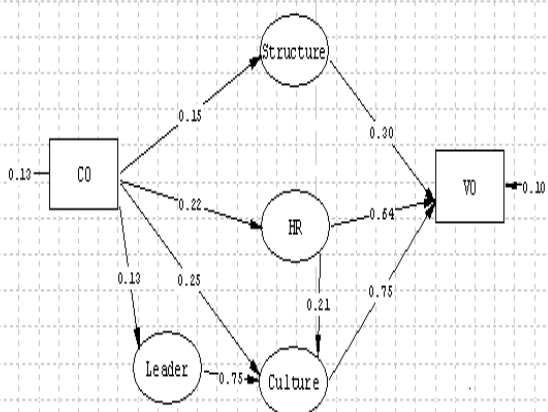
1. Lawler
2. Macintyre
3. Neubert
4. Duchon & Brian

5. Ip

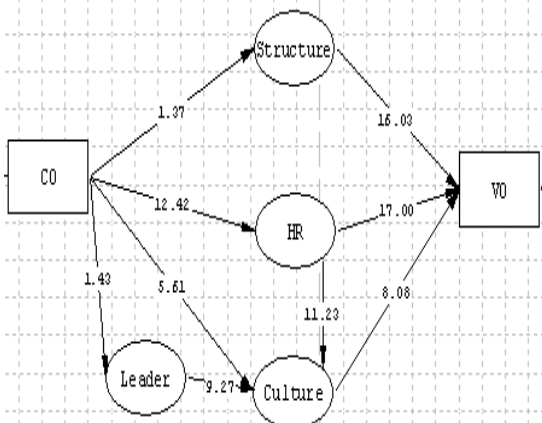
فضیلت‌گرا علاوه بر رهبری آرمانی، مدیریت ماهرانه و توجه به

استان یزد به چه صورت است؟»

براساس عوامل اصلی پنج‌گانه به‌دست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی و همچنین مبانی نظری تحقیق، مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا آزمون شد. نتایج به‌دست آمده از طریق نرم‌افزار لیزرل، در شکل ۱ و ۲ آمده است.



شکل ۱. مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

همان‌گونه که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، مسیر توجه به ذی‌نفعان به ساختار و فرایند و همچنین مسیر توجه به ذی‌نفعان به رهبری معنادار نیست. باقی مسیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادارند. درخصوص شاخص‌های نیکویی

(لاولر، ۲۰۰۴؛ وتستون، ۲۰۰۵: ۳۷۵)، شامل هشت شاخص است و ۸/۳۰۹ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. سازمان نیروی انسانی، مستلزم ساختار، فرایندها و برنامه‌های خوب سازمان‌یافته است (لاولر، ۲۰۰۴).

۱۲ شاخص‌های مؤلفه پنجم با مباحث توجه به ذی‌نفعان مناسبت دارند (ایپ، ۲۰۰۲؛ پین، ۲۰۰۳: ۱۸۲؛ سیلور، ۲۰۰۵؛ نوسرا، ۲۰۰۶؛ گریملی، ۲۰۰۸؛ فریدمن و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۶؛ فریدمن و فریدمن، ۲۰۰۹: ۱۵) و ۸/۱۴۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند. یک سازمان فضیلت‌گرا باید ارتباط تنگاتنگی با اجتماعی که در آن فعالیت می‌کند داشته باشد. باید کارکنان محلی را استخدام کند و با سازمان‌های محلی دادوستد کند. در این صورت اندک‌اندک مشتریانی از اطراف نیز اضافه می‌شوند. برخی شرکت‌ها حتی افراد محلی را آموزش می‌دهند تا آنها را برای کار در سازمان خود توانمند سازند. همچنین سازمان فضیلت‌گرا باید نسبت به محیط‌زیست حساسیت داشته باشد و ملاحظات زیست‌محیطی را رعایت کند (فریدمن و فریدمن، ۲۰۰۹: ۱۵).

لذا در درخصوص پاسخ به سؤال دوم پژوهش، از ۵۸ شاخص مؤثر در ایجاد سازمان فضیلت‌گرا، پنج عامل اصلی شناسایی و استخراج شد.

با مشخص شدن عامل‌ها، روایی و پایایی ابزار تحقیق نیز مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش روایی، از روش روایی محتوا و تحلیل عاملی استفاده شد. برای بررسی روایی محتوا، پرسشنامه براساس تعدادی از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه بررسی و روایی آن تأیید شد. برای بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی تأییدی از طریق نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. از آنجاکه در هر پنج عامل تمامی بارهای عاملی به‌دست آمده معنادار و بالای ۰/۴ بودند و شاخص‌های برازش نیز در حد قابل قبولی بودند، روایی پرسشنامه تأیید شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. از آنجاکه ضریب آلفای کرونباخ هر پنج عامل بالاتر از ۰/۷ بود، پایایی پرسشنامه نیز تأیید شد.

بررسی سؤال سوم پژوهش

«مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب

1. Saylor
2. Nocera
3. Grimley

بحث و نتیجه گیری

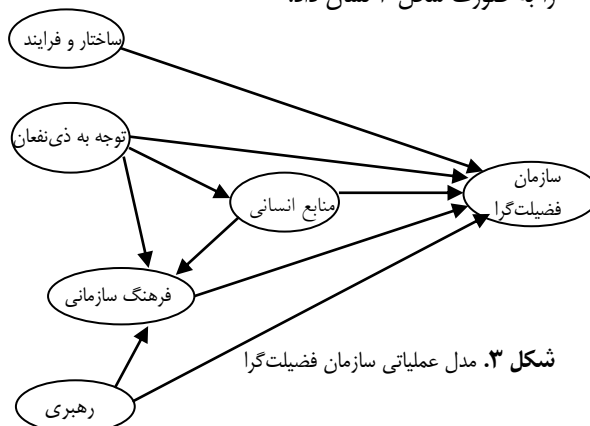
همان گونه که در مدل ساختاری مشاهده شد، مسیر محیط به ساختار معنادار نشد و می توان گفت که در این مورد مطالعاتی، محیط بر ساختار اثر ندارد. این نتیجه دور از انتظار بود و انتظار می رفت این مسیر هرچند با ضریب استاندارد پایین، معنادار شود؛ چون اکثر نظریه های مدیریت (نظیر هج، ۱۳۸۵؛ استونر و همکاران، ۱۳۷۹؛ دفت، ۱۳۸۷) بر این است که محیط بر ساختار اثرگذار است. معنادار نشدن این مسیر به این دلیل است که در این باره مطالعاتی، محیط بیشتر به صورت مستقیم بر سازمان فضیلت گرا اثرگذار است تا از کانال ساختار. علاوه بر این، اثرات غیرمستقیم نیز بیشتر از طریق تأثیر بر منابع انسانی و فرهنگ سازمانی هستند. مسیر دیگری که در مدل مفهومی معنادار نشد، مسیر محیط به رهبری بود که به نظر می رسد در این پژوهش، رهبری به جای تأثیرپذیری از جامعه (رضاییان، ۱۳۸۰) بیشتر به صورت مستقل بر سازمان فضیلت گرا اثر می گذارد. مسیرهای دیگر در مدل همگی معنادار بودند؛ که از میان آنها بیشترین اثر مستقیم مربوط به مسیر فرهنگ سازمانی به سازمان فضیلت گرا بود. این بدین معنی است که با کارکردن روی فرهنگ سازمانی و ارتقای شاخص های شناسایی شده آن، هرچه بیشتر می توان سازمان را به سوی فضیلت گرایی سوق داد. این مطلب با سایر تحقیقات انجام شده در این حوزه نیز مطابقت دارد (نظیر ایپ، ۲۰۰۲؛ کامرون و همکاران، ۲۰۰۴؛ داتون و سونن شن، ۲۰۰۷؛ مانز و همکاران، ۲۰۰۸؛ کامرون، ۲۰۱۰). شش مسیر دیگر نیز که در مدل مفهومی معنادار شده اند، مطابق انتظارات و با ادبیات تحقیق همخوانی دارند.

کلام آخر آنکه، از آنجاکه ویژگی عمده محیط کنونی سازمان ها، تغییر و عدم ثبات است و در چنین وضعیتی بدون یک تکیه گاه محکم و ایستا، جهت و هدف را نمی توان مشخص کرد و پیشرفت دشوار است، تمایل به سمت وجود نقاط ثابتی برای هدایت درباره آنچه صحیح یا غلط، مناسب یا نامناسب و قانونی یا غیرقانونی است، افزایش یافته است. لذا پیشنهاد می شود با حرکت به سوی سازمان فضیلت گرا و تقویت فضایل و شاخص های فضیلت گرایی در سازمان، نقاط ثابت و تکیه گاه هایی برای تصمیم گیری مدیران فراهم شود. در مجموع، پیشنهاد می شود مسئولان دانشگاه، با سرمایه گذاری روی عامل فرهنگ سازمانی (به دلیل دارابودن بیشترین اثر مستقیم) و همچنین عامل توجه به ذی نفعان (به دلیل دارابودن بیشترین اثر کل)، دانشگاه خود را به میزان بیشتری به سوی فضیلت گرایی سوق دهند. بارهای عاملی

برازش می توان گفت از آنجاکه مقدار مجذور کای به درجه آزادی برابر با ۲/۵۳ و کوچکتر از ۳، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۸ و کمتر از ۰/۱، مقدار شاخص های GFI و AGFI به ترتیب ۰/۹۷ و ۰/۹۵ و بزرگتر از ۰/۹ و همچنین مقدار شاخص های NFI و CFI به ترتیب ۰/۹۵ و ۰/۹۷ و بزرگتر از ۰/۹ هستند، مدل سازمان فضیلت گرا در دانشگاه های منتخب استان یزد برازش مناسبی دارد.

همچنین از شکل ۱ و ۲ می توان دریافت که فرهنگ سازمانی و ساختار و فرایند فقط به صورت مستقیم بر سازمان فضیلت گرا اثر دارند و این اثر به ترتیب ۰/۷۵ و ۰/۳۰ است. سه عامل دیگر علاوه بر اثر مستقیم، اثر غیرمستقیم نیز دارند. اثر کل رهبری بر سازمان فضیلت گرا ۰/۸۸۴ است که از این میزان اثر، ۰/۳۲۱ اثر مستقیم و ۰/۵۶۲ اثر غیرمستقیم است. لذا عامل رهبری بیشتر به صورت غیرمستقیم و از طریق تأثیر بر فرهنگ سازمانی به حرکت درخصوص فضیلت گرایی کمک می کند. اثر کل منابع انسانی بر سازمان فضیلت گرا ۰/۷۹۸ است که از این میزان اثر، ۰/۶۴ اثر مستقیم و ۰/۱۶ اثر غیرمستقیم است. لذا عامل منابع انسانی بیشتر به صورت مستقیم به حرکت درخصوص فضیلت گرایی کمک می کند. اثر کل توجه به ذی نفعان بر سازمان فضیلت گرا ۰/۹۴۵ است که از این میزان اثر، ۰/۵۸ اثر مستقیم و ۰/۳۶۵ اثر غیرمستقیم است. لذا عامل توجه به ذی نفعان بیشتر به صورت مستقیم به حرکت در راستای فضیلت گرایی کمک می کند. البته اثر غیرمستقیم آن نیز قابل توجه است. عامل توجه به ذی نفعان از طریق عامل های منابع انسانی و فرهنگ سازمانی به صورت غیرمستقیم بر سازمان فضیلت گرا اثر می گذارد.

در زمینه پاسخ به سؤال سوم پژوهش، می توان مدل عملیاتی سازمان فضیلت گرا در دانشگاه های منتخب استان یزد را به صورت شکل ۳ نشان داد.



شکل ۳. مدل عملیاتی سازمان فضیلت گرا

سازمان، اخلاقیات و جوّ اخلاقی مؤثرتر از قوانین و رویه‌ها عمل می‌کنند. بارهای عاملی شاخص‌های عامل توجه به ذی‌نفعان نشان داد که شاخص‌های کمک به دیگران و مشارکت در امور انسان دوستانه و همچنین استفاده از پتانسیل‌های افراد کم‌توان، بیشترین اثر را بر ارتقای این عامل دارد. لذا اگر سازمانی در پی فضیلت‌گرا شدن است، نباید تنها روی فعالیت‌هایی که مستقیماً منجر به سودآوری می‌شود، تمرکز کند و باید به امور عام‌المنفعه انسان دوستانه نیز بپردازد.

رسولی، رضا؛ آذر، عادل و پاییان، ناهید (۱۳۹۵). مفاهیم مؤثر بر دانش‌بنیان شدن رسانه ملی، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال سوم، شماره ۱۴، ۶۵-۹۵.
رضاییان، علی (۱۳۸۰). مبانی سازمان و مدیریت، تهران: سمت.

مؤمنی، منصور و فعال‌قیومی، علی (۱۳۸۹). تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS، مؤلف، تهران.
هچ، ماری‌جو (۱۳۸۵). تئوری سازمان: مدرن، نمادین و تفسیری پست‌مدرن، (ترجمه حسن دانایی‌فرد)، تهران: نشر افکار.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۰). تحلیل داده‌های چند متغییری در پژوهش رفتاری، تهران: نشر پارسا.

شاخص‌های عامل فرهنگ‌سازمانی نشان داد که شاخص رفتارهای اخلاقی بیشترین اثر را بر ارتقای این عامل دارد. از آنجا که اخلاقیات به‌عنوان کاتالیزور برای سازمان فضیلت‌گرا عمل می‌کنند و با ارتقای اخلاقیات می‌توان گام بزرگی به سوی فضیلت‌گرایی برداشت، پیشنهاد می‌شود با ارتقای جوّ اخلاقی در سازمان، از یک‌سو موجبات اتخاذ تصمیمات اخلاقی توسط مدیران و از سوی دیگر، موجبات رفتارهای اخلاقی میان کارکنان فراهم شود. در زمینه فضیلت‌گراکردن

منابع

استونر، جیمز ای اف؛ فری من، آر ادوارد و گیلبرت، دانیل آر. (۱۳۷۹). مدیریت (ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
پورعزت، علی‌اصغر؛ قلی‌پور، آرین؛ حیدری، الهام؛ نذیرخانلو، سمیرا و سعیدی‌نژاد، مجید (۱۳۹۱). شناسایی عوامل مؤثر و پیامدهای رفتارهای غیردانشگاهی در میان استادان دانشگاه، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفتم، شماره دوم، ۱۴-۱.
پویا، علیرضا؛ اسلامی، قاسم و طباطبایی، حسنیه (۱۳۹۱). نوع‌شناسی علل پدیده پافشاری بر تصمیمات در بخش دولتی، بهبود مدیریت، سال ششم، شماره اول، ۳۱-۵۵.
دفت، ریچارد ال (۱۳۸۷). عصر جدید مدیریت (ترجمه طاهره فیضی و سرلک، محمدعلی)، تهران: گستره.

Atkinson, T. N. & Gilleland, D. S. (2006). The Scope of Social Responsibility in the University Research Environment. *Research Management Review*, 15(2), 1-8.
Beauchamp, T. L. & Childress, J. F. (1994). *Principles of Biomedical Ethics*. New York: Oxford University Press.
Cameron, K. S. (2003). *Organizational virtuousness and performance*, In *Positive Organizational Scholarship*. KS Cameron, JE Dutton and RE Quinn (eds.), San Francisco: Berrett-Koehler.
Cameron, K. S. (2010). Five keys to flourishing in trying times. *Leader to Leader*, 55, 45-51.
Cameron, K. S. (2011). Responsible leadership as virtuous leadership. *Journal of Business Ethics*, 98, 25-35, DOI:

10.1007/s10551-011-1023-6.
Cameron, K. S., Bright, D. & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral scientist*, 47, 766-790.
Cameron, K. S. & Winn, B. (2012). *Virtuousness in organizations*. In K. S. Cameron and G. M. Spreitzer (Eds.). Oxford handbook of positive organizational scholarship, New York: Oxford University Press.
Comte-Sponville, A. (2001). *A small treatise of the great virtues*. New York: Metropolitan Books.
Corder, G. W. & Foreman, D. I. (2009). *Nonparametric Statistics for Non-Statisticians: A Step-by-Step Approach*. Wiley Press.

- Duchon, D. & Drake, B. (2009). Organizational Narcissism and Virtuous Behavior. *Journal of Business Ethics*, 85, 301-308.
- Dutton, J. E., & Sonenshein, S. (2007). *Positive organizational scholarship*. In S. Lopez and A. Beauchamps (Eds.), *Encyclopedia of positive psychology*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Dutton, J. E., Frost, P. J., Worline, M. C., Lilius, J. M. & Kanov, J. M. (2002). Leading in times of trauma. *Harvard Business Review*, January, 54-61.
- Flynn, G. (2008). The Virtuous Manager: A Vision for Leadership in Business. *Journal of Business Ethics*, 78: 359-372.
- Friedman, H. H. & Friedman, L. W. (2009). How virtuous is your firm? A checklist. *Electronic Journal of Business Ethics and organization studies*, 14(1), 14-20.
- Friedman, H. H., Friedman, I. W. & Kass-shraibman, F. (2008). Ethical Imperatives of CEO's: Creating the virtuous corporation. *Journal of Business systems Governance and Ethics*, 3(4), 31-41.
- Gottman, J. (1994). *Why Marriages Succeed and Fail*. New York: Simon and Schuster.
- Grimley, B. (2008). *Costco CEO: Ethics Imperative*. Kitsap Sum.
- Ip, P. (2002). The weizhi group of xian: A Chinese virtuous corporation. *Journal of Business Ethics*, 35,15-26.
- Lawler, E. E. (2004). Leading a virtuous- spiral organization. *Leader to leader*, 32.
- Lipman-Blumen, J. and Leavitt, H. J. (1999). *Hot Groups: Seeking Them, Feeding Them, and Using Them to Ignite Your Organization*. New York: Oxford University Press.
- MacIntyre, A. (2007). *After Virtue*. 3rd Edition, University of Notre Dame Press, Notre Dame.
- Manz, C. C., Cameron, K. S. (Editor), Manz, K. P. (Editor), Marx, R. D. (Editor) and Neal, J. (Editor) (2008). *The Virtuous Organization: Insights from Some of the World Leading Management Thinkers*. World Scientific Publishing Company.
- McNeely, B. L. & Meglino, B. M. (1994). The role of dispositional and situational antecedents in prosocial organizational behavior: an examination of the intended beneficiaries of prosocial behavior. *Journal of Applied Psychology*, 79: 836-844.
- Myers, D. G. (2000). The funds, friends, and faith of happy people. *American Psychologist*, 55, 56-67.
- Nepean, W. (2007). *Virtuous Firms Perform Better: An Empirical Investigation of Organizational Virtues and Performance*. Business Post Comment.
- Neubert, M. J., Carlson, D., Kacmar, K. M., Roberts, J. A. & Chonko, L. B. (2009). The virtuous influence of ethical leadership behavior: Evidence from thefield. *Journal of business ethics*, 90: 157-170.
- Nocera, J. (2006). *A tussle of sorts over organics*. New York: Times, C1, C8.
- Paine, L. S. (2003). *Value shift*. New York: McGraw-Hill.
- Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M. P. & Jesuino, J. C. (2011). How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Effective Commitment Relation Ship. *Journal of Business Research*, 64, 524-532.
- Saylor, F. (2005). *Business benefit from a low-key spirituality*, *Science and Technology News*. Retrieved from <http://www.stnews.org/tlr-494.html>.
- Trevino, L. & Weaver, G. (2003). *Managing Ethics in Business Organizations: Social Scientific Perspectives*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Whetstone, J. T. (2005). A Framework for organizational virtue: The interrelationship of mission, culture and leadership. *Business ethics: a European review*, 14(4), 367- 378.