

# ارتباط گرایش به کار آفرینی با عملکرد کارکنان: تاکید بر نقش واسطه فضیلت اخلاقی کارکنان

حامد محمدی شهرودی<sup>۱</sup>، دکتر سید محمد باقری<sup>۲\*</sup>، فرشته صادقی<sup>۱</sup>

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲. گروه علمی حسابداری و مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۷، تاریخ پذیرش: ۹۶/۸/۸)

## چکیده

زمینه: در دنیای فرا رقابتی کنونی، سازمان‌ها بدون توجه به اندازه‌شان برای رسیدن به حداکثر بهره‌وری، ناگزیرند عملکرد انسانی و در نتیجه عملکرد سازمانی خود را بهبود بخشند که این امر نیازمند توجه به عوامل بسیاری است. از جمله این عوامل می‌توان به گرایش به کارآفرینی و فضیلت اخلاقی کارکنان که از ابعاد اخلاق است، اشاره کرد. لذا هدف تحقیق حاضر بررسی نقش واسطه فضیلت اخلاقی کارکنان در ارتباط ابعاد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان است. روش: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش، پیمایشی-همبستگی است. این پژوهش در یکی از شرکت‌های فعال در زمینه تولید، بسته‌بندی، توزیع و فروش انواع نان در شهر مشهد که در سال ۱۳۹۵ تعداد اعضای جامعه آماری آن ۱۴۵ نفر بوده است، صورت گرفت. نمونه تحقیق ۱۰۸ نفر از این افراد تعیین شد که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه‌های عملکرد کارکنان، گرایش به کارآفرینی و فضیلت اخلاقی کارکنان می‌باشد. به منظور تحلیل داده‌های پژوهش نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت‌پی.آل.اس استفاده شد. یافته‌ها: ارتباط ابعاد گرایش به کارآفرینی با فضیلت اخلاقی کارکنان و عملکرد کارکنان مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر این ارتباط فضیلت اخلاقی کارکنان بر عملکرد کارکنان نیز تأیید شد. همچنین از طریق معادلات ساختاری، نشان داده شد که ابعاد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان از طریق نقش جزئی متغیر میانجی فضیلت اخلاقی ارتباط مثبت و معنی‌داری داشته و مدل، برازندگی قابل قبولی دارد. نتیجه‌گیری: نتایج تحقیق حاکی از آن است که فضیلت اخلاقی کارکنان و گرایش به کارآفرینی متغیرهای پیش‌بینی کننده خوبی برای عملکرد سازمانی می‌باشند و سازمان بایستی زمینه لازم جهت آموزش و تقویتان متغیرها را فراهم نماید.

کلیدواژه‌گان: عملکرد کارکنان، گرایش به کارآفرینی، فضیلت اخلاقی کارکنان.

## سر آغاز

به تجربیات گذشته کاهش یافته است، سازمان‌ها به منظور افزایش و بهبود عملکرد خود نیازمند عوامل بسیاری هستند که یکی از آنها فضیلت اخلاقی<sup>۱</sup> است. فضایل را می‌توان به عنوان ویژگیهای محوری تعریف کرد که توسط فیلسوفان اخلاق و متفکرین مذهبی ارزشگذاری شده‌اند. این موارد شامل شش گروه عمده می‌شوند که عبارتند از فرزاندگی، شجاعت، انسانیت، عدالت، اعتدال و تعالی و برخی دیگر نیز انرا شامل خوشبینی<sup>۲</sup>، بخشش<sup>۳</sup>، اعتماد<sup>۴</sup>، شفقت<sup>۵</sup> و صداقت<sup>۶</sup> می‌دانند (۲). در سازمانهای امروزی نبود فضیلت اخلاقی در رابطه‌ی بین بسیاری از متغیرها از جمله گرایش به کارآفرینی<sup>۷</sup> و تأیر آن بر افزایش عملکرد احساس می‌شود. در بسیاری از سازمانها نبود فضیلت اخلاقی باعث شده که سازمانها نتوانند به عملکرد مطلوب برسند. سازمان‌ها سعی کردند

امروزه یکی از عواملی که در بقای سازمان‌ها بسیار مؤثر است و همواره مدنظر مسئولان و مدیران سازمان می‌باشد نیروی انسانی و اخلاق است. مطالعه و بررسی تاریخچه توسعه و تحول جوامع صنعتی نشان می‌دهد که نیروی انسانی ماهر و پرورش یافته در فرآیند تحول جامعه‌ی سنتی به جامعه صنعتی تأثیر انکارناپذیر داشته است به نحوی که نیروی انسانی را مهم‌ترین و اصلی‌ترین عامل توسعه جوامع و سازمان‌ها قلمداد نموده‌اند (۱). در دنیای فرا رقابتی کنونی رسیدن به حداکثر بهره‌وری یک ایده آل نیست، بلکه یک ضرورت است و سازمان‌ها بدون توجه به اندازه‌شان برای رسیدن به این هدف ضروری، ناگزیرند عملکرد انسانی و در نتیجه عملکرد سازمانی خود را بهبود بخشند. بنابراین با توجه به اینکه امروزه به دلیل افزایش سرعت بروز تغییرات در محیط، قابلیت اتکا

نویسنده مسوول: نشانی الکترونیکی: mohamedbaghery@yahoo.com

متغیرهای مستقلی را تغییر دهند تا بتوانند عملکرد را افزایش دهند. اما آنها در تلاشهای خود، نقش اخلاق و فضیلت اخلاقی را نادیده گرفتند. نقشی که می‌تواند فراتر از وظایف سازمانی، بعنوان یک متغیر در افزایش عملکرد بعنوان واسطه دخالت کند و تا جاییکه افزایش عملکرد منوط به نقش فضیلت اخلاقی و اخلاق است. از طرفی در سال‌های اخیر، رسوایی‌های مالی و اخلاقی افشا شده در سازمان‌های سراسر دنیا، تمایل به بازنگری نقش فضیلت اخلاقی را موجب شده و پژوهشگران را بر آن داشته است که به بازشناسی فضیلت اخلاقی در سازمان‌ها اهتمام ورزند (۳، ۴). کاربرد فضیلت اخلاقی در سازمان‌ها اثراتی مهم دارد. احساس کار کردن در سازمان فضیلت محور، شاید کارکنان را تشویق کند که کار را فقط برای پاداش‌های مادی یا پیشرفت شغلی انجام ندهند، بلکه برای رضایت شخصی یا برای نفس یک کار خوب انجام دهند. درواقع، رسوایی‌های اخلاقی اخیر موجب گرایش و علاقه فزاینده به موضوعاتی همچون اخلاق سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان گشته و به تبع این علاقه، گرایش و توجه ویژه‌ای نیز به موضوع فضیلت اخلاقی در سازمان مبذول شده است. فضیلت اشاره به بافت و فضایی از سازمان دارد که طی آن عادات، آرمان‌ها و اقدامات مطلوب از قبیل رادمدی، صداقت، بخشش و اعتماد، هم در سطح فردی و هم در سطح گروهی مورد حمایت قرار گرفته، توسعه و ترویج یافته و تلاش می‌شود که این آرمان‌ها و اقدامات به صورت مداوم در سازمان ساری و جاری شوند. به‌رحال علیرغم اهمیتی که در تحقیقات اخیر فضیلت در علوم سازمانی به دست آورده است، اما پژوهش در این زمینه همچنان محدود است (۵). از طرفی در سال‌های اخیر گرایش به کارآفرینی توجه نظری و تجربی بسیاری را با هدف درک تأثیر فرایند ایجاد استراتژی‌های کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی<sup>۸</sup> به خود اختصاص داده است (۶). درواقع با افزایش سریع تحولات، توجه به استراتژی‌های جدید برای استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، برای شرکت‌ها عاملی ضروری است و گرایش به کارآفرینی یکی از استراتژی‌های جدید در شرکت‌ها محسوب می‌شود (۷) که به روش‌ها و سبک‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که مدیران از آن استفاده می‌کنند تا به گونه‌ای کارآفرینانه عمل نمایند (۸). به‌طور کلی امروزه اساس رقابت، ماندگاری است و پیش‌نیاز ماندگاری نوگرایی است. بنابراین در هر شرکتی اگر تعداد کارآفرینان بیشتر باشد و اعضا دارای روحیه کارآفرینی باشند و شرکت نیز این فرصت را به آن‌ها بدهد، شرکت رقابتی‌تر و پویاتر شده و چنین تفکر و گرایش کارآفرینانه‌ای منجر به بقای بیشتر می‌شود (۹). لذا این پژوهش به نقش مهم فضیلت اخلاقی در ارتباط بین متغیرهای تحقیق می‌پردازد. در ادامه به بررسی هر یک از متغیرها پرداخته می‌شود.

«عملکرد در لغت یعنی حالت یا کیفیت کارکرد. فرهنگ لغت آکسفورد عملکرد را به‌عنوان اجرا، به کار بستن، انجام دادن هر چیز منظم یا تعهد شده تعریف می‌کند. این تعریف علاوه بر اینکه در ارتباط با ستاده‌ها و برونده‌هاست بلکه نشان می‌دهد که عملکرد مرتبط با انجام کار و همچنین نتایج حاصله می‌باشد (۱۰). کلمه عملکرد به‌طور گسترده در همه زمینه‌ها و قلمروهای مدیریت مورداستفاده قرار گرفته است. باوجود

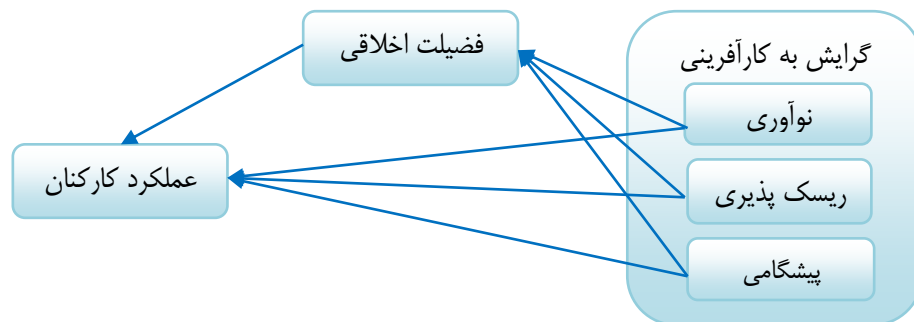
فراوانی استفاده از کلمه عملکرد، معنای دقیق آن به‌ندرت به‌صورت واضح توسط نویسنده‌ها تبیین شده است. عملکرد یک از واژه‌های چمدانی<sup>۹</sup> است که در آن هر کسی مفهومی که برای خودش مناسب است را قرار می‌دهد (۱۱). تعاریف دیگری توسط محققین دیگر ارائه شده است، برای مثال عملکرد کارکنان نوعی رفتار فردی در جهت انجام انتظارات، مقررات سازمان و الزامات نقش در زمان عضویت فرد در سازمان می‌باشد (۱۲). عملکرد افراد، زیرمجموعه‌ای از اثربخشی کلی سازمان که دربردارنده عوامل مالی و عملیاتی عملکرد می‌باشد (۱۳). پژوهشگران در مطالعات مربوط به عملکرد، مؤلفه‌های مختلفی را برای سنجش آن بکار برده‌اند. معدودی از پژوهشگران مؤلفه‌هایی از عملکرد که بیشتر به هم مرتبط هستند را در گروه‌هایی جای داده و آن‌ها را نام‌گذاری کرده‌اند. برای مثال مؤلفه‌های عملکرد در سه دسته اثربخشی سازمانی، رشد، سهم و سودآوری جای داده شده است. همچنین مؤلفه‌های عملکرد را در دو دسته‌ی عملکرد بازار که مشتمل بر مؤلفه‌های حفظ مشتری و جذب مشتری جدید و عملکرد مالی که مشتمل بر مؤلفه‌های نرخ بازگشت دارایی، سهم بازار، رشد فروش است قرار داده شده است (۱۴). در این پژوهش منظور از عملکرد، عملکرد فردی کارکنان می‌باشد و به‌منظور سنجش آن از مقیاسی شامل ۸ گویه یعنی اشراف کامل به نیاز مشتری، سرعت در پاسخگویی به مشتری، دقت و صحت در انجام وظایف، عدم تأخیر و به‌موقع حاضر شدن در محل کار، کمک به همکاران، استفاده بهینه از وقت، تلاش برای خدمت‌رسانی و امکانات و اختیارات تفویض شده استفاده شده است (۱۵). از طرفی در تحقیقات بسیاری، به بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی و عملکرد پرداخته شده است که در ادامه به چند مورد پرداخته می‌شود. برای مثال در تحقیقی ارتباط مثبت بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد بدین صورت است که شرکت‌های با گرایش به کارآفرینی بالا قادر به نظارت بر تغییرات بازار و پاسخگو بی سریع می‌باشند. بنابراین بر کسب مزیت‌ها و فرصت‌های بازار سرمایه‌گذاری می‌کنند. نوآوری<sup>۱۱</sup> و پیشگامی<sup>۱۱</sup> سازمان‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا مزیت رقابتی‌شان را حفظ کنند و دستاوردهای مالی‌شان را بهبود بخشند (۱۶). در مطالعه‌ای دیگر بر روی ۱۷۱ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت‌های تابعه سایپا در استان مازندران، نشان داده شد که گرایش به کارآفرینی بر عملکرد تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته و علاوه بر آن ظرفیت نوآوری در رابطه بین این دو متغیر، نقش تعدیل‌گری دارد (۷). نتایج پژوهشی در صنعت مواد غذایی در استان اصفهان نشان می‌دهد که گرایش به کارآفرینی و ابعاد تشکیل‌دهنده آن شامل ریسک‌پذیری<sup>۱۲</sup>، استقلال‌گرایی<sup>۱۳</sup>، نوآوری و رقابت‌تهدامی<sup>۱۴</sup> رابطه مثبت و معنی‌داری با عملکرد دارد (۱۴). در پژوهشی تحت عنوان تأثیر مشتری‌گرایی و گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان در بخش خدمات نشان داده شده است که سازمان‌ها امروزه برای دستیابی به عملکرد برتر بایستی به رقابت بپردازند. آن‌ها جهت پاسخگویی مؤثرتر به نیازهای متنوع مشتریان خود به ساختارهای سازمانی انعطاف‌پذیرتر هستند. و یکی از ابزارهای استراتژیک که می‌تواند در بهبود عملکرد کارکنان مؤثر باشد

کارآفرینی با فضیلت اخلاقی کارکنان ارتباط داشته باشد. مدیرانی که از دغدغه‌های اخلاقی برخوردار هستند، همواره همت خود را صرف تهیه فهرستی از بایدها و نبایدهای رفتاری کرده‌اند. رعایت این بایدها و نبایدها ضامن ارزشمند و فضیلت آمیز بودن رفتار صاحبان حرفه و شاغلان در آن کسب و کار است. این بایدها و نبایدها، الگوی رفتار ارتباطی افراد سازمان را با یکدیگر و نیز با مشتری، ارباب رجوع و سایر افراد برخوردار در موقعیت‌های مختلف ترسیم می‌کند (۲۱). فضیلت که مترادف با تعالی در نظر گرفته می‌شود (۳)، فضیلت، درونی کردن نقش‌های اخلاقی است که سبب هماهنگی اجتماعی می‌شود (۲۲). فضیلت اخلاقی به عنوان درونی کردن اصول اخلاقی برای ایجاد هماهنگی اجتماعی تعریف گشته و اشاره به پیروی از آرمان‌های والای انسانی دارد. در این معنا فضیلت اخلاقی با آرمان سازمان‌ها و اشخاص برای بهترین بودن تداعی شده، ویژگی‌های آن منحصر به آدمی بوده و بیانگر حالاتی همچون شکوفایی، وارستگی و سرزندگی است. تاکنون سه ویژگی برجسته در ارتباط با فضیلت اخلاقی در نظر گرفته شده است که می‌تواند به روشن شدن ارتباط این مفهوم با مطالعات سازمانی کمک نماید. این سه ویژگی، عبارت‌اند از مطلوبیت اخلاقی، تأثیر انسان و بهبود اجتماعی اول آن که فضیلت اخلاقی با مطلوبیت اخلاقی همراه است. این ویژگی بیانگر آن چیزی است که خوب، راستین و به قول ارسطو، به خودی خود ارزشمند است. دوم آنکه فضیلت اخلاقی با انسانیت و ویژگی‌های مربوط به نوع بشر سروکار دارد. ویژگی‌هایی از قبیل خودشکوفایی، اخلاق، تعالی، تکامل، خودکنترلی، داشتن هدف معنادار و معنویات که مختص نوع بشر هستند. بنابراین اقداماتی که خارج از تأثیر و اراده انسان هستند، فضیلت اخلاقی به حساب نمی‌آیند. سوم آن که فضیلت اخلاقی با بهبود اجتماعی مشخص می‌شود که گستره‌ای فراتر از منافع شخصی<sup>۱۵</sup> را دربر می‌گیرد. در این معنا فضیلت اخلاقی، باعث ایجاد ارزش اجتماعی می‌شود و از تمایلات ابزاری فراتر می‌رود. بنابراین فضیلت اخلاقی، فارغ از فضای بده و بستان، به خودی خود باعث ایجاد منفعت برای دیگران می‌شود (۲۳). با در نظر گرفتن سه ویژگی یادشده می‌توان به تعاریف فضیلت اخلاقی رسید. در این زمینه سازمان فضیلت محور به سازمانی اطلاق می‌گردد که بر اساس شایستگی‌های اخلاقی شکل می‌گیرد، مدیران و کارکنان آن انسان‌های فضیلت‌مداری هستند و ارتباطات و فعل و انفعالات سازمانی بر اساس فضایل اخلاقی تنظیم می‌گردد (۲۴، ۱۸). شواهد موجود نشان می‌دهد که؛ فضیلت اخلاقی بخشش با روابط اجتماعی غنی‌تر و گسترده‌تر، رضایت بالاتر، احساس قدرت، کم بودن عارضه‌های بدنی، بهبود سریعتر بیماری و اضطراب و استرس کمتر ارتباط دارد. همچنین، فضیلت اخلاقی، امیدواری و خوشبینی، با عملکرد بهتر، پشتکار بیشتر و خوش اخلاق بودن در محیط کار ارتباط دارند (۲۵). برای فضیلت پنج بعد خوش بینی، بخشش، اعتماد، شفقت، و صداقت در نظر گرفته شده است (۲۶). بعد خوش بینی به این معنی است که اعضای سازمان بر این عقیده‌اند که در انجام دادن مطلوب کارها موفق خواهند شد حتی زمانی که با چالش‌های عمده روبرو شوند. بخشش به این معناست که اشتباهات

گرایش به کارآفرینی است (۱۷). لذا با توجه به مطالب بیان شده می‌توان انتظار داشت که ابعاد گرایش به کارآفرینی با عملکرد کارکنان ارتباط داشته باشد. در محیط پر از تغییرات سریع و چرخه عمر کوتاه محصولات و خدمات، منافع آینده شرکت‌ها نامشخص بوده و شرکت‌ها باید به‌طور مداوم به دنبال فرصت‌های جدید برای افزایش سود حاصل از عملیات خود باشند. در چنین شرایطی شرکت‌هایی که گرایش به کارآفرینی را اتخاذ می‌کنند به‌صورت مداوم از نوآوری استفاده کرده و با پیش‌بینی تقاضا و موقعیت‌یابی محصول عملکرد قوی‌تری را خواهند داشت. به‌طور کلی در سال‌های اخیر گرایش به کارآفرینی توجه نظری و تجربی بسیاری را باهدف درک تأثیر فرایند ایجاد استراتژی‌های کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی به خود اختصاص داده است (۶). گرایش به کارآفرینی اشاره به فرایندی دارد که سازمان‌ها را با پایه و اساس برای تصمیمات و فعالیت‌های کارآفرینانه آشنا می‌کند. بنابراین گرایش به کارآفرینی به فعالیت‌های تصمیم‌گیری، فرایندها و اقداماتی که منجر به ورود به بازارهای جدید می‌شود، اشاره کند (۱۸). اگرچه بسیاری از ابعاد گرایش به کارآفرینی در ادبیات بیان شده است. هیچ توافقی بین محققین برای قابل قبول‌ترین تعریف یا رویکرد گرایش به کارآفرینی وجود ندارد. مفهوم اصلی گرایش به کارآفرینی، یک ویژگی در سطح شرکت است که شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی است و این سه بعد منعکس‌کننده این است که تا چه حدی شرکت در تصمیم‌گیری، محصولات، خدمات و شیوه‌های کسب و کار کارآفرینانه رفتار می‌کند (۱۸). در این تحقیق منظور از گرایش به کارآفرینی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی است (۱۵). نوآوری نشان‌دهنده تمایل برای حمایت از خلاقیت جهت معرفی محصولات و خدمات جدید، تازگی، رهبری تکنولوژیکی و تحقیق و توسعه در توسعه فرایندهای جدید است. در این پژوهش نوآوری نشان‌دهنده تمایل برای حمایت از خلاقیت جهت معرفی محصولات و خدمات جدید، حمایت از جدید بودن و تازگی محصولات، و کمک به رهبری تکنولوژیکی است. ریسک‌پذیری عبارت است از بازتابی از فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت مانند تقبل بدهی‌های سنگین یا تعهد منابع بزرگ در جهت به دست آوردن بازدهی بالا از طریق درک فرصت‌های بازار است (۱۹). ریسک‌پذیری نیز نشان‌دهنده تقبل بدهی به مشتریان، عدم توجه به تغییر نیاز مشتریان، و توجه به محصولات قدیمی است. پیشگامی به معنی نگرش فرصت‌جویانه از طریق معرفی کالاها و خدمات جدید زودتر از رقبای پیش‌بینی نیازهای آینده بازار و ایجاد مزیت رقابتی اولین حرکت‌کننده در بازار و نیز به معنای دنبال کردن اولویت و اهداف رقابتی زودتر از رقبای می‌باشد (۲۰). پیشگامی نیز نگرش فرصت‌جویانه از طریق معرفی کالاها و خدمات جدید در فروشگاه و خطوط توزیع محصول زودتر از رقبای، دقت در نیازهای مشتریان به‌منظور پیش‌بینی نیازهای مشتریان، و پیگیری اولویت‌های مشتریان در خرید محصول و پیشنهاد خرید برای محصولات وقتی که مشتری به دنبال محصولی مطمئن است. لذا در این تحقیق به بررسی آن پرداخته می‌شود. از این رو می‌توان انتظار داشت که ابعاد گرایش به

معنی داری دارد. علاوه بر این تحقیقات دیگری همچون نشان دادند که فضیلت اخلاقی کارکنان و عملکرد با یکدیگر رابطه مستقیم و تقویت کننده دارند (۱۸، ۲۵، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰). لذا می توان انتظار داشت که فضیلت اخلاقی کارکنان با عملکرد آنها ارتباط داشته باشد. در ارتباط با نقش میانجی فضیلت اخلاقی نیز با توجه به اینکه رفتار فروشندگان از جنبه های ریسک پذیری و پیشگامی در ارتباط رفتار با مشتریان همیشه توسط مدیران فروشگاه ها و همکاران مورد بررسی دقیق قرار نمی گیرد، لذا ممکن است برخی از کارکنان که مؤلفه های فضیلت اخلاقی در آنها پایین است و از طرفی کنترل دقیق بر رفتارهایشان انجام نمی گیرد، عملکرد مناسبی نداشته باشند. عبارتی در بسیاری از موارد می توان گرایش به کارآفرینی را بعنوان یک رفتار فرانشیز در فروشگاهها دانست. چراکه در جامعه مورد مطالعه، نوآوری جزئی از وظایف کارکنان نیست هرچند در این جامعه به رفتارهای گرایش به کارآفرینی اهمیت داده می شود ولی اینگونه نیست که کارکنان الزام در انجام رفتارهای کارآفرینانه داشته باشند. لذا در این حالت نقش وجدان کاری، وظیفه شناسی، رفتارهای فرانشیز و فضیلت اخلاقی کارکنان جهت ارتباط گرایش به کارآفرینی و عملکرد پررنگ تر می شود. با این توضیحات نقش میانجی فضیلت اخلاقی کارکنان مورد اهمیت می باشد. بنابراین با توجه به مطالب بیان شده این پژوهش در صدد است تا با توجه به مطالب بیان شده و با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری به بررسی نقش میانجی فضیلت کارکنان در ارتباط ابعاد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان بپردازد.

غیر عمدی باگذشت روبرو می شوند و به عنوان فرصت هایی برای یادگیری و دستیابی به استانداردهای بالای عملکرد در نظر گرفته می شوند (۴). بعد اعتماد به معنای حاکم بودن احترام و توجه مدیران به کارکنان در سازمان می باشد (۲۴). در واقع اعتماد به این معناست که ادب، نزاکت و احترام بر فضای سازمان حاکم بوده و افراد سازمان به یکدیگر و از جمله به رهبران، پشت گرم بوده و به آنها اعتماد دارند (۳). بعد شفقت یا همدردی، بیانگر رواج فعالیت هایی از قبیل مراقب یکدیگر بودن و نگران یکدیگر بودن در سازمان است (۱۴). بر مبنای این بعد، افراد دلواپس یکدیگر بوده و احساس همدردی و مراقبت در فضای سازمان رایج است. در نهایت، صداقت به این معناست که درستکاری، رازداری، امانت داری و آبروداری در سراسر فضای سازمان رایج است (۳). در این تحقیق به منظور بررسی فضیلت اخلاقی کارکنان از مقیاسی مشتمل بر ۱۵ ماده و پنج بعد خوش بینی، اعتماد، بخشش، شفقت و صداقت استفاده شده است (۸). از طرفی برخی تحقیقات به سمت بررسی ارتباط فضیلت اخلاقی کارکنان بر عملکرد سوق یافته اند. برای مثال در مطالعه ای تحت عنوان بررسی ارتباط بین فضیلت و عملکرد در ۱۸ سازمان نشان داده شد که فضیلت با عملکرد ارتباط دارد. هرگونه اعمال فردی، فعالیت جمعی، و ویژگی های فرهنگی یا فرایندی که باعث ترویج و تداوم فضیلت اخلاقی در یک سازمان شود، می تواند منجر به فضیلت اخلاقی کارکنان گردد (۸). در مطالعه ای تحت عنوان رهبری فضیلت مدار، تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان، نشان داده شد که رهبری فضیلت مدار بر تعهد سازمانی و عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش برگرفته شده از (۱۵)، (۳۱) و (۳۲)

تعداد آن ها ۱۴۵ نفر است. تعداد اعضای نمونه، طبق فرمول کوکران با سطح خطای ۵ درصد حداقل حجم نمونه ۱۰۵ نفر می باشد، بدین منظور با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده ۱۴۰ پرسشنامه توزیع و ۱۰۸ پرسشنامه قابل قبول جهت تجزیه و تحلیل انتخاب شد. مشخصات پاسخ دهندگان در این مطالعه با استفاده از ۴ متغیر جمعیت شناختی جنسیت، سن، میزان تحصیلات و مدت زمان اشتغال و فقط جهت گزارش سیمای آزمودنی ها، مورد بررسی قرار گرفت. ۶۰/۷ درصد از پاسخ دهندگان زن و ۳۹/۳ درصد از آنها مرد بودند. ۴۹/۶ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۸ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۱۲/۴ درصد

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده ها توصیفی و پیمایشی است. این پژوهش در یکی از شرکت های فعال در زمینه تولید، بسته بندی، توزیع و فروش انواع نان در شهر مشهد در سال ۱۳۹۵ انجام شد که تعداد کارکنان آن ۴۵۰ نفر بود. از آنجائی که شاخص های عملکردی و سایر شاخص های سنجیده شده در این پژوهش، در ارتباط با کارکنانی صدق می کند که علاوه بر همکاران، با مشتریان نیز در ارتباط هستند، پرسشنامه در میان کارکنانی توزیع شد که دارای این خصوصیات باشند. لذا جامعه اصلی این پژوهش، کارکنان بخش فروش و مدیران سطوح مختلف توزیع این شرکت هستند که

مقادیر بالای ۰/۷ بود و می توان نتیجه گرفت ابزار از پایایی لازم برخوردار است.

### جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	نوع مقیاس	تعداد گویه ها	آلفای کرونباخ
نوآوری	طیف پنج تایی لیکرت	۴	۰/۷۷۱
ریسک پذیری	طیف پنج تایی لیکرت	۳	۰/۷۷۲
پیشگامی	طیف پنج تایی لیکرت	۳	۰/۷۱۷
فضیلت اخلاقی کارکنان	طیف پنج تایی لیکرت	۱۵	۰/۸۹۹
عملکرد کارکنان	طیف پنج تایی لیکرت	۸	۰/۸۶۷

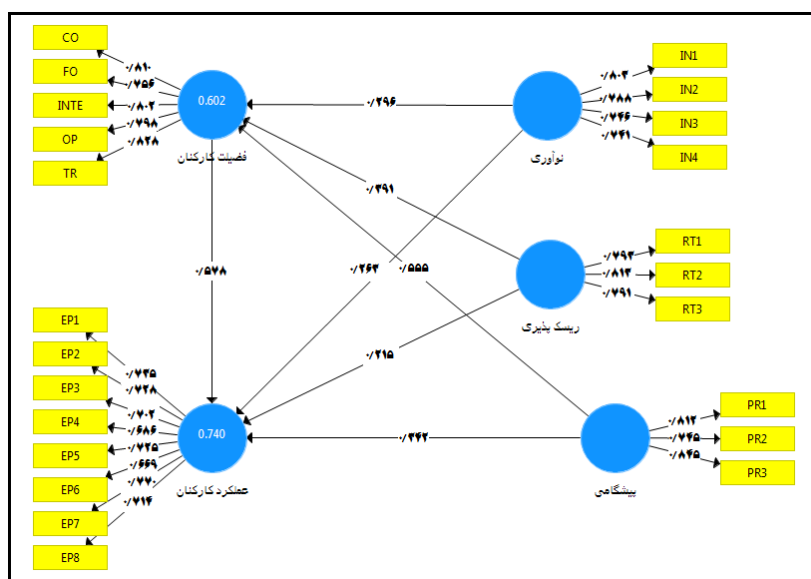
در این پژوهش از مدل یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل و جهت بررسی استفاده شده است.

### یافته ها

در شکل ۲ مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد و در شکل ۳ مدل تحقیق در حالت معنی داری پارامترها آورده شده است. در مورد میانجی گری فضیلت اخلاقی کارکنان در ارتباط ابعاد گرایش به کارآفرینی با عملکرد کارکنان همان گونه که در جدول ۷ نشان داده شده است، نتایج حاکی از معناداری ضرایب در ۴ گام بوده است و با ورود متغیرهای فضیلت اخلاقی کارکنان به معادلات رگرسیونی اثر ابعاد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان، با ورود متغیر فضیلت اخلاقی کارکنان از ۰/۸۶۲ به ۰/۸۸۲ افزایش یافته و کماکان معنادار باقی مانده است. بنابراین نقش متغیر فضیلت اخلاقی کارکنان میانجی گری جزئی است.

بین ۴۰ تا ۵۰ سال سن داشتند. ۱۰/۵ درصد از پاسخ دهندگان دارای سطح تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم، ۷۰/۵ درصد، فوق دیپلم و لیسانس و ۱۹ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند. ۴۶ درصد از پاسخ دهندگان سابقه کاری کمتر از ۵ سال، ۲۲/۹ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲۰/۲ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۰/۹ درصد بالاتر از ۱۵ سال سابقه کاری داشتند.

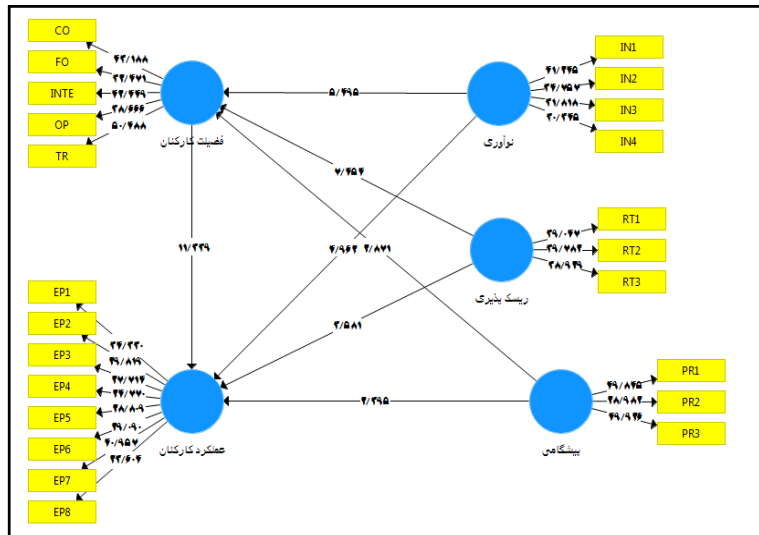
پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش شامل ۴ سؤال عمومی در مورد جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کاری و ۳۳ سؤال مرتبط با متغیرهای پژوهش بوده اند. برای سنجش متغیر عملکرد کارکنان ۸ سؤال استفاده شد (۱۵)، برای سنجش نوآوری ۴ سؤال، ریسک پذیری ۳ سؤال و پیشگامی ۳ سؤال استفاده شد (۳۲) و برای سنجش فضیلت اخلاقی کارکنان از ۱۵ سؤال استفاده شد (۳۳) که روایی محتوایی آنها مورد تأیید بود. این پرسشنامه ها از نوع بسته پاسخ با طیف پنج گزینه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد بوده است. روایی صوری پرسشنامه با توجه به نظرات ۳ نفر از اساتید دانشگاه که در زمینه بازاریابی و رفتار سازمانی دارای تخصص می باشند ارزیابی گردید. روایی سازه ای پرسش نامه نیز با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار Smart PLS مورد ارزیابی قرار گرفت. ابتدا برای اطمینان از مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی از شاخص KMO آزمون بارتلت استفاده شد. با توجه به اینکه مقدار شاخص KMO برای تمام متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۵ و سطح معنی داری در آزمون بارتلت کوچک تر از ۰/۰۵ می باشد، می توان نتیجه گرفت که داده ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند. همچنین با توجه به اینکه مقدار بارهای عاملی برای تمام متغیرهای آشکار بالای ۰/۳ بود هیچ کدام از گویه ها کنار گذاشته نشدند. به منظور تعیین پایایی آزمون، روش آلفای کرونباخ به کار گرفته شد که نتایج آن در جدول ۱ آورده شده است. تمامی



نگاره ۲: مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد

مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زاد اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر مثبت این شاخص‌ها، نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد.

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک و شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی می‌باشد، استفاده شده است. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص حشو با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت



نگاره ۳: مدل تحقیق در حالت معنی‌داری پارامترها

جدول ۳. تحلیل میانجی‌گری برای متغیر فضیلت اخلاقی کارکنان

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	$\beta$	C.R	Sig
۱	نوآوری	عملکرد کارکنان	۰/۷۲۳	۲۲/۱۳۷	۰/۰۰۰
۲	نوآوری	فضیلت اخلاقی کارکنان	۰/۶۷۵	۱۹/۳۸۴	۰/۰۰۰
۳	فضیلت اخلاقی کارکنان	عملکرد کارکنان	۰/۷۴۱	۲۳/۳۳۶	۰/۰۰۰
۴	نوآوری	عملکرد کارکنان	۰/۴۰۹	۱۰/۶۲۸	۰/۰۰۰
	فضیلت اخلاقی کارکنان	عملکرد کارکنان	۰/۴۶۴	۱۲/۰۶۲	۰/۰۰۰
۱	پیشگامی	عملکرد کارکنان	۰/۶۷۳	۱۹/۳۶۹	۰/۰۰۰
۲	پیشگامی	فضیلت اخلاقی کارکنان	۰/۶۴۴	۱۷/۸۲۷	۰/۰۰۰
۳	فضیلت اخلاقی کارکنان	عملکرد کارکنان	۰/۷۴۱	۲۳/۳۳۶	۰/۰۰۰
۴	پیشگامی	عملکرد کارکنان	۰/۳۳۵	۸/۷۲۵	۰/۰۰۰
	فضیلت اخلاقی کارکنان	عملکرد کارکنان	۰/۵۲۵	۱۳/۶۶۷	۰/۰۰۰

بحث

با توجه به نتایج به دست آمده در مورد سه فرضیه اول می‌توان نتیجه گرفت که ابعاد گرایش به کارآفرینی با عملکرد ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد که این یافته با پژوهش‌های برخی محققین (۱۶، ۱۴، ۱۷، ۱۸) همگرایی دارد. ریسک‌پذیری یکی از مواردی است که در این ارتباط نقش بخصوصی دارد. کارکنان ریسک‌پذیر سعی می‌کنند

در جدول ۲، مقادیر هر یک از شاخص‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص‌ها مثبت و بزرگ‌تر از صفر می‌باشد.

جدول ۲. شاخص‌های اشتراک (CV Com) و شاخص‌های حشو (CV Red)

متغیر	CV Com	CV Red
نوآوری	۰/۳۵۲	۰/۴۱۵
ریسک‌پذیری	۰/۱۸۹	۰/۴۲۵
پیشگامی	۰/۲۸۵	۰/۰۸۷
فضیلت اخلاقی کارکنان	۰/۳۰۲	۰/۳۶۹
عملکرد کارکنان	۰/۲۸۴	۰/۲۸۴

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری در این پژوهش ۰/۰۵ می‌باشد، فرضیاتی که میزان P-value آن کمتر از ۰/۰۵ بوده مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در ارتباط با فرضیه هفتم یعنی ارتباط فضیلت اخلاقی با عملکرد کارکنان ارتباط معنی داری دارد که این یافته با پژوهش‌های برخی محققین (۸، ۱۸، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰) همگرایی دارد. وقتی چالش‌هایی در کار وجود داشته باشد، افراد خوش بین اعتقاد دارند که در انجام کارها موفق می‌شوند و این می‌تواند باعث شود تا افراد تلاش بیشتری را در کار خود داشته باشند و زمینه افزایش عملکرد به وجود می‌آید. هرچند طبق تئوری انتظار، همیشه تلاش، به عملکرد منتهی نمی‌شود اما باید توجه کرد همین تئوری در مفاهیم ضمنی‌اش بیان می‌کند که یکی از راه‌های افزایش عملکرد، تلاش است و تا تلاشی صورت نگیرد نمی‌توان انتظار داشت که عملکرد افزایش یابد. در ارتباط با متغیر بخشش یا گذشت، طبق اعتقاد محققین، افرادی که گذشت دارند و در برابر اشتباهات غیر عمدی گذشت می‌کنند، این اشتباهات را فرصتی برای یادگیری و دستیابی به استانداردهای بالاتر عملکرد می‌دانند (۳۱ و ۳۲). وقتی افراد در کار خودشان مهارت بیشتری کسب کنند و از اشتباهات برای بالا بردن خدمت‌رسانی استفاده کنند، به‌خودی‌خود عملکرد افراد بهتر می‌شود. در ارتباط با متغیر اعتماد، شفقت و صداقت باید گفت اعتماد یعنی احترام گذاشتن کارکنان به یکدیگر و توجه مدیران به کارکنان، از طرف دیگر در بُعد شفقت و همدردی، افراد سعی می‌کنند تا در کارها به یکدیگر کمک کنند و نگران یکدیگر باشند. و در بعد صداقت افراد درستکاری، امانت‌داری و آبروداری را سرلوحه کار خود قرار می‌دهند. توجه به این نکته ضروری است که وقتی کارمندان به یکدیگر احترام می‌گذارند و ادب و نزاکت را رعایت می‌کنند، همچنین امانت‌دار هستند و سعی می‌کنند تا آبروی افراد حفظ شود، باعث می‌شود تا با آرامش فکری بیشتری به کار بپردازند و تمرکز خود را بر ابعاد مختلف خدمت‌رسانی بگذارند. نتیجه تمرکز بر شغل این گونه می‌شود که آن‌ها از فعالیت‌های حاشیه‌ای که غیر مرتبط با شغل است از جمله، درگیری‌های ذهنی ناشی از بی‌احترامی کارکنان به یکدیگر دوری گزینند و سطح عملکرد آن‌ها افزایش یابد. همچنین در صورتی که آرامش فکری آن‌ها به هم بخورد کارکنان دیگر با همدردی به آن‌ها کمک می‌کنند تا مشکل خود را حل کنند و به‌خودی‌خود با ایجاد فضای همدلی در سازمان و تمرکز دقیق بر درست انجام دادن کارها، سطوح عملکردی افزایش می‌یابد.

همچنین در ارتباط با فرضیه‌های هشتم تا دهم و نقش میانجی فضیلت اخلاقی، گاهی اوقات ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوآوری آن‌ها توأم با خوش بینی و گاهی همراه با اعتماد به شرایط یا همکاران است. در این زمان طبق مطالعات رفتار سازمانی مثبت، افراد می‌توانند ریسک‌پذیری بیشتری انجام دهند و چون آن‌ها با خوش بینی و اعتماد، شرایط را مثبت‌تر ارزیابی می‌کنند، باعث می‌شود تا عملکرد آن‌ها با آنچه آن‌ها بدون اعتماد و خوش بینی کار را انجام می‌دادند بهتر باشد. چون در حالت دوم افرادی که با بدبینی و بی‌اعتمادی به کار می‌پردازند، انرژی کمتری را برای پایان رساندن کار یا خدمت‌رسانی به نحو احسن انجام می‌دهند و این می‌تواند باعث کاهش عملکرد شود لذا با ورود متغیر فضیلت اخلاقی به ارتباط بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد،

کارهای متفاوتی را با درجات مختلف ریسک انجام دهند. آن‌ها عدم قطعیت بیشتری را پذیرا هستند، در تصمیم‌گیری سریع‌تر عمل می‌کنند و در نهایت منجر به بهبود عملکرد می‌شود (۲۸). افرادی که ریسک‌پذیرند، تلاش بیشتری را برای آموختن راه‌های جدید حل مسئله انجام می‌دهند. هرچند که ممکن است این تلاش‌ها نتیجه‌بخش نباشد اما در عملکرد بعدی آن‌ها کمک می‌کند. برای مثال کارکنان ممکن است زمان خود را بر روی مشتریان خاصی متمرکز کنند، به دنبال به دست آوردن مشتریان جدید باشند، و به‌خودی‌خود اهمیت این کار، زمانی که کارکنان شرکت‌های دیگر ریسک‌پذیری کمتری داشته باشند بیشتر می‌شود. همچنین اگر کارکنان کارهای گروهی انجام دهند ریسک‌پذیری می‌تواند باعث شود تا آن‌ها گاهی اوقات به وظایف همکارانی که وظیفه مهم‌تری دارند توجه کنند. که این می‌تواند باعث عملکرد کلی گروه شود. همچنین کارکنانی که در خدمت‌رسانی پیشگام هستند بهتر می‌توانند مشتریان و همکاران را راضی نگه‌دارند. آن‌ها با به دست آوردن تجربه و یادگیری در طی زمان، تمایل دارند تا آگاهی بیشتری نسبت به تغییرات سلیقه مشتریان و همکاران داشته باشند و این‌ها باعث ایجاد فرصت‌هایی می‌شود تا نیازهای آشکار و پنهان را جلوتر از کارکنان سایر شرکت‌ها برآورده سازند. افراد پیشگام، با پیش‌بینی و آمادگی برای تغییر، موقعیت بهتری برای خدمت‌رسانی دارند. همچنین آن‌ها زمان‌بندی‌های درستی را انجام می‌دهند تا بتوانند در کارهای آینده تأخیر در ارائه خدمات نداشته باشند. این‌ها باعث افزایش عملکرد می‌شود زیرا زمانی که تغییر اتفاق می‌افتد، آن‌ها راحت‌تر و سریع‌تر می‌توانند خدمت‌رسانی کنند و همه جوانب مهم کار را در نظر بگیرند. بنابراین، پیشگامی به همراه سایر ابعاد گرایش به کارآفرینی قابلیت پاسخگویی کارکنان را متعادل کرده و افراد را برای رویارویی با شرایط جدید توانمند می‌سازد و در نهایت باعث عملکرد کلی شرکت می‌شوند.

در ارتباط با فرضیه‌های چهارم تا ششم نتایج نشان داد ابعاد گرایش به کارآفرینی با فضیلت اخلاقی ارتباط دارد که این یافته با پژوهش‌های برخی محققین (۱۹، ۲۰) همگرایی دارد. دلایلی که می‌توان برای توجیه این نتیجه بیان کرد این است که، وقتی افراد ریسک‌پذیر باشند آن‌ها به شرایط پیرامون خود خوش بین هستند و این باعث می‌شود تا راحت‌تر اعتماد می‌کنند. همچنین وقتی افراد پیشتازی داشته باشند آن‌ها سعی می‌کنند علاوه بر گذشت در کارها، هنگام بروز مشکل، همدرد و همدل با کارکنان و مشتریان باشند. آن‌ها سعی می‌کنند مشکلات را پیش از آنکه به وجود آید حل کنند و این باعث می‌شود تا جو اعتماد بین همکاران و مشتریان به وجود آید. همچنین در فرآیندهای نوآوری که کارکنان و مدیران بروز می‌دهند کارکنان باید به دیگران اعتماد کنند. چون آن‌ها باید ایده‌های خود را به دیگران انتقال دهند و در این فرآیند آن‌ها مجبور هستند تا به دیگران اعتماد کنند. در این فرآیند، کارکنان باید با همکاران صداقت داشته باشند تا بتوانند نوآوری خود را پیشرفت دهند. آن‌ها نباید حقیقت نوآوری خود را بگویند تا چالش‌ها و فرصت‌هایی که در ادامه مسیر هست مشخص شود.

7.entrepreneurial orientation	گرایش به کار آفرینی
8.Organizational performance	عملکرد سازمانی
9. Suitcase words	واژه های چمدانی
10.Innovativeness	نوآوری
11.Proactiveness	پیشگامی
12.risk taking	ریسک پذیری
13.Autonomy	استقلال گرای
14.Competitive Aggressive	رقابت تهاجمی
15.Personal Interest	منافع شخصی

## References

- Hatch M J. (1999). Exploring the empty spaces of organizing: How improvisational jazz helps redescribe organizational structure. *Organizational Studies*; 20: 75-100.
- Araujo M S G, Lopes P M P R. (2015). Virtuous leadership, organizational commitment and individual performance. *Review of Applied Management Studies*; 12: 3-10.
- Nonaka I, Konno N. (1998). The concept of 'Ba': Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*; 40(3): 40-54.
- Nopasand-Asil M, Jamshidi S. (2014). Effect of entrepreneurship and technology orientation on organizational innovation. *Mazandaran: National Conference on Entrepreneurship and Sustainable Development, Center for Entrepreneurship and Communication, or Industry*. (In Persian).
- Abbaszadeh H, Darvish H, Alvani M, Salehi J. (2011). The model of entrepreneurial orientation strategy in Banking industry of Iran. *Strategic Management Studies*; 7: 99-167.
- Qaisar Danish R, Munir Y. (2012). Impact of knowledge management practices on organizational performance; evidence from Pakistan. *Scientific & Engineering Research*; 3 (8): 1-6.
- Hejazifar S, Bagherikani S A. (2011). Core virtue in virtuous circuit organizations. *Islam & Management Research*; 1(3): 111-143. (In Persian).
- Lumpkin GT, Dess GG, McGee JE. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process. *Entrepreneurship theory and Practice*; 23(35).
- Khan Mohammadi M, Nasr Esfahani A, Shekarchizadeh A R. (2013). The relationship between entrepreneurial orientation and organizational performance (Case Study: Isfahan food industry). *Quchan: Second National*

عملکرد افزایش می‌یابد. از طرفی چون تحقیقات مشابهی در این قسمت وجود نداشت، امکان مقایسه نتایج این فرضیه با تحقیقات دیگر وجود نداشت. با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌گردد که تحقیقاتی در ارتباط با ۱- تأثیر ابعاد گرایش به کارآفرینی با عملکرد با میانجی‌گری رفتار اخلاقی ۲- ارتباط رفتار اشتراک دانش با رفتارهای فرانش با میانجی‌گری فضیلت اخلاقی کارکنان و رفتار اخلاقی و ۳- بررسی ارتباط بین بروز رفتارهای اخلاقی و قصد ماندن آنها در سازمان، با میانجی‌گری ادراک کارکنان از فضائل اخلاقی مدیران انجام گیرد. همچنین هر پژوهشی با محدودیتهایی مواجه است که باید آنرا از محدودیتهای پژوهشگر جدا کرد. از مهم‌ترین محدودیتهای این پژوهش اینست که برخی متغیرهای مزاحم یا تاثیرگذار، ممکن است در نحوه پاسخگویی به سؤالات تغییراتی ایجاد کرده باشد که از محدودیتهای معمول تحقیقات علوم انسانی و اجتماعی است. از طرفی مقطعی بودن این پژوهش نیز از محدودیتهای مهم آن است.

## نتیجه گیری

در مجموع، یافته‌های تحقیق نشان داد که ابعاد گرایش به کارآفرینی با فضیلت و عملکرد ارتباط معنا دار دارند. از طرفی ابعاد گرایش به کارآفرینی از طریق فضیلت اخلاقی کارکنان باعث افزایش عملکرد می‌شوند. لذا توجه به فضیلت اخلاقی کارکنان، می‌تواند باعث افزایش عملکرد سازمان در راستای بهره‌وری بیشتر از مؤلفه‌های ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوآوری شود.

## ملاحظه های اخلاقی

در پژوهش حاضر کلیه اصول اخلاقی مانند امانتداری علمی، پرهیز از انتشار و ارسال مجدد و همزمان مقاله، رازداری و محرمانه ماندن اطلاعاتی هویتی افراد نمونه و رضایت آگاهانه آنها از شرکت در پژوهش و ... رعایت شده است.

## سپاسگزاری

تشکر فراوان از استاد ارجمند، جناب دکتر سعید مرتضوی که همواره با وسعت نظر، بزرگواری و شکیبایی خویش، تجربیات گرانبه‌ای خود را در راستای پیشرفت علمی در اختیار ما نهادند.

## واژه نامه

1.ethical virtuousness	فضیلت اخلاقی
2.Optimism	خوش بینی
3.Forgiveness	بخشش
4.Trust	اعتماد
5.Compassion	شفقت
6.Integrity	صداقت



- personality traits. *Ethics in Science and Technology*; 11(1):137-144.
22. Tabli H, Moradi Shahrababak M R, Irannejad Parizi T S R. (2017). The analysis of the relationship between organizational excellence as an ethical factor with spiritual intelligence, emotional intelligence & organizational commitment. *Ethics in Science and Technology*; 12 (1):154-160. (In Persian).
  23. Gupta VK, Moesel DM. (2007). The impact of entrepreneurial orientation on knowledge management in strategic alliances: Evidence from high-technology SMEs. Florida: the Annual USASBE Conference.
  24. Khoshouei M S. (2014). The role of organizational virtuousness and organizational citizenship behavior in professional moral courage. *Management & Development*; 27(2): 81-98. (In Persian).
  25. Rego A, Ribeiro N, Cunha M P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*; (93): 215-235.
  26. Doaei HA, Bakhtiari A. (2007). the effect of market orientation on business performance: in auto-part maker firms of Mashhad Iran. *Iranian Journal of Trade Studies (IJTS)*; 11(42): 53-82. (In Persian).
  27. Dienstbier R A, Zillig L M P. (2002). Toughness. In CR Snyder & SJ Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology*. New York: Oxford University Press. pp. 515-527.
  28. Fredrickson B L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*; 2: 300-319.
  29. Martin S L, Javalgi R R G. (2015). Entrepreneurial orientation, marketing capabilities and performance: The moderating role of competitive intensity on Latin American International New Ventures. *Journal of Business Research*.
  30. Rego A, Ribeiro N, Cunha MP, Jesuino JC. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of Business Research*; (64): 524-532.
  31. Shan P, Song M, Ju X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*;69(2): 683-690.
  32. Cameron KS, Bright D, Caza, A. (2004). Exploring the relationships between organizational virtuousness and performance. *American Behavioral Scientist*; 47 (6): 766-790.
  - Conference on Food Science and Technology. (In Persian).
  10. Acar AZ, Cemal Z. (2013) . The effects of customer and entrepreneurial orientations on individual service performance in banking secto. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 99: 526 – 535.
  11. Armstrong M. (2007). *Performance management: key strategies and practical guidelines*. Tehran: Mir press. (In Persian).
  12. Seligman M E P. (1999). The president's address. *American Psychologist*; 54: 559-562.
  13. Safarzadeh H, Tadayon A, Hormohammadi M. (2012). the evaluation of effects of knowledge management strategy on organizational innovation and performance (a case study in community health centers of north part of Fars province). *Quarterly Toloee-behdasht*; 11(1): 76-86. (In Persian).
  14. Behzadi E, Naami A Z Beshlideh K. (2015). Relationship between conscientiousness, ethical climate and ethical leadership and organizational virtuousness. *Ethics in Science and Technology*; 10(1): 63-73. (In Persian).
  15. Stewart Klett J. (2009). An investigation of an entrepreneurial orientation among employees in service organizations. *The Ohio State University*; 33 (9): 32-28.
  16. Zahra S, Covin J. (1995). Contextual influence on the corporate entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*; 10: 43-58.
  17. Li Y, Huang J, Tsai M. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*; 440-449.
  18. Lumpkin GT, Dess GG. (2004). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance. *Journal of Business Venturing*; 16: 429-451..
  19. Mokhtari A, Doaei H, Touzandeh H. (2012). The Importance of Entrepreneurship and Entrepreneurship orientation. Tehran: the First National Conference on Modern Management Science. (In Persian).
  20. Nikoumaram H, Heidarzadeh K, (2006). Evaluation the role of entrepreneurial proclivity organization structure and market orientation on business performance. *Journal of Marketing's Management*; 1(0): 5-50.
  21. Yablooei B, Mostahfezian M, Meshkati Z. (2016). Relationship between ethical factors and