

## **Organizational virtuousness and social capital: The mediating role of organizational commitment and the moderating role of spiritual intelligence**

**Elham Heydari<sup>1\*</sup>, Nader Seyed Kalali<sup>2</sup>, Nima Shariati<sup>3</sup>**

*1. Assistant Professor, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran*

*2. Assistant Professor, Institute for Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran*

*3. Expert in Charge of Process Engineering, Eghtesad Novin Bank, Tehran, Iran*

(Received: June 15, 2022; Accepted: September 10, 2022)

### **Abstract**

The present study aims to investigate the impact of organizational virtuousness on social capital with the mediating role of organizational commitment and the moderating role of spiritual intelligence, applying structural equation modeling. The studied population incorporates the employees of the Eghtesad Novin Bank, which is a private bank in Iran. In order to gather data, a standard questionnaire was distributed among the employees. In the end, 560 questionnaires were returned. The data analysis was done through partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Based on the research findings, organizational virtuousness affects social capital positively. Organizational commitment also mediates the relationship between organizational virtuousness and social capital, and spiritual intelligence plays the role of moderator in the aforementioned relationship. In other words, all hypotheses of the research were confirmed. The findings of the present research show the importance of organizational virtuousness, organizational commitment, and spiritual intelligence in order to strengthen social capital.

### **Keywords**

social capital, organizational virtuosity, organizational commitment, spiritual intelligence.

---

\* **Corresponding Author, Email:** [elhamheydari@khu.ac.ir](mailto:elhamheydari@khu.ac.ir)

## فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی: نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل گر هوش معنوی

الهام حیدری<sup>۱\*</sup>، نادر سیدکالی<sup>۲</sup>، نیما شریعتی<sup>۳</sup>

۱. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران

۳. کارشناس مسئول اداره مهندسی فرایندها، بانک اقتصاد نوین، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹)

### چکیده

سازمان‌ها برای ادامه حیات در دنیای رقابتی امروز باید توانمندی‌های خود را ارتقا دهند. عملکرد مطلوب هر سازمان به مدیریت کارآمد منابع آن وابسته است. یکی از منابع کلیدی هر سازمانی سرمایه اجتماعی آن است. بنابراین، توجه به سرمایه اجتماعی و عوامل اثرگذار بر آن از اهمیت بسزایی برخوردار است. مطالعه حاضر با هدف بررسی رابطه فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی با در نظر گرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل گر هوش معنوی انجام گرفت. در پژوهش حاضر کارکنان بانک اقتصاد نوین به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند. با توجه به وجود ۹ منطقه در این بانک و از آنجا که تعداد کارکنان مناطق مختلف تقریباً با یکدیگر برابر است، به منظور تعیین نمونه آماری، از نمونه‌گیری تصادفی ناحیه‌ای استفاده شد و مجموعاً ۵۶۰ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش حداقل‌سازی مربعات جزئی صورت پذیرفت. بر اساس یافته‌های پژوهش، فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معناداری دارد. نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل‌گری هوش معنوی در رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی نیز مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌های تحقیق حاضر می‌تواند باعث توجه بیشتر سازمان‌ها به فضیلت سازمانی، تعهد سازمانی، و هوش معنوی در راستای دستیابی به سرمایه اجتماعی شود.

### کلیدواژگان

تعهد سازمانی، سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی، هوش معنوی.

---

\* رایانامه نویسنده مسئول: elhamheydari@khu.ac.ir

## مقدمه

در جهان امروز انواع نوینی از سرمایه‌های سازمانی از قبیل سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری مطرح شده‌اند که سرمایه‌های فیزیکی در سایه آنها باعث تعالی سازمان می‌شوند (غیائی ندوشن و امین‌الرعا یا ۱۳۹۵؛ سیف‌اللهی ۱۳۹۹). سازمان‌ها همواره به دنبال تغییر و تحول هستند و توجه کشورها به مقولاتی مانند توسعه بیشتر از گذشته شده است. سرمایه اجتماعی می‌تواند بستری مناسب را برای اثربخش بودن هرچه بیشتر فعالیت‌های سازمان ایجاد کند. سرمایه اجتماعی شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقای عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌شود (Jansen et al. 2013).

بسیاری از پژوهشگران سرمایه اجتماعی را یک دارایی مطلوب و ارزشمند قلمداد می‌کنند. سرمایه اجتماعی نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی برای دست آوردن بازده مورد انتظار است (رضاپور و امیری ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی علاوه بر تقویت مشارکت میان اعضای یک اجتماع منجر به خلق ارزش برای افراد و گروه‌های متعلق به آن خواهد شد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی منبعی است که امکان کسب منابع گوناگون را برای فرد فراهم می‌کند (Vincens et al. 2018). سرمایه اجتماعی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی (Ardalan et al. 2015)، اخلاق سازمانی (Abdolshah 2018)، افزایش عملکرد کسب‌وکار (Asomani, 2012)، رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت زندگی کاری کارکنان تأثیر می‌گذارد (چراغی و همکاران ۱۴۰۰).

یکی از مفاهیمی که در چند سال اخیر با هدف بهبود سرمایه اجتماعی مورد توجه محققان قرار گرفته است فضیلت سازمانی است. فضیلت اشاره به شایستگی‌های اخلاقی‌ای (Hessel 2013) دارد که از طریق فعالیت‌های انسانی منجر به بهبود اخلاق اجتماعی می‌شود. فضیلت با مفاهیمی چون خودکنترلی (Singer & Ryff 2008)، رشد و شکوفایی ویژگی‌های اخلاقی انسانی (Baumeister & Exline 2000) و هدفمند بودن انسان (Emmons 2003) ارتباط دارد و به بروز ارزش‌های اجتماعی منجر می‌شود (Cameron et al. 2003). بنابراین می‌توان گفت یکی از تأثیرات مثبتی که فضیلت در سازمان دارد ارتقا و بهبود سرمایه اجتماعی در آن است.

اشتغال در سازمان فضیلت‌محور کارکنان را تشویق می‌کند که به مقوله کار صرفاً به عنوان

وسیله‌ای برای دریافت پاداش‌های مادی یا پیشرفت شغلی ننگرند، بلکه کار را برای رضایت درونی یا نفس کار هم انجام دهند (نفی و حسین‌زاده ۱۳۹۷؛ گیلانی و زردشتیان ۱۳۹۹). به عبارت دیگر تعهد سازمانی می‌تواند با فضیلت سازمانی ارتباط داشته باشد (Rego et al. 2011; Emmons 2003; Coyl-Shapiro 2020).

با بررسی مبانی نظری و تجربی به نظر می‌آید متغیرهای سرمایه اجتماعی، فضیلت سازمانی و تعهد سازمانی می‌توانند با یکدیگر روابط معنادار داشته باشند (Nahapiet et al. 1998; Cameron et al. 2003; Hessel et al. 2013). مثلاً هسل و همکارانش (۲۰۱۳) در تحقیق خود با توجه به افزایش شدت رابطه فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی با ورود مؤلفه تعهد سازمانی، پیشنهاد بررسی دقیق نقش تعهد سازمانی را در این رابطه مطرح کردند. رگو و همکارانش (۲۰۱۲) نیز نقش میانجی اعتماد سازمانی را در رابطه فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی بررسی کردند. بنابراین در پژوهش حاضر محققان بر آن شدند تا نقش میانجی تعهد سازمانی را در رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی بررسی کنند. همچنین، هوش معنوی از مؤلفه‌هایی قلمداد می‌شود که بر مؤلفه‌های سطح سازمانی تأثیرگذار است. در این زمینه می‌توان به تحقیقات کیسی<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۲۲) و سینگلا<sup>۲</sup> و همکارانش (۲۰۲۱) اشاره کرد. به همین دلیل محققان در پی بررسی نقش تعدیل‌گری هوش معنوی در ارتباط فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی برآمدند. با توجه به خلأ تحقیقاتی مطرح‌شده، هدف پژوهش حاضر آن است که به بررسی تأثیر فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی با در نظر گرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی و نقش تعدیل‌گر هوش معنوی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری بپردازد.

### پیشینه نظری پژوهش

#### سرمایه اجتماعی

تعاریف مختلفی در مورد سرمایه اجتماعی ارائه شده است اما به طور کلی دو رویکرد اساسی در خصوص آن مطرح است. در رویکرد اول، سرمایه اجتماعی یک منبع تعریف می‌شود که پیامدهای

1. Kessi  
2. Singla

متنوعی به همراه دارد (Bourdieu & Wacquant 1992). در رویکرد دوم، سرمایه اجتماعی یک فرایند یا پیامد دیده می‌شود (Adler & Kwon 2002). طی سال‌های اخیر، سرمایه اجتماعی به مثابه منبع در مقایسه با رویکرد دوم بیشتر مورد توجه محققان قرار گرفته است (Jeong et al. 2022).

بورديو<sup>۱</sup> (۱۹۷۳) سرمایه اجتماعی را سرمایه حاصل از ارتباطات اجتماعی تلقی می‌کند که برای فرد حمایت فراهم می‌کند؛ این دارایی از جنس احترام و مقبولیت است و وجود آن به‌خصوص هنگامی که شخص در موقعیت اجتماعی ویژه‌ای نیاز به توجه مردم دارد اهمیت مضاعفی می‌یابد (رضاپور و امیری، ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی جریان اطلاعات را تسهیل می‌کند و زمینه‌ای مناسب برای کمک به تحقق اهداف فردی و اجتماعی فراهم می‌آورد. سرمایه اجتماعی حاصل انباشت منابعی است که به مالکیت شبکه‌ای بادوام از روابط نهادینه‌شده بین افراد مربوط می‌شود و با عضویت در یک گروه به وجود می‌آید (Yesil & Dogan 2019). اعتماد عنصر اساسی در سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود و سرمایه اجتماعی با ایجاد اعتماد متقابل بین اعضای گروه باعث می‌شود دستیابی به اهداف و مقاصد هنگام مواجهه با بحران و شرایط بد محیطی بهتر صورت پذیرد (Campbell 2019).

در پژوهش‌ها و مقالات پیشین، ابعاد سرمایه اجتماعی به گونه‌های مختلفی معرفی شده است. در یک دسته‌بندی که ناهاپیت<sup>۲</sup> و گوشال<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) انجام دادند و بعدها چيو<sup>۴</sup> و همکارانش (۲۰۰۶)، سینگ<sup>۵</sup> و همکارانش (۲۰۲۱) و کاری<sup>۶</sup> و همکارانش (۲۰۲۲) آن را بررسی و تأیید کردند، سرمایه اجتماعی را به سه بعد ساختاری و شناختی و ارتباطی تقسیم کردند که در پژوهش حاضر نیز از این دسته‌بندی استفاده شده است. بعد شناختی شامل زبان، نشانه‌ها و بینش‌های مشترک است. بعد ساختاری متشکل از پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه، تناسب سازمانی و علائق اجتماعی است. بعد ارتباطی نیز شامل هنجارها، تعهدات و روابط متقابل است (رضاپور و امیری، ۱۳۹۴).

- 
1. Bourdieu
  2. Nahapiet
  3. Ghoshal
  4. Chiu
  5. Singh
  6. Currie

### فضیلت سازمانی

فضیلت در سازمان به معنی ایجاد، ترویج، حمایت، و پرورش رفتارها، عادت‌ها، اعمال، و تمایلات رفیع و متعالی در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است (Rego et al. 2011). فضیلت سازمانی بیانگر آن است که سازمان توان لازم برای ایجاد و تقویت فعالیت‌های فضیلت‌مدار را در اعضای خود دارد (خشوعی ۱۳۹۳). سازمان فضیلت‌مدار به رفتارهای اخلاقی مقید است. ترویج اخلاق، سلامتی و بهزیستی کارکنان و بهبود عملکرد سازمان را به همراه می‌آورد (Cameron et al. 2003; Hessel et al. 2013).

ابعاد فضیلت شامل اعتماد، بخشش، صداقت، شفقت و خوش‌بینی است که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد (Cameron et al. 2003):

اعتماد: اعتماد یک ارتباط است و کارکنان می‌خواهند یک رابطه مبتنی بر اطمینان و اعتماد با مدیران داشته باشند.

بخشش: محققان معاصر بخشش را ترغیب به رفتار سازنده و احساس مثبت نسبت به کسی که بدی یا جرمی را مرتکب شده تعریف می‌کنند (Bright et al. 2014).

صداقت: صداقت به پایبندی به ارزش‌های اخلاقی اشاره می‌کند. در مقابل چندگانگی ارزش‌ها، در صداقت پایبندی به ارزش‌ها به منزله یک ضرورت بیان می‌شود (Verhezen 2010).

شفقت: شفقت به احساس همدردی افراد نسبت به یکدیگر اشاره دارد (Atkins & Parker 2012). خوش‌بینی: خوش‌بینی را تمایل به باور یا امید داشتن به این تعریف می‌کنند که امور با وجود تجربه مشقت‌بار فعلی به‌خوبی پیش خواهند رفت (Secinper et al. 2010).

محققان دو برون‌داد را برای فضیلت سازمانی معرفی کرده‌اند: تأثیر مثبت فضیلت سازمانی بر عوامل درونی سازمان و تأثیر مثبت فضیلت سازمانی بر عوامل بیرونی سازمان (Cameron et al. 2014). به طور کلی تحقیقات نشان می‌دهد فضیلت سازمانی منجر به روابط اجتماعی غنی‌تر، استرس سازمانی کمتر، تعهد سازمانی بالاتر، رفتار شهروندی سازمانی قوی‌تر، نگرش مثبت‌تر سازمانی و کاهش فساد اداری می‌شود (علی‌زاده و ناستی‌زایی ۱۳۹۸؛ Pimentel et al. 2022).

### تعهد سازمانی

تعهد سازمانی درباره وفاداری کارکنان به سازمان و مشارکت آن‌ها در تصمیمات سازمانی است. تعهد سازمانی به وسیله حداقل سه مؤلفه قابل تعریف است: ۱. باور قوی در پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان؛ ۲. تمایل و انگیزه در به کار بستن تلاش‌های قابل ملاحظه به نمایندگی از سازمان؛ و ۳. تمایل شدید به حفظ عضویت در سازمان (مقیمی ۱۳۹۵). طبق نظر کوهن (۲۰۰۶)، تعهد سازمانی نیرو و توانی است که افراد را ملزم و موظف می‌کند تا برای تحقق یک یا چند هدف رفتار و کنش‌های مربوط به هم ایفا کنند.

از مطالعات صورت‌پذیرفته در زمینه تعهد سازمانی مطالعه میسر و هرسکویتک (۲۰۰۱) قابل ذکر است که انواع تعهد را بدین شرح بیان کرده‌اند:

**تعهد عاطفی:** بیانگر پیوستگی عاطفی نیروی کار و تعیین هویت وی با ارزش‌ها و اهداف سازمان و میزان مشارکت وی در سازمان است. کارکنانی که دارای تعهد عاطفی قوی هستند عضویت خویش را در سازمان حفظ می‌کنند و به فعالیت در آن ادامه می‌دهند. زیرا قلباً و باطناً مایل به انجام دادن چنین کاری هستند.

**تعهد مستمر:** بیانگر هزینه‌های ناشی از ترک سازمان است. کارکنانی که ارتباط اولیه آنان با سازمان بر مبنای تعهد مستمر است در سازمان باقی می‌مانند زیرا باقی ماندن در سازمان برای آن‌ها یک ضرورت است.

**تعهد هنجاری:** بیانگر احساس دین و الزام به باقی ماندن در سازمان است. افرادی که این نوع تعهد در آن‌ها وجود دارد فکر می‌کنند ادامه فعالیت در سازمان وظیفه آن‌هاست و دینی به گردن دارند (Meyer & Herscovitc 2001).

در پژوهش حاضر، با اتکا به جامعیت و مقبولیت ابعاد تعریف‌شده تعهد سازمانی توسط میسر و هرسکویتک (۲۰۰۱)، سه بعد تعهد عاطفی و تعهد مستمر و تعهد هنجاری به منزله مؤلفه‌های تعهد سازمانی در نظر گرفته شد.

### هوش معنوی

از نظر سیسک (۲۰۰۱)، هوش معنوی می‌تواند یک خودآگاهی عمیق جسمی و ذهنی و روحی تعریف شود که در آن فرد از ابعاد وجودی خویش آگاه است. از نظر وی ابعاد هوش معنوی شامل دانش درونی، شهود عمیق، هماهنگی با محیط و طبیعت، و حل مسئله از طریق ایجاد نگرش وسیع و همه‌جانبه است. در پژوهش حاضر برای سنجش هوش معنوی از مدل شناخته‌شده کینگ (۲۰۰۷) که تاکنون چندین بار مورد بازنگری قرار گرفته استفاده شد. در این مدل، هوش معنوی مجموعه‌ای از توانایی‌های ذهنی منعطف تعریف شده است که بر جنبه‌های غیرذهنی و متعالی از واقعیت مبتنی است و با ماهیت وجودی یک فرد، تعالی و معناداری شخصی تعریف می‌شود. مؤلفه‌های هوش معنوی از نظر کینگ (۲۰۰۸) عبارتند از:

تفکر وجودی انتقادی: توانایی برای اندیشیدن نقادانه راجع به موضوعاتی مانند معناداری و هدف، توانایی رویارویی با استنتاج‌ها یا فلسفه‌های اصیل وجود و توانایی برای اندیشیدن راجع به موضوعات غیرووجودی از یک دیدگاه وجودی؛

تولید معنای فردی: توانایی هدایت معناداری شخصی و خلق هدف برای زندگی؛

آگاهی متعالی: توانایی برای شناخت ابعاد و قابلیت‌های متعالی خود (تحول درونی و بیرونی) و دیگران و جهان مادی.

گسترش حالت هوشیاری: توانایی برای ورود به مراحل سطح بالای معنوی، هوشیاری، شعور کیهانی، اتحاد و یکپارچگی.

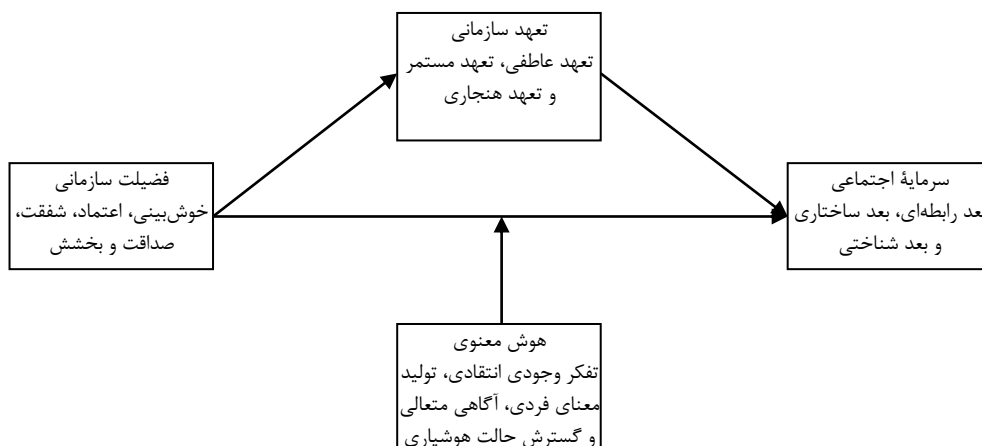
### پیشینه تجربی پژوهش

فضیلت در سازمان‌ها بر ایجاد، ترویج و پرورش عادت‌ها، رفتارها، اعمال و تمایلات متعالی مانند صداقت، بخشش و وفاداری در سطوح فردی و جمعی دلالت می‌کند (خشوعی ۱۳۹۳؛ سیفاللهی ۱۳۹۹). سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی نیز دو عامل مهم هستند که نقش اساسی در سازمان‌ها و جامعه دارند. بر اساس یافته‌های پژوهش فقیرنژاد و فتاحی (۱۳۹۸)، رهبری اصیل از طریق متغیر میانجی سرمایه روان‌شناختی کارکنان بر فضیلت سازمانی تأثیرگذار است. تحقیق مرادیانی، گیلانی و زردشتیان (۱۳۹۹) نشان داد که فضیلت سازمانی به طور مستقیم و همچنین به واسطه توانمندسازی



روان‌شناختی بر تعهد سازمانی اثرگذار است. صابر زوارم و سلیمان‌پور عمران (۱۳۹۷) نشان دادند که میان فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. رگو<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۱۰) در پژوهشی به موضوع فضیلت و شادی سازمانی به منزله پیش‌بینی‌کننده‌های رفتارهای شهروندی سازمانی پرداختند. به زعم ایشان فضیلت و شادی افراد در محیط سازمان بر رفتارها و عکس‌العمل‌های افراد در محیط سازمان و همچنین کیفیت زندگی آنان تأثیر ملموس دارد. آن‌ها نتیجه گرفتند که عملکرد سازمانی به طرزی معنادار تحت تأثیر پرورش فضیلت‌های سازمانی است.

با مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهشی، مدل مفهومی تحقیق حاضر توسعه داده شد. در این مدل، فضیلت سازمانی به عنوان متغیر مستقل و سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر وابسته تعریف شد. همچنین دو متغیر تعهد سازمانی و هوش معنوی به ترتیب به عنوان متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر ایفای نقش می‌کنند. تا آنجا که بررسی‌های نویسندگان مقاله حاضر نشان داد تاکنون در هیچ پژوهشی رابطه همزمان این متغیرها به صورت تجربی بررسی نشده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

### فرضیه‌های تحقیق

- فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی تأثیر معنادار دارد.
- فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار دارد.
- تعهد سازمانی بر سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار دارد.
- هوش معنوی رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی را تعدیل می‌کند.
- تعهد سازمانی در رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی نقش میانجی دارد.

### روش و ابزار تحقیق

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی با در نظر گرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی و تعدیل‌گری هوش معنوی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش همه کارکنان بانک اقتصاد نوین را شامل می‌شد که شامل ۳۱۲۷ نفر بودند. برای دستیابی به نمونه آماری از نمونه‌گیری ناحیه‌ای استفاده شد. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه معادل ۳۴۳ نفر تعیین شد که به منظور تخمین دقیق‌تر نمونه‌گیری دو برابر حجم نمونه محاسبه شده توسط فرمول کوکران انجام پذیرفت و پرسشنامه‌ها به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ناحیه‌ای توزیع شد. با توجه به وجود ۹ منطقه در بانک اقتصاد نوین و از آنجا که تعداد کارکنان مناطق مختلف تقریباً با یکدیگر برابر است، پرسشنامه‌ها به نسبت برابر در مناطق نه‌گانه توزیع شد که مجموعاً شامل ۶۸۶ پرسشنامه شد. از ۶۸۶ پرسشنامه توزیعی ۵۶۰ پرسشنامه به صورت کامل بازگردانده شد که میزان بازگشت پرسشنامه برابر ۸۲ درصد بود.

به منظور گردآوری داده‌ها از چهار پرسشنامه استاندارد بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. برای سنجش متغیر فضیلت سازمانی از پرسشنامه فضیلت سازمانی کامرون و همکارانش (۲۰۰۴) استفاده شد. این پرسشنامه ۱۵ گویه دارد و ابعاد خوش‌بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش را می‌سنجد. پرسشنامه سرمایه اجتماعی مبتنی بر استاندارد ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) بود. پرسشنامه تعهد سازمانی شامل ۲۴ گویه و ۳ بعد تعهد عاطفی و تعهد مستمر و تعهد هنجاری است که توسط آلن و میر (۱۹۹۱) توسعه یافته است. پرسشنامه هوش معنوی شامل ۲۳

گویه در قالب ۴ بعد تفکر وجودی انتقادی، تولید معنای فردی، آگاهی متعالی، و گسترش حالت هوشیاری است که کینگ (۲۰۰۸) آن را توسعه داده است.

همه پرسشنامه‌های پژوهش استاندارد هستند و در پژوهش‌های مختلف استفاده شده‌اند. به منظور اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها به نتایج پژوهش‌های گذشته استناد شد. الوانی و همکارانش (۱۳۸۶) پرسشنامه مرتبط با سرمایه اجتماعی را در پژوهش خود به کار گرفتند که در آن آلفای کرونباخ ۸۱ درصد استخراج شد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد برای این ابزار است. همچنین جهت ارزیابی پایایی پرسشنامه فضیلت سازمانی به پژوهش فروتنی و همکارانش (۱۳۹۸) استناد شد که مطابق با پرسشنامه استاندارد کامرون و همکارانش (۲۰۰۴) انجام پذیرفته بود. در پژوهش یادشده ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای خوش‌بینی ۰,۷۱۸، اعتماد ۰,۷۷۳، شفقت ۰,۸۸۲، صداقت ۰,۷۶۲، و بخشش ۰,۹۰۰ به دست آمد که پایایی پرسشنامه را نشان می‌دهد. در خصوص پایایی پرسشنامه تعهد سازمانی مطابق با پژوهش آلن و میر (۱۹۹۱) ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تعهد عاطفی و تعهد مستمر و تعهد هنجاری به ترتیب برابر با ۰,۸۲، ۰,۷۴، ۰,۸۳ است. پرسشنامه هوش معنوی نیز مبتنی بر پژوهش کینگ (۲۰۰۸) است که پایایی آن در پژوهش‌های پیشین بارها تأیید شده است. با این حال برای اطمینان بیشتر از پایایی پرسشنامه کلی در این پژوهش به اجرای پیش‌آزمون در نمونه‌ای با حجم ۵۰ نفر اقدام و پایایی از طریق محاسبه آلفای کرونباخ برآورد شد که پایایی مناسب پرسشنامه را نشان می‌دهد.

میانگین نمرات همه متغیرهای تحقیق بیشتر از ۳ (مرکز طیف پنج‌گزینه‌ای) به دست آمد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بیشتر افراد گزینه‌های بالای پرسشنامه را انتخاب کرده‌اند. همچنین توزیع آماری داده‌های همه متغیرها از توزیع غیرنرمال تبعیت می‌کند ( $p < 0.05$ ). با توجه به توزیع غیرنرمال متغیرهای پژوهش و همچنین به دلیل وجود متغیر تعدیل‌گر در پژوهش حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smartpls3 استفاده شد. در این روش آماری بعد از برازش مدل اندازه‌گیری و برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی، آزمون فرضیات تحقیق امکان‌پذیر خواهد بود (Seyedkalali & Heydari 2020; Seyedkalali 2022).

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

### مدل اندازه‌گیری

در پژوهش حاضر، بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از طریق معیارهای زیر انجام شد:

- معناداری بار عاملی بین گویه‌ها و متغیرهای مکنون مربوطه؛
  - پایایی (ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)؛
  - روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج شده (AVE))؛
  - روایی واگرا (فورنل و لارکر)؛
- باتوجه به اینکه مقادیر بار عاملی بیشتر از ۰/۴ و ضرایب آماره تی بیشتر از ۱/۹۶ به دست آمد، معناداری روابط بین هر سؤال با متغیر مربوط به خودش تأیید می‌شود.

### - ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی

ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۷ است که این امر پایایی مناسب مدل را نشان می‌دهد.

### - روایی همگرا

برای بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس به اشتراک گذاشته (AVE) بین هر متغیر مکنون با شاخص‌های خود استفاده شد. مقدار بیشتر از ۰/۵ نشان‌دهنده مناسب بودن این معیار است.

جدول ۱. نتایج ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
تعهد سازمانی	۰/۹۱۳	۰/۹۲۳	۰/۶۰۲
تعهد عاطفی	۰/۸۶۳	۰/۸۹۲	۰/۵۱۰
تعهد مستمر	۰/۸۹۶	۰/۹۱۶	۰/۵۷۹
تعهد هنجاری	۰/۹۱۲	۰/۹۲۹	۰/۶۲۰
هوش معنوی	۰/۹۰۹	۰/۹۲۱	۰/۶۱۷
تفکر وجودی انتقادی	۰/۸۵۸	۰/۸۹۲	۰/۵۴۲
تولید معنای فردی	۰/۷۵۱	۰/۸۳۴	۰/۵۱۰
آگاهی متعالی	۰/۸۱۰	۰/۸۶۴	۰/۵۱۷
گسترش حالت هوشیاری	۰/۸۵۸	۰/۸۹۸	۰/۶۳۹
فضیلت سازمانی	۰/۹۲۲	۰/۹۳۳	۰/۶۹۲

ادامه جدول ۱. نتایج ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
خوش بینی	۰/۸۱۶	۰/۸۹۱	۰/۸۳۱
اعتماد	۰/۸۶۳	۰/۸۶۴	۰/۶۷۹
شفقت	۰/۸۷۷	۰/۸۷۱	۰/۶۹۲
صداقت	۰/۸۶۴	۰/۸۶۴	۰/۶۸۰
بخشش	۰/۸۸۸	۰/۸۷۶	۰/۷۰۳
سرمایه اجتماعی	۰/۹۱۴	۰/۹۲۵	۰/۶۰۸
بعد رابطه‌ای	۰/۸۷۵	۰/۹۰۳	۰/۵۴۱
بعد ساختاری	۰/۹۱۳	۰/۹۳۰	۰/۶۲۵
بعد شناختی	۰/۸۹۳	۰/۹۱۳	۰/۶۰۱

### - روایی واگرا

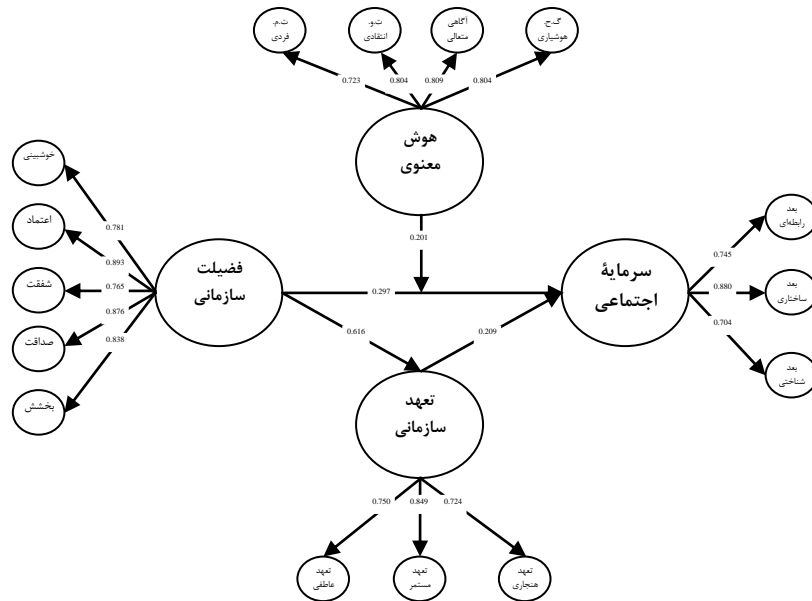
جهت بررسی روایی واگرا از ماتریس فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شد که براساس آن متغیرهای مکنون بیشتر با سؤالات مربوط به خودشان تعامل دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان بهتر، روایی واگرای مدل مطلوب است.

### مدل ساختاری

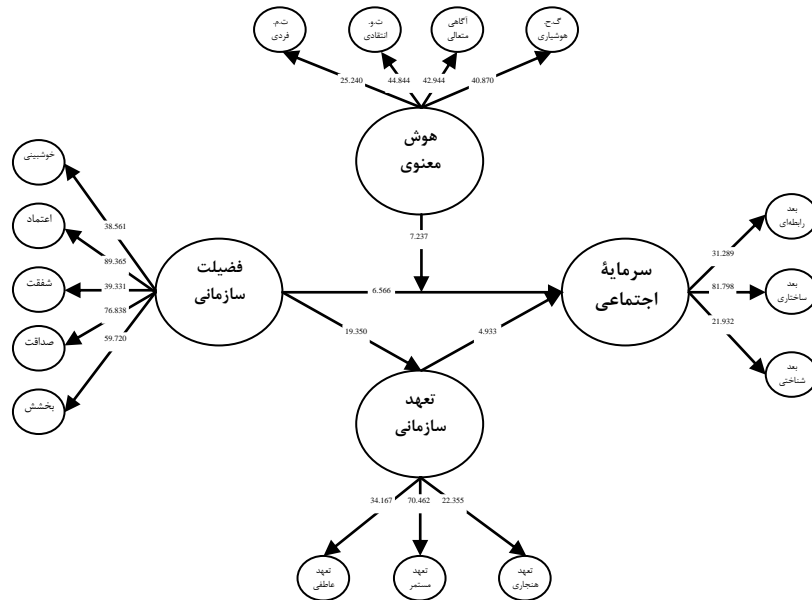
مدل ساختاری مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مکنون مستقل (برونزا) و وابسته (درونزا) بررسی می‌شود. در پژوهش حاضر آزمون مدل ساختاری از طریق بررسی شاخص‌های ضریب تعیین ( $R^2$ )، ارتباط پیش‌بین ( $Q^2$ )، اندازه اثر ( $F^2$ ) و هم‌خطی (VIF) صورت پذیرفت.

### - معیار $R^2$

این معیار میزان تأثیر یک یا چند متغیر برونزا را بر یک متغیر درونزا نشان می‌دهد. ضریب تعیین سرمایه اجتماعی همان‌طور که در جدول ۲ آمده، برابر با ۰,۴۶۴ برآورد شد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ۴۶,۴ درصد از واریانس (تغییرات) این متغیر توسط متغیرهای مستقل مربوط به آن پیش‌بینی شده و مابقی تغییرات سرمایه اجتماعی وابسته به سایر عوامل و متغیرهایی است که در مدل نیامده‌اند. همچنین ضریب تعیین تعهد سازمانی برابر ۰,۳۸۰ برآورد شده است. پس می‌توان نتیجه گرفت که ۳۸ درصد از واریانس (تغییرات) این متغیر توسط فضیلت سازمانی پیش‌بینی شده و مابقی تغییرات تعهد سازمانی وابسته به سایر عوامل و متغیرهایی است که در مدل نیامده‌اند.



شکل ۲. مدل ساختاری با ضرایب مسیر



شکل ۳. مدل ساختاری با مقادیر تی

- معیار  $F^2$  و  $Q^2$ 

معیار  $F^2$  شدت رابطه بین سازه‌ها را مشخص می‌کند و برای متغیرهای درون‌زایی قابل محاسبه است که بیش از یک متغیر بر آنها تأثیر بگذارد. شدت تأثیر فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی (۰,۰۹۱) نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار دارد. معیار  $Q^2$  قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند. با توجه به جدول ۲ مقدار  $Q^2$  متغیرهای درون‌زای مدل، یعنی سرمایه اجتماعی (۰,۲۶۴) و تعهد سازمانی (۰,۲۲۲)، مثبت است و در سطح مناسبی قرار دارد که نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص متغیرهای یادشده است.

## - معیار هم‌خطی (VIF)

جهت بررسی میزان هم‌خطی بین متغیرهای مستقل از شاخص VIF استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود همه شاخص‌های VIF متغیرهای مستقل کمتر از ۵ به دست آمده که نشان‌دهنده نبود مشکل هم‌خطی در مدل است.

## مدل کلی

معیار  $GOF^1$  برای ارزیابی مدل کلی استفاده می‌شود. با توجه به جدول ۲، مقدار  $GOF$  معادل ۰/۴۴۴ به دست آمد که برازش قوی مدل کلی تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج معیارهای برازش مدل ساختاری و کلی

VIF	$F^2$	$Q^2$ متغیر وابسته	$R^2$ متغیر وابسته	سطح معناداری	T_value	$\beta$	مسیر
۱/۸۱۲	۰/۰۹۱	۰/۲۶۴	۰/۴۶۴	۰/۰۰	۶/۵۶۶	۰/۲۹۷	فضیلت سازمانی ← سرمایه اجتماعی
-	-	۰/۲۲۲	۰/۳۸۰	۰/۰۰	۱۹/۳۵۰	۰/۶۱۶	فضیلت سازمانی ← تعهد سازمانی
۱/۶۳۱	۰/۰۵۰	۰/۲۶۴	۰/۴۶۴	۰/۰۰	۴/۹۳۳	۰/۲۰۹	تعهد سازمانی ← سرمایه اجتماعی
۱/۲۹۵	۰/۰۸۲	۰/۲۶۴	۰/۴۶۴	۰/۰۰	۷/۲۳۷	۰/۲۳۹	هوش معنوی ← سرمایه اجتماعی
۱/۱۳۷	۰/۰۲۰	۰/۲۶۴	۰/۴۶۴	۰/۰۰	۵/۹۴۲	۰/۲۰۱	فضیلت سازمانی × هوش معنوی ← سرمایه اجتماعی

## یافته‌های پژوهش

تصمیم‌گیری در خصوص تأیید یا رد فرضیات بر اساس مقدار آماره تی (t-value) و سطح معناداری (p-value) صورت می‌پذیرد. سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ و مقدار تی بیشتر از ۱,۹۶ تأیید فرضیات را نشان می‌دهد. در جدول ۳ فرضیات مستقیم پژوهش بررسی شده است.

جدول ۳. نتایج مربوط به فرضیات مستقیم

فرضیات	مسیر: متغیر مستقل ← متغیر وابسته	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معناداری	نتیجه
فرضیه اول	فضیلت سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰,۲۹۷	۶,۵۶۶	۰,۰۰	تأیید
فرضیه دوم	فضیلت سازمانی ← تعهد سازمانی	۰,۶۱۶	۱۹,۳۵۰	۰,۰۰	تأیید
فرضیه سوم	تعهد سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰,۲۰۹	۴,۹۳۳	۰,۰۰	تأیید
فرضیه چهارم	هوش معنوی ← سرمایه اجتماعی	۰,۲۳۹	۷,۲۳۷	۰,۰۰	تأیید

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مقدار آماره تی در همه مسیرهای موجود در مدل بیشتر از ۱,۹۶ برآورد شده است. بنابراین، این‌گونه استنباط می‌شود که همه فرضیات تحقیق به لحاظ آماری و با توجه به داده‌های گردآوری شده تأیید می‌شود. همچنین گفتنی است ضرایب مسیر استاندارد شده در همه مسیرها و فرضیات مقداری مثبت برآورد شده است و این نشان می‌دهد روابط بین همه متغیرها به صورت مستقیم و مثبت است. در جدول ۴ فرضیه تعدیل‌گری بررسی شده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل فرضیه تعدیل‌گری

مسیر	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معناداری	نتیجه
جمله تعاملی (فضیلت سازمانی × هوش معنوی) ← سرمایه اجتماعی	۰/۲۰۱	۵/۹۴۲	۰/۰۰	تأیید

یافته‌های تحقیق نشان داد مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (فضیلت سازمانی × هوش معنوی) و متغیر وابسته سرمایه اجتماعی به ترتیب برابر با ۵,۹۴۲ و ۰,۲۰۱ است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ و سطح



معناداری (۰,۰۰) کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ به دست آمده، این‌گونه استنباط می‌شود که فرضیه این بخش از تحقیق با احتمال ۹۵ درصد تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، نقش تعدیل‌گری هوش معنوی در ارتباط بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی تأیید می‌شود. در جدول ۵ فرضیه میانجی‌گری بررسی شده است.

جدول ۵. بررسی فرضیه میانجی‌گری تحقیق

مسیر	ضریب مسیر استاندارد	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
فضیلت سازمانی ← تعهد سازمانی	۰/۶۱۶	۱۹/۳۵۰	۰/۰۰	تأیید
تعهد سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰/۲۰۹	۴/۹۳۳	۰/۰۰	تأیید
فضیلت سازمانی ← سرمایه اجتماعی	۰/۲۹۷	۶/۵۶۶	۰/۰۰	تأیید
تأثیر فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی				
تأثیر مستقیم	تأثیر غیر مستقیم	تأثیر کل	مقدار آماره	سطح معناداری
۰/۲۹۷	۰/۱۲۸	۰/۴۲۵	۵/۴۸۱	۰/۰۰

جهت بررسی فرضیه میانجی دو مسیر تأثیرگذاری فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی و مسیر اثرگذاری تعهد سازمانی بر سرمایه اجتماعی مورد آزمون قرار گرفت. نحوه داوری بدین صورت است که اگر تأثیر متغیر مستقل بر میانجی و تأثیر متغیر میانجی بر وابسته هم‌زمان معنادار شود، نقش میانجی‌گری تأیید و تأثیر غیرمستقیم تأیید می‌شود. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تأثیر متغیر فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی با ضریب مسیر ۰,۶۱۶ و مقدار آماره تی ۱۹,۳۵۰ مورد قبول واقع شد. همچنین تأثیر تعهد سازمانی بر سرمایه اجتماعی با ضریب مسیر ۰,۲۰۹ و مقدار آماره تی ۴,۹۳۳ تأیید شد. با توجه به آزمون این دو مسیر در قالب یک مدل می‌توان استنباط کرد که متغیر تعهد سازمانی نقش واسطه‌ای را در تأثیرگذاری فضیلت سازمانی بر سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. از طرفی با توجه به اینکه مقدار قدر مطلق آماره سوبل<sup>۱</sup> برابر با ۵,۴۸۱ و از ۱/۹۶ بیشتر محاسبه شده و سطح معناداری آزمون (۰,۰۰) کمتر از سطح خطای ۰/۰۵

1. Sobel

به دست آمده است، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر میانجی‌گری تعهد سازمانی در رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی را بار دیگر تأیید کرد.

### نتیجه و پیشنهاد

یافته‌های تحقیق حاضر حاکی از آن است که فضیلت سازمانی از طریق تقویت تعهد سازمانی می‌تواند بر سرمایه اجتماعی سازمان تأثیر مثبت بگذارد. در این میان هوش معنوی نیز این رابطه را تشدید می‌کند. سازمان‌ها می‌توانند با افزایش هوش معنوی سازمانی بسترهای لازم را برای پذیرش فضیلت سازمانی و بروز رفتارهای مبتنی بر سرمایه اجتماعی فراهم آورند. به علاوه، سازمان‌ها با افزایش توجه به شایستگی‌های اخلاقی و ارج نهادن به آنها و توجه به رشد و شکوفایی ویژگی‌های اخلاقی انسانی می‌توانند تعهد سازمانی را تقویت کنند و در نهایت شاهد بهبود سرمایه اجتماعی باشند.

برخی از یافته‌های تحقیق حاضر با پژوهش‌های پیشین مرتبط است. مثلاً در تحقیقات سیف‌اللهی (۱۳۹۹)، جاماسبی (۱۳۹۵)، و صابرزوارم و سلیمان‌پور عمران (۱۳۹۷)، رابطه بین فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی به صورت غیرمستقیم بررسی و تأیید شده است. در تحقیقات ریگو و همکارانش (۲۰۱۱) نیز رابطه بعد عاطفی تعهد سازمانی و ابعاد فضیلت سازمانی، و در پژوهش جیانگ و لیو (۲۰۱۵) رابطه تعهد رویه‌ای و سرمایه اجتماعی تأیید شده است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر با هدف توسعه سرمایه اجتماعی پیشنهادهایی مطرح می‌شود: الف) از کار گروهی و تشکیل تیم‌های کاری در سازمان حمایت شود؛ ب) مدیران اعتماد متقابل بین کارکنان ایجاد کنند و نگرش خود را نسبت به نیروی انسانی به منزله بازارش‌ترین سرمایه سازمانی اصلاح کنند؛ ج) مقوله مدیریت مشارکتی با جدیت به کار گرفته شود؛ د) روحیه همکاری و تعامل کارکنان به منظور نیل به اهداف سازمان مورد تقدیر و تشویق قرار گیرد.

پژوهش حاضر با محدودیت‌های چندی نیز روبرو بود که از آن جمله می‌توان به محدودیت در تعمیم نتایج به جوامع دیگر و محدودیت به واسطه نوع ابزار گردآوری اطلاعات و روایی ابزار تحقیق اشاره کرد. به علاوه، پیشنهاد می‌شود محققان آتی با به‌کارگیری روش‌ها و تکنیک‌های دیگر به بررسی دقیق‌تر ارتباط میان متغیرهای تحقیق حاضر و همین‌طور واکاوی نقش سایر متغیرها بپردازند.

## منابع

- امیری، هادی؛ رضاپور، زهره (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر ورود بنگاه‌ها به بازرگانی خارجی»، جامعه‌شناسی کاربردی، د ۲۶، ش ۱، ص ۱۷۱-۱۸۴.
- خشوعی، مهدیه سادات (۱۳۹۳). «نقش فضیلت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در شجاعت اخلاقی حرفه‌ای»، فرایند مدیریت و توسعه، د ۲۷، ش ۲، ص ۸۱-۹۸.
- سیف‌اللهی، ناصر (۱۳۹۹). «تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی»، مدیریت سرمایه اجتماعی، د ۷، ش ۲، ص ۱۷۱ - ۱۹۴.
- صابرزوارم، جعفر؛ محبوبه سلیمان‌پور عمران (۱۳۹۷). «رابطه فضیلت سازمانی و سرمایه اجتماعی با سلامت معنوی کارکنان»، توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ش ۴۹، ص ۱ - ۱۳.
- فقیرنژاد، فاطمه؛ محمد فتاحی (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر رهبری اصیل بر فضیلت سازمانی با میانجیگری سرمایه روان‌شناختی»، راهبردهای آموزش (راهبردهای آموزش در علوم پزشکی)، د ۱۲، ش ۱، ص ۱۱۶ - ۱۲۲.
- مرادیانی گیلانی، نسرين؛ شیرین زردشتیان (۱۳۹۹). «بررسی نقش میانجی توانمندسازی روان‌شناختی در ارتباط بین فضیلت سازمانی با تعهد سازمانی در دبیران تربیت بدنی»، پژوهش در ورزش تربیتی، د ۸، ش ۱۸، ص ۱۵۷ - ۱۷۸.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۹۵). مبانی سازمان و مدیریت، تهران، راه‌دان.
- نفتی، مهدی؛ علی حسین‌زاده (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی به واسطه فضیلت سازمانی و انگیزه شغلی (مورد مطالعه: کارکنان بانک ملی مشهد)، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، د ۱۰، ش ۲، ص ۶۷-۹۴.

## References

- Amiri, H. & Rezapour, Z. (2015). "Analyzing the Effect of Social Capital on Firm Entry to Foreign Trade: A Case Study: Nuts Exporters". *Journal of Applied Sociology*, 26(1), pp. 171-184. (in Persian)
- Atkins, P. W., & Parker, S. K. (2012). Understanding individual compassion in organizations: The role of appraisals and psychological flexibility. *Academy of Management Review*, 37(4), pp. 524-546.
- Ayranci, E. (2011). "Effects of Top Turkish Managers' Emotional and Spiritual Intelligences on their Organizations' Financial Performance", *Business Intelligence Journal*, 4(1), pp. 1-24.

- Ayranci, E. & Semercioz, F. (2010). "The Relationship between Spiritual Leadership and Issues of Spirituality and Religiosity: A Study of Top Turkish Managers", *International Journal of Business and Management*, 6(4). www.ccsenet.org/ijbm
- Bain, K., & Hicks, N. (1998). "Building social capital and reaching out to excluded groups: the challenge of partnerships". *World Bank*, 15(1), pp. 13-25.
- Baumeister, R. & Exline, J (2000). "Self Control, Morality and Human Strength", *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19, pp. 29-42.
- Bright, D. S., Winn, B. A., & Kanov, J. (2014). "Reconsidering virtue: Differences of perspective in virtue ethics and the positive social sciences". *Journal of business ethics*, 119(4), pp. 445-460.
- Cameron, K. S., Bright, D., & Caza, A. (2004). "Exploring the Relationships between Organizational Virtuousness and Performance", *American Behavioral Scientist*, 47(6), pp. 766-790.
- Cameron, K., & Dutton, J. (Eds.). (2003). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. Berrett-Koehler Publishers.
- Cawley III, M. J., Martin, J. E., & Johnson, J. A. (2000). "A virtues approach to personality. *Personality and individual differences*", 28(5), pp. 997-1013.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. (2016). "Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories", *Decision Support Systems*, 42(3), pp. 1872-1888.
- Cohen, A. (2006). "The Relationship between Multiple Commitment and Organizational Citizenship Behavior in Arab and Jewish Culture", *Journal of Vocational Behavior*, 69(1), pp. 105-118.
- Eliyana, A., Ma'arif, S., & Muzakki (2019). "Job Satisfaction and Organizational Commitment Effect in the Transformational Leadership toward Employee Performance", *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), pp. 144-150.
- Emmons, R. (2003). *Positive Organizational Scholarship*, San Francisco, Berrett-Koehler Publishers.
- Emmons, R. A. (2000). "Is Spirituality an intelligence? Motivation, Cognition and the psychology of ultimate Concern", *The International Journal for the Psychology of Religion*, 10(1), pp. 3-26.
- Faqirnejad, F. & Fattahi, M. (2017). "A study of the impact of genuine leadership on organizational virtue mediated by psychological capital", *Education Strategies (Educational Strategies in Medical Sciences)*, 12(1), pp. 116-122. (in Persian)
- Ghobari Bonab, B. & Saliyani, L. (2007). "Spiritual intelligence", *Journal of New Religious Thought*, 10, pp. 125-147. (in Persian)
- Halama, P. & Strizenec, M. (2004). "Spiritual, existential or both? Theoretical considerations on the nature of higher intelligence", *Studia psychologica*, 43(3), pp. 239-253.
- Hessel, I. (2013). *Developing a Virtuous Aspect of Leadership: A Case Study of the Virtuous Projects Approach to Leadership Development*, Master's Thesis, University of Oslo.

- Huang, J., Brink, H. M., & Groot, W. (2009). "A Meta-Analysis of the Effect of Education on Social Capital", *Economic of Education Review*, 10(28), pp. 1-28.
- Jane Yan, J. & Chi-Wei L. (2015). "High performance work systems and organizational effectiveness: The mediating role of social capital", *Human Resource Management Review*, 25(1), pp. 126-137.
- Jansen, R. J., Curşeu, P. L., Vermeulen, P. A., Geurts, J. L., & Gibcus, P. (2013). "Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness", *International Small business journal*, 31(2), pp. 192-216.
- Jeong, S. W., Ha, S., & Lee, K. H. (2021). "How to measure social capital in an online brand community? A comparison of three social capital scales", *Journal of Business Research*, 131, pp. 652-663.
- Kessi, A. M. P., Suwardi, W. Z., Mukhtar, A., Asmawiyah, A., & AR, D. P. (2022). "Islamic Leadership, Emotional Intelligence, and Spiritual Intelligence on Passion of Work and Performance", *Golden Ratio of Human Resource Management*, 2(1), pp. 15-26.
- Krishna, A. & Shrader, E. (1999). "Social Capital Assessment Tool", *Conference on Social Capital and Poverty Reduction*, pp. 142-149.
- Ma, Q. & Wang, F. (2022). "The Role of Students' Spiritual Intelligence in Enhancing Their Academic Engagement: A Theoretical Review", *Frontiers in Psychology*, 13, pp. 842-857.
- Meyer, J. P. & Herscovitc, L. (2001). "Commitment in the Workplace: Toward a General model", *Human Resource Management Review*, 11(3), pp. 299-326.
- Mitchell, J. & George, D. (2020). "Virtue as a Framework for the Design and Use of Artificial Intelligence", *Business Horizons*, 63(2), pp. 195-204.
- Moghimi, S. M. (2016). Principles of organization and management, Tehran, Rahdan Publications. (in Persian)
- Moradiani Gilani, N. & Zoroastrian, Sh. (2016). "Investigating the mediating role of psychological empowerment in the relationship between organizational virtue and organizational commitment in physical education teachers", *Research in Educational Sports*, 8(18), pp. 157-178. (in Persian)
- Nafti, M. & Hossein-Zadeh, A. (2017). "Investigating the effect of organizational trust on organizational commitment through organizational virtue and job motivation: Employees of Bank Melli Mashhad", *Journal of Transformation Management*, 20(10), pp. 67-94. (in Persian)
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242-266.
- Neubert, M. J., & Montañez, G. D. (2020). "Virtue as a framework for the design and use of artificial intelligence". *Business Horizons*, 63(2), pp. 195-204.
- Newman, A. & Sheikh, A. Z. (2010). "Organizational rewards and employee commitment: a Chinese study", *Journal of Managerial Psychology*, 27(1), pp. 71-89.
- Putnam, R. (2001). *Making Democracy Work*, Princeton University Press.
- Raja, A. S. & Palanichamy, P. (2011). "Leadership styles and its impact on organizational commitment", *Asia- Pacific Business Review*, 8(3), pp. 167-175.

- 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(2), pp. 215-235.
- Rego, A., Ribeiro, N., e Cunha, M. P., & Jesuino, J. C. (2011). "How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship". *Journal of business research*, 64(5), pp. 524-532.
- Ryff, C. & Singer, B. (2008). "The Contours of Positive Human Health", *Psychological Inquiry*, 9, pp. 1-28.
- Saber-Zavarem, J. & Soleymanpoor-Omran, M. (2018). "The relationship between organizational virtue and social capital with the spiritual health of employees", *Journal of Human Resource Management Development and Support*, 49, pp. 1-13. (in Persian)
- Secinper, M. E. P. (2012). *Positive psychology, positive prevention, and positive therapy*, The handbook of positive psychology, New York, NY: Oxford University Press, pp. 3-12.
- Seyedkalali, N. (2022). Entrepreneurial orientation in family firms: the effects of long-term orientation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(7), pp. 1732-1750.
- Seyedkalali, N., & Heydari, E. (2020). The Effect of Analytical Orientation on Proactiveness in Managerial and Economic Consultancy Firms. *Journal of Iranian Economic Issues*, 6(2), pp. 95-114.
- Seifollahi, N. (2020). "Analyzing the effect of social capital on organizational virtue with the mediating role of social responsibility", *Management of Social Capital*, 7(2), pp. 171-194. (in Persian)
- Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). "Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing", *Journal of International Management*, 27(1), 100830.
- Singla, H., Mehta, M. D., & Mehta, P. (2021). "Modeling spiritual intelligence on quality of work life of college teachers: a mediating role of psychological capital", *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998). "Social Capital and Value creation: The Role of Intra Firm Networks", *Academy of Management Journal*, 41(4), pp. 464-476.
- Verhezen, P. (2010). "The (Ir) relevance of Integrity in Organizations", *Public Integrity*, 10(2), pp. 133-149.
- Vincens, N., Emmelin, M., & Stafström, M. (2018). "Social capital, income inequality and the social gradient in self-rated health in Latin America: A fixed effects analysis". *Social science & medicine*, 196, pp. 115-122.
- Yeşil, S., & Doğan, I. F. (2019). "Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation". *Innovation*, 21(4), pp. 506-532.