

دریافت: ۸۸/۹/۱۸

پذیرش: ۸۸/۱۰/۵

بررسی رابطه میان ارزش‌های فردی و سازمانی در بین کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان

لیلا شیروانی^۱ - سیدکمال علوی^۲ - سیدجلال نجم‌السادات^۳ - حمیدرضا عربی^۴

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی رابطه میان ارزش‌های فردی و سازمانی در بین کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان می‌باشد. در این پژوهش ۲۶۹ نفر از کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. نوع این پژوهش رابطه‌ای و ابزار آن پرسشنامه‌های زمینه‌یابی ارزش‌های شوارتز و پرسشنامه محقق ساخته ارزش‌های سازمانی را بوده است. نتایج نشان می‌دهند که در بین خرده مقیاس‌های ارزش‌های فردی و سازمانی، ۱. میان ارزش‌های فردی هم‌رنگی، سنت، خیرخواهی، جهان خواهی، قدرت و امنیت با ارزش سازمانی توجه به نیروی انسانی، ۲. ارزش‌های فردی هم‌رنگی، خیرخواهی و امنیت با ارزش سازمانی رقابت و جهانی شدن و ۳. ارزش‌های فردی هم‌رنگی، سنت و قدرت با ارزش سازمانی وفاداری به سازمان رابطه معنی‌داری وجود دارد. بین مولفه‌های ارزش‌های فردی بر حسب واحدهای مختلف تفاوت معنی‌داری وجود نداشته است. در ارزش‌های سازمانی عامل وفاداری به سازمان در سطح $p \leq 0/5$ معنی‌دار بوده، در نتیجه این عامل در واحدهای مختلف تفاوت نشان داده است. رتبه‌بندی

۱. دانشجوی فوق‌لیسانس روانشناسی صنعتی، دانشگاه اصفهان، shirvani.leila@yahoo.com

۲. معاون تجهیز و توسعه مدیر توسعه منابع انسانی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی Alavi@niordc.ir

۳. رئیس پژوهش و توسعه منابع انسانی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی، hrd@niordc.ir

۴. عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان

ارزش های فردی به ترتیب امنیت، هم رنگی، خیرخواهی، جهان خواهی، خود رهبری، سنت، لذت، پیشرفت، قدرت و انگیزختگی و در مورد رتبه بندی ارزش های سازمانی به ترتیب رقابت و جهانی شدن، توجه به نیروی انسانی و وفاداری به سازمان بوده اند. لذا با توجه به نتایج به دست آمده، هماهنگ کردن ارزش های فردی با ارزش های سازمانی برای نیل به اهداف راهبردی، امری ضروری است. و نظام های نوین مدیریت تاکید فراوانی بر منابع انسانی دارند و آن را مهمترین دارایی سازمان به شمار آورده و ارج نهادن به ارزش ها و نیازهای کارکنان را موثرترین گام در راه تحقق اهداف سازمان می دانند.

واژه های کلیدی

ارزش های فردی، ارزش های سازمانی.

مقدمه

تعاریف متعدد و فراوانی از اصطلاح «ارزش»^۱ وجود دارد ولی یک تعریف مورد قبول عام وجود ندارد. اما به طور کلی همگی قبول دارند که رفتار افراد به وسیله ارزش های فردی آنها شکل می گیرد (لان، ما، کائو و زانگ^۲، ۲۰۰۹). ارزش ها به عنوان ادراک مطلوبیت ها (کلوک هون^۳، ۱۹۵۱، ص ۳۹۵)، باورهایی درباره راه های پسندیده یا ناپسند رفتاری یا حالت نهایی^۴ مطلوب (فیدر^۵، ۱۹۹۵، ص ۱۱۳۵)، رفتارشناختی که اولویت های فردی را توضیح می دهد (رنر^۶، ۲۰۰۳، ص ۱۲۷)، اولویت ها و رجحان هایی^۷ برای نتایج به خصوص (استاب^۸، ۱۹۸۹، ص ۴۵)، باوری که بر اساس آن فرد طبق اولویت های خود عمل می کند (آلپورت^۹، ۱۹۶۳، ص ۴۵۴) و اعتقاد بادوامی که حالت نهایی نامیده می شود (روکیچ^{۱۰}، ۱۹۷۳، ص ۵)، تعریف شده اند. رایینز معتقد است که ارزش ها بیانگر اعتقادات اساسی هستند که یک

1. value
2. Lan, Ma, Cao, Zhang
3. Klockhohn
4. End-state
5. Feather
6. Renner
7. preference
8. Staub
9. Allport
10. Rokeach

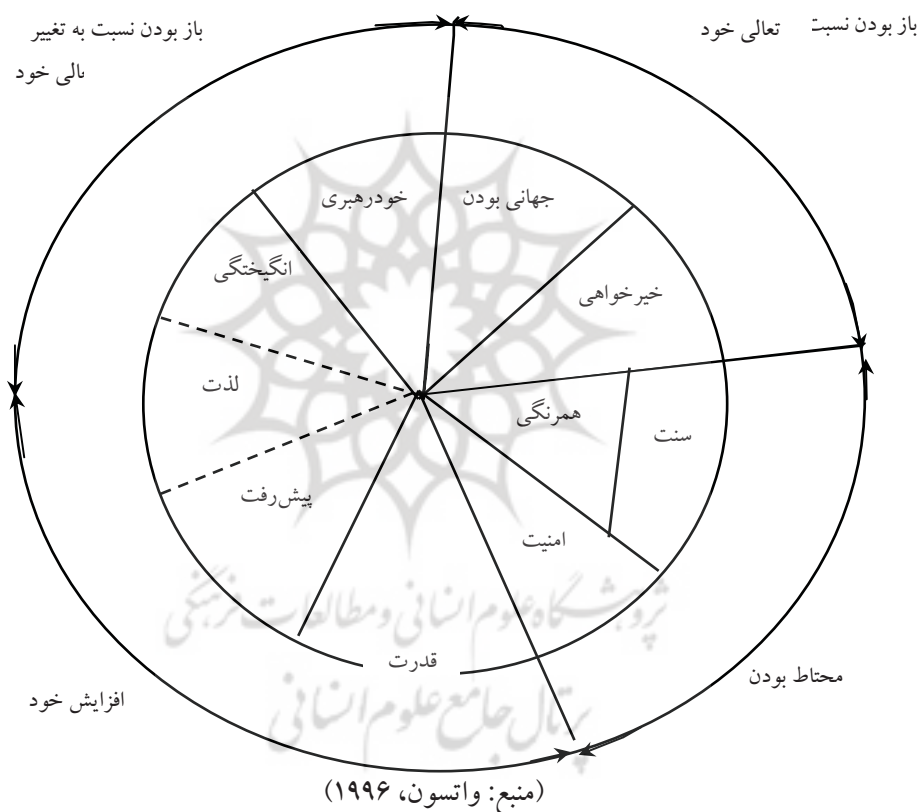
حالت به خصوص از رفتار یا حالت نهایی وجودی است که از نظر شخصی یا اجتماعی، نسبت به حالت مخالف ارجحیت داشته و شامل یک عنصر قضاوتی است که نظر و دیدگاه فرد را درباره صحیح، خوب و مطلوب بودن مشخص می‌کند (رابینز، ۱۳۸۵، ص ۳۶).

مطالعه ارزش‌ها توسط آلپورت، ورنون^۱ و لیندزی^۲ آغاز گردید (۱۹۶۰). طی دهه ۱۹۷۰ مطالعه و ساخت ابزارهای ارزش با شتاب بیشتری دنبال شد (سوپر، ۱۹۷۰؛ روکیچ، ۱۹۷۵). تئوری‌ها و مطالعات روان‌شناختی روی ارزش‌ها مبتنی بر کار روکیچ (۱۹۷۳) می‌باشد. اما شوارتز^۳ معتقد است که ارزش‌ها اهداف مطلوب و فراموقعیتی هستند که از نظر اهمیت با هم متفاوت بوده و به عنوان اصول راهنما در زندگی فرد عمل می‌کنند. مدل بین فرهنگی شوارتز (۱۹۹۶، ۱۹۹۲)، سه نیاز همگانی زندگی بشر را بازیابی می‌کند که عبارتند از: نیازهای امنیتی، نیاز به تعامل اجتماعی هماهنگ و نیاز به عملکرد و بقای بشر بر همین اساس شوارتز (۱۹۹۲) ده نوع ارزش سطح فردی را دسته‌بندی کرد که انگیزش‌های مختلفی را بیان می‌کنند و شامل: هم‌رنگی^۴، سنت^۵، خیرخواهی^۶، جهان‌خواهی^۷، خودرهبی^۸، انگیزش^۹، لذت^{۱۰}، پیشرفت^{۱۱}، قدرت^{۱۲} و امنیت^{۱۳} می‌باشند. این موضوع در واقع یک جنبه منحصر به فرد در نظریه ارزشی شوارتز است که در دیگر تیپ‌شناسی‌های ارزش‌ها وجود ندارد (به عنوان مثال آلپورت، ورنون و لیندزی، ۱۹۶۰؛ روکیچ، ۱۹۷۳) اینکه رابطه‌ی پویایی بین این ده نوع ارزش وجود دارد (ان‌جی و همکاران^{۱۴}، ۲۰۰۵). شوارتز پیش‌بینی کرد که این ده نوع ارزش می‌توانند به چهار حوزه ارزش رده بالاتر^{۱۵}

1. Vernon
2. Lindzey
3. Schwartz
4. Conformity
5. Tradition
6. Benevolence
7. Universalism
8. Self-Direction
9. Stimulation
10. Hedonism
11. Achievement
12. Power
13. Security
14. NG, et al.
15. Higher-order value types

مرتب و دسته بندی شوند که شامل: محافظه کاری^۱، تغییر پذیری^۲، خودافزایی^۳ و خودبرتری^۴ هستند (ساجیو^۵ و شوارتز، ۱۹۹۵). الگوی کلی ارتباطات متعارض و سازگار در میان اولویت های ارزشی، یک ساختار مدور از نظام ارزشی به وجود می آورد که ارزش های رقیب در جهات مختلف مرکز این ساختار قرار دارند و ارزش های مکمل در مجاورت همدیگر قرار می گیرند (شوارتز، ۱۹۹۶).

شکل ۱. مدل ساختاری نظام ارزش های سطح فردی



1. Conservation
2. Openness To Change
3. Self-enhancement
4. Self-Transcendence
5. Sagiv

تحقیقات نشان داده‌اند که ارزش‌های فردی، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را تحت تاثیر قرار داده (پیترو و السوم^۱، ۲۰۰۱)، خودارزیابی و ارزیابی از دیگران را متاثر کرده و نقش عمده‌ای در استقرار اهداف سازمانی دارند (براون^۲، ۲۰۰۲، ص ۸۰).

ارزش‌های سازمانی، به آن دسته از ارزش‌هایی اشاره دارند که هدایت‌گر رفتار، کردار و اندیشه کارکنان و مدیران سازمان بوده و بر آنها تاثیر می‌گذارند. مجموعه باورهایی هستند که در یک سازمان، رفتارهای مطلوب را شکل داده و مانند صافی‌هایی عمل می‌کنند که همه اقدامات و تصمیمات سازمانی از آنها عبور می‌کنند؛ ارزش‌های اصلی سازمان که در مقیاس وسیع مورد توجه همگان قرار می‌گیرند؛ معرف فرهنگ آن سازمان هستند؛ مبنای تصمیم‌گیری بوده و راهنمای قضاوت امور هستند؛ فرضیاتی مشترک در حوزه فرهنگ سازمانی هستند که از فرایند «درونی‌سازی» توسط اعضای سازمان ناشی می‌شوند (محسن وند، ۱۳۸۷) و متمایزکننده یک سازمان از سازمان‌های دیگر است (ویلیامز، ۲۰۰۲). ارزش‌های موجود در دنیای کاری می‌توانند به دو حیطه مهم، تقسیم شوند. یک زمینه، تاکید بر روی ارزش‌های مربوط به مشاغل خاصی هستند و اغلب در مفهوم خلق و نگرش‌های کارکنان مطالعه می‌شوند و جنبه دیگر ارزش‌ها، متمرکز بر سازمان است و هدف تحقیقات مرتبط با آن، مدیریت اهداف و مفاهیم رفتاری می‌باشد (کوسلوسکی و استاشوسکی^۳، ۲۰۰۵). بر اساس مطالعه جیمز و جیمز^۴ (۱۹۸۹)، ادراکات کارمند از محیط، واکنشی به سیستم ارزشی سازمان است. طبق این دیدگاه، فهم و درک محیط کاری در سازمان، ایجاد‌کننده دیدگاهی نسبت به نظام ارزشی کارمندان است که به عنوان بخشی از رفاه و آسایش فرد محسوب شده و به موفقیت سازمان و حفظ اهداف آن کمک می‌کند (جونز و جونز^۵، ۲۰۰۲). ارزش‌های سازمانی پیامدهای زیادی دارند، از جمله اینکه افراد را به یکدیگر مربوط و رفتار کاری و نیل به اهداف مشخص شده سازمانی را تسهیل می‌کند. اما بدون آموزش مناسب و موثر کارکنان و برنامه‌های حمایت سازمانی ارزش‌های

-
1. Peter & Olson
 2. Brown
 3. Koslowsky & Stashevsky
 4. James & James
 5. Jons & Jons

سازمانی، فقط در حد نوشته روی کاغذ خواهند ماند (حسن^۱، ۲۰۰۷). متخصصان مدیریت استراتژیک «اصول اخلاقی شایسته در سازمان را یکی از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب» دانسته‌اند. اعتقاد سازمان‌ها در این مورد، روز به روز راسخ‌تر می‌شود که ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی موجب ایجاد مزیت‌های استراتژیک خواهد شد. از این رو، در فرایند تدوین برنامه استراتژیک و اهداف سازمانی، تبیین نظام ارزشی سازمان در قالب «ارزش‌های سازمانی» به عنوان عنصری استراتژیک، پیش‌بینی شده است. در بررسی عملکرد سازمان‌های موفق، توجه جدی آنان به مفاهیم اخلاقی تحت عنوان ارزش‌های سازمانی کاملاً مشهود است (محسن وند، ۱۳۸۷).

پرسش‌های تحقیق

- آیا ابزارهای پژوهش دارای پایایی هستند؟
- نمره‌های ارزش‌های شوارتز در شرکت پالایش اصفهان چگونه توزیع شده است؟
- ترتیب ارزش‌های فردی و سازمانی در شرکت پالایش اصفهان چگونه است؟

فرضیه‌های تحقیق

- بین ارزش‌های فردی و سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین ارزش‌های فردی واحدهای مختلف شرکت پالایش اصفهان تفاوت وجود دارد.
- بین ارزش‌های سازمانی واحدهای مختلف شرکت پالایش اصفهان تفاوت وجود دارد.

روش تحقیق

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش، کلیه کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان (۱۲۵۹ نفر) در سال

۱۳۸۸ و نمونه پژوهش تعداد ۲۶۹ نفر از کارکنان این شرکت که براساس روش نمونه‌گیری، تصادفی ساده انتخاب شده‌اند بوده است. چارچوب نمونه‌گیری، لیست کارکنان شاغل بر اساس اطلاعات سیستم جامع نیروی انسانی بوده و واحد نمونه‌گیری هر فرد شاغل تعریف شده در مقطع پائین‌تر از دیپلم در جامعه آماری بوده است. این اطلاعات بر اساس نظام جامع نیروی انسانی شرکت ملی پالایش و پخش محاسبه و واحدهای آماری با استفاده از انتخاب تصادفی و به کمک نرم‌افزار SPSS 15.00 با شانس برابر انتخاب شده است.

ابزار پژوهش

در پژوهش حاضر برای گردآوری داده‌ها از ابزارهای ذیل استفاده شد:
- داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های زمینه‌یابی ارزش‌های شوارتز، پرسشنامه ارزش‌های سازمانی و پرسشنامه متغیرهای جمعیت شناختی جمع‌آوری گردید.

۱. پرسشنامه زمینه‌یابی ارزش‌های شوارتز: این پرسشنامه دارای فرمی با ۵۶ سوال می‌باشد که با استفاده از آن اهمیت ۱۰ نوع ارزش در سطح فردی مورد سنجش قرار می‌گیرد.

نمره‌گذاری: آزمودنی قبل از آغاز تکمیل فرم باید یکبار کل ارزش‌ها را خوانده و ارزش یا ارزش‌هایی که برای او با اهمیت‌ترین هستند را انتخاب نموده و به آن درجه ۷ بدهد. سپس ارزش یا ارزش‌هایی که بیشترین تضاد را با ارزش‌های او دارد را انتخاب و به آنها درجه ۱- بدهد. اگر چنین ارزشی وجود نداشت، ارزش‌هایی را که برای او کم‌اهمیت‌ترین هستند را انتخاب کند و با توجه به اهمیت آن، به آن درجه ۰ یا ۱ بدهد. و در نهایت سایر ارزش‌ها را درجه‌بندی نماید. در فضای خالی قبل از هر ارزش، عددی (۱- و ۰ و ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷) علامت بزند که اهمیت آن ارزش را برای شخص او مشخص نماید. فرد باید تلاش نماید تا جایی که ممکن است با به کار بردن همه این اعداد، بین ارزش‌ها تفاوت بگذارد.

به منظور برآورد پایایی زمینه‌یابی شوارتز از روش هماهنگی درونی استفاده شده است.

جدول ۱. برآورد پایایی زمینه‌یابی شوارتز از روش هماهنگی درونی

انواع ارزش‌ها	همبستگی	سنت	نیروی انسانی	نیروی مالی	نیروی فیزیکی	نیروی اجتماعی	نیروی فرهنگی	نیروی سیاسی	نیروی اقتصادی	نیروی اجتماعی	تعداد
آلفای کرونباخ	۰/۶۸	۰/۶۵	۰/۷۲	۰/۶۸	۰/۵۵	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۵۴	۰/۵۶	۰/۶۷	۲۱۳

همانطور که از نتایج جدول بر می‌آید ضرایب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده پایایی رضایت‌بخش کل مقیاس و زیرمقیاس‌ها است. پایایی و اعتبار ابزار پژوهش در تحقیق کاظمی (۱۳۸۵) قابل قبول بوده است.

در این پژوهش نیز پایایی عوامل ارزش‌های فردی به ترتیب برابر با ۰/۶۱، ۰/۶۳، ۰/۷۳، ۰/۷۶، ۰/۶۲، ۰/۳۰، ۰/۶۶، ۰/۴۷، ۰/۴۲ و ۰/۶۷ به دست آمده است و نیز پایایی عوامل ارزش‌های سازمانی به ترتیب برابر با ۰/۷۴، ۰/۴۷ و ۰/۷۸ بوده است.

۲. پرسشنامه ارزش‌های سازمانی

این پرسشنامه محقق ساخته و شامل ۲۳ سوال می‌باشد که آزمودنی باید در ۱۴ سوال اول عدد انتخابی خود را از طیف ۱ تا ۷ در محل مورد نظر قرار دهد، در ۹ سوال آخر (که همان ۹ سوال پرسشنامه تعهد سازمانی بالفور و وکسلر بوده)، پاسخ‌ها در طیف لیکرتی از بسیار موافقم تا بسیار مخالفم درجه‌بندی شده و به پاسخ بسیار مخالفم نمره ۱، پاسخ مخالفم نمره ۲، پاسخ نظری ندارم، نمره ۳، پاسخ موافقم نمره ۴، و پاسخ بسیار موافقم نمره ۵ تعلق می‌گیرد. نمره‌گذاری سوالات ۳، ۶، ۹ به صورت عکس انجام می‌گیرد. این پرسشنامه در ایران برای نخستین بار توسط عریضی (۱۳۸۶) ترجمه و در پژوهش‌های متعدد در داخل کشور و از جمله در شرکت ملی پالایش و پخش ایران به کار گرفته شده است. ضرایب

پایایی این ابزار در پژوهش عریضی (۱۳۸۶) به روش بازآزمایی در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۲. ضرایب بازآزمایی پرسشنامه تعهد سازمانی بالفور و وکسلر

انواع تعهد	ضرایب بازآزمایی
هماندسازی شده	۰/۷۸
مبادله‌ای	۰/۷۲
پیوستگی	۰/۷۶

احمدی (۱۳۸۷)، آلفای کرونباخ را برای آنها به ترتیب ۰/۷۰، ۰/۶۹ و ۰/۶۹ به دست آورده است. محقق با جمع این ۲۳ سوال و احراز پایایی و اعتبار مورد قبول از آن استفاده نموده است. پس از تحلیل عامل، ۳ عامل از آن استخراج گردید که پایایی عوامل به تفکیک به ترتیب برابر با ۰/۷۴، ۰/۴۷ و ۰/۷۸ بوده اند.

طرح تحقیق

این پژوهش، تحقیقی توصیفی از نوع رابطه‌ای می‌باشد (بورگ و گال، ۱۹۹۶؛ ترجمه نصر، عریضی و دیگران، ۱۳۸۲).

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق در جدول ۳ نشان داده شده است. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، حداقل و حداکثر نمره، میانگین و انحراف معیار، برای هر یک از عوامل ارزش‌ها ذکر شده است. در بین عوامل ارزش‌های فردی بیشترین میانگین مربوط به امنیت و بیشترین پراکندگی مربوط به لذت می‌باشد. در بین عوامل ارزش‌های سازمانی بیشترین میانگین مربوط به رقابت و جهانی شدن و بیشترین پراکندگی مربوط به توجه به عامل انسانی است.

جدول ۳. یافته‌های توصیفی مربوط به ارزش‌های فردی و سازمانی به تفکیک عوامل

متغیر	آماره			انحراف معیار
	حد اقل نمره	حداکثر نمره	میانگین	
ارزش‌های فردی	هم‌رنگی	۰/۶۹	۷۱/۵	۰/۹۱
	سنت	-۰/۴۹	۵/۷۱	۱/۱۶
	خیرخواهی	۱/۵۱	۵/۷۱	۰/۹۳
	جهان خواهی	۱/۴۶	۵/۷۱	۰/۹۷
	خودرهبی	۱/۳	۵/۷۱	۰/۹۵
	انگیزندگی	-۲/۲۹	۵/۷۱	۱/۶۱
	لذت	-۲/۲۹	۵/۷۱	۱/۶۸
	پیشرفت	۰/۴۶	۵/۷۱	۱/۱۰
	قدرت	-۱/۶۲	۵/۷۱	۱/۲۳
	امنیت	۱/۲۱	۵/۷۱	۰/۷۸
ارزش‌های سازمانی	توجه به عامل انسانی	۱/۴۰	۷/۰۰	۱/۲۰
	رقابت و جهانی شدن	۱/۳۳	۷/۰۰	۱/۰۰
	وفاداری به سازمان	۱/۰۰	۴/۱۱	۰/۶۰

یافته‌های مربوط به فرضیه‌های تحقیق انی و مطالعات فریبگی

۱. پایایی ارزش‌های فردی و سازمانی به تفکیک عوامل

پایایی عامل‌ها به ترتیب برابر با ۰/۶۱، ۰/۶۳، ۰/۷۳، ۰/۷۶، ۰/۶۲، ۰/۳۰، ۰/۶۶، ۰/۴۷، ۰/۴۲ و ۰/۶۷ می‌باشد.

جدول ۴. تعیین پایایی ارزش‌های فردی به تفکیک زیر مقیاس‌ها (عامل‌ها)

عامل‌ها	ارزش‌ها	میانگین مقیاس با حذف سوال	واریانس مقیاس با حذف سوال	رابطه سوال با کل مقیاس	آلفای کرونباخ با حذف سوال
عامل اول (هم‌رنگی)	ادب (نزاکت، رفتار پسندیده)	۱۷،۳۶	۹،۰۸	۰،۴۲	۰،۵۲
	خویش‌داری (خودداری، مقاومت در برابر وسوسه)	۱۸،۱۰	۷،۷۷	۰،۳۶	۰،۵۷
	احترام به والدین و بزرگترها (ابراز احترام)	۱۷،۱۷	۹،۲۹	۰،۴۳	۰،۵۲
	فرمانبردار (وظیفه‌شناس، عمل کردن به تکالیف)	۱۸،۰۶	۷،۹۴	۰،۳۸	۰،۵۴
عامل دوم (سنت)	احترام به سنت (حفظ آداب و رسوم کهن)	۲۰،۲۵	۲۱،۴۷	۰،۴۴	۰،۵۴
	میانه رو (پرهیز از افراط در احساسات و اعمال)	۱۹،۹۲	۲۵،۸۸	۰،۳۴	۰،۶۰
	متواضع (فروتن، بی تکبر)	۱۳،۴۰	۲۵،۶۷	۰،۴۳	۰،۵۶
	پذیرش سهم خود از زندگی (قانع به وضعیت موجود، پذیرفتن قسمت)	۲۰،۷۷	۲۱،۲۶	۰،۳۴	۰،۶۲
عامل سوم (خیرخواهی)	مومن (دارای اعتقاد و باورهای دینی)	۱۹،۴۹	۲۵،۰۵	۰،۴۲	۰،۵۶
	وفادار (وفاداری به دوستان و گروه)	۲۲،۷۶	۱۴،۵۷	۰،۵۴	۰،۶۷
	صادق (خالص، بی غل و غش)	۲۲،۳۳	۱۵،۴۵	۰،۴۹	۰،۶۹
	یاریگر (کوشش برای رفاه دیگران)	۲۳،۳۰	۱۴،۱۰	۰،۴۵	۰،۷۱
عامل چهارم (جهان خواهی)	مسئولیت پذیر (قابل اطمینان، قابل اعتماد)	۲۲،۳۸	۱۵،۵۶	۰،۵۴	۰،۶۷
	بخشنده (حاضر به بخشش و عفو دیگران)	۲۳،۰۱	۱۴،۵۹	۰،۴۷	۰،۶۹
	برابری (فرصت مساوی برای همه)	۳۸،۹۷	۴۹،۹۲	۰،۲۷	۰،۷۸
	صلح جهانی (جهانی‌سازی از جنگ و ستیز)	۳۸،۵۳	۴۸،۵۰	۰،۴۶	۰،۷۴
	یگانگی با طبیعت (همبستگی و اتحاد با طبیعت)	۳۹،۳۵	۴۵،۷۹	۰،۵۷	۰،۷۱
	خرد (درک کامل از زندگی)	۳۸،۷۰	۵۲،۷۱	۰،۴۰	۰،۷۵
	جهانی زیبا (زیبایی طبیعت و جلوه‌های هنری)	۳۹،۱۳	۴۶،۹۷	۰،۵۵	۰،۷۲
	حفاظت از محیط زیست (حفظ طبیعت)	۳۸،۹۹	۴۶،۵۰	۰،۶۲	۰،۷۱
عامل چهارم (جهان خواهی)	عدالت اجتماعی (رفع بی‌عدالتی، حمایت از ضعیفان)	۳۸،۲۱	۵۲،۴۱	۰،۵۰	۰،۷۴
	روشنفکر (بردباری در برابر اندیشه‌ها و باورهای مخالف)	۳۹،۷۶	۴۸،۷۵	۰،۴۱	۰،۷۵

فصل نامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت

عامل‌ها	ارزش‌ها	میانگین مقیاس با حذف سوال	واریانس مقیاس با حذف سوال	رابطه سوال با کل مقیاس	آلفای کرونباخ با حذف سوال
عامل پنجم (خودرهبری)	آزادی (آزادی عمل و اندیشه)	۲۱،۴۴	۱۶،۵۷	۰،۳۵	۰،۵۷
	خلاقیت (نبوغ، ابتکار)	۲۱،۸۵	۱۵،۸۱	۰،۴۳	۰،۵۳
	استقلال (متکی به خود)	۲۱،۲۹	۱۷،۳۱	۰،۴۱	۰،۵۵
	انتخاب شخصی هدف‌های خود (انتخاب مقاصد خود)	۲۲،۱۲	۱۵،۲۹	۰،۳۲	۰،۵۹
	کنجکاوی (علاقه مند به همه چیز)	۲۲،۱۹	۱۴،۹۶	۰،۳۷	۰،۵۶
عامل ششم (انگیزندگی)	زندگی مهیج (تجربه‌های هیجان انگیز)	۶،۶۱	۱۲،۳۹	۰،۲۰	۰،۴۹
	زندگی متنوع (سرشار از چالش، تازگی و تغییر)	۶،۱۸	۴۵،۶۹	۰،۲۶	۰،۱۸
	متهور (به دنبال خطر و ماجراجوی)	۸،۳۳	۴۴،۸۰	۰،۲۴	۰،۱۹
عامل هفتم (لذت)	لذت (ارضای میل)	۵،۰۵	۳،۵۴	۰،۴۹	-
	زندگی لذت بخش (لذت بردن از غذا، آمیزش و غیره)	۴،۲۲	۴،۰۳	۰،۴۹	-
عامل هشتم (پیشرفت)	بلندپرواز (سختکوش، جاه طلب)	۱۵،۵۱	۱۰،۰۳	۰،۲۲	۰،۵۰
	با نفوذ (اثر گذاشتن بر افراد و رویدادها)	۱۴،۰۰	۱۱،۴۷	۰،۳۰	۰،۳۷
	توانا (با صلاحیت، موثر و کارآمد)	۱۲،۳۳	۱۴،۵۰	۰،۳۳	۰،۳۹
	موفق (دستیابی به هدفها)	۱۲،۹۸	۱۳،۱۶	۰،۳۳	۰،۳۷
عامل نهم (قدرت)	قدرت اجتماعی (کنترل دیگران، سلطه)	۱۵،۰۲	۱۱،۰۳	۰،۳۳	۰،۲۲
	ثروت (مالکیت مادی، پول)	۱۳،۶۱	۱۷،۲۱	۰،۱۲	۰،۴۵
	اقتدار (حق رهبری یا فرماندهی)	۱۳،۵۹	۱۱،۲۵	۰،۴۳	۰،۰۹
	آبرودار (حفظ وجهه عمومی خود)	۱۱،۶۲	۲۰،۴۸	۰،۰۴	۰،۴۸
عامل دهم (امنیت)	نظم اجتماعی (ثبات اجتماعی)	۲۴،۸۰	۹،۱۸	۰،۴۰	۰،۶۲
	امنیت ملی (حفاظت از کشورم در برابر دشمنان)	۲۴،۴۱	۹،۶۲	۰،۴۲	۰،۶۱
	جبران محبت‌های دیگران (مدیون نبودن)	۲۴،۷۶	۸،۸۶	۰،۴۸	۰،۵۸
	امنیت خانوادگی (حفاظت از اشخاص مورد علاقه و محبوب)	۲۴،۲۰	۱۱،۲۳	۰،۳۹	۰،۶۴
	پاکیزه (تمیز، آراسته)	۲۵،۰۱	۸،۹۶	۰،۴۳	۰،۶۱

بررسی رابطه بین ارزش‌های فردی و سازمانی در بین کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان

پایایی عامل‌ها به ترتیب برابر با ۰/۷۴، ۰/۴۷ و ۰/۷۸ می‌باشند.

جدول ۵. تعیین پایایی ارزش‌های سازمانی به تفکیک زیر مقیاس‌ها (عامل‌ها)

عامل‌ها	شماره ارزش در پرسشنامه	میانگین مقیاس با حذف سوال	واریانس مقیاس با حذف سوال	رابطه سوال با کل مقیاس	آلفای کرونباخ با حذف سوال
عامل اول (توجه به عامل انسانی)	۶	۲۰،۷۷	۳۵،۹۱	۰،۹۲	۰،۶۵
	۸	۲۰،۷۱	۳۷،۶۹	۰،۶۸	۰،۶۴
	۷	۲۰،۴۲	۳۵،۷۱	۰،۵۸	۰،۶۶
	۱۲	۲۰،۳۷	۴۱،۷۰	۰،۵۲	۰،۶۹
	۴	۱۹،۵۶	۴۲،۰۵	۰،۲۷	۰،۷۷
	۱۳	۱۸،۰۲	۵۰،۱۵	۰،۲۳	۰،۷۵
عامل دوم (رقابت و جهانی شدن)	۱	۲۹،۷۸	۲۷،۰۹	۰،۴۱	۰،۳۲
	۲	۲۸،۷۱	۳۱،۷۳	۰،۴۵	۰،۳۵
	۳	۲۸،۵۶	۳۲،۱۶	۰،۳۵	۰،۳۸
	۵	۲۸،۶۶	۳۱،۹۸	۰،۳۵	۰،۳۷
	۹	۳۰،۴۲	۲۷،۴۰	۰،۳۸	۰،۳۳
	۱۰	۲۹،۸۰	۳۱،۰۵	۰،۲۵	۰،۴۱
عامل سوم (وفاداری به سازمان)	۱۱	۳۱،۲۱	۴۶،۰۶	-۰،۳۴	۰،۶۸
	۱ تعهد	۲۳،۲۸	۲۴،۰۲	۰،۴۹	۰،۷۵
	۲ تعهد	۲۳،۳۴	۲۴،۸۴	۰،۵۱	۰،۷۵
	۳ تعهد	۲۲،۷۹	۲۵،۰۴	۰،۳۶	۰،۷۷
	۴ تعهد	۲۳،۱۶	۲۳،۸۹	۰،۴۶	۰،۷۵
	۵ تعهد	۲۳،۱۱	۲۲،۸۸	۰،۵۰	۰،۷۵
	۶ تعهد	۲۲،۳۵	۲۴،۸۱	۰،۳۱	۰،۷۸
	۷ تعهد	۲۲،۰۱	۲۲،۸۱	۰،۵۵	۰،۷۴
	۸ تعهد	۲۱،۸۵	۲۲،۳۲	۰،۵۷	۰،۷۴
۹ تعهد	۲۲،۱۸	۲۳،۳۲	۰،۴۲	۰،۷۶	

جدول ۶. همبستگی بین ارزش‌های فردی و سازمانی

ارزش	آماره											
	همبستگی	تعداد	معنی‌داری	همبستگی	تعداد	معنی‌داری	همبستگی	تعداد	معنی‌داری	همبستگی	تعداد	معنی‌داری
توجه به عامل انسانی	۰،۳۲۱	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۳۰۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۹۴	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۲۲۹	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۳۲۱	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۳۰۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۹۴	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۲۲۹	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۳۲۱	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۳۰۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۹۴	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۲۲۹	۲۶۹	۰،۰۰۱
رقابت و جهانی شدن	۰،۱۳۱	۲۶۹	۰،۰۳۱	۰،۰۷۸	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۷۳	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۶۷	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۱۳۱	۲۶۹	۰،۰۳۱	۰،۰۷۸	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۷۳	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۶۷	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۱۳۱	۲۶۹	۰،۰۳۱	۰،۰۷۸	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۷۳	۲۶۹	۰،۰۰۴	۰،۱۶۷	۲۶۹	۰،۰۰۱
وفاداری به سازمان	۰،۲۲۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۵۹	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۰۷۵	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۲۱۷	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۲۲۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۵۹	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۰۷۵	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۲۱۷	۲۶۹	۰،۰۰۱
	۰،۲۲۲	۲۶۹	۰،۰۰۱	۰،۱۵۹	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۰۷۵	۲۶۹	۰،۰۰۹	۰،۲۱۷	۲۶۹	۰،۰۰۱

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود ارزش‌های هم‌رنگی، سنت، خیرخواهی، جهان‌خواهی، قدرت و امنیت با ارزش توجه به نیروی انسانی رابطه معنی‌دار داشته اما ارزش‌های خود رهبری، انگیزندگی، لذت و پیشرفت با آن رابطه معنی‌داری نشان نداده‌اند. ارزش‌های هم‌رنگی، خیرخواهی و امنیت با ارزش رقابت و جهانی شدن رابطه معنی‌داری نشان دادند ولی ارزش‌های سنت، جهان‌خواهی، خود رهبری، انگیزندگی، لذت، پیشرفت و قدرت با آن رابطه معنی‌داری نشان ندادند. ارزش‌های هم‌رنگی، سنت و قدرت با ارزش وفاداری به سازمان رابطه معنی‌دار داشته اما ارزش‌های خیرخواهی، جهان‌خواهی، رهبری، انگیزندگی، لذت، پیشرفت و امنیت با آن رابطه معنی‌داری نشان ندادند.

مقایسه ارزش‌های فردی در واحدهای مختلف

با توجه به اینکه در هیچ یک از ارزش‌ها در بین واحدها تفاوت معنی‌داری مشاهده نمی‌شود ($P \leq 0,05$) پس نتیجه می‌گیریم که واحدهای عملیات، تعمیرات و اداری، از ارزش‌های فردی مشابه برخوردار هستند.

جدول ۷. نتایج تحلیل واریانس یک راهه برای بررسی تفاوت بین واحدها (عملیات، تعمیرات و اداری) در ارزش‌های فردی

ارزش‌ها	مجموع مجذور آزادی	درجه آزادی	مجدور میانگین	تآ تغییر	معنی داری	ارزش‌ها			مجموع مجذور آزادی	درجه آزادی	مجدور میانگین	تآ تغییر	معنی داری
						بین گروه‌ها	درون گروه‌ها	کل					
هم‌رنگی	بین گروه‌ها	۲	۱۰۰۶	۰۰۵۳	۰۰۵۳	۰۰۶۴	۰۰۵۳	۲	۱۰۰۶	۰۰۵۳	۰۰۶۴	۰۰۵۳	۰۰۸۸
	درون گروه‌ها	۲۶۶	۲۲۰۰۴۸	۰۰۸۳			۶۰۳۴	۲۶۶	۲۲۰۰۴۸	۰۰۸۳			
	کل	۲۶۸	۲۲۱۰۵۴					۲۶۸	۲۲۱۰۵۴				
سنت	بین گروه‌ها	۲	۶۰۱۱	۰۰۱۰	۰۰۱۰	۲۰۲۸	۳۰۰۶	۲	۶۰۱۱	۰۰۱۰	۲۰۲۸	۳۰۰۶	۰۰۹۸
	درون گروه‌ها	۲۶۶	۳۵۵۰۸۳	۱۰۳۴			۲۶۶	۲۶۶	۳۵۵۰۸۳	۱۰۳۴			
	کل	۲۶۸	۳۶۱۰۹۴					۲۶۸	۳۶۱۰۹۴				
خیرخواهی	بین گروه‌ها	۲	۰۰۱۳	۰۰۰۷	۰۰۰۷	۰۰۰۷	۰۰۰۷	۲	۰۰۱۳	۰۰۰۷	۰۰۰۷	۰۰۰۷	۰۰۰۹
	درون گروه‌ها	۲۶۶	۲۳۲۰۴۱	۰۰۸۷			۱۰۲۱	۲۶۶	۲۳۲۰۴۱	۰۰۸۷			
	کل	۲۶۸	۲۳۲۰۵۵					۲۶۸	۲۳۲۰۵۵				
جهان‌خواهی	بین گروه‌ها	۲	۰۰۳۲	۰۰۱۷	۰۰۱۷	۰۰۱۷	۰۰۱۷	۲	۰۰۳۲	۰۰۱۷	۰۰۱۷	۰۰۱۷	۰۰۳۶
	درون گروه‌ها	۲۶۶	۲۵۲۰۵۰	۰۰۹۱			۱۰۵۱	۲۶۶	۲۵۲۰۵۰	۰۰۹۱			
	کل	۲۶۸	۲۵۲۰۸۲					۲۶۸	۲۵۲۰۸۲				
خودرهبی	بین گروه‌ها	۲	۰۰۵۸	۰۰۷۸	۰۰۷۸	۰۰۷۸	۰۰۷۸	۲	۰۰۵۸	۰۰۷۸	۰۰۷۸	۰۰۷۸	۰۰۹۸
	درون گروه‌ها	۲۶۶	۲۴۱۰۷۶	۰۰۳۴			۰۰۶۱	۲۶۶	۲۴۱۰۷۶	۰۰۳۴			
	کل	۲۶۸	۲۴۳۰۳۳					۲۶۸	۲۴۳۰۳۳				

مقایسه ارزش‌های سازمانی در واحدهای مختلف

F آزمون لوین ۰/۰۰۷ و معنی دار نمی‌باشد. بنابراین شرط برابری واریانس‌ها برقرار است. برای مقایسه میانگین سه گروه عملیات، تعمیرات و اداری از تحلیل واریانس یک راه استفاده می‌شود.

تحلیل واریانس F مشاهده شده در خصوص وفاداری به سازمان در سطح $p \leq 0/05$ معنی دار بوده، بنابراین بین وفاداری به سازمان در واحدهای مختلف تفاوت وجود دارد.

جدول ۸. نتایج تحلیل واریانس یک راه ارزش‌های سازمانی در واحدهای مختلف

معنی‌داری	F	مجذور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	ارزش	
۰،۶۹	۰،۳۸	۰،۵۵	۲	۱،۱۰	بین گروه‌ها	توجه به نیروی انسانی
-	-	۱،۴۶	۲۶۶	۳۸۸،۰۱	درون گروه‌ها	
-	-	-	۲۶۸	۳۸۹،۱۱	کل	
۰،۴۱	۰،۹۰	۰،۹۰	۲	۱،۸۰	بین گروه‌ها	رقابت و جهانی شدن
-	-	۱،۰۰	۲۶۶	۲۶۶،۰۲	درون گروه‌ها	
-	-	-	۲۶۸	۲۶۷،۸۲	کل	
۰،۰۰۵	۵،۴۳	۱،۹۱	۲	۳،۸۲	بین گروه‌ها	وفاداری به سازمان
-	-	۰،۳۵	۲۶۶	۹۳،۴۲	درون گروه‌ها	
-	-	-	۲۶۸	۹۷،۲۳	کل	

جدول ۹. مقایسه زوجی اختلاف میانگین‌های زیر گروه‌ها به کمک پس آزمون LSD

معنی‌داری	خطای انحراف معیار	اختلاف میانگین (۱-۲)	بخش (۲)	بخش (۱)
۰،۳۲	۰،۹۱	-۰،۲۴	تعمیرات	عملیات
۰،۷۰	۰،۸۴	۰،۷۲	اداری	
۰،۳۲	۰،۹۱	۰،۲۴	عملیات	تعمیرات
۰،۰۰۷	۰،۹۹	۰،۳۱	اداری	
۰،۷۰	۰،۸۴	-۰،۷۲	عملیات	اداری
۰،۰۰۷	۰،۹۹	-۰،۳۱	تعمیرات	

بررسی رابطه بین ارزش‌های فردی و سازمانی در بین کارکنان شرکت پالایش نفت اصفهان

با توجه به یافته‌ها، بین واحدهای عملیات و تعمیرات، تعمیرات و اداری تفاوت وجود دارد، اما بین واحد عملیات و اداری تفاوتی وجود ندارد.

جدول ۱۰. رتبه‌بندی ارزش‌های فردی

رتبه	ارزش	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
۱	امنیت	۴۸۵	۰،۷۸	۲۶۸
۲	همرنگی	۴۵۹	۰،۹۱	۲۶۸
۳	خیرخواهی	۴۴۰	۰،۹۳	۲۶۸
۴	جهان خواهی	۴۲۸	۰،۹۷	۲۶۸
۵	خودرهبری	۴۱۶	۰،۹۵	۲۶۸
۶	سنت	۳۷۰	۱،۱۶	۲۶۸
۷	لذت	۳۳۸	۱،۶۸	۲۶۸
۸	پیشرفت	۳۲۹	۱،۱۱	۲۶۸
۹	قدرت	۳۱۹	۱،۲۳	۲۶۸
۱۰	انگیزندگی	۲۲۱	۲،۵۱	۲۶۸

برای بررسی مقایسه میانگین ارزش‌های فردی، از آزمون تی هتلینگ استفاده گردید. با توجه به معنی داری می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌ها به صورت سلسله مراتبی می‌باشند.

جدول ۱۱. آزمون تی هتلینگ مجذور شده

تی هتلینگ مجذور شده	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	معنی داری
۱۰۶۲،۴۹	۱۱۴،۵۱	۹	۲۵۹	۰،۰۰۱

جدول ۱۲. رتبه‌بندی ارزش‌های سازمانی

رتبه	ارزش	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
۱	رقابت و جهانی شدن	۴،۷۵	۱،۰۰	۲۶۹
۲	توجه به نیروی انسانی	۴،۱۰	۱،۲۰	۲۶۹
۳	وفاداری به سازمان	۲،۹۰	۰،۶۰	۲۶۹

برای بررسی مقایسه میانگین ارزش‌های سازمانی از آزمون تی هتلینگ استفاده گردید. با توجه به معنی‌داری می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ارزش‌ها به صورت سلسله مراتبی می‌باشند.

جدول ۱۳. آزمون تی هتلینگ مجذور شده

تی هتلینگ مجذور شده	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	معنی‌داری
۶۸۱،۴۱	۳۳۹،۴۳	۲	۲۶۷	۰،۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

ارزش‌های سازمانی با حیات سازمان گره خورده‌اند، بنابراین به صرف تدوین بیانیه ارزش‌ها، حیات سازمان تضمین نمی‌شود بلکه جاری‌سازی ارزش‌ها و استقرار آن در فرایندهای مختلف سازمانی، ضامن بقای سازمان خواهد بود. در این میان، نقش کلیدی و حساس سطوح رهبری و مدیریت ارشد سازمان‌ها در فرایند تدوین و جاری‌سازی ارزش‌ها، بسیار حائز اهمیت است. به طوری که در گام اول، رهبران و مدیران ارشد سازمان می‌بایستی به عنوان الگوی تعالی و مدافع نظام ارزشی حاکم بر سازمان، نقش آفرینی کنند. بنابراین، در فرایند انتخاب و انتصاب مدیران، میزان همسویی و تطابق رفتاری و شایستگی‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای کاندیداها و نامزدهای مدیریتی در سطوح مختلف، به‌ویژه سطوح مدیریت ارشد، با ارزش‌ها و اصول اخلاقی سازمان، ضرورتی انکارناپذیر است (محسن وند، ۱۳۸۷). با توجه به بررسی نتایج حاصله فرضیه اول که حاکی از رابطه بین ارزش‌های فردی و سازمانی بوده تایید شد که همسو با پژوهش ادوارد، کبل و دنیل (۲۰۰۹) می‌باشد. آنها نشان دادند که تناسب ارزش‌های فردی و سازمانی رابطه معنی‌داری با رضایت شغلی و تعیین هویت سازمانی کارکنان دارد. ارزش‌های فردی و سازمانی از دیدگاه تناسبی، اغلب در مطالعات رفتار سازمانی برای پیش‌بینی رفتار کارکنان و نگرش‌های سازمانی و پیامدهای رفتاری آشکار می‌شود. چنین به نظر می‌رسد که زمانی که ارزش‌های سازمانی با ارزش‌های کارکنان تطبیق یابد کارکنان راضی‌تر بوده، به سازمان تعهد بیشتری داشته، به

علاوه بهتر کار می‌کنند، میل کمتری برای ترک سازمان از خود نشان می‌دهند و نگرش و افکار مثبت‌تری نسبت به کارکنان و سازمان خود دارند (باکس^۱ و همکاران، ۱۹۹۱؛ چتمن، ۱۹۹۱) و رضایت شغلی بالاتر (برتز و جاج، ۱۹۹۴؛ اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱) و نیز رفتار اجتماعی از پیش تعیین شده دارند (اوریلی و چتمن، ۱۹۸۶). تناسب ارزشی، نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد، زیرا افراد به کسانی اعتماد کرده و جذب آنها می‌شوند که شباهت بیشتری با آنها دارند و افرادی که سیستم ارزشی مشابهی نیز دارند، ادراکات و رفتارهای مشابهی از خود نشان می‌دهند. البته لازم به ذکر است که هماهنگ کردن ارزش‌های فردی و سازمانی هم به لحاظ ملاحظات آموزشی و هم به لحاظ ترسیم مدیریت استراتژیک سازمانی اهمیت به‌سزایی دارد.

در مورد فرضیه دوم رتبه‌بندی ارزش‌های فردی به طور کلی نتایج نشان دادند که سلسله مراتب به ترتیب امنیت، هم‌رنگی، خیرخواهی، جهان‌خواهی، خودرهبی، سنت، لذت، پیشرفت، قدرت و انگیزتکی است. همه ارزش‌های شوارتز مهم هستند، ولی در این پژوهش این ارزش‌ها رتبه بندی شده تا مشخص گردد کدام یک از این ارزش‌ها بالاترین اهمیت را در این برآزش دارند. اولین رتبه، ارزش امنیت است. چنین به نظر می‌رسد که کارکنان می‌خواهند نسبت به تامین نیازهای خود و خانواده شان در سال‌های آتی اطمینان داشته باشند (موسی، ۱۳۸۵). در آینده و در تجارت، تغییرات سریع، باعث کوچک‌تر شدن سازمان‌ها می‌شود و سازمان‌ها به سمت مجازی شدن پیش می‌روند. سازمان‌ها به صورت یک هسته مرکزی در آمده و سایر قسمت‌ها و کارکنان به صورت موقت در اطراف آنها قرار می‌گیرند و اکثر مردم برای خود کار خواهند کرد. پرداخت‌ها به صورت قسمتی از سود خواهد بود و جای دستمزدهای ثابت را می‌گیرد. کارکنان باید خود را با قراردادهای نامعین و مستقل وفق دهند. در این شرایط کارکنان مجبورند همواره در حال یادگیری باشند که دلیل این وضعیت افزایش روزافزون رقابت است. در آینده امنیت^۲ استخدام بر مبنای توانایی کارکنان در ایجاد ارزش افزوده خواهد بود (وارن^۳، ۱۹۹۶؛ یوسف^۴، ۱۹۹۸).

1. Boxx
2. security
3. Warren
4. Yousef

در جوامع پیشرفته و مرفه به واسطه وجود سیستم های اجتماعی، نیازهای فیزیولوژیک و نیاز به امنیت انسانها تا حدود زیادی ارضا گردیده است. در حالی که در کشورهای جهان سوم به واسطه عدم ثبات و تحولات مداوم اجتماعی و اقتصادی، ارضا نیازهای امنیت از جمله امنیت شغلی در اولویت قرار داده می شود (خالقی سروش، ۱۳۷۷).

در رابطه با فرضیه رتبه بندی ارزش های سازمانی، رتبه ها به ترتیب رقابت و جهانی شدن، توجه به نیروی انسانی و وفاداری به سازمان می باشند. در اینجا رتبه اول رقابت و جهانی شدن است. شاید بتوان آن را این گونه توجیه کرد که طی چند دهه اخیر نگرش همبستگی متقابل بین کشورها، آزاد سازی های تجاری و جهانی شدن قوت بیشتری گرفته و در این میان موضوع جهانی شدن بیشترین توجه را در سطوح ملی و بین المللی به خود معطوف نموده است.

بین مولفه های ارزش های فردی بر حسب واحدهای مختلف تفاوت معنی داری وجود نداشته است. در ارزش های سازمانی عامل وفاداری به سازمان در سطح $p \leq 0,05$ معنی دار بوده، در نتیجه این عامل در واحدهای مختلف تفاوت نشان داده است.

منابع و مآخذ

منابع فارسی

۱. خالقی سروش، فریبا؛ بررسی سیستماتیک نظام امنیت شغلی کارکنان وزارت فرهنگ و آموزش ملی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، ۱۳۷۷
۲. رایینز، استیون پی؛ مبانی رفتار سازمانی، فرزاد امیدواران، نوبت اول، تهران: موسسه کتاب مهربان نشر، ۱۳۸۵.
۳. گال، م.، بورگ، و. ن گال، ج. روش های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روانشناسی، (ترجمه احمد رضا نصر، حمیدرضا، عریضی، محمود ابوالقاسمی، محمد جعفر پاک سرشت، علی رضا کیامنش و دیگران). تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲.

۴. محسن‌وند، محمد؛ نقش و جایگاه ارزش‌های سازمانی در تعالی سازمان‌ها. نشریه صنعت خودرو. ۱. ۱۲۲. ۱۳۸۷.
۵. موسی، سجاد. تاثیر توانمندی کارکنان بر امنیت شغلی در سازمان اقتصادی کوثر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت.
۶. دانشگاه شهید بهشتی. دانشکده مدیریت و حسابداری، ۱۳۸۵.
- عریضی، حمیدرضا. علیمحمدی، سهراب. گل‌پرور، محسن. (۱۳۸۶). رابطه تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با متغیرهای سازمانی پیشایند و پسایند مبتنی بر تحلیل مسیر. مجله روان‌شناسی. سال ۱۱. شماره ۳.

منابع لاتین

1. Allport, G. W. Pattern and growth in personality. Londo : Holt, Rinehart and Winston.1963.
2. Allport, G., Vernon, E., & Lindzey, G. Study of values. Boston: Houghton Mifflin. 1960.
3. Boxx, W.R., Odom, R.Y., & Dunn, M.G. Organizational values & value congruency & their impact on satisfaction, commitment & chhesion: An exprixal axamination withen the public sector. Public Personnel Management. 20 2 pp.195-205.1991.
4. Brown, D. "The role of work and cultural values in occupational choice, satisfaction, and success : a theoretical statement", Journal of Counseling & Development. 80 . 1 .pp.48-56 .2002.
5. Chatman, J.A. Matching people & organization: Selection & socialization in public accountry firma. Administrative Science Quarterly. 36. 3 .pp.450-84.1991.
6. Edwards, J.R., Cable, D.M. The value of value congruence. Journal of Applied Psychology. 94. 3. P.654.2009.
7. Feather, N.T. Values, valences, and choice: The influence of values on the the perceived attractiveness and choice of alternatives. Journal of Personality.68. pp.1135-1151. 1995.
8. Hassan, A. Human resource development andorganizational values. Journal of European Industrial Training. 31.6 .pp.435-448.2007.
9. James, L.A. and James, L.R. "Integrating work environment perceptions: explorations intothe measurement of meaning", Journal of Applied

- Psychology. 74 . 1, pp. 739-51. 1989.
10. Kluckhohn, C .K .M .Values and value orientations in the theory of action .In T .Parsons & E .Shils (Eds.), Toward a general theory of action (pp.388-433) .Cambridge :Harvard University Press.1951.
 11. Koslowsky, M ., Stashevsky, S.H. Organizational values and social power. International Journal of Manpower .26.1.pp.23-34. 2005.
 12. Lan, G. Ma , Z. Cao, J. Zhang, H. A Comparison of Personal Values of Chinese Accounting Practitioners and Students. Journal of Business Ethics. 88. Pp.59-76. 2009.
 13. McGraw- Hill, Boston, MA. 2001.
 14. NG, A.K., Ang, R.P., Ooi, L.B., Shin, W.S., Ooi, T.P.S., & Long, v. Do adaptors & innovators subscribe to opposing values? Creativity Research Journal . 17. 283.pp.273-281.2005.
 15. Peter, J. P. and Olson, J.C. Consumer Behavior and Marketing Strategy, 6th ed., Irwin
 16. Renner, W. Human values: Personality & A Lexical perspective. Individual Differences.p.34.2003.
 17. Rokeach, M . The nature of human values . New York : The Free Press.1973.
 18. Sagive, L., & Schwartz, S.H. Value priorities & readiness for out-group social contact. Journal Of Personality & Social Psychology. 69.3.pp.437-448. 1995.
 19. Schwartz, S. H. Value Priorities and Behavior: Applying a Theory of Integrated Value System. Inc. 1996.
 20. Schwartz, S. Universals in the content and structure of value. In M. Zanna (Ed.), Advances in experimental social psychology. New york: Academic Press. pp: 1-65. 1992.
 21. Staub, E. Individual and societal (group) values in a motivational perspective and their role in benevolence and harmdoing .In N . Eisenberg, J. Reykowski & E .Staub (Eds.) ,Social and moral values . Individual and societal perspectives(pp.45-64). Hillsdale :Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. 1989.

22. Super, D. Work Values Inventory manual. Boston: Houghton Mifflin.1970.
23. Warren, R.C .The empty company :morality and job security .Personal Review .25.6 .PP.41-53.1996.
24. Williams, S.L. “Strategic planning and organizational values: links to alignment”, Human Resource Development International. 5.2.pp.217.233. 2002.
25. Yousef, Darvish A. Satisfaction with job security as a predictor of organizational commitment and job performance in a multicultural environment .International Journal of Manpower .19.3.pp.184-194.1998.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی