

## تأثیر فضیلت سازمانی ادراک شده بر هویت یابی سازمانی با نقش تعدیل گر شادمانی سازمانی و نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی

فتاح شریف زاده\*، عقیل قربانی پاجی\*\*، غنچه شیخ زاده\*\*\*

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۲۶

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۷/۲۷

### چکیده

از جمله مهم ترین جنبه های اخلاقی در سازمان، فضیلت سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و شادی سازمانی کارکنان است. این پژوهش درصدد است تا به بررسی تأثیر فضیلت سازمانی ادراک شده بر هویت یابی سازمانی با نقش تعدیل گر شادمانی سازمانی و نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در پلیس راهور نیروی انتظامی بپردازد. روش پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی بوده و برحسب روش، پژوهشی توصیفی - پیمایشی است. پایایی و روایی ابزار پژوهش با استفاده از آزمون های پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ، روایی همگرا و روایی واگرا اندازه گیری شدند. داده ها با استفاده از smart PLS و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. از آزمون های سوبل و واف برای اندازه گیری شدت اثر و آماره تی میانجی رفتار شهروندی سازمانی استفاده شده است. تحلیل داده ها نشان داد که فضیلت سازمانی ادراک شده بر هویت یابی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مؤثر بوده است. همچنین شادمانی سازمانی نقش تعدیل گر را در رابطه بین فضیلت سازمانی با هویت یابی سازمانی ایفا نمی کند؛ از سوی دیگر، آزمون سوبل نشان داد که تقریباً ۵۲ درصد از تغییرات فضیلت سازمانی ادراک شده بر هویت یابی سازمانی از طریق متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی تبیین می شود. بنابراین، کارکنانی که سطح بالایی از فضیلت درک شده سازمانی را دارند، معتقدند که سازمان برای انتظارات و اولویت بندی آنها اهمیت فوق العاده ای قائل می شود.

**کلیدواژه:** فضیلت سازمانی ادراک شده؛ هویت یابی سازمانی؛ شادمانی سازمانی؛ رفتار

شهروندی سازمانی؛ پلیس راهور

\*. استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران sharifzadeh@atu.ac.ir

\*\* . دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) ghorbani931@atu.ac.ir

\*\*\* . کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران ghsheikhzade@yahoo.com

## مقدمه

برای سالیان متمادی، روان‌شناسان بر ابعاد بیمارگونه عملکرد و رفتار بشر متمرکز بودند و کم‌تر ویژگی‌های مثبت را مدنظر قرار می‌دادند. سلینگمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) گزارش داده که بیش از ۹۹ درصد پژوهش‌های روان‌شناختی در ۵۰ سال گذشته بر پدیده‌های منفی تمرکز داشته‌اند و تقریباً توجهی به حالات مثبت و شکوفایی نداشته‌اند (سلینگمن، ۲۰۰۲: ۴). اما به‌تازگی جنبشی در این زمینه به‌وقوع پیوسته که با تمرکز بر جنبه‌های مثبت رفتار، در جستجوی رشد و توسعه فرد، سازمان و جامعه است. در سال‌های اخیر، این جنبش به حوزه مدیریت و رفتار سازمانی هم راه یافته است (کامرون، برایت و کازا، ۲۰۰۴: ۴). رفتار سازمانی مثبت‌گرا حوزه‌ای جدید در رفتار سازمانی است که به‌صورت مطالعه و کاربرد توانمندی‌های مثبت روان‌شناختی و نقاط قوت منابع انسانی، تعریف شده است (لوتانز، جنسن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲). فضایل، درواقع، عادات، خواسته‌ها و اقداماتی هستند که به سود فردی و اجتماعی منجر می‌شوند (ریگو؛ ریبرو و کانه<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱: ۲). فضایل سازمانی، آن دسته از فضایی هستند که در فضای سازمان شکل گرفته و سازمان برای آنها ارزش زیادی قائل می‌شود، همچنین به‌عنوان مایه هویت و افتخار اعضای سازمان نیز محسوب می‌شوند. اعضای هر سازمان فضایل آن را به‌عنوان دلایل ماندگاری خود در آن سازمان تلقی می‌کنند (بهزادی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۳۵). احساس هویت کارکنان با سازمان برای بسیاری از موفقیت سازمان‌ها ضروری است و مزایای بسیار زیادی برای سازمان دارد. هویت‌یابی سازمانی، کارکنان را ترغیب می‌کند به‌جای اهداف کاملاً شخصی، به اموری که برای سازمان سوددهی دارند، تمرکز داشته باشند. همچنین آنها باعلاقه کار می‌کنند (سری بومز، ۲۰۱۲: ۱۷۷). هویت، تعیین‌کننده رفتار و اعتقادات مهم کارکنان در سازمان است و اعتماد بین اعضا، افزایش کارگروهی، فرایند هدف‌گذاری و نهادینه کردن استانداردهای سازمانی را تسهیل می‌کند (ناکرا، ۲۰۰۶: ۱۲۵۹).

یکی از گسترده‌ترین موضوعات مطالعاتی در پژوهش‌های رفتار سازمانی در سال‌های اخیر، رفتار شهروندی سازمانی است. این رفتارها اساساً به‌صورت داوطلبانه از سوی کارکنان انجام می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که عدم انجام آن به تنبیه در سازمان منجر نمی‌شود (علیزاده و دیگران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲).

1. Seligman
2. Luthans & Jensen
3. Rego, Ribeiro & Cunha
4. Alizadeh et al

۴۹۷). مطالعه‌ها بیانگر این است که مرئوسانی با سطح بالایی از رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی بیشتری دارند (لیان، توی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲: ۶۴). از این رو برای سرپرست، ارزشمند است تا بداند که چگونه می‌تواند رفتارهای شهروندی سازمانی زیردستان را ارتقا دهد. امروزه سازمان‌های سالم، سازمان‌هایی هستند که به همان اندازه که به کار و بهره‌وری اهمیت می‌دهند، به سلامت روانی و جسمی کارکنان توجه دارند. با سلامت افراد، سلامت سازمان تضمین خواهد شد و سازمان سالم می‌تواند از بهره‌وری، توانمندی و کارایی لازم برای مواجهه با دنیای توأم با رقابت برخوردار شود (فانی و آقازارتی، ۱۳۹۲: ۷۰). شادی در محیط کار زمانی حاصل می‌شود که فرد برای دستیابی به اهداف کاری از توانایی‌ها و استعدادهای خود استفاده می‌نماید (دوتان و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۱۲). شادی از یک طرف عواطف مثبت کارکنان را افزایش می‌دهد و از سویی باعث کاهش عواطف منفی آنان می‌شود و در نتیجه، افزایش بهره‌وری را سبب می‌شود (اندرو و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۲۴). با مرور ادبیات تحقیق، این نتیجه حاصل می‌شود که اگرچه در تحقیقات گذشته روابط بین متغیرهای پژوهش به صورت دوجه‌دو مورد بررسی قرار گرفته ولی پژوهش حاضر اولین پژوهشی است که به بررسی روابط هم‌زمان این چهار متغیر پرداخته است.

از میان تمامی سازمان‌هایی که ما را احاطه کرده‌اند، شاید نتوان هیچ سازمانی را یافت که همچون سازمان‌های نظامی با شبکه‌ای از پدیده‌های بنیادی اجتماعی نظیر؛ قدرت، اقتدار، نظم، شهروندی، قانون، مدنیت، آزادی و از همه مهم‌تر، امنیت پیوند داشته باشد. چنین پیوندی موجب می‌شود سازمان‌های نظامی از بالاترین میزان تأثیرگذاری بر سرنوشت تک‌تک افراد جامعه برخوردار باشند. سازمان‌های نظامی به‌عنوان نهادی که امنیت، ثبات، آرامش و حفاظت از ارزش‌های اساسی و منافع حیاتی ملت و برقراری نظم عمومی را برای جامعه فراهم می‌آورند، در هر نظام و دوره‌ای مورد توجه ملت و حاکمان بوده‌اند. هویت‌یابی سازمانی امری مهم برای سازمان است و تأثیر زیادی بر عملکرد و اثربخشی سازمانی، به‌ویژه در نیروهای نظامی دارد. هویت‌سازمانی نقش محوری در تنظیم رفتارهای کارکنان ایفا می‌کند و نیز رهبران سازمانی به ترویج و بررسی هویت‌سازمانی علاقه‌مندند، زیرا تحقیقات نشان می‌دهد هویت‌سازمانی با تعداد

1. Lian and Tui  
2. Dutton et al  
3. Andrew et al

زیادی از رفتارها و نگرش‌ها به‌طور مثبت رابطه دارد که این امر موجب نتایج مطلوبی برای سازمان متبوع آنها دارد. درواقع، پلیس راهور باید به همان اندازه که به کار و بهره‌وری اهمیت می‌دهد، به سلامت روانی و جسمی کارکنان نیز توجه داشته باشد. با سلامت کارکنان پلیس راهور سلامت سازمان تضمین خواهد شد و سازمان سالم می‌تواند از بهره‌وری، توانمندی و کارایی لازم برای مواجهه با دنیای توأم با رقابت برخوردار شود. توجه به شادی کارکنان در سازمان و فراهم کردن زمینه‌هایی برای شادی کارکنان راهی مؤثر و قابل‌اعتماد برای دستیابی به سلامت روان کارکنان است.

درواقع، فضیلت، کیفیت اخلاقی خوب در افراد است و از بزرگ‌ترین آرمان‌های بشر است. اخلاقیات نیک کارکنان نیروی انتظامی مانند اعتماد، بخشش، صداقت، شفقت و خوش‌بینی در جامعه بی‌شک دلیلی بر عملکرد مناسب آنهاست. در شرایطی که مدیران با تقویت این رفتارها به هدایت آنها می‌پردازند، به‌طورقطع در تحریک و تقویت عملکرد مثبت آنها موفق خواهند بود. با مرور ادبیات تحقیق، این نتیجه حاصل می‌شود که اگرچه در تحقیقات گذشته روابط بین متغیرهای پژوهش به‌صورت دوجه‌دو مورد بررسی قرار گرفته ولی پژوهش حاضر اولین پژوهشی است که به بررسی روابط هم‌زمان این چهار متغیر پرداخته است. همچنین در این پژوهش به بررسی تأثیر عامل فضیلت سازمانی که تاکنون در پژوهش‌های داخلی به‌وضوح مورد بررسی قرار نگرفته، به‌طور هم‌زمان بر دو نوع از متغیرها یعنی هویت‌یابی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی پرداخته شده است. با توجه به موارد بیان‌شده، سؤالات اساسی پژوهش حاضر بدین شرح خواهد بود: فضیلت‌مداری سازمان چه تأثیری بر هویت‌یابی سازمانی و رفتار شهروندی در کارکنان خواهد داشت؟ آیا شادی کارکنان پلیس راهور در رابطه علی بین فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی، نقش تعدیل‌گر ایفا می‌کند یا خیر؟

## مبانی نظری

### فضیلت سازمانی ادراک‌شده

امروزه تکامل تاریخی در حوزه مدیریت و سازمان، به‌لحاظ نظری و عملی، تحت تأثیر نیروی قدرتمند قرار گرفته است؛ نیرویی که اگر به‌درستی هدایت و اداره شود، به‌نظر می‌رسد که توانایی

لازم برای منجر شدن به ژرف‌ترین همکاری‌ها، نه تنها در زمینه‌های حرفه‌ای، بلکه برای انسانیت را دارا باشد. این نیرو چنان بر اصول مدیریت و سازمان تأثیرگذار بوده که برخی افراد آن را پیشرفت و تحولی اساسی در حوزه مدیریت و سازمان توصیف کرده‌اند. این نیروی عظیم و ژرف، «فضیلت‌گرایی» است، به گونه‌ای که اداره و هدایت آن در سازمان، از مهم‌ترین فعالیت‌های آینده مدیریت خواهد بود (میرا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱: ۱۱۳). مفهوم فضیلت، به‌طور گسترده، در ادبیات اخلاق و به‌طور خاص در فضایل اخلاقی بحث می‌شود (هاگت، وانگ، ۲۰۱۲: ۶۸۹). فضیلت سازمانی<sup>۲</sup> از جمله مفاهیم مهم و جدید سازمانی است که از روان‌شناسی مثبت‌گرا گرفته شده است (کامرون و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴: ۷۶۸).

فضیلت در سازمان به معنای ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی (از قبیل انسانیت، صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری) در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است (رگو و دیگران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱، ۵۲۴-۵۳۲). بنابراین، هرگونه اعمال فردی، فعالیت‌های جمعی، ویژگی‌های فرهنگی یا هر فرایندی که باعث ترویج و تداوم فضیلت در یک سازمان شود، می‌تواند به فضیلت سازمانی منجر شود (خشوعی، نوری، ۱۳۹۲: ۲۹). اصطلاح «فضیلت‌گرایی در کار و سازمان» توصیف‌کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پرحرارت و باانرژی هستند؛ کارشان آنها را ارضا می‌کند، معنا و هدف در کارشان را درک می‌کنند و احساس می‌کنند با همکارانشان ارتباطی اثربخش دارند. فضیلت‌گرایی در کار، با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در محیط کار، همراه با بالارفتن احساس تکامل شخصی و بالندگی کارکنان پیوند خورده است (شکاری، ۱۳۹۱: ۸۰). ابعاد فضیلت سازمانی شامل ابعاد اعتماد، خوش‌بینی، همدردی، انسجام و بخشش و برگرفته از مدل کامرون و دیگران (۲۰۰۴) است. **اعتماد:** اعتماد به‌عنوان تمایل برای آسیب‌پذیر شدن در مقابل یک فرد بر مبنای انتظارات مثبت درباره اقدامات، نیت‌ها و مقاصد فرد است (حسن‌زاده ثمری و سفیدکار، ۱۳۹۳: ۱۴۴). **بخشش:** محققان معاصر بخشش را ترغیب به رفتار سازنده و احساس مثبت نسبت به کسی که جرم یا عمل بدی را

1. Meara  
2. Organizational virtuousness  
3. Cameron et al  
4. Rego et al

مرتکب شده است، تعریف می کنند. صرف نظر از اینکه بخشش چگونه تعریف شود، تحقیقات نشان می دهد بخشش، مزایای مختلفی از جمله اعتماد و بهبود روابط و افزایش رفاه و سلامت جسمی و روحی مثبت دارد (برونتی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷: ۱۵۸۶). **صداقت**: در سال های اخیر، صداقت یکی از بیشترین ارزش های اخلاقی بیان شده در سازمان ها است. صداقت به تنهایی و به طور مستقیم یک فضیلت قابل مشاهده نیست، اما سندی مرکب از تعدادی فضایل به هم پیوسته است؛ بنابراین، نباید به عنوان خصوصیتی اخلاقی در نظر گرفته شود. معمولاً بیشترین ویژگی مرتبط با صداقت، امانت دار و اعتماد است (چان، ۲۰۰۵: ۲۷۵). **همدردی**: همدردی به شرایطی اطلاق می شود که انسان ها نسبت به هم احساس همدردی می کنند. همدردی در سطح فرد با درجاتی متفاوت نمایان می شود، باین حال، نتایج مهمی را به همراه دارد که فراتر از احساس آنی و زودگذر است. تمرکز بر شفقت فردی برای توسعه آن در سطح سازمانی ضروری است. شفقت در سطح گروه، پاسخ گروه به یاری رساندن و کمک به دیگران را بیان می کند (پارکر و اتکینز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲: ۵۲۵). **انسجام سازمانی**: که اشاره به صداقت، اعتماد و احترامی دارد که در سازمان نفوذ کرده و پخش شده است (رگو و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۱۶ - ۲۱۷). **خوش بینی سازمانی**: به معنای این است که اعضای سازمان به این اعتقاد برسند که حتی در صورت مواجهه با چالش های عمده موفق خواهند شد (رگو و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۱۶ - ۲۱۷).

### رفتار شهروندی سازمانی

در دنیای پررقابت کنونی، سازمان ها پیوسته در جستجوی شیوه های جدیدی برای حداکثر کردن عملکرد و تلاش کارکنانشان هستند. با وجود افزایش استفاده از فناوری اطلاعات، بازهم در عملکرد کارایی سازمان شکاف وجود دارد. اکنون قویاً این اعتقاد وجود دارد که عملکرد کارایی سازمان تا حدود زیادی به تلاش کارکنان که فراتر از الزامات تعریف شده در نقش است، بستگی دارد. در سال های اخیر توسعه فناوری های جدید و رشد فزاینده جهانی اقتصاد به رقابت و تغییرات سریع در ماهیت کار سازمان ها و کارکنانشان منجر شده است. سازمان ها

1. Burnette et al  
2. Atkins & Parker

به منظور رقابت در صحنه جهانی، ارضای نیازها و انتظارات مشتریان و سازگاری با ماهیت در حال تغییر شغل، تمایل دارند و در تلاشند تا کارکنانی انتخاب کنند که فراتر از وظیفه و نقش تعیین شده در شرح شغلشان عمل کنند (علی‌عسگری، ۱۳۹۵: ۶۸). در سازمان‌ها انسان‌ها مهم‌ترین عناصر مرکزی آن هستند (فیشر و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷: ۳)؛ بنابراین، در رفتار سازمانی، مطالعه تأثیر افراد، گروه‌ها و ساختارها بر رفتار در یک سازمان است که هدف آن، به کار بردن این دانش برای بهبود کارایی سازمان است (رایینز، جاج، ۲۰۱۰: ۲۱). رفتار شهروندی سازمانی به یکی از پر بحث‌ترین موضوعات حوزه رفتار سازمانی تبدیل شده است که ذهن بسیاری از محققان و مدیران را به خود جلب کرده است (صالح‌زاده و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵: ۶۰۶). فرانش بودن رفتارها بیان می‌کند افراد بیش از چیزی که وظیفه دارند برای افزایش اثربخشی، فعالیت می‌کنند و از آنجا که رفتار شهروندی سازمانی جزء نقش رسمی افراد نیست، شاخصی رفتاری برای پاسخ به روابط همکاران است (دین، آنگک<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵: ۶۹۴). باتمان و ارگان (۱۹۸۳) برای اولین بار از اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی استفاده کردند (صنوبری، ۱۳۸۷: ۸۰). در سال‌های بعد مطالعات زیادی روی این مفهوم صورت گرفت که هر کدام از واژه‌های جدیدی برای توصیف این مفهوم استفاده کرده‌اند (دانایی‌فرد و دیگران، ۱۳۹۰: ۶۹). امروزه مطالعات انجام شده در زمینه رفتار شهروندی سازمانی گویای این واقعیت است که وجود این نوع رفتارها در سازمان‌های دولتی و خصوصی اثرات مثبتی و قابل توجهی دارد (شیرازی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۴۲). رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری منحصر به فرد، اختیاری و فراوظیفه‌ای است که در افزایش عملکرد اثربخشی سازمان مؤثر است و به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق نظام پاداش رسمی سازمان، سازمان‌دهی نمی‌شود (حسینی و دانایی‌فرد، ۱۳۹۱: ۱۱۳). رفتارهای شهروندی سازمانی رفتارهایی هستند که کارکنان در کمک به دیگران انجام می‌دهند بدون اینکه الزامی از جانب سرپرستان وجود داشته باشد (دکاس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳: ۲۱۹). یکی از دسته‌بندی‌های پر کاربرد رفتار شهروندی سازمانی متعلق به ارگان (۲۰۰۶) است که در نوشتار خود به تفصیل به مفهوم‌سازی پدیده رفتار شهروندی

1. Fischer  
2. Salehzadeh  
3. Dyne & Ang  
4. Dekas

سازمانی پرداخته است. او این رفتارها را به طور کلی در پنج بعد طبقه‌بندی کرده است که عبارتند از:

۱. نوع دوستی: به رفتارهای مفید و سودبخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان همکاران اشاره دارد. کارهایی همچون کمک به افرادی که حجم کاری سنگینی دارند، کمک به افرادی که غریب بوده‌اند و کمک به تطبیق دادن افراد تازه‌وارد با محیط کار، اگرچه الزامی نباشد، می‌توانند نشان‌دهنده نوع دوستی باشند (ارگان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶: ۴۸۲).
۲. نزاکت: نزاکت عبارت است از تمام دوراندیشی‌های که داوطلبانه از طرف کارکنان به منظور جلوگیری از وقوع مشکلات کاری در ارتباط با دیگر همکاران، صورت می‌گیرند. احترام به حقوق و امتیازهای دیگران، مشورت با کسانی که ممکن است تحت تأثیر تصمیم یا اقدام فرد قرار گیرند، مطلع ساختن دیگران قبل از انجام هر اقدام مهمی و اجتناب از به وجود آوردن مشکل برای همکاران، می‌توانند نشان‌دهنده نزاکت به عنوان یکی از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی باشند (کرنودل<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۶۴).
۳. وجدان کاری: شامل رفتارهایی است که از طرف کارمند، فراتر از الزامات تعیین شده نقش سازمانی یا آنچه انتظار می‌رود، در انجام وظایف روی می‌دهد، همانند کار در بعد از ساعت کاری برای سودرساندن به سازمان (کاسترو و همکاران، ۲۰۰۴: ۱۵).
۴. جوانمردی: جوانمردی عبارت است از تمایل به شکیبایی در مقابل مزاحمت‌های اجتناب‌ناپذیر و اجحاف‌های کاری دیگران بدون اینکه گله یا شکایتی صورت گیرد (پودسکاف، ۲۰۰۹: ۱۲۳-۱۲۴).
۵. آداب اجتماعی: بخشی از رفتارهای شخصی افراد که نشان می‌دهد او نسبت به شریک مسئولیت دارد یا نسبت به حیات شرکت، نگرانی دارد. کارکنان تلاش می‌کنند از استرس‌ها و مشکلاتی که از کار با یکدیگر در سازمان یا شرکت ایجاد می‌شود جلوگیری کنند (حاجعلی و سلیمی، ۲۰۱۲: ۵۲۷).

---

1. Organ  
2. Kernodle



## هویت‌یابی سازمانی

هویت‌یابی سازمانی به پیوندی شناختی بین هویت سازمان و هویت کارمند اشاره دارد (گلواس، ۲۰۱۲: ۱۷) این نظریه بیان می‌کند که وابستگی و دلبستگی افراد به سازمان‌هایشان باعث خواهد شد تا خود را براساس ویژگی‌های سازمان تعریف نمایند؛ به بیان دیگر، هویت خود را در دل سازمان‌هایشان ببینند (الله‌یاری، ۱۳۹۰: ۹۶). گکوریز و دیگران هویت‌سازمانی را تعلق افراد به یک سازمان تعبیر نموده‌اند، در صورتی که افراد خود را همان سازمانی که در آن کار می‌کنند تلقی کنند (گکوریز و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۵۳)؛ به عبارت دیگر، شخص از طریق سازمان احساس هویت خواهد کرد و سازمان هویت شخص را تأمین می‌کند (سری بومتز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲: ۱۷۷). ویژگی‌های سازمان به فرد منتقل می‌شود، به همین دلیل، فعالیت‌هایی که هویت‌سازمانی را تهدید می‌کند تهدیداتی برای خود کارکنان قلمداد می‌شود (کاملسی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹: ۷۳۰). در تعریف واژه «هویت‌یابی سازمانی» لازم است به تمایز آن با برخی واژه‌های مشابه دقت شود. هویت سازمان با هویت‌یابی سازمانی متفاوت است. مفهوم «هویت سازمان» در سال ۱۹۸۵ توسط آلبرت و وتن معرفی شد و شامل ویژگی‌های یک سازمان است که اعضای آن را به منزله ویژگی‌های هسته‌ای منحصربه‌فرد و مستمر سازمان درک کرده‌اند، اما هویت‌یابی سازمانی اشاره به یک پیوند شناختی بین هویت سازمان و هویت کارمند دارد (گلواس، ۲۰۱۲: ۱۷). هویت‌یابی از طریق فرایند جامعه‌پذیری اتفاق افتاده و در نظریه «هویت اجتماعی» ریشه دارد که در آن، فرد از ارزش‌ها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع شده و به درونی‌سازی آنها می‌پردازد. از طریق هویت‌یابی، کارکنان، ویژگی‌های مهم سازمان را به‌عنوان ویژگی‌های خود، جذب می‌نمایند (گوگلیملی<sup>۴</sup> و دیگران، ۲۰۱۴: ۱۸۴۲).

## شادمانی سازمانی

سازمان شاد یکی از رویکردهای توسعه سازمان است که بسیاری از سازمان‌ها آن را پذیرفته‌اند، اما اکثر متصدیان از دانش کافی در خصوص شادی در محیط کار و همچنین ایجاد

1. Gkorezis et al  
2. Çeri-Booms  
3. Kalemci  
4. Guglielmi

چنین شادی‌هایی برخوردار نیستند. بنابراین، بسیاری از سازمان‌ها با فعالیت‌هایی مانند شوخی و خنده و تفریح ایجاد شادی می‌کنند (نجاری، معارفی، ۱۳۹۵: ۱۹۰). شادی در کار باعث نگرش خوب نسبت به سازمان‌ها شده و بدین ترتیب به کارایی و تحقق اهداف سازمانی منجر می‌شود (کماکورن، ارافین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۱۹۱). پسرفت و زمان‌های بحران، تفاوت سازمان‌های شاد را از دیگر سازمان‌ها مشخص می‌سازد. در بعضی سازمان‌ها، روحیه کم‌تر و عدم اطمینان بیشتر می‌شود و احساس استرس و عدم انگیزه به وجود می‌آید. در سایر سازمان‌ها، کارکنان شرایط بحرانی را اداره می‌کنند و ابزاری برای موفقیت می‌سازند (کوهن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳: ۱۸۸).

شادی و رفاه برای کارکنان به‌طور کلی و به‌ویژه در محیط کار مهم است و در سلامت فیزیکی و ذهنی آنان نقش دارد (لوکاس، دینر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴: ۳۸). مکاتب سازمانی از دیرباز علاقه‌مند به رضایت شغلی و تجربیات و نگرش‌های مثبت در کار، مشاغل و کارمندان بوده‌اند. این علاقه به شدت از روان‌شناسی مثبت‌گرا پیروی می‌کند که به جای اینکه صرفاً به غیبت، استرس، بیماری فکری و رنج‌بردن پردازد، توجه مستقیم به رشد و سلامت فکری دارد. مکاتب روان‌شناسی که از این جریان تحقیقاتی پیروی کردند، مکاتب سازمانی مثبت و رفتار سازمانی مثبت‌گرا نامیده می‌شوند. همچنین تحقیقات زیادی در مورد تعلق خاطر و حالات و احساسات مثبت در کار انجام گرفته است (فیشر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰: ۲۴۲). سازمان شاد، سازمانی است که ذی‌نفعان کلیدی را شاد می‌سازد. برای شاد نمودن ذی‌نفعان، سازمان باید تاجایی که امکان دارد نیازها و خواسته‌های آنها را برآورده سازد (نجاری، معارفی، ۱۳۹۵: ۱۹۰).

## پیشینه پژوهش

تأثیر معنادار فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی، رفتار شهروندی و شادمانی سازمانی در پژوهش‌های مختلف نیز به اثبات رسیده است که به تعدادی از این پژوهش‌های مرتبط با این تحقیق خواهیم پرداخت.

1. Kemakorn & Orapin,
2. Cohen
3. Lucas & Diener
4. Fisher

جدول ۱. پیشینه پژوهش

مؤلف	موضوع	یافته‌ها
کسن <sup>۱</sup> (۲۰۱۶)	رابطه بین هویت یابی سازمانی با خلاقیت شخصی با نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی	نمونه آماری این پژوهش ۱۷۷ نفر از کارکنان نساجی شهر استانبول می‌باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که هویت یابی سازمانی تأثیری مثبت بر خلاقیت شخصی دارد. علاوه بر این، هویت یابی سازمانی بر همه ابعاد رفتار شهروندی تأثیری مثبت و معنی دار دارد.
ساجوریدی و نیک اندرو <sup>۲</sup> (۲۰۱۶)	فضیلت سازمانی درک شده بر غرور، احترام، هویت یابی سازمانی بر خود برانگیختگی کارکنان	نمونه آماری این پژوهش ۱۵۶ نفر از افراد مختلف در سازمان‌های مختلف بودند. یافته‌های تجربی نشان می‌دهد که هویت یابی سازمانی نقش میانجی را در رابطه بین فضیلت سازمانی درک شده و خودبرانگیختگی ایفا می‌کند.
رگو و دیگران <sup>۳</sup> (۲۰۱۱)	چگونه شادمانی نقش میانجی در رابطه بین فضیلت سازمانی و تعهد مؤثر ایفا می‌کند؟	نمونه آماری این پژوهش ۲۰۵ نفر از ۱۴ شرکت کوچک و متوسط در صنایع مختلف بودند. یافته‌ها نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی درک شده با شادمانی و تعهد مؤثر رابطه مثبت و معنی داری دارد. شادمانی نقش میانجی را در رابطه بین فضیلت سازمانی و تعهد ایفا می‌کند.
رگو و دیگران <sup>۳</sup> (۲۰۱۰)	رابطه فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی بهروزی کارکنان	نمونه آماری این پژوهش ۲۱۶ نفر از کارکنان می‌باشند. یافته‌ها نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت معنی داری دارد. همچنین بهروزی کارکنان نقش میانجی را در رابطه بین فضیلت سازمانی درک شده و رفتار شهروندی سازمانی ایفا می‌کند.

### مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی، مدلی است که محقق روابط میان متغیرها را براساس چارچوب نظری پژوهش حدس زده و پیش فرض تحلیلی خود قرار می‌دهد؛ به عبارت دیگر، در هر پژوهش هدف محقق

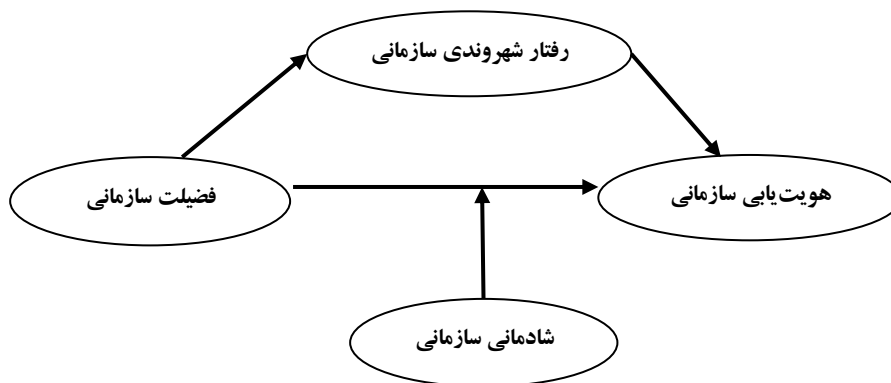
1. Kesen
2. Tsachouridi & Nikandrou
3. Rego et al

بسته به نوع پژوهش شناسایی مدل مفهومی یا آزمون مدل مفهومی است که براساس مرور ادبیات پژوهش به دست آمده است.

ما باید بدانیم که سازوکاری که کارکنان را وادار به تلاش دائمی برای دستیابی به اهداف سازمانی می‌کند، همانا فضیلت سازمانی است. تاکنون تحقیقات تجربی کمی در این باره شکل گرفته است و کم‌تر به این مسئله پرداخته شده است. با توجه به یافته‌های قبلی که معمولاً بهزیستی و رفاه کارکنان را مدنظر قرار دادند، این توجه تنها می‌تواند توضیح دهد که چرا کارکنانی با سطح فضیلت بالا دارای سطح بالاتری از عملکرد هستند (نیک‌اندرو و ساچوریدی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵: ۱۸۳۰؛ ریگو و دیگران، ۲۰۱۰: ۵۳۰). در مطالعه ما بیشتر به بررسی سازوکارهای مرتبط به فضیلت سازمانی که موجب شکل‌گیری رفتار مثبت کارکنان و هویت‌یابی سازمانی است، می‌پردازیم. استدلال‌های نظری بیان می‌کند که تقویت فضیلت سازمانی، اثرات مثبتی بر رفتار کارکنان دارد. فضیلت سازمانی، مستلزم انسجام و یکپارچگی کارکنان سازمان است که رفتار خود را نسبت به بازیگران سازمان تنظیم کند (برایت و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶: ۲۵۳؛ کامرون، ۲۰۰۳: ۵۲؛ کامرون و وین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲: ۲۳۵). ما پیشنهاد می‌کنیم شکل‌گیری این امر از طریق هویت‌یابی سازمانی رخ دهد. این افزایش هویت‌یابی سازمانی که در واقع در پاسخ به فضیلت سازمانی ادراک شده می‌باشد، اهمیت زیادی برای رفتارهایی با نقش‌های اضافی کارکنان دارد اگر ارتباط بین فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی شکل گیرد، در انجام اعمال فراتر از نقش، نقش مهمی را ایفا می‌کند. کارکنان با هویت سازمانی بالا، موفقیت و ناکامی سازمانی را به‌عنوان عملکرد خودشان مشاهده می‌کنند و همین امر می‌تواند نقش انگیزاننده‌ای برای افراد سازمان برای پشتیبانی از اهداف سازمان داشته باشد (ماریکو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳: ۷۴؛ انگو همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳: ۱۵۵؛ رستوبوگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸: ۱۳۸۲؛ شن و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۴: ۴۰۷). شادی در سازمان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای رفاه ذهنی و روانی

1. Nikandrou and Tsachouridi
2. Bright et al
3. Cameron and Winn
4. Marique et al
5. Ngo et al
6. Restubog et al
7. Shen et al

است. مطالعه شادی به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌گر به دلایل مختلف می‌تواند ارزشمند باشد: ۱. خوشبختی و شادبودن ارزشمند است، ۲. شادی باعث عملکرد فردی بالاتر و در نتیجه عملکرد سازمانی بهتر خواهد شد، ۳. شادی یک عنصر اساسی در زندگی خوب و جامعه خوب است. شادی در سازمان به‌عنوان یک پیوستاری است که حاصل هویت‌یابی در سازمان و دلبستگی شغلی می‌باشد (رگو و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۲۵). براساس مبانی نظری مطرح‌شده در قسمت قبل، مدل مفهومی<sup>۱</sup> و فرضیات پژوهش به‌صورت زیر شکل گرفته است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

منبع: ساچوریدی و نیک‌اندیش (۲۰۱۶)، ریگو و دیگران<sup>۲</sup> (۲۰۱۰).

## فرضیه‌های پژوهش

۱. فضیلت سازمانی تأثیر معنی‌داری بر هویت‌یابی سازمانی دارد.
۲. فضیلت سازمانی تأثیر معنی‌داری بر رفتار شهروندی سازمانی دارد.
۳. رفتار شهروندی سازمانی تأثیر معنی‌داری بر هویت‌یابی سازمانی دارد.

1. Conceptual model

2. Tsachouridi & Nikandrou (2016), Rego et al (2010).

۴. فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی به‌طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
۵. شادمانی سازمانی به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر بر رابطه فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی تأثیری معنی‌داری دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

از آنجا که هدف پژوهش، تعیین روابط علی میان فضیلت سازمانی با هویت‌یابی سازمانی از طریق نقش‌های میانجی و تعدیل‌گر رفتار شهروندی سازمانی و شادمانی سازمانی هست، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری شامل کارکنان پلیس راهور فرماندهی انتظامی استان مازندران است که به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پرسشنامه‌ها به‌صورت احتمالی و به شیوه خوشه‌ای توزیع شده است و کارکنان ستاد و صف پلیس راهور به سه خوشه شرقی و غربی و مرکزی استان مازندران تقسیم شده‌اند. پرسشنامه‌ها بین خوشه مرکزی و شرقی توزیع شده است که تعداد پرسشنامه‌های تحلیل شده ۱۶۰ نفر است. به‌منظور تعیین حجم نمونه نیز در این پژوهش به‌دلیل محدود بودن (مشخص بودن) حجم جامعه آماری از فرمول کوکران<sup>۱</sup> برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{1.96^2 \times .05 \times .05}{.05}}{1 + \frac{1}{284} \left[ \frac{1.96^2 \times .05 \times .05}{.05} - 1 \right]} = 163$$

آنگاه طبق فرمول بالا حجم نمونه ۱۶۳ نفر خواهد بود و از آنجا که در ادامه مراحل توزیع پرسشنامه‌ها ممکن است تعدادی از افسران بنا بر دلایلی امکان پاسخگویی صحیح به پرسشنامه را نداشته باشند، تعداد ۱۸۰ عدد پرسشنامه توزیع شد که از این تعداد ۱۶۴ عدد برگشت داده شده است که بعضی از پرسشنامه‌ها به‌دلیل مخدوش بودن مورد استفاده قرار نگرفت و در نتیجه

1. Cochran

پرسشنامه‌های تحلیل‌شده براساس ۱۶۰ نفر است. در مدل تحلیلی پژوهش، فضیلت سازمانی متغیر مستقل، هویت‌یابی سازمانی متغیر وابسته و رفتار شهروندی سازمانی و شادمانی سازمانی متغیر میانجی و تعدیل‌گر است. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، پرسشنامه است. برای سنجش عوامل فضیلت سازمانی از پرسشنامه کامرون و دیگران (۲۰۰۴) و شامل ابعاد اعتماد، خوش‌بینی، همدردی، انسجام و بخشش با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت در ۱۵ گویه سنجیده شده است. سنجش رفتار شهروندی سازمانی از پرسشنامه اورگان (۲۰۰۶) شامل ۵ بعد نوع دوستی، وجدان، جوانمردی و گذشت، رفتار مدنی و ادب و ملاحظه در ۱۵ گویه سنجیده شده است. سنجش هویت‌یابی سازمانی از پرسشنامه مائیل و آشفورث<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) در ۵ گویه سنجیده شده است. همچنین سنجش شادمانی سازمانی کارکنان از پرسشنامه دانیل<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) در ۹ گویه سنجیده شده است.

## روش تجزیه و تحلیل

در این پژوهش در بخش استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها و مدل از معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس. و حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. مدل‌یابی به کمک اسمارت پی.ال.اس. در حوزه‌های متنوع از جمله حوزه‌ی منابع انسانی کاربرد دارد. البته مزیت اصلی آن در این است که این نوع مدل‌یابی نسبت به لیزرل به تعداد کم‌تری از نمونه نیاز دارد. از طریق مدل‌یابی اسمارت پی.ال.اس. می‌توان ضرایب رگرسیون استاندارد را برای مسیرها، ضرایب تعیین را برای متغیرهای درونی و اندازه شاخص‌ها را برای مدل مفهومی به‌دست آورد (ون وو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۱۳۶). در روش حداقل مربعات جزئی<sup>۴</sup> برای سنجش بخش اندازه‌گیری که مربوط به پایایی و روایی ابزار پژوهش می‌باشد از آزمون‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی واگرا و همگرا استفاده شده است که در ادامه شرح داده شده است. پس از بررسی بخش اندازه‌گیری ابزار پژوهش، به بررسی برازش کلی مدل برای تأیید و رد فرضیه‌ها استفاده می‌شود که در این پژوهش از برازش کلی مدل استفاده شده

1. Mael and Ashforth  
2. Daniels  
3. Wen wu  
4. PLS (Partial Least Square)

است و پس از آنکه برازش کلی مدل مورد تأیید قرار گرفت، به بررسی فرضیه‌ها پرداخته شد که در فرضیه‌های ۱ تا ۵ از آماره تی استفاده شده است. همچنین برای فرضیه‌های میانجی که به‌طور مستقیم قابل سنجش نیستند، از آزمون واف<sup>۱</sup> و سوبل<sup>۲</sup> برای ضریب مسیر و آماره تی<sup>۳</sup> استفاده شده است.

### پایایی و روایی در روش حداقل مربعات جزئی: (آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا)

۱. آلفای کرونباخ: معیاری کلاسیک برای سنجش پایایی و سنجش مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌شود. ۲. پایایی ترکیبی: معیار پایایی ترکیبی در مدل‌سازی معادلات ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به‌شمار می‌رود؛ چراکه در محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌های با بار عاملی بیشتر اهمیت زیادتری دارند (وینزی و همکاران، ۲۰۱۰: ۵۰). ۳. روایی همگرا: معیار میانگین واریانس استخراج شده نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است.

جدول ۲. آلفای کرونباخ، ضریب پایایی، میانگین واریانس استخراج شده

ردیف	متغیر	پایایی ترکیبی	آلفا کرونباخ	میانگین واریانس استخراج شده
		بزرگ‌تر از ۰/۷	بزرگ‌تر از ۰/۷	بزرگ‌تر از ۰/۵
۱	فضیلت سازمانی	۰/۹۵۸	۰/۹۵۴	۰/۶۰۹
۲	رفتار شهروندی سازمانی	۰/۹۵۰	۰/۹۴۴	۰/۵۶۴
۳	شادمانی سازمانی	۰/۹۲۴	۰/۹۰۸	۰/۵۷۹
۴	هویت‌یابی سازمانی	۰/۸۶۸	۰/۸۱۰	۰/۵۷۰

1. VAF  
2. SOBEL  
3. T-value



### روایی واگرا: روش فورنل و لاکر

میزان رابطه یک سازه با شاخص هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌هاست، به طوری که روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌ای دیگر.

جدول ۳. روایی واگرا

سازه	فضیلت سازمانی	رفتار شهروندی سازمانی	هویت یابی سازمانی	شادمانی سازمانی
فضیلت سازمانی	۰/۷۸۰			
رفتار شهروندی سازمانی	۰/۷۰۴	۰/۷۵۰		
هویت یابی سازمانی	۰/۷۳۶	۰/۶۸۸	۰/۷۶۵	
شادمانی سازمانی	۰/۶۴۵	۰/۷۳۵	۰/۷۰۹	۰/۷۵۴

### برازش کلی مدل

برازش کلی مدل شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی تنها از یک معیار به نام برازش کلی مدل<sup>۲</sup> استفاده می‌شود. این معیار از طریق فرمول زیر به دست می‌آید:

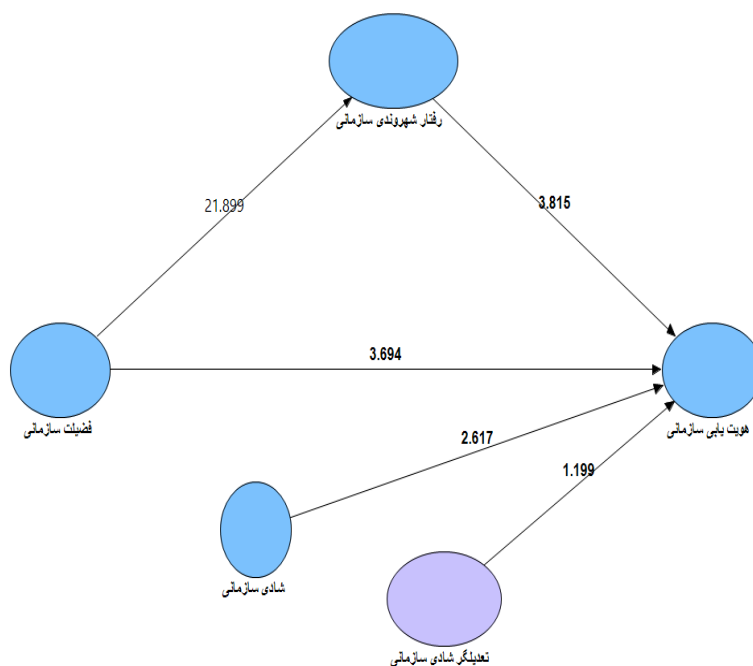
$$\text{برازش کلی مدل} = \sqrt{\text{communality}} \times \sqrt{R^2} = \sqrt{.580} \times \sqrt{.663} = .62$$

به طوری که **Communalities** نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه می‌باشد و  $R^2$  نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است. و تنلس و دیگران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰.۱، ۰.۲۵، ۰.۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای برازش کلی مدل معرفی نموده‌اند (وتزل، ۲۰۰۹: ۱۷۷). بنابراین حاصل شدن ۰.۶۲ برای برازش کلی مدل نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

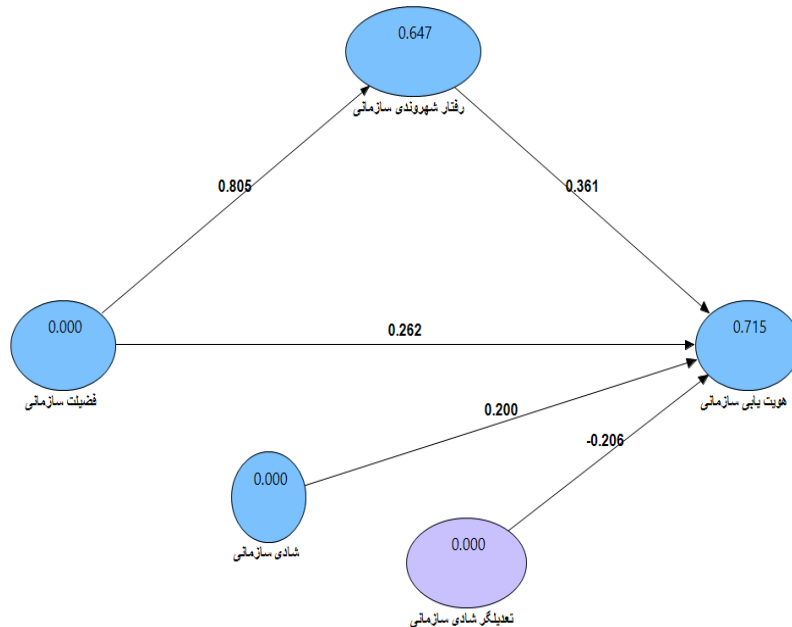
1. Divergent Validity  
2. Goodness Of Fit

## یافته‌های پژوهش

**یافته‌های استنباطی:** برای آزمودن فرضیه‌های اول تا پنجم از آزمون معنی‌داری تی استفاده می‌شود. در صورتی که مقدار این اعداد از قدر مطلق  $1/96$  بیشتر شوند، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه، تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. همان‌طور که در شکل شماره (۳) مشخص است. تحلیل داده‌ها نشان داد که فضیلت سازمانی با ضریب مسیر  $(.262)$  و ضریب معنی‌داری  $(3/694)$  بر هویت‌یابی سازمانی مؤثر است. فضیلت سازمانی با ضریب مسیر  $(.805)$  و ضریب معنی‌داری  $(21/89)$  بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. رفتار شهروندی سازمانی با ضریب مسیر  $(.361)$  و ضریب معنی‌داری  $(3/81)$  بر هویت‌یابی سازمانی کارکنان تأثیر دارد. همچنین متغیر رفتار شهروندی سازمانی با ضریب مسیر  $(.525)$  و ضریب معنی‌داری  $(3/882)$  نقش میانجی را در رابطه بین فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی ایفا می‌کند و در نهایت متغیر شادی سازمانی با ضریب معنی‌داری  $(1/199)$  نقش تعدیل‌گر را در رابطه بین فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی ایفا نمی‌کند و در نتیجه این فرضیه رد می‌شود.



شکل ۲. ضریب معنی‌داری t-value فرضیه‌های پژوهش



شکل ۳. ضریب مسیر استانداردشده

### آزمون فرضیه چهارم (آزمون سوبل<sup>۱</sup> و آزمون واف<sup>۲</sup>):

**فرضیه چهارم:** فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی به‌طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.

**آزمون سوبل:** در این فرمول (a برابر با مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و میانجی) (b برابر با مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته)؛ (c برابر با مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و وابسته)؛ (Sa مقدار خطای استاندارد میان مسیر متغیر مستقل و میانجی) و (Sb مقدار خطای استاندارد میان مسیر متغیر میانجی و وابسته)

$$تی: فرضیه چهارم = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times S^2 a) + (a^2 \times S^2 b) + (S^2 a \times S^2 b)}} = \frac{0.290}{0.0071} = ۳/۸۸۲$$

1. Sobel
2. VAF

با جایگذاری در فرمول فوق، مقدار  $3/882$  برای فرضیه چهارم به دست می آید. همان طور که مشاهده شد، مقدار تی حاصل از آزمون سوبل برابر با  $3/882$  شد، به دلیل بیشتر بودن از  $1/96$  می توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأثیر متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی در اثر بین فضیلت سازمانی بر هویت یابی سازمانی معنی دار است.

**تعیین شدت تأثیر میانجی:** برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم متغیر میانجی از آماره ای به نام واف<sup>۱</sup> استفاده می شود که مقداری بین صفر و یک را اختیار می کند و هرچه این مقدار به یک نزدیک تر باشد، نشان از قوی تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می سنجد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). مقدار واف از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$\text{واف} = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

$$\text{واف فرضیه چهارم} = \frac{0.805 \times 0.361}{(0.805 \times 0.361) + 0.262} = .525$$

این بدان معناست که تقریباً بیش از ۵۲ درصد از اثر کل فضیلت سازمانی بر هویت یابی سازمانی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی رفتار شهروندی سازمانی تبیین می شود.

### آزمون فرضیه تعدیل گر

فرضیه پنجم: شادمانی سازمانی به عنوان متغیر تعدیل گر بر رابطه فضیلت سازمانی و هویت یابی سازمانی تأثیری معنی داری دارد.

برخی موارد پیش می آید که پژوهشگر در بررسی رابطه میان دو متغیر به یک متغیر تعدیل گر برخورد می کند و نیاز پیدا می کند که تأثیر این متغیر تعدیل گر را در رابطه میان دو متغیر اصلی بررسی نماید. متغیر تعدیل گر جهت یا شدت رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را تعدیل (کم یا زیاد) می کند. در این پژوهش برای سنجش متغیر تعدیل گر که شادمانی سازمانی کارکنان می باشد، در نرم افزار اسمارت پی. ال. اس. به این صورت بوده است که به طور خود کار یک متغیر که نقش

1. Variance Accounted For

تعاملی متغیر مستقل اصلی و متغیر تعدیل‌گر را ایفا می‌کند، به نام فضیلت سازمانی / شادمانی سازمانی وارد مدل می‌شود. همان‌طور که در شکل ۲ مشخص است ضریب معنی‌داری تی مربوط به متغیر فضیلت سازمانی  $\times$  شادمانی سازمانی،  $1/164$  نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵٪ نمی‌توان تأثیر متغیر شادمانی سازمانی کارکنان را به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌گر تأیید کرد. به‌عبارت‌دیگر، در سطح اطمینان ۹۵٪ نمی‌توان تأیید کرد که متغیر شادمانی سازمانی، رابطه علی میان فضیلت سازمانی درک‌شده با هویت‌یابی سازمانی را تعدیل می‌کند.

## بحث و نتیجه‌گیری

فضیلت سازمانی به تعالی و ارتقای رفتاری اعضای سازمان مربوط می‌شود. قرارگرفتن در معرض فضیلت سازمانی، موجب ایجاد احساسات مثبت در کارکنان و برانگیختن آنها در راستای کمک و احترام به یکدیگر و در نتیجه اجرای هر چه بیشتر رفتار شهروندی سازمانی می‌شود، زیرا افراد با ذهنیت مثبت از سازمان، شهرت و اعتبار سازمانی خود را افزایش، اعتماد و احساس وفاداری را توسعه و در راستای حفظ و تقویت این اعتبار و انجام بهتر و کسب سود بیشتر برای سازمان تلاش می‌کنند.

میان فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی اثر معنی‌داری وجود دارد. متغیر فضیلت سازمانی با ضریب آماره تی (۳/۸۴) و ضریب مسیر (۰/۲۶۲) با هویت‌یابی سازمانی اثر معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته محققانی همچون نیکاندور و ساچوریدی (۲۰۱۶)، ماریکو و دیگران (۲۰۱۳)، شن و دیگران (۲۰۱۴) و گینی و دیگران (۲۰۱۱) مطابقت دارد. کارمندانی که سطح بالایی از فضیلت درک‌شده سازمانی را دارند، معتقدند که سازمان واقعاً به آنها و اولویت‌بندی آنها اهمیت فوق‌العاده‌ای می‌دهد. سازمان‌ها می‌توانند تاحدزیادی از ایجاد هویت‌یابی کارکنان با سازمان بهره‌برند. هویت‌یابی سازمانی با انواع گرایش‌های شغلی، رفتارها و پیامدهایی که از سازمان پشتیبانی می‌کنند، از جمله تصمیم‌گیری‌های فردی، تعهد به اهداف مشترک و تعامل کارکنان ارتباط دارد. هر چه کارکنان سازمان هویت بیشتری از سازمان کسب نمایند، باورهای مثبت‌تری نسبت به سازمان پیدا می‌کنند. برای مثال، این افراد بر این باورند که سازمان، خروجی‌های باارزشی تولید می‌کند. متخصصان با هویت‌یابی سازمانی بالا، نسبت به آنهایی که

هویت‌یابی کم‌تری دارند، نگرش مطلوب‌تری نسبت به شغل، سازمان و حرفه خود نشان داده‌اند. میان فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی اثر معنی‌داری وجود دارد. متغیر فضیلت سازمانی با ضریب آماره‌تی (۲۳/۸۵) و ضریب مسیر (۰/۸۰۵) با هویت‌یابی سازمانی اثر معنی‌داری دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های محققانی همچون بهاری‌فر و جواهری کامل (۱۳۸۹)، رییسرو و رگو (۲۰۰۹)، رگو و دیگران (۲۰۱۰) و رگو، همکاران (۲۰۱۱)<sup>۱</sup> و مالیک و رامشا (۲۰۱۶) مطابقت دارد. پرورش فضیلت سازمانی (برای مثال، از طریق صداقت، احترام بین‌فردی و شفقت و ترکیب استانداردهای بالای عملکرد با توجه به فرهنگ بخشش و یادگیری از اشتباهات) موجب بروز رفتار شهروندی و در نتیجه بهبود و ارتقای سلامت عاطفی کارکنان و ترویج تعهد در نیروی کار می‌شود. از این رو، نتایج حاصل از آزمون فرضیه با کلیه پژوهش‌های مذکور مطابقت دارد.

میان رفتار شهروندی سازمانی و هویت‌یابی سازمانی اثر معنی‌داری وجود دارد. متغیر رفتار شهروندی سازمانی با ضریب آماره‌تی (۳/۸۴۵) و ضریب مسیر (۰/۳۶۱) با هویت‌یابی سازمانی اثر معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های محققانی همچون جیان‌هو (۲۰۱۰)، بلو (۲۰۰۵)، طوطیان (۱۳۹۴) مطابقت دارد. رفتارهای مثبت در ارتباط با هویت‌یابی سازمانی شامل همکاری بیشتر، انجام فراتر از حد وظیفه امور سازمانی و تمایل به باقی‌ماندن به عنوان یکی از اعضای سازمانی، می‌باشد. هویت‌یابی سازمانی اغلب از نظر اهداف و ارزش‌های مشترک میان سازمان و اعضای سازمان سنجیده می‌شود و به عنوان ابزاری برای ایجاد همبستگی در سراسر سازمان دیده می‌شود. به مسئولان و مدیران توصیه می‌شود با استفاده از پرسشنامه فضیلت سازمانی، نسبت به ارزیابی مداوم کارکنان اقدام کنند تا با توجه به شناختی که از ابعاد فضیلت سازمانی به دست می‌آورند، گام‌های عملی را برای بهبود عملکرد کارکنان و اوضاع سازمان تحت مدیریت خود بردارند.

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی بود تا بینشی نسبت به تأثیر این دو متغیر حاصل شود. یافته‌های حاصل نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی به طور کامل

هویت‌یابی سازمانی را پشتیبانی می‌کند و فضیلت سازمانی می‌تواند به‌طور کامل هویت‌یابی سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی را توضیح دهد. از طرفی یافته‌های تجربی نشان می‌دهد که رفتار شهروندی سازمانی، میان فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی نقش میانجی و واسطه را ایفا می‌کند. تحقیقات ما یافته‌های حوزه فضیلت سازمانی و هویت‌یابی سازمانی را گسترش داده و نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی در پلیس راهور هم تأثیرگذار است و با متغیر رفتار شهروندی سازمانی می‌توان این رابطه را تقویت کرد. یافته‌های ما مطالعات قبلی را به روش‌های مختلف گسترش می‌دهد؛ اول از همه یافته‌های ما بدنه دانش را در مورد اثرات مثبت فضیلت سازمانی در پلیس راهور را افزایش داده است. علی‌رغم ماهیت بی‌قید و شرط، فضیلت سازمانی می‌تواند منافع خود را برای سازمان همراه داشته باشد. فضیلت سازمانی می‌تواند افراد را وادار کند تا از منافع خود فراتر روند و رفتار خود را به نحو احسن انجام دهند که فراتر از رفتار یک بازیگر فریبنده است. یافته‌های ما این دیدگاه را تأیید می‌کند که فضیلت سازمانی اثر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. این یافته‌ها به دانش محدودی در مورد اثرات فضیلت سازمانی بر رفتارهای مثبت افزوده است. مطالعه ما همچنین نقش مهم فرایندهای هویت‌یابی سازمانی را به‌عنوان پاسخ فضیلت سازمانی بیان می‌کند. کارکنانی که فضیلت سازمانی بالایی را درک می‌کنند و آن را دارا هستند، بر این باورند که سازمان واقعاً و صادقانه به آنها اهمیت می‌دهد و کارکنان این اثرات مثبت را برای خود اولویت‌بندی می‌کنند. با توجه به ارزش‌ها و باورهای سازمانی، آنها با سازمان خود احساس هویت می‌کنند و پس از آن سطح بی‌نظمی را در سازمان کاهش می‌دهند و آینده خود را در ارتباط با سازمان می‌بینند. به دلیل اینکه پلیس راهور یکی از نهادهای مهم و متولی نظم و امنیت کشور است، وجود کارکنانی که در مواقع لزوم رفتارهای شهروندی سازمانی را از خود بروز دهند در عملکرد و حتی بر بازتاب و جهت‌گیری این سازمان در جامعه، بسیار کلیدی و اثرگذار است؛ چراکه عملکرد نامناسب، عدم پاسخگویی و عدم برخورد مناسب کارکنان با ارباب رجوع، موجب ایجاد فاصله بین مردم و ارگان دولتی و نارضایتی افراد شده و کم‌کم مراجعین به این نتیجه می‌رسند که این بازوی اجرایی دولت برای آنها ساخته نشده است و خواسته‌ها و نیازهایشان به وسیله این ابزار دولتی تأمین نخواهد شد و به تدریج سرخورده شده و در مقابل عدم پاسخگویی شفاف به مشکلات، نسبت به سازمان دولتی بدبین می‌شوند و دیگر آن سازمان در اذهان عمومی به خوبی تصویر نمی‌یابد.

از آنجا که مخاطبان مستقیم این سازمان به طور مستقیم با جامعه نیز در ارتباط هستند، ایجاد بدینی در آنها به بدینی در جامعه نیز منجر خواهد شد؛ از این رو، برای چنین سازمان مهمی لازم است تا رفتارهای شهروندی سازمانی بالایی را میان کارمندان خود پرورش دهد. در محیط کاری پویای امروز، که کارها بیش از پیش در تیم‌ها انجام می‌شود و انعطاف‌پذیری محیط، اهمیت بالایی دارد، سازمان‌ها به کارمندانی نیاز دارند که خود را درگیر رفتارهای خوب شهروندی کنند. سازمان‌ها خواهان و نیازمند کارمندانی هستند که این کارها را بدون آنکه در شرح شغلی‌شان قید شده باشد، انجام دهند. شواهد هم نشان داده است، کارایی سازمان‌هایی که چنین کارمندانی دارند، از سازمان‌های دیگر بالاتر است. سازمان شاد یکی از رویکردهای توسعه سازمان است که بسیاری از سازمان‌ها آن را پذیرفته‌اند، اما اکثر متصدیان از دانش کافی درباره شادی در محیط کار و همچنین ایجاد چنین شادی‌ای برخوردار نیستند. بنابراین، بسیاری از سازمان‌ها با فعالیت‌هایی مانند شوخی و خنده و تفریح، ایجاد شادی می‌کنند. به علاوه بدون در نظر گرفتن خصوصیات سازمان، محیط سازمان و نیازهای کارکنان، فعالیت‌های فوق را انجام می‌دهند

باتوجه به نتایج فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی، پیشنهاد می‌شود تقویت مواردی چون ارزش سودمندبودن، کمک به همکاران و شهروندان در حل مسائل و مشکلات کاری و زندگی، به عنوان یک ویژگی مثبت که موجب تحقق فضیلت سازمانی شده و از این طریق سبب بروز رفتارهای شهروندی و داوطلبانه خواهد شد، مورد توجه قرار گیرد. به مدیران سازمان پیشنهاد می‌شود با ابزارهایی که در دست دارند، هویت سازمانی را در سازمان تقویت نمایند تا به تبع آن رضایت شغلی بین کارکنان پلیس راهور افزایش یابد تا کارکنان رفتارهای فرافرا نقش را از خود بروز دهند یا زمینه‌هایی جهت هرچه بیشتر رفتارهای فرافرا نقش مأموران پلیس راهور فراهم شود و رؤسا و مدیران سازمان به درک بهتر هویت سازمانی و تأثیر آن بر رضایت شغلی مأموران کمک کنند و در راستای ایجاد جوی مبتنی بر احترام و اعتماد متقابل در سازمان تلاش کنند تا کارکنان رفتارهای فرافرا نقش بیشتری را از خود نشان دهند.

با افزایش شادی و نشاط در پلیس راهور می‌توان علاوه بر ایجاد محیطی رضایت‌بخش برای کارکنان پلیس راهور، با بسیاری دیگر از مشکلات از جمله میزان غیبت، بی‌انگیزگی، بی‌حوصلگی



و کسالت، امراض جسمی و روحی مقابله کرد و محیطی مؤثر برای پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمانی را فراهم کرد.

✓ به مسئولان نیروی انتظامی و مدیران توصیه می‌شود با استفاده از پرسشنامه فضیلت سازمانی، نسبت به ارزیابی مداوم نیروی‌های انتظامی استان‌ها اقدام کنند تا با توجه به شناختی که از ابعاد فضیلت سازمانی به دست می‌آورند، گام‌های عملی برای بهبود عملکرد کارکنان و اوضاع سازمان تحت مدیریت خود بردارند.

✓ دست‌اندرکاران نیروی انتظامی و مدیران این سازمان‌ها، برای دستیابی به اهداف بهتر و والاتر، باید سازوکارهای تقویت فضیلت سازمانی به‌ویژه بعد «تسجام» را از طریق ایجاد تعامل و همکاری بین افراد، توجه به نیازهای مشترک گروه و توجه به هنجارهای گروه، همچنین بعد «خوش‌بینی سازمانی» از طریق تغییر و تنوع‌دادن به افکار، تقویت نفس و اراده و مبارزه با یأس و ناامیدی را در سازمان فراهم کنند. باید روحیه خوش‌بینی را در کارکنان تقویت نمایند. باید این احساس را در کارکنان سازمان ایجاد نمایند که آنها موفق خواهند شد، هرچند کارها چالشی‌تر و دشوارتر شود. البته خوش‌بینی واقع‌گرا و انعطاف‌پذیر مدنظر است.

به کارگیری سنجه‌های معتبر که در پژوهش‌های بین‌المللی آزمون شده و از روایی و پایایی لازم برخوردار بوده‌اند، نقطه قوت پژوهش حاضر است. این امر باعث تدقیق روایی سنجه‌ها و تأیید تعمیم‌پذیری این ابزارهای سنجش در محیط‌های سازمانی در ایران شده است و امید می‌رود که نتایج حاصل، در پژوهش‌های آتی تکمیل شود و زمینه تربیت، شناسایی، جذب و به کارگیری کارکنان و مدیرانی را فراهم نماید که هرچه بیشتر از عناصر تشکیل‌دهنده مثبت اندیشی و مثبت‌گرایی بهره‌مند شوند تا از آن طریق، زمینه ایجاد سازمان‌های مثبت‌گرا فراهم شود.

در این پژوهش ابعاد فضیلت سازمانی مورد بررسی قرار نگرفته است، لذا پیشنهاد می‌شود برای پژوهش‌های آتی اثر ابعاد فضیلت سازمانی بر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی و هویت‌یابی سازمانی مورد بررسی قرار گیرد. از آنجا که نوع هویت‌یابی کارکنان پلیس راهور با سازمان‌های بخش دولتی و بخش خصوصی دیگر ممکن است، متفاوت باشد پیشنهاد می‌شود این پژوهش در یک

سازمان دولتی دیگر انجام گیرد یا اینکه پژوهش به صورت هم‌زمان و به صورت تطبیقی در دو بخش خصوصی و دولتی انجام شود و یا از آنجا که سیاست‌های سازمان‌ها و نهادها در قبال حمایت از کارکنان متفاوت است، بهتر است این پژوهش در صنایع دیگر از جمله خودرو، بیمه و شرکت‌های هواپیمایی مورد بررسی قرار گیرد. بهتر است پژوهشگران پژوهش‌های آینده متغیرهای کنترل یعنی سطح تحصیلات، جنسیت، سابقه کاری و موارد مشابه را مورد بررسی قرار دهند؛ چراکه ممکن است نتایج براساس موارد ذکر شده، متفاوت باشد.

محدودیت کلی پژوهش حاضر این است که با توجه به اینکه جامعه آماری این پژوهش کارکنان پلیس راهور استان مازندران هستند، می‌باید به تفاوت‌هایی از لحاظ فرهنگی، ساختاری، محیطی آنها توجه کرد. بنابراین، تعمیم آن به سایر نهادها به سادگی امکان‌پذیر نیست. از آنجا که ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است، ماهیت خودارزیابی کارکنان ممکن است گرایش به تظاهر در پاسخ به سؤالات پژوهش را ایجاد کند و نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد.

## منابع

- الله‌یاری، محبوبه؛ حمیدی، مهرزاد؛ همتی‌نژاد، مهرعلی و الله‌یاری، فاطمه (۱۳۹۰). رابطه هویت‌سازمانی و عوامل اجتماعی - جمعیت‌شناختی با رفتار شهروندی سازمانی در ورزش. *فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی*، شماره ۹، بهار: ۹۵-۱۱۲.
- بهزادی، الهام؛ نعیمی، عبدالزهره و بشلیده، کیومرث (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضیلت سازمانی با رفتار مدنی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی در کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون. *مجله دستاوردهای روان‌شناختی*، دوره چهارم، شماره ۲، ۲۳۳-۲۵۶.
- حسن‌زاده ثمری، تورج و سفیدکار، سیده (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمان. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، دوره ۲۳، شماره ۷۶، زمستان: ۱۴۱-۱۵۵.
- حسینی، سیدمجتبی و دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۱). تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر تسهیم دانش: مطالعه نقش میانجی فرهنگ‌سازمانی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، دوره ۷ شماره ۲۸: ۱۳۰-۱۰۹.
- خشوعی، مهدیه و ساداتک نور، ابوالقاسم (۱۳۹۲). ساختار عاملی فضیلت سازمانی و نقش رفتار شهروندی سازمانی در آن. *دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، زمستان ۱۳۹۲، دوره ۱۴، شماره ۴ پاییزی ۵۴-۲۷-۳۵.
- دانایی‌فرد، حسن؛ خانف‌اللهی، احمد و حسینی، سیدمجتبی (۱۳۹۰). تأملی بر ارتقای تسهیم دانش در پرتو رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: وزارتخانه مسکن و شهرسازی و وزارتخانه راه و ترابری). *پژوهش‌های مدیریت*، سال چهارم، شماره ۱.
- شکاری، حمیده (۱۳۹۱). *طراحی و تبیین مدل مفهومی سازمان فضیلت‌گرا: مطالعه موردی دانشگاه‌های استان یزد (دانشگاه پیام‌نور، آزاد اسلامی و دانشگاه یزد)*؛ رساله دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه پیام‌نور مرکز.
- صنوبری، محمد (۱۳۸۷). رفتار شهروندی سازمانی، مفاهیم، تعاریف، ابعاد و عوامل مؤثر بر آن. *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*، سال پنجم، شماره ۱۶: ۹۷-۹۹.
- علی‌عسگری، فرخنده (۱۳۹۵). تأثیر هویت‌یابی سازمانی بر رابطه میان جامعه‌پذیری سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

فانی علی اصغر و آقازارتی، مهدی (۱۳۹۲)، شناسایی مؤلفه‌های شادی فردی و سازمانی و سنجش وضعیت این مؤلفه‌ها، **مدیریت فرهنگ سازمانی**، بهار، دوره ۱۱، شماره ۱: ۶۹-۸۸

نجاری، رضا و معارفی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی اثر مشارکت در تصمیم‌گیری گروهی بر سازمان شاد با فرض متغیر میانجی اعتماد سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه پیام‌نور استان خوزستان). **پژوهش‌های مدیریت عمومی**، ۹(۳۱): ۱۸۷-۲۰۴.

- Alizadeh, Z., Darvishi, S., Nazari, K. & Emami, M. (2012). Antecedents and Consequences of Organizational Citizenship Behavior (OCB). **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, 9(3), 494 – 505.
- Andrew, J., Oswald, E. P. & Daniel, S. (2010). Happiness and Productivity, **Department of Economics University of Warwick**.
- Atkins, P. W. B. & Parker, Sh. K. (2012). “Understanding Individual Compassion In Organizations: The Role Of Appraisals And Psychological Flexibility”. **Academy of Management Review**, 37(4), 524-546.
- Bright, D.S., Cameron, K.S. & Caza, A. (2006). “The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations”. **Journal of Business Ethics**, Vol. 64 No. 3, pp. 249-269.
- Burnette, Jeni L., Taylor, K. W. & Worthington, E. L. (2007). “Attachment and trait forgivingness: The mediating role of angry rumination”. **Personality and Individual Differences**, 42, 1585–1596.
- Cameron, K. & Winn, B. (2012). “**Virtuousness in organizations**”, in Cameron, K.S. and Spreitzer, G.M. (Eds), *The Oxford Handbook of Positive Organizational Scholarship*, Oxford University Press, New York, NY, pp. 231-243.
- Cameron, K. S., Bright, D. & Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. **American Behavioral Scientist**, 47(6), 766-791.
- Cameron, K.S. (2003). “**Organizational virtuousness and performance**”, in Cameron, K.S., Dutton, J.E. and Quinn, R.E. (Eds), *Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline*, Berrett-Koehler Publishers, Inc., San Francisco, CA, pp. 48-65.
- Castro, c., Armario, e. & Ruiz, M. (2004). The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty. **International journal of service industry management**, vol 15 n 1 pp 27 - 53.
- Çeri-Booms, M. (2012). “How Can Authentic Leaders Create Organizational Identification? An Empirical Study on Turkish Organizational Social Identification from a Leader-Follower Perspective”. **British Journal of Educational Psychology**, 73: 329-341.
- Chun, R. (2005). “Ethical Character and Virtue of organization, An Empirical Assessment and Strategic Implications“. **Journal of Business Ethics**, 57, 269-284.

- Cohen, D. (2003). **The happy organization**. Workplace News, Strategic Action Group, www.sagltd.com.
- Dekas, K. H., Bauer, T. N., Welle, B., Kurkoski, J. & Sullivan, S. (2013). "Organizational Citizenship Behavior". Version 2.0: **A review and Qualitative Investigation of OCBs for Knowledge Workers at Google and beyond**. CAD MANAGE PERSPECT, 27(3), 219-237.
- Dutton, M. V & Edmund, D. L (2007). A model of workplace happiness. **Journal of selection and development preview**, 23, pp. 9-14.
- Dyne, L.V. & Ang, S. (2005). "Organizational citizenship behavior of contingent workers in Singapore". **Academy of Management Journal**, 41(6), 692-703.
- Fischer, R., Ferreira, M. C., Van Meurs, N., Gok, K., Jiang, D. Y., Fontaine, J. R. & Hassan, A. (2017). Does organizational formalization facilitate voice and helping organizational citizenship behaviors? It depends on (national) uncertainty norms. **Journal of International Business Studies**, 1-10.
- Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. **International Journal of Management Reviews**, 12, 238-412.
- Gkorezis, P., Mylonas N. & Petridou E. (2011). "The Effect of Perceived External Prestige on Greek Public Employees' Organizational Identification Gender as a Moderator Management". **An International Journal**, Vol. 26, No. 8: 550-560.
- Glavas, A. & N.G. Lindsey (2012). "Is the Perception of 'Goodness' Good Enough? Exploring the Relationship between Perceived Corporate Social Responsibility and Employee Organizational Identification". **Journal of Business Ethics**, 114: 15-27.
- Guglielmi, D., Panari, C., Simbula, S. & Mazzetti, G. (2014). Is it possible to motivate teachers? The role of organizational identification. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 116, 1842-1847.
- Hackett, R.D. & Wang, G. (2012). Virtue and leadership an integrating conceptual framework founded in Aristotelian and Confucian perspectives on virtues. **Management Decision**, 50 (5): 868- 899.
- Hadjali, H. R., Salimi, M. (2012). investigation on the effect of organizational citizenship behaviors (OCB) toward customer-orientation: A case of Nursing home. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 57 ( 2012 ) 524 – 532.
- Kalemci Tuzun, I. (2009). The impact of identification and commitment on job satisfaction: The case of a Turkish service provider. **Management Research News**, 32(8), 728-738.
- Kemakorn. C. & Orapin, S. (2011). Happiness at Work of Employees in Small and Medium- sized Enterprises. **Thailand International Conference on Asia Pacific Business Innovation & Technology Management**, Available online at www.sciencedirect.com
- Kernodle, & Thomas, A. (2007). **Antecedents and Consequences of Organizational Citizenship Behavior: A Hierarchical Linear Modeling Study**. A Testis To The Faculty of The College of Business Administration of Tours University International in Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of Doctor of Philosophy In Business Administration.

- Lian, L.K. & Tui, L.G. (2012). Leadership Styles and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Effect of Subordinates' Competence and Downward Influence Tactics. **Journal of Applied Business and Economics** , 13(2), 59-96.
- Lucas, R. E. & Diener, E. (2004). **The happy worker**. Personality and work, 30.
- Luthans. F. Jensen. M. (2002). Hope: A New Positive Strength for Human Resource Development. **Human Resource Development Review**, 1(3): 304-322.
- Marique, G., Stinglhamber, F., Desmette, D., Caesens, G. & De Zanet, F. (2013). "The relationship between perceived organizational support and affective commitment: a social identity perspective". **Group & Organization Management**, Vol. 38 No. 1, pp. 68-100.
- Meara, N. M. (2001). Just and virtuous leaders and organizations. **Journal of vocational behavior**, 85(1), 112-132.
- Nakra, R. (2006). "Relationship between Communication Satisfaction and Organizational Identification: An Empirical Study Vision". **The Journal of Business Perspective**, 10 (2): 1254- 1268.
- Ngo, H.-Y., Loi, R., Foley, S., Zheng, X. & Zhang, L. (2013). "Perceptions of organizational context and job attitudes: the mediating effect of organizational identification". **Asia Pacific Journal of Management**, Vol. 30 No. 1, pp. 149-168.
- Nikandrou, I. & Tsachouridi, I. (2015a). "Towards a better understanding of the 'buffering effects' of organizational virtuousness' perceptions on employee outcomes". **Management Decision**, Vol. 53 No. 8, pp. 1823-1842.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M. & MacKenzie, S. B. (2006). **Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences**. Thousand Oaks: SAG.
- Podsakoff, N. P., Blume, B. D., Whiting, S. W. & Podsakoff, P. M. (2009). Individual and organizational - level consequences of organizational citizenship behaviors: a meta-analysis. **Journal of Applied Psychology**, 94 (1), pp 122 - 141.
- Rego, A., Riberio, N., & Cunha, M. (2011). "Perceptions of Organizational Virtuousness and Happiness as Predictors of Organizational Citizenship Behaviors". **Journal of Business Ethics**, Vol 93, pp: 215-235.
- Rego, A., Ribeiro, N. & Cunha, M.P. (2010). "Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors". **Journal of Business Ethics**, Vol. 93 No. 2, pp. 215-235.
- Restubog, S.L.D., Hornsey, M.J., Bordia, P. & Esposito, S.R. (2008). "Effects of psychological contract breach on organizational citizenship behaviour: insights from the group value model". **Journal of Management Studies**, Vol. 45 No. 8, pp. 1377-1400.
- Robbins, S.P. & T.A. Judge (2010). **Organizational behavior**, New Jersey Prentice Hall, 14<sup>th</sup> Edition.
- Salehzadeh, R., Shahin, A., Kazemi, A. & Shaemi Barzoki, A. (2015). Is organizational citizenship behavior an attractive behavior for managers? A Kano model approach. **Journal of Management Development**, 34(5), 601-620.

- Seligman, M. E. (2002). Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. **Handbook of positive psychology**, 2(2002), 3-12.
- Shen, Y., Jackson, T., Ding, C., Yuan, D., Zhao, L., Dou, Y. & Zhang, Q. (2014). "Linking perceived organizational support with employee work outcomes in a Chinese context: organizational identification as a mediator". **European Management Journal**, Vol. 32 No. 3, pp. 406-412.
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J. & Wang, H. (Eds.) (2010). **Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods, and Applications**. Dordrecht, London, New York.
- Wen Wu, S. (2010). Linking Bayesian networks and PLS path modeling for causal analysis. **Expert Systems with Applications**, 37, pp. 134-139.
- Wetzels, A. (2009). using pls path modeling for assessing hierarchical construct models. **MIS quarterly**, p. 177.