



Shahid Sattari Aeronautical University
of Science and Technology

Organizational Virtue Modeling in Service Organizations with the Approach of Promoting Organizational Innovation

Leila Tanha¹, Ehsan Sadeh², Zainol Abedin Amini Sabegh³, Alireza Afsharnejad⁴

Abstract

Background & Purpose: Innovation is used as an effective mechanism and an attractive goal for the sustainability and promotion of the legitimacy of government organizations and soft and hard approaches have always been used to achieve this goal. Therefore, in this research, the modeling of organizational virtue in service organizations with the approach of promoting organizational innovation is discussed.

Methodology: Based on the type of use, this research is applied and in terms of method, it is a kind of mixed-exploratory research. The statistical population in the qualitative section included 20 organizational experts and academic specialists, and in the quantitative section, it included 803 managers and judicial experts of Arak city. The data collection tool was semi-structured interviews in the qualitative part and questionnaires in the quantitative part. Coding technique was used in the qualitative part and structural equations modeling in the quantitative part to analyze the data.

Findings: Based on data analysis, 20 concepts and three individual, group and organizational subcategories were identified for the category of organizational virtue. Also, the results of quantitative analysis indicated the effect of organizational virtue in service organizations on organizational innovation with the mediating role of improving individual attitude and individual performance of employees.

Conclusion: Today, focusing on soft approaches to improve organizational innovation has become more attractive and has attracted the attention of those involved. Due to the non-cost nature of the soft approach, the results of this research can be used by the officials of the organization.

Keywords: *Virtue, Organizational Virtue, Judiciary, Grounded Theory.*

Citation: Tanha, Leila; Sadeh, Ehsan; Amini Sabegh, Zainol Abdin and Afsharnejad, Alireza.(2024). Organizational Virtue Modeling in Service Organizations with the Approach of Promoting Organizational Innovation. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, 7(23), 133-154.

1. Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch of Islamic Azad University, Saveh, Iran. E-mail: Tanha.I.1382@gmail.com

2. Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch of Islamic Azad University, Saveh, Iran. E-mail: E.sadeh@yahoo.com

3. Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch of Islamic Azad University, Saveh, Iran. E-mail: Dr.sajad.amini@yahoo.com

3. Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch of Islamic Azad University, Saveh, Iran. E-mail: A.afsharnejad1394@gmail.com



دانشکده مدیریت

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی
شاپای انتشار: ۷۱۱۲-۲۶۷۶
دوره ۷، شماره ۲۳
بهار ۱۴۰۳
صص ۱۳۳-۱۵۴

مدل‌سازی فضیلت سازمانی در سازمان‌های خدماتی با رویکرد ارتقای نوآوری سازمانی

لیلا تنها^۱، احسان ساده^۲، زین‌العابدین امینی سابق^۳، علی‌رضا افشارنژاد^۴

چکیده

زمینه و هدف: نوآوری به عنوان سازوکاری اثربخش و هدفی جذاب در جهت ماندگاری و ارتقای مشروعیت سازمان‌های دولتی به کار می‌رود و همواره از رویکردهای نرم و سخت برای تحقق این هدف استفاده شده است. از این رو، در این پژوهش به مدل‌سازی فضیلت سازمانی در سازمان‌های خدماتی با رویکرد ارتقای نوآوری سازمانی پرداخته شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش بر اساس نوع استفاده، کاربردی و از نظر روش، نوعی پژوهش آمیخته - اکتشافی است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۲۰ نفر از خبرگان سازمانی و متخصصان دانشگاهی و در بخش کمی نیز شامل ۸۰۳ نفر از مدیران و کارشناسان دادگستری شهر اراک بود. ابزار گردآوری داده‌های در بخش کیفی، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه بود. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از کدگذاری و در بخش کمی از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها: بر اساس تحلیل داده‌ها، تعداد ۲۰ مفهوم و سه مقوله فرعی فردی، گروهی و سازمانی برای مقوله فضیلت سازمانی شناسایی شد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل کمی بر تاثیر فضیلت سازمانی در سازمان‌های خدماتی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی ارتقای نگرش فردی و عملکرد فردی کارکنان دلالت داشت.

نتیجه‌گیری: امروزه تمرکز بر رویکردهای نرم جهت بهبود نوآوری سازمانی جذاب‌تر شده و مورد توجه دست‌اندرکاران قرار گرفته است. به دلیل ماهیت غیرهزینه‌ای رویکرد نرم، نتایج پژوهش حاضر می‌تواند مورد استفاده مسئولین سازمان قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: فضیلت، فضیلت سازمانی، قوه قضاییه، تئوری داده‌بنیاد.

استناد: لیلا، تنها؛ ساده، احسان؛ امینی سابق؛ زین‌العابدین و افشارنژاد، علی‌رضا، (۱۴۰۳). مدل‌سازی فضیلت سازمانی در سازمان‌های خدماتی با رویکرد ارتقای نوآوری سازمانی. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۷(۲۳)، ۱۳۳-۱۵۴.

۱. گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران. رایانامه:

Tanha.L1382@gmail.com

۲. گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران. رایانامه:

E.sadeh@yahoo.com

۳. گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران. رایانامه:

Drsajadami@yahoo.com

۴. گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران. رایانامه:

A.afsharnejad1394@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹

نویسنده مسئول مقاله: احسان ساده

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/QJIMDO.2024.430819.1647

مقدمه

امروزه تکامل تاریخی در حوزه ارتقای سوآوری، نوآوری، کارفرینی و بقای سازمان‌ها به لحاظ تئوری و عملی تحت تأثیر نیرویی قدرتمند قرار گرفته است؛ نیرویی که اگر به درستی هدایت و اداره شود، توانایی لازم برای منجر شدن به ژرف‌ترین نتایج و پیامدها را دارا است (چان^۱، ۲۰۰۵). اگرچه در چند دهه اخیر، این باور رایج بوده که این نیرو تناسب چندانی با جهان کسب و کار ندارد و همچنین منحصرأ در ادبیات عامه‌پسند مورد بحث و گفتگو قرار می‌گرفت (اوزن^۲، ۲۰۱۸)، اما اکنون موضوع تحقیق و پژوهش جدی در بسیاری از حوزه‌ها و قلمروهای دانشگاهی و علمی قرار گرفته است. این نیروی عظیم و ژرف، چیزی جز «فضیلت‌گرایی» نیست؛ به گونه‌ای که اداره و هدایت آن در سازمان، از مهم‌ترین فعالیت‌های آینده مدیریت خواهد بود (زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه سازمان‌ها با کارکنان رشد یافته‌ای مواجه‌اند که خواستار کار بامعنا، هدف‌مند و ایجاد محیط‌های کاری مساعد برای پرورش خلاقیت و استعدادهای خویش جهت بالندگی هستند (مگنیر^۳ و همکاران، ۲۰۲۰).

اصطلاح «فضیلت‌گرایی در کار و سازمان» توصیف‌کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پر حرارت و با انرژی هستند؛ کارشان آنان 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، بالا رفتن احساس تکامل شخصی و بالندگی کارکنان پیوند خورده است. از این رو، ورود فضایل به سازمان‌ها، چالش قرن بیست و یکم تلقی می‌شود و مدیران باید با این پدیده‌ی نوپا دست و پنجه نرم کنند. تا چند دهه اخیر مفهوم فضیلت با جامعه علمی تناسب چندانی نداشت (چان، ۲۰۰۵) و بیشتر مرتبط با حوزه‌های فلسفه، مذهب و خدمات اجتماعی بود تا دنیای سازمان و سود و کسب و کار. تحقیقات دانشگاهی اندک توجهی به فضائل در حوزه سازمان نمی‌کردند تا اینکه مدیران اجرایی با فشارهای اقتصادی و تقاضاهای متنوع ذینفعان روبرو شدند و فقدان ویژگی‌های سازمانی‌ای که افراد را به سمت شهروندانی بهتر، مسئولیت، فرهیختگی، نوع‌دوستی، مدنیت، قدرت تحمل و اخلاق کاری فراخواند در تحقیقات تجربی سازمانی احساس شد (فرناندو و مور^۴، ۲۰۱۵). با توجه به تغییرات کنونی، سازمان‌ها دریافته‌اند که نباید تنها نگران سودآوری خود باشند. سازمان‌ها به نیازهای جامعه بسیار حساس شده‌اند و حساسیت آن‌ها نسبت به

¹. Chun

². Ozen

³. Magnier

⁴. Fernando and Moore

سودآوری کاهش یافته است (کاتریژ و همکاران^۱، ۲۰۱۵). با این توصیف، امروزه ارزش‌هایی نظیر کارایی، کنترل و سودآوری به‌تنهایی برای هدایت سازمان‌ها به‌سوی آینده‌ای پایدار کافی نیستند. اینجاست که ارزش‌های والاتر مطرح می‌شوند. این ارزش‌های والاتر، فضائل هستند که می‌توانند به سازمان‌ها در رسیدن به نتایج ارزشمند و معنادار و ماورای موفقیت‌های مالی کمک کنند (سیسون، بیباوت و فرارو^۲، ۲۰۱۷). فضیلت در سازمان، به دلیل نقش انکارناپذیری که در عملکرد و کارایی سازمان دارد، مورد توجه بیشتر سازمان‌ها قرار گرفته است (مور، ۲۰۱۷). در پژوهش‌هایی بیان شد که فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی، خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی، سرمایه اجتماعی، عملکرد سازمانی، با ایجاد عشق، همدلی کارکنان، بهبود توان اخلاقی، اراده و تحمل در برابر دشواری‌ها، سلامت، شادمانی و انعطاف‌پذیری، افزایش تعهد، بهره‌وری، کیفیت، سود و مشتری‌مداری ارتباط مثبت و معناداری دارد (سین، دیوید، میکیلینی^۳، ۲۰۱۸؛ کامرون، برایت و کازا^۴، ۲۰۰۴؛ مورون، باومیستر^۵، ۲۰۰۰؛ کامرون، داتون^۶، ۲۰۰۳). بنابراین؛ ورود فضیلت به حوزه مطالعات سازمانی اجتناب‌ناپذیر است.

کارشناسان اخلاق یا متخصصان در امر اخلاق سازمانی، دیدگاه و نگرش جدیدی نسبت به جنبه‌های اخلاقی و متعالی در سازمان‌ها دارند (مگنیرو همکاران، ۲۰۲۰ و زین‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۷). فضیلت سازمانی از جمله مفاهیم مهم سازمانی است که در سال‌های اخیر در علوم سازمانی مورد توجه قرار گرفته است و به آن دسته از بافت‌های سازمانی اشاره دارد که در آن، فضیلت‌ها (از جمله انسانیت، درستی و اعتماد) هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی مورد حمایت قرار می‌گیرند و نیز پرورش، انتشار و تداوم می‌یابند (کامرون و همکاران، ۲۰۰۶). سازمانی که در آن فضیلت سازمانی در جریان خواهد بود، به‌طور مطلوبی در برابر چالش‌ها پیروز خواهد بود. از عملکردهای مثبت فضیلت سازمانی گسترش توانایی سازمان در مقابله با مشکلات عمده‌ای است که سازمان با آن مواجه می‌شود و گسترش فضیلت سازمانی از تأثیرات منفی این مشکلات می‌کاهد (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

در شرایط کنونی رعایت نشدن معیارهای اخلاقی از ابعاد مختلف نگرانی‌های زیادی را

1. Chatterjeet et al

2. Sison, Beabout and Ferrero

3. Singh, David and Mikkilineni

4. Cameron, Bright and Caza

5. Muraven and Baumeister

6. Cameron and Dutton

در بخش‌های دولتی به وجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را واداشته تا در جستجوی میناهای نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. نابسامانی‌های اخلاقی از جمله فساد اداری، بی‌اعتمادی، اختلاس، استفاده از اموال عمومی برای نیل به اهداف شخصی، رشوه و ... به کرات در سازمان‌های دولتی کشورهای جهان سوم و به‌خصوص ایران مشاهده می‌شود (عابدی، کوشکی و زین‌آبادی، ۱۳۹۵) برخی از متخصصان به دلیل پیامدهای مهم فضیلت سازمانی، تحقیق در باب فضیلت سازمانی را در برنامه‌های تحقیقاتی خود قرار داده‌اند. فضیلت سازمانی به سازمان‌ها در بازسازی خود در زمان مواجه با بحران کمک می‌کند (برایت و همکاران، ۲۰۰۶). این مهم همچنین باعث سازمان‌دهی صحیح نیروی انسانی می‌شود (کامرون و وین، ۲۰۱۲). مشاهده فضیلت سازمانی ممکن است باعث ایجاد یک هیجان مثبت در انسان‌ها شود، ارتباط مثبت با فردی که فضیلت سازمانی دارد ایجاد می‌شود و زمینه‌هایی را ایجاد می‌کند که افراد بتوانند برای دیگران نیز سودمند باشند (کامرون، ۲۰۰۳). مطالعات همچنین نشان داده‌اند که فضیلت سازمانی می‌تواند واکنش‌هایی را در کارکنان ایجاد نماید که بتوانند در سازمان خود در مواقع بحران و مشکلات و حجم کار نقش آفرینی نمایند و سختی‌ها را تحمل کنند (نیکان درو و ساچوریدی، ۲۰۱۵). این هیجانات مثبتی که توسط فضیلت سازمانی ایجاد می‌شود باعث می‌شود که افراد محترم باشند و تصاویر مثبتی از هویت سازمانی داشته باشند و تنها برای پول کار نکنند و به نوعی باعث بهبود رفتار سازمانی شهروندی می‌شود (ریبریو و رگو، ۲۰۰۹). آن همچنین باعث می‌شود که افراد در محیط کار دارای اعتماد، بخشش، صداقت و ... باشند که به نوعی خود باعث بهبود معنویت در محیط کار می‌شود (نسیم و همکاران، ۲۰۲۰؛ مجید و همکاران، ۲۰۲۰).

در قانون اساسی ج.ا.ایران، ماهیت قوه قضاییه از معنای لفظی‌اش دور نیافتاده و می‌توان ماهیت این قوه را در «قضاوت کردن» خلاصه کرد. این قوه در طول چند دهه گذشته از دو بحران اصلی در مورد وظایف و اختیاراتش رنج برده است: یکی در ارتباط با «امور اجرایی و کنترل آن» و دومی در خصوص «موجه‌سازی قوانین». در خصوص امور اجرایی، شأن خود را به خاطر سیطره پوزیتیویسم حقوقی تا حد یک کارگزار اجرایی و اداری تقلیل داده و نوعی از نارضایتی عمومی را در خصوص شکایت از دستگاه‌های اجرایی موجب شده است. این مهم نیازمند آن است این قوه با تاسی از مفهوم نوپدید فضیلت‌گرایی زمینه

¹. Cameron and Winn

². Nikandrou and Tsachouridi

ارتقای سازمان و نوآوری سازمانی را به وجود آورده و انگیزه‌های کارکنان خود را در موضوعاتی فراتر از انگیزه‌های مادی قرار دهد. کسب موفقیت بر اساس این رویکرد مستلزم توجه فزاینده به مفهوم فضیلت سازمانی در قوه قضاییه و کنکاش پژوهشی عمیق آن است. مطالعه پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که عمده تلاش‌ها بر پیشایندها و پیامدهای فضیلت سازمانی متمرکز نموده و از مطالعه‌ای جامع در قالب مدل‌سازی فضیلت سازمانی در راستای نوآوری سازمانی غفلت شده است. در مطالعات مختلف به تاثیر فضیلت سازمانی بر نوآوری پرداخته شده است اما این که فضیلت سازمانی از طریق چه مکانیزمی موجبات نوآوری سازمانی را فراهم می‌نماید در کمتر پژوهشی مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، سؤال اصلی پژوهش حاضر آن است که مفهوم فضیلت سازمانی مشتمل بر چه ابعاد و مولفه‌هایی است و فضیلت سازمانی از طریق چه سازکاری موجب نوآوری سازمانی می‌شود؟.

پیشینه پژوهش

سازمان‌های امروزی گرایش و تمایل بیشتری به سمت فضائل اخلاقی و انسانی پیدا کردند و با تاکید بر فضائل می‌کوشند تا خلأهای اخلاقی و عاطفی را تکمیل نمایند. سازمان‌های گذشته بر مسائل و مشکلات خود، غلبه بر موانع، جدال با رقبای، از بین بردن شکاف‌ها و دستیابی به اثربخشی، بهره‌وری و سودمندی بیشتر تاکید می‌کردند و کمتر به شناسایی جنبه‌های مثبتی می‌پرداختند که باعث شکوفایی، رشد و حیات سازمان می‌شد. اما سازمان‌های امروزی متوجه شدند که نباید فقط نگران سود خود باشند، بلکه باید به نیازهای جامعه حساس‌تر بوده و ارزش‌های والاتر مانند فضائل را مد نظر قرار دهند (داوسون، ۲۰۰۹). فضیلت سازمانی یکی از مفاهیم مهم و نسبتاً جدید سازمانی برگرفته از رویکرد روانشناسی مثبت‌نگر است که به دلیل نقش موثری آن در سازمان‌ها و عملکرد شغلی مورد توجه مدیران و پژوهشگران قرار گرفته است (زلاتیو و روگرز، ۲۰۲۰).

نسبت دادن خصیصه فضیلت به سازمان، بیانگر آن است که سازمان توانمندی لازم را برای ایجاد، تقویت و حمایت از فعالیت‌های پرهیزکارانه و فضیلت‌محور در اعضای خود داراست. فضیلت در سازمان، به رفتار برتر و متعالی افراد در سازمان‌ها اشاره دارد و آن دسته از ویژگی‌های سازمانی، خاستگاه فضیلت سازمانی هستند که به ظهور رفتارهای متعالی از

1. Dawson

2. Zlatev and Rogers

سوی اعضای سازمان منجر شوند (رگو و همکاران^۱، ۲۰۱۱). فضیلت سازمانی، جزء اصول اصلی سازمان‌ها است و انگیزه‌های اجتماعی و مبادلات اجتماعی را به عنوان واسطه‌های موازی رابطه بین سازمانی بررسی می‌کند. دونادا و همکاران^۲ (۲۰۱۷) یکی از اولین اندیشمندی هستند که در زمینه مفهوم‌سازی فضیلت سازمانی تلاش کردند. آنان، فعالیت‌های جمعی را خصیصه‌های فرهنگی یا فرآیندهایی دانسته‌اند که قادرند ویژگی‌های سازمانی فضیلت‌محور را اشاعه داده و تداوم بخشند. مایر^۳ (۲۰۱۶) اعتقاد دارد که فضایل فقط متعلق به ادبیات الهی و فلسفی هستند که اغلب به عنوان "ادراک" شناخته می‌شوند (کامرون، بریت و کازا^۴، ۲۰۱۸)

فضایل، بیانگر ویژگی‌هایی اخلاقی هستند که به عنوان عامل انگیزاننده، راهنما و تصحیح‌کننده رفتارهای اخلاقی در مسیر دستیابی به هدف در نظر گرفته می‌شوند. به عقیده نجف بیگی و همکاران (۱۳۹۳) نیز رعایت نشدن معیارهای اخلاقی از ابعاد مختلف، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی به وجود آورده است. نابسامانی‌های اخلاقی از جمله فساد اداری، بی اعتمادی، اختلاس، استفاده از اموال عمومی برای نیل به اهداف شخصی، رشوه و مواردی از این قبیل، به کرات در کشورهای جهان سوم و از جمله ایران مشاهده می‌شود (نجف بیگی و همکاران، ۱۳۹۳). به عقیده شاپول^۵ (۲۰۱۹)، فضیلت به حالت تعالی در شخصیت انسان یا سازمانی اشاره دارد و به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از رفتارهای سوءمدیریتی جلوگیری کند. در چنین سازمانی که فضیلت و جنبه‌های اخلاقی آن بین افراد سازمانی وجود دارد، به دلیل نقش موثر آن در سازمان‌ها و به خصوص تاثیر آن بر روی عملکرد کارکنان مورد توجه قرار می‌گیرد. رگو و همکاران (۲۰۱۱) نیز معتقدند فضیلت با شکوفایی فردی، شخصیت اخلاقی، قدرت خودکنترلی، انعطاف‌پذیری، اهداف معنادار و اصول متعالی ارتباط دارد (رگو و همکاران^۶، ۲۰۱۱). دنهارت (۱۹۹۱) نیز معتقد است فضیلت باید به عنوان مبنای اخلاقیات در خدمات دولتی باشد (فروتنی و همکاران، ۱۳۹۸).

نوآوری؛ نوآوری سازمانی فرآیند ایجاد و اجرای ایده‌ها، محصولات، خدمات یا شیوه‌های جدید در یک سازمان است و اغلب به عنوان محرک اصلی مزیت رقابتی، رشد و عملکرد در

1. Rego et al

2. Donada., Mothe, Nogatchewsky, and de Campos

3. Meyer

4. Cameron, Braigh, Caza

5. Shapoval,

6. Rego et al

نظر گرفته می‌شود. نوآوری سازمانی فرآیند استفاده از خلاقیت و ایده‌های جدید برای بهبود وضعیت سازمان است. این روشی است که کارمندان را تشویق می‌کند تا خارج از چارچوب فکر کنند و راه حل‌های جدیدی را برای مشکلات ارائه دهند. افزایش تهدیدها از یک سو و استفاده از فرصت‌ها از سوی دیگر در محیط متشنج و غیرقابل پیش‌بینی، سازمان‌ها را با جزر و مدهای شدید روبرو می‌سازند و آنها را به سوی تغییر و نوآوری به چالش می‌کشاند. در محیط‌های بسیار پیچیده و پویای امروزین نوآوری عامل تواناساز سازمان برای خلق ارزش و حفظ مزیت رقابتی به شمار می‌رود (سابرامانیام و یانت^۱، ۲۰۰۵). در چنین شرایطی وجود رقابت فزاینده، دگرگونی‌های شدید محیطی، نااطمینانی محیطی، و تغییرات فناورانه سازمان‌ها را وادار کرده تا نوآوری را به عنوان رکن اصلی راهبرد سازمان برگزینند. در چنین شرایطی سازمان‌ها نه تنها به بهسازی فرایندهای جاری خود توجهی ویژه دارند بلکه به شناسایی فرصت‌های بالقوه جدید برای بهبود قوت‌ها و پایدارسازی بهره‌وری خود نیز تاکید دارند (شیپرز و استورم^۲، ۲۰۱۹). نوآوری را می‌توان به عنوان پذیرش ابزار، سیستم، سیاست، برنامه، فرایند، محصول یا خدمت جدید پنداشت که می‌تواند از درون سازمان ایجاد شود یا از خارج سازمان کسب شود و برای سازمان جدید است. این تعریف جامع از نوآوری اغلب گونه‌های آن را در بر می‌گیرد. نوآوری می‌تواند با رویکرد از پایین به بالا انجام شود که در این حالت مبتنی بر و برخاسته از فرهنگ سازمانی است یا با رویکرد از بالا به پایین انجام شود که نمایانگر رویکرد مدیریتی بینش‌محور است (البلوشی و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

از دیدگاه جیمنز و همکاران^۴ (۲۰۰۸) مولفه‌های تشکیل‌دهنده نوآوری سازمانی عبارتند از: (۱) نوآوری تولیدی (بهره‌برداری موفق از ایده‌های جدید): فرایندی است که شامل طراحی فنی، تحقیق و توسعه، تولید، مدیریت و فعالیت‌های مورد نیاز برای ارائه محصولات جدید یا بهبود یافته است. (۲) نوآوری اداری (بر درون سازمان تاکید و توجه دارد): به فرایندهای اداری، کنترل بودجه و نیروی انسانی سازمان توجه دارد (جانتر^۵، ۲۰۰۶). (۳) نوآوری فرایندی (ایجاد فرایندی جدید یا بهبود فرایند فعلی): این نوآوری به ایجاد روش تولید جدید یا بهبود یافته اشاره دارد و شامل تغییر در روش‌ها، تجهیزات یا فناوری است (تان و ناسوردین^۶، ۲۰۱۱).

1. Subramaniam and Youndt

2. Scheepers and Storm

3. Alblooshi et al.

4. Jimens et al.

5. Jantz

6. Tan and Nasurdin

پیشینه تجربی

در پیشینه پژوهش مطالعاتی در زمینه فضیلت سازمانی، ماهیت و مفهوم‌شناسی و پیشایندها و پیامدهای آن انجام شده است. در ادامه به برخی از مهمترین آنها اشاره می‌شود:

ردیف	محقق	عنوان	روش	یافته‌ها
۱.	بی‌همتا و همکاران (۱۴۰۱)	طراحی و تبیین الگوی پسایندها و پیشایندهای فضیلت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی	آمیخته - تمام خبرگان در حوزه آموزش - مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته	سه عامل موثر بر فضیلت سازمان شامل عوامل سازمانی، فردی، محیطی و پیامدهای سازمانی شناسایی شدند.
۲.	حسین پور، معتمد و مشایخ (۱۴۰۰)	عوامل تأثیرگذار بر فضیلت سازمانی بر اساس آموزه‌های ایرانی و اسلامی با رویکرد دیمتل و تحلیل مضمون	آمیخته - منداب نوشدتاری مدرتبدا فضیلت سدازمانی - فیش برداری	۱۶۵۹ کدباز و ۱۴ کد محوری برای فضیلت سازمانی بر اساس آموزه‌های ایرانی و اسلامی استخراج گردید که در نهایت بعد ۴ (روابط بین فردی، مدیریت و رهبری، فرهنگ سازمانی و ویژگی‌های شخصیتی) و ۱۴ مؤلفه (کد محوری) و ۶۵ شاخص (کدباز) برای فضیلت سازمانی بر اساس آموزه‌های ایرانی و اسلامی استخراج گردید
	نظری و همکاران (۱۳۹۹)	تدوین مدل فضیلت سازمانی در سازمان‌های ورزشی	کیفی داده بنیاد - خبرگان دانشگاهی و افراد صاحب نظر - مصاحبه	نتایج نشان داد با طبقه بندی ۴۲ مفهوم به دست آمده، ۱۳ مقوله فرعی شکل گرفت که در مرحله کدگذاری نظری در ۴ مقوله اصلی عوامل سازمانی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل شغلی طبقه بندی گردید
	جلیل زاده و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی تعیین کننده‌های ارتقای فضیلت سازمانی در مراکز آموزشی درمانی شهر تبریز	کمی - اعضای هیئت علمی و کارکنان و کارشناسان بانک توسعه تعاون شهر اصفهان - مصاحبه	بر اساس نتایج حاصل از تخمین مدل رگرسیون خطی، حدود ۶۰ درصد تغییر در فضیلت سازمانی با متغیرهای مستقل موجود در مدل توضیح داده می‌شود
	یزدانی و همکاران (۱۳۹۸)	طراحی الگوی اثربخش سازمان‌های فضیلت‌گرا	آمیخته - ۳۶۲ نفر از مراکز آموزشی درمانی شهر تبریز - پرسشنامه	الگوی سازمان فضیلت‌گرا در قالب ۱۰ مؤلفه رهبری مشارکتی، تیم‌محوری، تعهد و حمایت مدیران، پشتیبانی ساختاری، راهبردهای سازمانی، ارتباطات سازمانی، اسناد بالادستی، پویایی محیطی و زیرساخت‌های فناورانه و ۶۷ شاخص استخراج گردید.
	بهزادی و همکارانش (۱۳۹۲)	رابطه فضیلت سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی، وفاداری سازمانی و بهزیستی معنوی	کمی - کارکنان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون - پرسشنامه	یافته‌ها به نقش و اهمیت فضیلت سازمانی در پیش‌بینی پیامدهای سازمانی تأکید دارد
	ترکیان و کریمی (۱۳۹۸)	مدل روابط بین فضیلت و وفاداری سازمانی با بهزیستی روان‌شناختی و اشتیاق شغلی	کمی - معلمان دوره متوسطه دوم شهر اصفهان - پرسشنامه	بین فضیلت و وفاداری سازمانی با اشتیاق شغلی و بهزیستی روان‌شناختی رابطه مثبت معناداری وجود دارد
	فروتنی و همکاران (۱۳۹۸)	سنجش تأثیر فضیلت سازمانی بر خلاقیت فراشناختی	کمی - دبیران مدارس متوسطه دخترانه شهرخوی - پرسشنامه	فضیلت سازمانی و سه مؤلفه آن بر خلاقیت فراشناختی معلمان تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری دارند
	کیانی و همکاران (۱۳۹۷)	تدوین مدل عملکرد شغلی بر اساس فضیلت سازمانی	کمی - کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران - پرسشنامه	عملکرد شغلی توانست اثر معناداری بر فضیلت سازمانی کارکنان وزارت ورزش و جوانان داشته باشد

توانمندی‌های هوش معنوی و هوش هیجانی سازمان را مسئولیت‌پذیرتر و بافضیلت‌تر نمود	کمی - سرپرستان و مسئولین حوزه معاونت معدن و فرآوری مس سرچشمه - پرسشنامه	رابطه فضیلت سازمانی به‌عنوان یک مؤلفه اخلاقی با هوش معنوی، هوش هیجانی و تعهد سازمانی	و تابلی همکاران (۱۳۹۶)
پنج عامل اصلی رهبری، فرهنگ سازمانی، منابع انسانی، ساختار و فرایند و توجه به ذینفعان به‌عنوان مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا شناسایی شدند.	آمیخته - دانشگاه‌های منتخب استان یزد - مصاحبه	مدل ساختاری سازمان فضیلت‌گرا در دانشگاه‌های منتخب استان یزد	و ضماینی و شکاری (۱۳۹۵)
فضیلت سازمانی تا ۶۰ درصد از معنویت در محیط کار را پیش‌بینی کرد	کمی - ۲۵۰ نفر از کارکنان بخش ارتباطی پاکستان - پرسشنامه	تأثیر فضیلت سازمانی روی معنویت در محیط کار با نقش میانجی حمایت سازمانی	و نسیم همکاران (۲۰۲۰)
فضیلت سازمانی تا ۶۵ درصد از تعهد سازمانی را پیش‌بینی کرد	کمی - کارکنان بخش تولیدی - پرسشنامه	بررسی تأثیر فضیلت سازمانی روی تعهد سازمانی	و مجید همکاران (۲۰۲۰)
ارتباط شش مؤلفه‌ی فضیلت سازمانی (یکدلی، گرمی، درستی، داشتن وجدان، شهامت و غیرت) با رضایت بخشی، شناسایی و تمایز تأیید شد.	کمی - ۲۴۵۸ پرسشنامه بین کارکنان و مشتریان ۷ سازمان دولتی در آمریکا - پرسشنامه	فضیلت و عملکرد سازمانی یک مطالعه تجربی روی کارکنان و مشتریان	چان (۲۰۱۸)
فضیلت سازمانی اثرات مثبتی روی رضایت شغلی و همچنین رفتار سازمانی معلمان داشت.	کمی - ۴۰۳ نفر از معلمان - پرسشنامه	اثرات فضیلت سازمانی بر رضایت شغلی	و کوشکی عابدی و زین‌آبادی (۲۰۱۶)
فضیلت سازمانی اثرات مثبتی روی رضایت شغلی، عدم تصمیم برای ترک شغل و همچنین حمایت از سازمان دارد	کمی - ۴۸ نفر - پرسشنامه	حرکت بسوی درک بهتر اثرات ختنی‌کننده فضیلت سازمانی بر بازدهی و عملکرد کارکنان	و نیکاندورو ساچوریدینی (۲۰۱۵)
نتایج مطالعه حاکی از تأثیر مثبت فضیلت سازمانی روی رفتار سازمانی شهروندی بود	کمی - ۲۱۶ نفر از ۱۴ سازمان - پرسشنامه	تأثیر فضیلت سازمانی و شادمانی بر رفتار شهروندی	و رگو و همکاران (۲۰۱۲)

بر اساس ادبیات می‌توان گفت که رابطه بین فضیلت سازمانی و نگرش شخصی به هم پیوسته است و می‌تواند از طرق مختلف بر یکدیگر تأثیر بگذارد. به چند نکته اساسی در این بین باید توجه نمود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۸):

۱. همسویی ارزش‌ها: فضیلت سازمانی منعکس‌کننده ارزش‌ها و اصول اخلاقی است که توسط یک سازمان حمایت می‌شود. وقتی افراد به یک سازمان می‌پیوندند، نگرش‌ها و ارزش‌های شخصی خود را با خود همراه می‌کنند. اگر بین ارزش‌های شخصی فرد و فضیلت سازمان همسویی وجود داشته باشد، می‌تواند به احساس تعلق، تعهد و انگیزه قوی‌تری منجر شود. از سوی دیگر، ناهماهنگی ارزش‌ها ممکن است تنش و نارضایتی ایجاد کند.
۲. تأثیر بر رفتار: نگرش‌ها و باورهای شخصی می‌تواند رفتار فرد را در سازمان شکل دهد. اگر فردی دارای فضایل شخصی قوی مانند صداقت، درستکاری و انصاف باشد، احتمال بیشتری دارد که این رفتارها را در کار و تعامل با همکاران، مشتریان و سهامداران نشان دهد.

این می‌تواند به یک فرهنگ سازمانی مثبت و ترویج شیوه‌های اخلاقی کمک کند.

۳. تأثیر سازمانی بر نگرش‌های شخصی: محیط سازمانی شامل فرهنگ، رهبری و سیاست‌های آن می‌تواند در طول زمان بر نگرش‌های شخصی فرد تأثیر بگذارد. اگر سازمانی رفتار اخلاقی را در اولویت قرار دهد و آن را ترویج کند، می‌تواند نگرش کارکنان خود را شکل دهد و آنها را تشویق به اتخاذ ارزش‌ها و فضایل مشابه کند. این می‌تواند به یک چرخه فضیلت‌مند منجر شود که در آن نگرش‌های شخصی با فضیلت سازمان همسو می‌شود و رفتار اخلاقی را تقویت می‌کند.

۴. تصمیم‌گیری اخلاقی: نگرش‌های شخصی نقش مهمی در تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمان ایفا می‌کند. افرادی که دارای فضایل شخصی قوی هستند، حتی در موقعیت‌های چالش برانگیز، به احتمال زیاد انتخاب‌های اخلاقی دارند. هنگامی که یک سازمان فرهنگ فضیلت را پرورش می‌دهد و از تصمیم‌گیری اخلاقی حمایت می‌کند، می‌تواند همسویی بین نگرش‌های شخصی و فضیلت سازمانی را بیشتر تقویت کند (بی‌همتا و همکاران، ۱۴۰۱). رابطه بین فضیلت سازمانی و عملکرد شخصی می‌تواند معنادار باشد. هنگامی که یک سازمان رفتار اخلاقی را اولویت‌بندی می‌کند و آن را ترویج می‌کند، می‌تواند بر عملکرد شخصی کارکنان خود به روش‌های زیر تأثیر مثبت بگذارد (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۸):

۱. انگیزه و رضایت شغلی: کارکنانی که در سازمانی کار می‌کنند که برای فضیلت سازمانی ارزش قائل است، به احتمال زیاد در نقش خود احساس انگیزه و رضایت می‌کنند. رفتار اخلاقی یک محیط کاری مثبت ایجاد می‌کند، حس هدف و معنا را در کار کارکنان تقویت می‌کند که می‌تواند رضایت شغلی و انگیزه آنها را برای عملکرد خوب افزایش دهد.

۲. رهبری اخلاقی: فضیلت سازمانی اغلب با رهبری اخلاقی شروع می‌شود. هنگامی که رهبران رفتار اخلاقی را ترویج می‌کنند، الگوی مثبتی برای کارمندان ایجاد می‌کند تا از آن پیروی کنند. رهبران اخلاقی اعتماد را القا می‌کنند، راهنمایی روشن ارائه می‌کنند و محیطی حمایتی ایجاد می‌کنند که می‌تواند عملکرد شخصی کارکنان را افزایش دهد.

۳. اعتماد و همکاری: فضیلت سازمانی باعث تقویت اعتماد در میان کارکنان می‌شود. هنگامی که کارکنان به همکاران خود و سازمان اعتماد دارند، به احتمال زیاد به طور مؤثر همکاری می‌کنند، دانش را به اشتراک می‌گذارند و از یکدیگر حمایت می‌کنند. این محیط مشارکتی می‌تواند به بهبود عملکرد شخصی منجر شود زیرا کارکنان می‌توانند از نقاط قوت و تخصص یکدیگر استفاده کنند.

۴. تصمیم‌گیری اخلاقی: سازمان‌هایی که فضیلت را در اولویت قرار می‌دهند، اغلب چارچوب‌ها و دستورالعمل‌های اخلاقی را برای تصمیم‌گیری صحیح در اختیار کارکنان قرار

می‌دهند. هنگامی که کارکنان به ابزارها و پشتیبانی لازم برای انتخاب‌های اخلاقی مجهز شوند، می‌تواند با کاهش معضلات اخلاقی، افزایش مهارت‌های تصمیم‌گیری و ارتقای صداقت در اعمال‌شان، بر عملکرد شخصی آنها تأثیر مثبت بگذارد.

۵. رشد و توسعه حرفه‌ای: سازمان‌هایی که برای فضیلت سازمانی ارزش قائل هستند اغلب در برنامه‌ها و فرصت‌های توسعه کارکنان سرمایه‌گذاری می‌کنند. با ارائه آموزش و منابع برای افزایش آگاهی و مهارت‌های اخلاقی، کارکنان می‌توانند به صورت حرفه‌ای پیشرفت کنند که می‌تواند به عملکرد شخصی و پیشرفت شغلی آنها کمک کند (بی‌همتا و همکاران، ۱۴۰۱). با توجه به نقش میانجی عملکرد فردی و نگرش‌های کارکنان به عنوان نتیجه ارزشمند فضیلت سازمانی و نقش متغیرهای مذکور در ترغیب کارکنان به نوآوری، مدل نهایی پژوهش بر این اساس تدوین شد که فضیلت سازمانی از طریق بهبود نگرش‌های فردی و ارتقای عملکرد کارکنان باعث رشد نوآوری سازمانی می‌گردد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر نتیجه، توسعه‌ای و از نظر نوع استفاده پژوهشی کاربردی و از نظر نوع داده از نوع آمیخته-اکتشافی است. در گام اول پژوهش، ابعاد و مولفه‌های فضیلت سازمانی تدوین شد و در گام بعد تأثیر آن بر نوآوری سازمانی از طریق نقش میانجی نگرش فردی و عملکرد کارکنان بررسی شد. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و اجرایی در دادگستری شهر اراک بود. نمونه‌گیری به صورت هدف‌مند و از نوع گلوله برفی انجام شد. پس از انجام بیست مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. برای گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و عمیق استفاده شد. روایی مصاحبه‌ها از طریق تطبیق‌پذیری توسط مصاحبه شونده‌ها، بررسی همکار، بررسی زوجی مشارکت دادن سه نفر از مصاحبه شونده‌ها در فرایند کدگذاری انجام شد. برای پایایی مصاحبه‌ها نیز از روش بازآزمون (ضریب کاپای کوهن) استفاده شد که طی آن سه مورد از مصاحبه‌ها در بازه زمانی دو هفته تکرار شد و ضریب به دست آمده برابر با ۰.۸۲ محاسبه گردید. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از راهبرد داده‌بنیاد نظام‌مند استفاده شد. در بخش کمی جامعه آماری شامل کلیه کارکنان دادگستری استان مرکزی به تعداد ۸۰۳ بودند که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان تعداد ۲۶۰ به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان حجم نمونه تعیین شدند. برای گردآوری داده‌ها در بخش کمی از پرسشنامه فضیلت سازمانی، عملکرد فردی کارکنان، نگرش‌های فردی کارکنان و نوآوری سازمانی استفاده شد. برای سنجش گویه‌ها از طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از معیارهای روایی ظاهری و روایی محتوا تایید شدند. روایی ظاهری و روایی محتوایی ابزار

تحقیق از طریق دریافت نظرات گروه خبرگان، اساتید راهنما و مشاوران و تعدادی از کارشناسان در چند نوبت و انجام اقدامات اصلاحی لازم مورد تأیید قرار گرفت. برای تأیید پایایی ابزار تحقیق نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضریب به میزان ۰/۹۲ محاسبه شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار پی‌ال‌اس استفاده شد.

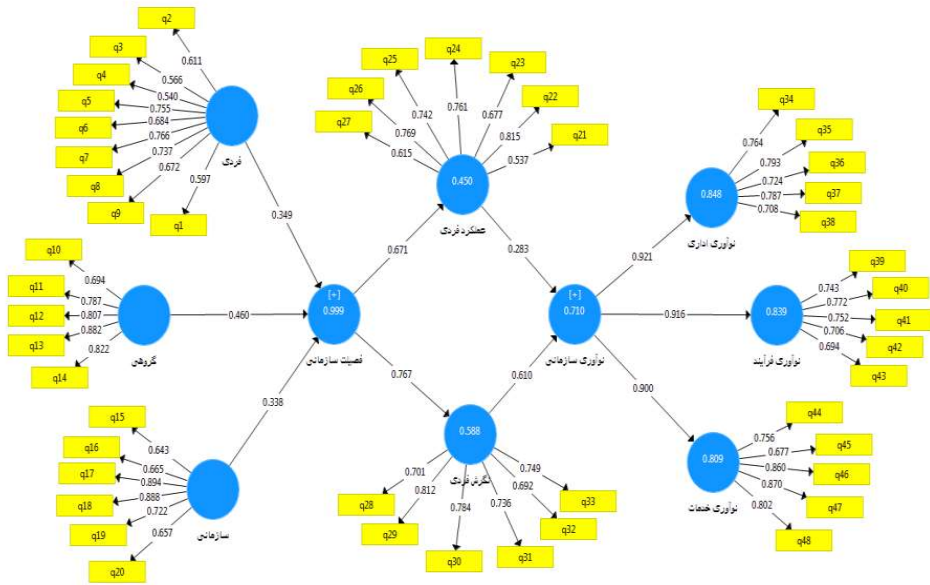
یافته‌های پژوهش

در بخش کیفی به روش تئوری داده‌بنیاد و کدگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی شناسایی شدند که یافته‌های حاصل از آن در جدول ۱ نشان داده شده است.

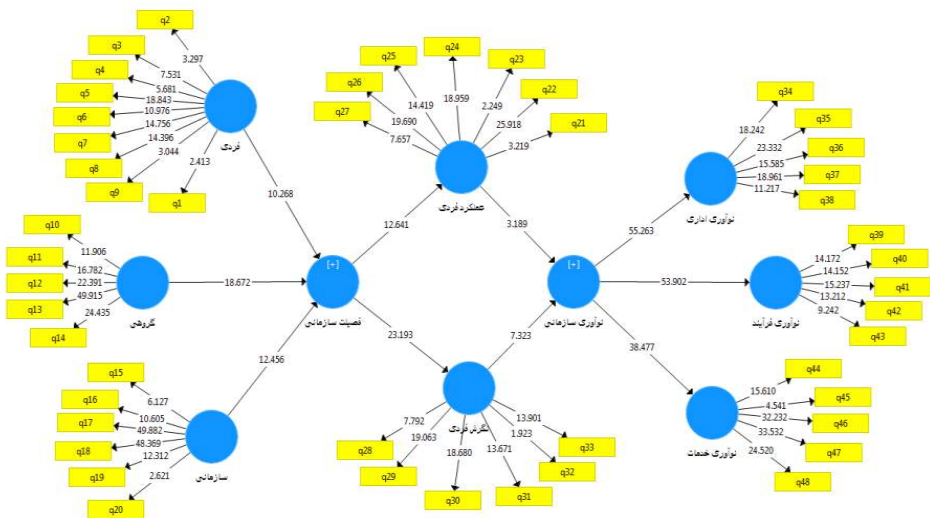
جدول ۲. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله اصلی
۱.	همدلی	فردی	فضیلت سازمانی
۲.	تواضع و فروتنی		
۳.	بخشنده‌گی		
۴.	خوش بینی		
۵.	سعه صدر		
۶.	قانون مندی		
۷.	خدمتگزاری		
۸.	مثبت اندیشی		
۹.	خویشتر داری		
۱۰.	احترام متقابل	گروهی	
۱۱.	اعتماد بین فردی		
۱۲.	ارتباط دوسویه		
۱۳.	درک متقابل		
۱۴.	سازگاری درون گروهی		
۱۵.	اعتماد سازمانی	سازمانی	
۱۶.	عدالت سازمانی		
۱۷.	نظم و انضباط سازمانی		
۱۸.	منفعت گرایی عامه		
۱۹.	شایسته سالاری		
۲۰.	توجه به کرامت انسانی		

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می شود بر اساس کدگذاری انجام شده، بیست مفهوم اصلی و سه مقوله فرعی فردی، گروهی و سازمانی در قالب مفهوم فضیلت سازمانی شناسایی شدند. در گام بعد به بررسی تاثیر فضیلت سازمانی بر نوآوری سازمانی از طریق نقش میانجی نگرش فردی کارکنان و عملکرد کارکنان پرداخته می شود. به منظور تحلیل مدل از معادلات ساختاری رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. شکل ۱ مدل ساختاری تحقیق را در حالت تخمین استاندارد و شکل ۲ در حالت اعداد معناداری نشان می دهد.



شکل ۱. مدل اندازه گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری ضرایب استاندارد

بر اساس شکل ۱، بارهای عاملی به دست آمده بزرگ‌تر از ۰/۵ بوده و مطابق شکل ۲ اعداد معناداری مشاهده شده نیز بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، لذا معناداری مدل اندازه‌گیری تحقیق تایید می‌شود. همچنین به منظور بررسی برازش مدل به بررسی روایی و پایایی مدل اقدام شد. تمامی مقادیر دو آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی از ۰/۷ بیشتر شد و پایایی مدل اندازه‌گیری پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. در بخش روایی نیز آزمون میانگین واریانس استخراجی برقرار شد و مقدار آن برای تک تک متغیرها بیشتر از ۰/۵ به دست آمد و روایی همگرا تأیید گردید. مقادیر پایایی و روایی همگرا در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. مقادیر روایی و پایایی مدل

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
مولفه فردی	۰/۷۲۳	۰/۷۹۶	۰/۵۲۰
مولفه گروهی	۰/۸۵۹	۰/۸۹۹	۰/۶۴۱
مولفه سازمانی	۰/۷۲۱	۰/۷۹۲	۰/۵۴۳
فضیلت سازمانی	۰/۸۷۰	۰/۸۹۳	۰/۵۳۵
نگرش فردی	۰/۷۷۷	۰/۸۴۳	۰/۵۲۳
عملکرد فردی	۰/۷۱۹	۰/۷۸۲	۰/۵۱۲
نوآوری اداری	۰/۸۱۲	۰/۸۶۹	۰/۵۷۱
نوآوری فرآیندها	۰/۷۸۶	۰/۸۵۴	۰/۵۳۹
نوآوری خدمات	۰/۸۱۴	۰/۸۷۳	۰/۵۸۸
نوآوری سازمانی	۰/۹۱۸	۰/۹۲۹	۰/۵۱۹

به منظور بررسی روایی واگرا نیز از شاخص فورنل لارکر استفاده شد که مقادیر آن در جدول ۳ نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود مقادیر روی قطر جدول (جذر میانگین واریانس استخراج شده) برای هر متغیر بیشتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها است، بنابراین روایی رواگرایی مدل تأیید می‌شود.

جدول ۳. مقادیر روایی واگرا (شاخص فورنل لارکر)

متغیرها	مولفه فردی	مولفه گروهی	مولفه سازمانی	فضیلت سازمانی	نگرش فردی	عملکرد فردی	نوآوری اداری	نوآوری اداری	نوآوری خدمات	نوآوری سازمانی
مولفه فردی	۰/۷۲۱									
مولفه گروهی	۰/۶۳۴	۰/۷۹۴								
مولفه سازمانی	۰/۷۱۱	۰/۶۷۹	۰/۷۳۶							
فضیلت سازمانی	۰/۶۹۲	۰/۶۵۵	۰/۷۲۰	۰/۷۳۱						
نگرش فردی	۰/۶۰۳	۰/۷۲۹	۰/۶۹۰	۰/۷۱۰	۰/۷۲۳					
عملکرد فردی	۰/۶۲۹	۰/۷۳۹	۰/۶۳۶	۰/۷۱۳	۰/۶۰۹	۰/۷۱۵				

			۰/۷۵۵	۰/۷۰۳	۰/۶۱۱	۰/۶۳۸	۰/۶۹۱	۰/۶۵۵	۰/۶۷۷	نوآوری اداری
		۰/۷۳۴	۰/۷۳۹	۰/۶۸۸	۰/۵۷۸	۰/۶۲۹	۰/۶۸۰	۰/۷۱۱	۰/۷۱۰	نوآوری فرآیندها
	۰/۷۶۶	۰/۷۱۰	۰/۷۲۰	۰/۷۰۹	۰/۵۹۸	۰/۶۸۳	۰/۶۳۹	۰/۷۱۸	۰/۶۷۷	نوآوری خدمات
۰/۷۲۰	۰/۷۴۵	۰/۶۹۰	۰/۶۳۰	۰/۶۱۲	۰/۶۸۱	۰/۶۲۹	۰/۵۹۷	۰/۵۹۰	۰/۶۰۷	نوآوری سازمانی

مطابق با جدول ۴، کیفیت مدل کلی پژوهش با دو آزمون نکوئی برازش و ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده بررسی شد. نکوئی برازش با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب یعنی کیفیت ضعیف، متوسط و قوی مقایسه شد و نشان داد کیفیت مدل کلی پژوهش قوی است. همچنین مقادیر آزمون SRMR نیز کمتر از ۰/۰۸ شد.

جدول ۴. شاخص‌های پیش‌بینی‌کنندگی کیفیت مدل کلی پژوهش

GOF	SRMR
$GOF = \sqrt{AVE} \times R^2$	Estimated Model=۰/۰۶۴
$GOF = \sqrt{0.548} \times 0.749 = 0.640$	Saturated Model=۰/۰۶۱

پس از حصول اطمینان از برازش مناسب مدل به آزمون روابط بین متغیرهای مدل (آزمون فرضیه‌ها) پرداخته می‌شود. جدول ۵ نتایج تحلیل مسیر را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	آماره t	سطح خطا	ضرایب مسیر	فرضیه‌ها
تأیید	۱۲/۶۴۱	۰/۰۰۰	۰/۶۷۱	H1. فضیلت سازمانی ← عملکرد فردی
تأیید	۲۳/۱۹۳	۰/۰۰۰	۰/۷۶۷	H2. فضیلت سازمانی ← نگرش فردی
تأیید	۳/۱۸۹	۰/۰۰۰	۰/۲۸۳	H3. عملکرد فردی ← نوآوری سازمانی
تأیید	۷/۳۲۳	۰/۰۰۰	۰/۶۱۰	H4. نگرش فردی ← نوآوری سازمانی
تأیید	۲/۷۸۳	۰/۰۰۰	۰/۱۹۰	H5. فضیلت سازمانی ← عملکرد فردی ← نوآوری سازمانی
تأیید	۵/۴۶۲	۰/۰۰۰	۰/۴۶۷	H6. فضیلت سازمانی ← نگرش فردی ← نوآوری سازمانی

بر اساس جدول ۵، تمامی روابط پیش‌بینی شده در مدل ساختاری تحقیق معنادار هستند. نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی اثر مثبت و معناداری بر نگرش فردی و عملکرد فردی دارد. همچنین تاثیر مثبت و مستقیم عملکرد فردی و نگرش فردی بر نوآوری سازمانی تایید شد. به علاوه نتایج نشان داد که فضیلت سازمانی اثر غیرمستقیم و معناداری (از طریق نگرش فردی و عملکرد فردی) بر نوآوری سازمانی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف مدل‌سازی فضیلت کارکنان با رویکرد ارتقای نوآوری سازمانی در قوه قضاییه انجام گرفت. نتایج تحقیق حاکی از شناسایی بیست مفهوم اصلی و سه مقوله فرعی فردی، گروهی و سازمانی در قالب مفهوم فضیلت سازمانی بود. همچنین، نتایج بخش کمی

نشان داد که فضیلت سازمانی از طریق ارتقای عملکرد فردی کارکنان و بهبود نگرش‌های فردی کارکنان موجب توسعه نوآوری سازمانی می‌شود.

بر اساس تحلیل داده‌ها، فضیلت سازمانی در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی دسته‌بندی شد. در سطح فردی می‌توان به مفاهیم همدلی، تواضع و فروتنی، بخشندگی، خوش بینی، سعه صدر، قانون‌مندی، خدمتگزاری، مثبت‌اندیشی و خویش‌تن داری و در سطح گروهی می‌توان به مفاهیم احترام متقابل، اعتماد بین فردی، ارتباط دوسویه و درک متقابل و سازگاری درون گروهی و در سطح سازمانی می‌توان به مفاهیم اعتماد سازمانی، عدالت سازمانی، نظم و انضباط سازمانی، منفعت‌گرایی عامه، شایسته‌سالاری و توجه به کرامت انسانی اشاره نمود. بر اساس ادبیات و پیشینه پژوهش، موارد مذکور رفتارها، عادات، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی هستند. در سطح فردی این رفتارها و تمایلات موضوعاتی هستند که در خود فرد وجود داشته و در سطح فردی هستند و تمرین و تقویت آنها زمینه بروز عملکرد بهینه و نتایج فضیلت سازمانی را فراهم می‌نماید. مفاهیم سطح گروهی به موضوعات بین فردی اشاره داشته و نهادینه‌سازی این رفتارها، عادات و اعمال موجبات رشد فضایل اخلاقی را به همراه خواهد داشت. همچنین، موضوعات سطح سازمانی تا حدودی به نظامات سازمانی و مفاهیمی اشاره دارد که همه افراد و واحدها را متأثر نموده و وجود آنها می‌تواند نوعی جریان معنوی در کل سازمان ایجاد نماید. یافته‌های مقوله محوری با یافته‌های پژوهش کاظمی و همکاران (۱۳۹۸)، کمرون (۲۰۰۳ و ۲۰۰۴)، نجف بیگی و همکاران (۱۳۹۳) و حسین پور، مشایخ و معتمد (۱۴۰۰) همراستا است.

بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر برای مدیران تامین اجتماعی ارائه می‌شود؛
با توجه به نتایجی که در این تحقیق به دست آمد پیشنهاد می‌گردد در راستای ارتقاء سطح فضیلت سازمانی، برای کلیه کارکنان سازمان دوره‌های آموزشی در نظر گرفته شود تا از طریق بر پایی این دوره‌ها برای همه افراد سازمان فرصت‌هایی جهت درک مشکلات واقعی و باور به توانایی خود برای عمل کردن بر اساس ارزش‌های تعیین شده، به کمک بحث‌های عمیق در محیط کار فراهم شود. تبدیل شدن فعالیت‌های اخلاقی در سازمان‌های دولتی به عنوان ابزار خودنمایی یا ریاکاری و پایبند نبودن مدیران ارشد به اخلاق محوری، چرخه منفی را در قوه قضائیه رقم زده است. در این راستا می‌توان بیان داشت که بازنگری در فرهنگ سازمانی و استراتژی‌های سازمانی می‌تواند راهگشا باشد. همچنین به منظور افزایش تعهد سازمانی باید اقداماتی را به منظور افزایش درک از فضیلت سازمانی انجام دهند و به این منظور مدیران باید اعتماد و اطمینان و احترام کارکنان به یکدیگر را افزایش دهند، برای این منظور مدیران می‌توانند منشور اخلاقی جدید در سازمان خود تعریف کنند و حتی برای

هر واحد نیز اختصاصاً منشور اخلاقی در نظر بگیرند. داشتن صداقت و رازداری مدیران باعث افزایش درک از فضیلت‌سازمانی خواهد شد و نیز مدیران می‌توانند از متخصصانی جهت سخنرانی جهت آموزش اعتمادسازی استفاده نمایند. رشد چنین ویژگی‌هایی در افراد باعث افزایش وفاداری شان به سازمان می‌شود. انجام همین موارد و برگزاری گردهمایی‌های آموزشی نیز توصیه می‌گردد زیرا تا مدیران آموزش نبینند نمی‌توانند آن را پیاده‌سازی کنند لذا مسئولین قوه می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی در جهت تقویت فضیلت‌سازمانی در دادگستری‌ها اقدام نمایند تا موجبات افزایش تعهد سازمانی کارکنان فراهم آید، برگزاری دوره‌های آموزشی روابط انسانی و سازمانی جهت ایجاد ارتباط اثر بخش نیز می‌تواند روند توسعه محیط کاری با فضیلت جهت تعهد بیشتر به کارشان را سرعت بخشد.

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؛ مثلاً به اعضای دیگر تیم کمک کنند، داوطلب اضافه کار شوند، از کشمکش‌های غیرضروری اجتناب کنند، همان‌قدر که برای خودشان اهمیت قائل‌اند، برای قوانین و مقررات نیز اهمیت قائل شوند، و با مشکلات و ناملایماتی که گاه و بیگاه در محیط کار رخ می‌دهد، به خوبی مدارا 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، کارآیی سازمان‌هایی که چنین کارمندانی دارند، از سازمان‌های دیگر بالاتر است.

ارتقاء ارزش‌های اخلاقی که تحت عنوان فضیلت‌سازمانی از آن یاد شد می‌تواند از طریق درک خودباوری، مهارت‌های اجتماعی و حمایت‌های محیطی پرورش یابد. از این رو به مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود در راستای ارتقاء سطح فضیلت‌سازمانی، برای کلیه کارکنان سازمان اعم از مدیر و کارمند دوره‌های آموزشی در نظر گرفته شود تا از طریق برپایی این دوره‌ها برای همه افراد سازمان فرصت‌هایی جهت درک مشکلات واقعی و باور به توانایی خود برای عمل کردن بر اساس ارزش‌های تعیین شده، به کمک بحث‌های عمیق در محیط کار فراهم شود. افراد باید فرصت بهبود مهارت‌های زندگی سالم مثل ارتباطات قاطع، گوش دادن همدلانه، کمک کردن به دیگران و درخواست کمک کردن از دیگران، خودارزیابی، تصمیم‌گیری، مدیریت هیجانات و تفکر انتقادی داشته باشند لذا جو روانی سازمان باید استفاده از این مهارت‌ها را مورد حمایت قرار دهد و در کاهش ارزش‌های منفی مانند دروغ، کلاهبرداری، چاپلوسی، نفاق و غیره، و بهبود ارزش‌های اخلاقی مثبت مانند صداقت، راستگویی، انصاف، امانتداری، تعهد و شهامت که پیش شرط همکاری اعضا بوده تلاش نموده لذا پیشنهاد می‌گردد با فراهم ساختن محیطی مناسب جهت همکاری و شناخت

بیشتر کارکنان و مدیران، اعتماد اعضا را افزایش دهند.

پیشنهاد می‌شود در بستر ایجاد ارتباطات دوطرفه با کیفیت و شبکه ارتباطات غیر رسمی سودمند در سازمان، احساسات مثبت کارکنان نسبت به سازمان را افزایش دهند. پیشنهاد می‌شود مدیران با اتخاذ تمهیدات و اقدامات مناسب در ایجاد فضای بخشش و خوش‌بینی در کار به همراه درگیری و فعالیت شادمانه، در ارتقاء سطح تعهد سازمانی کمک کنند.

ایجاد و تقویت خوش‌بینی سازمانی با تعیین اهداف ژرف و عمیق منطقی و قابل دسترس، تقویت اعتماد سازمانی از طریق حاکم نمودن فرهنگ احترام و توجه مدیران به کارکنان و کارکنان به مدیران، تقویت شفافیت سازمانی از طریق پرورش حس مسئولیت‌پذیری متقابل و همدردی بین کارکنان با یکدیگر، تقویت انسجام سازمانی با نهادینه کردن درستکاری، قابلیت اعتماد و احترام در بین کارکنان، تقویت بخشش سازمانی با پذیرفتن پشیمانی حاصل از اشتباهات و در نظر گرفتن اشتباهات به عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری معنادار نمودن کار برای کارکنان بوسیله قدردانی از کارکنان بخاطر کاری که انجام می‌دهند. حمایت و تقویت از مشارکت کارکنان در امور، تقویت و رشد سرمایه اجتماعی سازمان.

پیشنهاد می‌گردد افرادی که دارای ویژگی‌های همراستا با ارزش‌های فضیلت سازمانی هستند به کارگیری شوند. بر این اساس باید ابزارهای مناسبی در زمان استخدام طراحی شوند و در مواقع استخدام از آنها استفاده شود. همچنین، توصیه می‌شود ارزش‌های معنوی و همراستا با فضیلت سازمانی در اسناد بالادستی و راهبردی سازمان تدوین شده و برای افراد درون سازمان شفاف‌سازی شوند. این ارزش‌ها باید در تمام سطوح سازمان جاری‌سازی شوند و در تار و پود سازمان نهادینه گردند.

توصیه می‌شود فعالیت‌های سازمان در قالب کارهای میان‌بخشی طراحی شوند و از این طریق تیم‌سازی و جمع‌گرایی در سازمان تقویت شود. جمع‌گرایی موجب نزدیکی بیشتر اعضای سازمان شده و با ترویج اعتماد متقابل زمینه رشد فضایل اخلاقی شامل توجه به کرامت انسانی، انسانیت و انسان‌گرایی، مشارکت‌پذیری، دوراندیشی، انتقادپذیری، و مراودات اجتماعی مبتنی بر اخلاق در سطح فردی، گروهی و سازمانی را به وجود آورد.

سبک مدیریت و رهبری متناسب با رشد فضیلت اخلاقی باید به ترویج ارزش‌های هنجاری کمک کند. ارزش‌های هنجاری را می‌توان در حاکمیت ارزش‌های مردم‌سالاری، نفی سودمندگرایی، حکمرانی شرافتمندانه، اعتدال‌گرایی و آزادی و آزادی‌جستجو نمود. بنابراین، تعمیق ارزش‌های هنجاری و فاصله گرفتن از عقلانیت ابزاری در سطح جامعه می‌تواند زمینه بروز فضیلت را در سطح سازمان تقویت نماید. به مدیران توصیه می‌شود با تأیید حق حاکمیت مردم هر چه بیشتر بر ابزارهای مدیریت مشارکتی اتکا نمایند.

مدیران منابع انسانی باید با طراحی مشاغل جمع‌گرا و تقویت بعد اجتماعی در طراحی مشاغل زمینه اعتماد و احترام متقابل را فراهم نموده و سازمان را به فضایی انسانی‌تر تبدیل نمایند و همزمان می‌توانند با پذیرش رفتار رهبری تحول‌گرا، کاهش رسمیت، ایجاد تعارضات سازنده از طریق فعالیت‌های تیمی موجبات نهادینه‌سازی فضیلت سازمانی را فراهم نمایند. برای ادامه مسیر پژوهش حاضر، حوزه‌های زیر به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود: آسیب‌شناسی وضعیت موجود فضیلت سازمانی در قوه قضاییه، طراحی الگوی عملیاتی اندازه‌گیری و استقرار فضیلت سازمانی در قوه قضاییه، طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی با رویکرد حاکمیت فضیلت سازمانی در قوه قضاییه.

منابع

- Abedi Koshki, S. and Zainabadi, H.R. (2015). The role of organizational virtue of schools in the organizational citizenship behavior of teachers: testing the direct effect and indirect effect with the mediation of job satisfaction. *Educational Leadership and Management Quarterly*, 10(4), 125-140.
- Abedi Koushki, S., Zainabadi, H.R. and Naveh Ebrahim, A. (2016). Investigating the role of organizational virtue of schools in the organizational citizenship behavior of teachers: findings of a quantitative research in secondary schools of Karaj City. *A New Approach in Educational Administration*, 8(1), 195-208.
- Alblooshi, M., Shamsuzzaman, M. and Haridy, S.(2021). The Relationship between Leadership Styles and Organisational Innovation: A Systematic literature Review and Narrative Synthesis. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 338-370.
- Behzadi, E., Naami, A, and Beshlideh, K. (2012). Investigating the relationship between organizational virtue and organizational civic behavior, organizational loyalty and spiritual well-being among the employees of Kazerun Oil and Gas Exploitation Company. *Journal of Psychological Achievements*, 20(2), 233-256.
- Bihamta H., Beikzad J., Mojallal Chobooglo, M. A.and Abdollahfam, R.(2012). Designing and explaining the pattern of consequences and antecedents of organizational virtue in the social security organization. *Journal of Managing Education in Organizations*, 11(4), 231-261.
- Cameron, K. S.(2003). *Organizational Virtuousness and Performance*. In K. S Cameron, J. Dutton, & R. E. Quinn (Eds), *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*, (48–65). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Cameron, K., Mora, C., Leutscher, T. and Calarco, M.(2011). Effects of Positive Practices on Organizational Effectiveness. *Journal of Applied Behavioral Science*, 47(3). 266-308

- Cameron, K. and 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, 231-243
- Chatterjee, N. and Das, N.(2015) Key Psychological Factors as Predictors of Entrepreneurial Success: A Conceptual Framework. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21,102.
- Chun, R. (2005). Ethical Character and Virtue of Organization: An Empirical Assessment and Strategic Implications. *Journal of Business Ethics*. 57 (3), 269-284
- Dawson, D. (2009). Conflicting Stories of Virtue in UK Healthcare: Bringing Together Organizational Studies and Ethics. *Business Ethics: A European Review*, 18(2), 95-109.
- Fernando, M., and Moore, G.(2015). MacIntyrean virtue ethics in business: A cross-cultural comparison. *Journal of Business Ethics*, 132(1), 185–202.
- Frootani, Z., Barhani, A. and Yazdanmehr, F. (2018). Investigating the effect of organizational virtue on metacognitive creativity of teachers. *Innovation and Creativity in Humanities*, 9(2), 133-163
- Jalilzadeh, A., Bahloli, N., Rahimi, Gh. and Najaf-Qolidost, A. (2018). Investigating the determinants of promoting organizational virtue in educational and therapeutic centers of Tabriz city. *Public Organizations Management*, 7(4), 155-164.
- Jantz, R. C. (2017). Creating the Innovative Library Culture: Escaping the Iron CAGE through Management Innovation. *New Review of Academic Librarianship*, 23(4), 323-328.
- Jimenez-Jimenez, D. and Sanz-Valle, R. (2008). Could HRM Support Organizational Innovation?. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(7), 1208-1221.
- Hassanzadeh Samrin, T. and Sefidkar, S. (2014). Investigating the relationship between organizational virtue and organizational citizenship behavior. *Management Studies in Development and Evolution*, 23(76), 141-155.
- Hosseinpour, E., Motamed, H., and Mashayekh, P. (2021). Factors affecting organizational virtue based on Iranian and Islamic teachings with Dimtel's approach and theme analysis. *Educational Administration Research*, 3(47), 261-280.
- Kayani, M., Shabani Bahar, Gh., Erfani, N. and Momeni Piri, S. (2017). Development of a job performance model based on organizational virtue among the employees of the Ministry of Sports and Youth of the Islamic Republic of Iran. *Strategic Studies of Sport and Youth*, 17(42), 53-72.
- Magnier-Watanabe, R., Uchida, T., Orsini, P. and Benton, C.(2020). Organizational Virtuousness, Subjective Well-Being, and Job Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12, 115-138.
- Majeed, N., Chandni, K., Jamshed, S. and Moosa, K. (2020). Authentic Leadership in Determining Employee's Organizational Commitment: The

- Mediating Role of Knowledge Sharing and Organizational Virtuousness. *Academic Journal of Social Sciences*, 4(4), 815-834.
- Najaf Beigi, R. Musa Khani, M., Danesh Fard, K., Delavar, A. and Mehrami, M. (2013). Designing the ideal model to promote organizational excellence in Iran's government organizations. *Public Management Research*, 7(2), 47-66.
- Naseem, R, Akhtar, Q., and Akram, M.(2020). Impact of Organizational Virtuousness on Workplace Spirituality with the Mediating Role of Perceived Organizational Support. *Journal of Management and Research*, 7(2), 75-103.
- Nikandrou, I. and Tsachouridi, I.(2015). Towards a Better Understanding of the Buffering Effects of Organizational Virtuousness' Perceptions on Employee Outcomes, *Management Decision*, 53(8), 1823-1842.
- Ozen, F. (2018). The Impact of the Perception of Organizational Virtue on the Perception of Organizational Happiness in Educational Organizations. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 13(4), 124-140
- Rego, A., Ribeiro, N. and Cunha, M.P.(2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 215-235.
- Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M.P. and Jesuino, J.C.(2011), How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship, *Journal of Business Research*, 64(5), 524-532.
- Scheepers, C. B. and Storm, C. P.(2019). Authentic Leadership's Influence on Ambidexterity with Mediators in the
- Tabeli, H., Moradi Shahrabak, M.R. and Irannejad Parisi, S.J. (2016). Analyzing the relationship of organizational virtue as a moral component with spiritual intelligence, emotional intelligence and organizational commitment. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 12(1), 154-160.
- Tan, C. L. and Nasuridin, A. M.(2011). Human Resource Management Practices and Organizational Innovation: Assessing the Mediating Role of Knowledge Management Effectiveness. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 9(2), pp155-167.
- Turkian, B. and Karimi, F. (2018). The model of relationships between virtue and organizational loyalty with psychological well-being and job enthusiasm (case study: secondary school teachers in Isfahan city). *Knowledge and Research in Applied Psychology*, 20(3), 55-64.
- Yazdani, H. Hafizi, Sh. and Gholami, A. K. (2018). Designing an effective model of virtuous organizations. *Management Studies in Development and Evolution*, 29(98), 57-83.
- Zain Abadi, H. R., Arasteh, H.R. Naveh Ebrahim, A. and Dehghanizadeh, M. (2017). Designing and explaining the model of the antecedents of organizational virtue in public universities of Yazd province. *Journal of Medical Education and Development* , 13(3), 284-303.

- Zlatev, J.J. and Rogers, T. (2020). Returnable Reciprocity: Returnable gifts are more effective than unreturnable gifts at promoting virtuous behaviors. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161(Suppl), 74–84.
- Zamaheni, M. and Shekari, H. (2015). Structural model of virtue-oriented organization in selected universities of Yazd province. *Public Organizations Management*, 4(15), 49-62.