

رابطه ارزش‌های فردی و سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان: شرکت آلومینیم المهدی استان هرمزگان

عبدالرضا بیگی‌نیا^{۱*}، احمد سرداری^۲، علیرضا عاشوری‌زاده^۳

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی و دولتی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی و دولتی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد، تهران، ایران

۳. دانش آموخته مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد، تهران، ایران

دریافت: ۹۰/۸/۴

پذیرش: ۹۱/۹/۲۵

چکیده

تحقیق حاضر با هدف "شناسایی رابطه ارزش‌های فردی و سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان" در شرکت آلومینیم المهدی استان هرمزگان انجام شد. اعضای جامعه آماری در زمان اجرای تحقیق ۱۰۰۰ نفر بود که با استفاده از نمونه‌گیری از جامعه محدود (فرمول کوکران) نمونه‌ای برابر با ۱۶۵ نفر برای آن برآورد شد. از پرسشنامه شوارتز برای سنجش "ارزش‌های فردی"، از پرسشنامه محقق ساخته برای سنجش "ارزش‌های سازمانی" و از پرسشنامه بالفور و وکسلر نیز برای سنجش "تعهد سازمانی" کارکنان استفاده شد. ضریب پایایی مربوط به پرسشنامه‌ها به ترتیب ۰.۹۰، ۰.۸۱ و ۰.۷۳ درصد به دست آمد. مبتنی بر روش همبستگی، داده‌های تحقیق با نرم‌افزار SPSS تحلیل و فرضیه‌های تحقیق نیز آزمون شد. نتایج به دست آمده ضمن تأیید همه فرضیه‌های تحقیق نشان داد که همبستگی مثبت و معناداری بین "ارزش‌های فردی و سازمانی" با "تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن" وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: ارزش، ارزش‌های فردی، ارزش‌های سازمانی، تعهد سازمانی.

۱- مقدمه

ارزش‌ها و "نظام ارزشی"^۱ از یک سو از حوزه‌های دیگر فرهنگ و اجتماع تأثیر می‌پذیرند و از سوی دیگر بر کیفیت زندگی انسان‌ها و چگونگی رفتار و مناسبات و روابط با دیگران، تأثیر می‌گذارند؛ به عبارت دیگر رفتار انسان‌ها به طور مستقیم متأثر از نظام ارزش‌ها و اصول اخلاقی است که به آنها پایبند هستند [۱، ص ۳]. اهمیت مطالعه ارزش‌ها در این است که به‌طور آشکار و یا ضمنی؛ نگرش‌ها، طرز تلقی‌ها، هدف‌ها و روابط کاری افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

ارزش‌ها تشکیل‌دهنده پایه و اساس درک نگرش‌ها و انگیزش افراد هستند که بر ادراک آنان اثر می‌گذارند [۲، صص ۲۷۱-۲۸۳]. انواع مختلفی از مقوله‌بندی برای ارزش‌ها وجود دارد. در این نوشتار، دو نوع ارزش شامل "ارزش‌های فردی"^۲ و "ارزش‌های سازمانی"^۳ مطرح نظر است. ارزش‌های فردی نقش مهمی در شکل‌گیری شخصیت، حفظ آن و شناخت نسبت به احتیاجات فردی و روش برآورده کردن آنها ایفاء می‌کنند. ساختار ارزشی انسان‌ها مشخص‌کننده رفتارهای آنان اعم از فردی و اجتماعی است [۳، صص ۱۶۹-۱۷۳]. افراد رفتارها و مفاهیمی را به‌صورت گروهی یاد می‌گیرند که در برخورد با مسائل، از این آموخته‌های خود بهره‌مند می‌شوند. معمولاً در سازمان‌ها روش و یا روش‌هایی که برای یک فرد مؤثر است، به اعضای تازه وارد به عنوان روش صحیح فکرکردن و احساس نمودن، آموزش داده می‌شود. پس از برقراری ارتباط بین ارزش‌ها و عملیات اجرایی، آن گاه سازمان‌ها به قوی‌ترین و عمیق‌ترین قلمرو بینشی افراد دست پیدا می‌کنند. در این وضعیت وظایفی که یک فرد انجام می‌دهد، به مفهومی ارزشمند تبدیل می‌شود، و آنچه به‌وسیله افراد سازمان انجام می‌گیرد، به عنوان عملی درست و مهم تلقی می‌شود [۴، صص ۳۹۰-۳۹۱].

"تعهد سازمانی"^۴ عبارت از یک نوع نگرش مهم شغلی و سازمانی است که در طول چند دهه اخیر مورد علاقه بسیاری از محققان رشته‌های رفتار سازمانی و روان‌شناسی - به‌ویژه روان‌شناسی اجتماعی - بوده و همچنان وجود دارد. این نگرش در خلال سه دهه گذشته دستخوش تغییراتی شده است و به نظر می‌رسد که عمده‌ترین تغییرات در این قلمرو مربوط به "نگرش چند بُعدی" به این مفهوم تا "نگرش تک بُعدی" به آن می‌باشد. با توجه به تحولات اخیر در حیطه کسب و

کار از جمله کوچک‌سازی‌ها و ادغام شرکت‌ها در یکدیگر، برخی از صاحب‌نظران را بر آن داشته تا اظهار کنند که اثر تعهد سازمانی بر دیگر متغیرهای مهم در حوزه مدیریت از جمله ترک شغل، غیبت و عملکرد کاهش پیدا کرده است، به همین دلیل بررسی آن بی‌دلیل است. اما عده دیگری از محققان این دیدگاه را نپذیرفته و معتقدند که تعهد سازمانی اهمیت خود را از دست نداده و همچنان می‌تواند به شیوه‌های علمی مورد تحقیق قرار گیرد [صص ۱۴-۱۷].

۲- مسئله پژوهش

ارزش‌های فردی و ارزش‌های سازمانی می‌توانند بر تحلیل و تفسیر ما از متغیرهای سازمانی نقش خاص خود را ایفا کنند. زمانی که کارکنان نسبت به سازمانی که در آن به کار اشتغال دارند، علاقه‌مند هستند و خود را متعلق به آن می‌دانند و سازمان را نیز به گونه‌ای دوست داشتنی و دلپذیر تفسیر و تعبیر می‌کنند، حکایت از مقوله‌ای می‌نماید که آن را "تعهد سازمانی" می‌نامند. تعهد سازمانی به عنوان یکی از ویژگی‌های کارکنان در سازمان‌ها به شمار می‌رود که مطالعه آن همچنان مورد علاقه محققان است. بررسی وضعیت ارزش‌های فردی، ارزش‌های سازمانی و شناسایی نوع رابطه این ارزش‌ها با تعهد سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه، به عنوان هدف تحقیق حاضر تلقی می‌شود؛ به عبارت دیگر در این تحقیق در نظر است به این سؤال پاسخ داده شود که "رابطه ارزش‌های فردی و سازمانی با تعهد سازمانی در سازمان مورد مطالعه، چگونه است؟" بنابراین شناسایی چند و چون رابطه بین ارزش‌های فردی و سازمانی با تعهد سازمانی در شرکت آلومینیم ولیعصر استان هرمزگان، به عنوان مسئله این تحقیق حاضر تلقی می‌شود.

۳- مروری بر مبانی نظری

مفاهیم مربوط به ارزش‌های فردی، ارزش‌های سازمانی و تعهد سازمانی با رعایت اختصار، مورد بحث و کنکاش قرار می‌گیرند. پس از شرح اجمالی متغیرهای تحقیق به پیشینه موجود درباره رابطه بین این متغیرها اشاره می‌شود و در ادامه نیز مدل مفهومی تحقیق ترسیم می‌گردد.

۳-۱- مفهوم ارزش

واژه "ارزش" در زبان فارسی از اسم مصدر "ارزیدن" و به معنای قدر، مرتبه، استحقاق، لیاقت، شایستگی، زیبایی، برازندگی و قابلیت، و در زبان انگلیسی معادل "value" به معنی قدر، گرامی داشتن، اهمیت دادن و در زبان فرانسوی برابر "valeur" به معنی قیمت، قدر، مقدار و ارز، آمده است [۶، ص ۲۶۸]. از دیدگاه رشته روان‌شناسی اجتماعی، ارزش‌ها به‌تنهایی به گستره ای از نگرش‌ها دلالت دارند [۷، ص ۱۰]. به زبان ساده ارزش عبارت است از "قدر و قیمتی که انسان برای اندیشه‌ها و امور و اشیای پیرامون خود قائل است" [۸، ص ۷۱-۷۸].

۳-۲- ارزش‌های فردی

آل وسون^۲ (۲۰۰۲) معتقد است که ارزش‌های فردی همانند یک راهنما به اشخاص در جهت گیری نیات و اعمالشان کمک می‌کنند. ارزش‌ها اهمیت دارند، زیرا پایه‌ها و مبناهایی را برای درک نگرش، انگیزش و نیز نفوذ در ادراک افراد ایجاد می‌کنند. علاوه بر این، ارزش‌های فردی بر رفتارها یا پیامدهای خاصی که نسبت به بقیه مقدم هستند دلالت می‌کنند. ماهیت ارزش‌های فردی به عنوان عاملی ضروری تلقی می‌شود که بر فرهنگ سازمانی اثر می‌گذارد و منجر به اثربخشی سازمانی می‌شود [۹، ص ۳۲].

۳-۲-۱- تئوری‌های ارزش

در حوزه روان‌شناسی مطالعات گوناگونی درباره چند و چون ارتباط میان ارزش‌ها، اعتقادات خاص و کلی، نیات و رفتارهای اجتماعی، صورت گرفته است. تعداد قابل توجهی از این مطالعات بر اساس سنجش ارزش مبتنی بر دیدگاه روکیچ^۳ انجام شده است و یا مطالعات اخیر که برمبنای پرسشنامه ارزش، حاصل مطالعه شوارتز^۴ بوده است [۷، ص ۱۱]. در ادامه به مهم‌ترین تئوری‌های ارائه شده در مورد موضوع "ارزش" اشاره می‌شود.

۳-۲-۱-۱- تئوری ارزش از دیدگاه روکیچ

روکیچ (۱۹۷۳)، مفهوم "ارزش" را به‌عنوان اعتقاد پایدار، شیوه‌ای خاص رفتاری یا حالت غایی

یک موجود که از لحاظ شخصی یا اجتماعی قابل قبول است، نسبت به شیوه مخالف آن رفتار یا حالت غایی موجود دیگری که برتری دارد؛ تعریف کرده است. این تعریف از مفهوم ارزش تا حد زیادی با دیگر تعاریف ارائه شده به وسیله سایر نظریه‌پردازان مطابقت دارد. شوارتز (۱۹۹۲) نیز ارزش را عبارت از هدف مطلوب با ابعاد مختلف که به روشن ساختن اصول و قواعد در زندگی اشخاص یا دیگر افراد جامعه کمک می‌کند، تعریف کرده است. تفاوت مهم این دو تعریف در این است که شوارتز ارزش‌ها و همچنین اهداف را دسته‌بندی کرده است. علاوه بر این، روکیچ (۱۹۷۳) بر کارکرد انگیزشی ارزش‌ها نیز تأکید کرده و به اهداف عالی یا اهداف بهینه اشاره نموده است. اگر چه او این کارکردها را به طور کامل و صریح در تعاریف خود ذکر نکرده است [۷، ص ۱۲]. روکیچ (۱۹۷۳) در تحقیق خود دو مجموعه ارزشی را مورد توجه قرار داد که هر یک از آنها از هیجده نوع ارزش تشکیل می‌شد. وی یک دسته از ارزش‌ها را ارزش‌های غایی نامید که مقصود از آنها، هدف غایت‌ها و نهایت‌هایی است که انسان در طول زندگی در پی دستیابی به آنها است (منظور از هدف غایی، هستی یا بودن است). این ارزش‌های غایی عبارتند از هدف‌هایی که انسان در طول زندگی خود آرزوی رسیدن به آنها را در سر می‌پروراند. گروه دیگری که وی آنها را ارزش‌های ابزاری یا وسیله‌ای نام نهاد، عبارتند از شیوه‌های برتر رفتاری یا وسیله‌ای برای رسیدن به هدف‌های نهایی. نتیجه تحقیقاتی که در همین زمینه انجام شد، بیانگر آن است که ارزش‌های مورد نظر روکیچ در گروه‌های مختلف، متفاوت هستند [۲، صص ۲۷۱-۲۸۳].

۳-۲-۲- تنویری ارزش از دیدگاه شوارتز

تحقیقات گروهی از روان‌شناسان اجتماعی، از نتیجه کار پژوهشی روکیچ (۱۹۶۷) نشأت گرفته و در نهایت منجر به تحقیق شوارتز (۱۹۹۲) شده است. در تحقیق شوارتز (۱۹۹۲)، ده نوع ارزش فردی شناسایی شده است، این ده نوع ارزش تأثیرات انگیزشی متفاوتی دارند. ارزش‌های شناسایی و بررسی شده توسط شوارتز مرتبط با علایق شخص (به عنوان فرد) شامل: "قدرت، پیشرفت، لذت، برانگیختگی و خود رهبری" هستند، از نظر وی همه این ارزش‌ها در یک مجموعه قرار می‌گیرند. در حالی که ارزش‌های مرتبط با اهداف جمعی شامل "خیرخواهی، سنت و هم‌رنگی" می‌باشند. این مجموعه از ارزش‌ها، تقریباً مانند یک مجموعه

متضاد در برابر مجموعه اول قرار می‌گیرند. ارزش‌هایی نیز وجود دارند که در میان این دو مجموعه قرار گرفته‌اند و کمک به ترکیب علایق پدیدار شده می‌کنند. اینها شامل ارزش‌های "جهانی بودن و ایمنی" می‌شوند [۱۰، صص ۱۶۳-۱۸۱]. ارزش‌هایی که در مجموعه ارزش‌های ادواری یازده‌گانه شوارتز در مجاور هم قرار گرفته‌اند، تقریباً با هم سازگار هستند (جدول ۱).

جدول ۱ تعاریف شوارتز از انواع ارزش‌های فردی و موارد کاربرد آنها [۱۱، صص ۱-۳۸]

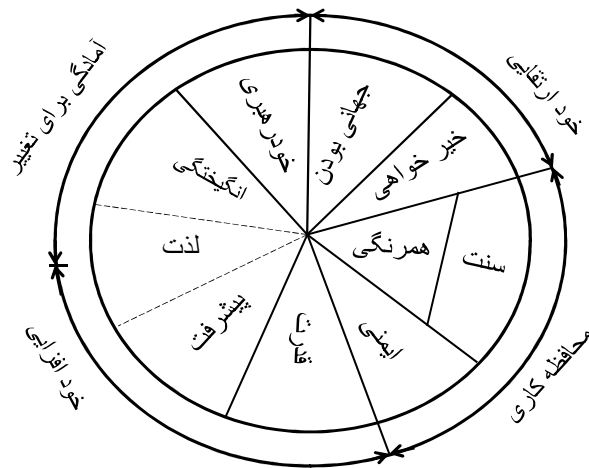
نوع ارزش	تعریف ارزش‌های فردی
خود رهبری ^۱	اندیشه و استقلال عمل در انتخاب کردن، ایجاد کردن، کاوش کردن (خلاصیت، آزادی، انتخاب شخصی اهداف، کنجکاوی و استقلال).
برانگیختگی ^۲	ارزش‌های نشأت گرفته از پیش فرض، نیاز افراد و گروه‌ها برای تنوع و برانگیختگی به منظور حفظ یک سطح ایده‌آل از فعالیت، یک زندگی مهیج انگیزاننده، زندگی متنوع و داشتن دیدگاهی جسورانه است.
لذت ^۳	خوشی و احساس خوشنودی شخص که در اهداف این قسمت تعریف می‌شود، منجر به دنبال کردن خوشی و لذت زندگی می‌شود.
پیشرفت (توفیق‌طلبی) ^۴	اشاره به موفقیت شخصی، از طریق شرح قابلیت‌ها راجع به استانداردهای اجتماعی که افراد رعایت می‌کنند. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل بلندپروازی، نفوذ، قابلیت (توانایی)، موفقیت، هوش و عزت نفس (مناعت طبع) می‌باشد.
قدرت ^۵	دستیابی به مقام و پرستیژ اجتماعی و کنترل یا تسلط بر دیگران و منابع. تعریف این‌گونه انگیزشی است. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل قدرت اجتماعی، توانگری، اقتدار، حفظ تصویر عمومی و شناخت اجتماعی است.
امنیت ^۶	ایمنی، هماهنگی و ثبات جامعه، رابطه‌ها و صیانت نفس، تعریف اهداف این‌گونه‌ی ارزشی هستند. ارزش‌های این موضوع شامل: امنیت در سطح ملی، محبت متقابل، امنیت خانواده، احساس تعلق کردن، نظم اجتماعی، سلامت و زندگی پاک.
همرنگی ^۷	ممانعت از میل به عملی که احتمالاً برخلاف، یا باعث آسیب رساندن به دیگر افراد یا گروه‌های اجتماعی، نقض هنجارها و انتظارات جامعه می‌شود. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل اطاعت (مطیع بودن)، خویش‌داری، ادب و احترام به والدین و بزرگ‌ترها است.

ادامه جدول ۱

نوع ارزش	تعریف ارزش‌های فردی
سنت ^۱	منبعی از تعهد و پذیرش، رسوم و آرمان‌ها که به‌وسیله فرهنگ فردی یا آیین (مذهب) القا و ترویج شده است. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل سنت، پرستش، پذیرش سرنوشت در زندگی، فروتنی و اعتدال (میانه‌روی) می‌باشد.
معنویت ^۲ (مربوط به روحیه)	دلالت بر آرامش درونی از طریق تعالی زندگی روزمره. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل زندگی معنوی، مفهوم در زندگی، هماهنگی و تفکیک درونی.
خیرخواهی ^۳	این موضوع در ارتباط با ارزشه‌ایی مانند، کمک کردن (به دیگران)، مسئولیت‌پذیری، بخشندگی، صداقت، وظیفه‌شناسی (وفاداری)، قابلیت داشتن برای رشد محبت و دوستی خالصانه.
جهانی بودن ^۴ بودن ^۴	این‌گونه انگیزشی به‌وسیله درک کردن، تقدیر، تحمل (مدارا کردن) و حمایت از رفاه دیگر افراد و طبیعت تعریف می‌شود. ارزش‌های مرتبط با این موضوع شامل برابری، سازش با طبیعت، خرد (معرفت)، جهانی زیبا، عدالت اجتماعی، روشنفکری (آزادمنشی)، حمایت از محیط و جهانی در صلح و آرامش.

شوارتز (۱۹۹۲) نظریه‌ای ارائه کرد مبنی بر اینکه کل ساختار ارزش‌ها می‌تواند در چهار سبک ارزشی شامل ۱- آمادگی در برابر تغییر؛ ۲- محافظه‌کاری؛ ۳- خودارتقایی و ۴- خودافزایی قرار گیرند. این چهار سبک ارزشی در مجموع دو طیف اصلی را تشکیل می‌دهند، به‌طوری که هر طیف نیز خود دارای دو بُعد است. در دو سر اولین طیف قطب‌هایی به نام "آمادگی برای تغییر"؛ در برابر قطب "محافظه‌کاری"، قرار می‌گیرد. قطب "آمادگی برای تغییر" شامل ارزش‌های "برانگیختگی و خود رهبری" است. در حالی که قطب "محافظه‌کاری" شامل ارزش‌های "ایمنی، هم‌رنگی و سنت" است. با توجه به دو قطب این محور، این‌گونه استنباط می‌شود که در قطب یکم؛ یعنی "آمادگی برای تغییر"، ارزش‌ها در ارتباط با اموری هستند که می‌تواند به عنوان عامل برانگیزاننده افراد برای دنبال کردن علایق ذهنی و در نتیجه پذیرش تغییر باشند و این ارزش‌ها در برابر و متضاد با ارزش‌های قطب دیگر قرار می‌گیرند که ارزش‌های آن به منظور حفظ امنیت وضع موجود است.

در دو سر دومین طیف، قطب‌هایی با عنوان "خود ارتقایی"، در برابر "خودافزایی" قرار می‌گیرد. که قطب "خودارتقایی" شامل ارزش‌های "جهانی بودن و خیرخواهی" است. در حالی که قطب "خودافزایی" شامل ارزش‌های "قدرت، پیشرفت و لذت" است [۱۱، صص ۱-۳۸]. ارزش‌های ارائه شده به وسیله شوارتز در یک ساختار دایره‌ای دارای محورهای قطب‌دار مرتب گردیده و در شکل ۱ نشان داده شده‌اند. به دلیل برتری مدل ارزش‌های فردی شوارتز در مقایسه با سایر مدل‌های موجود، در تحقیق حاضر از مدل وی استفاده شده است (شکل ۱).



شکل ۱ مفهوم‌سازی رابطه میان انواع انگیزشی ارزش‌ها، [۱۱، صص ۱-۳۸]

۳-۳- ارزش‌های سازمانی

افراد به صورت گروهی، رفتارها و مفاهیمی را یاد می‌گیرند که در برخورد با مسائل، به آنان یاری می‌رسانند. در سازمان‌ها روشی که برای یک نفر مؤثر است به اعضای تازه وارد به عنوان روش صحیح فکر کردن آموزش داده می‌شود. سپس ارزش‌های مهم به راه‌حل‌های مسائل روزمره نسبت داده می‌شوند. با پیوستن ارزش‌ها به عملیات، سازمان‌ها به قوی‌ترین و عمیق‌ترین قلمرو بینشی افراد دست پیدا می‌کنند. در این صورت وظایفی که یک نفر انجام می‌دهد، مفهوم و ارزش پیدا می‌کند و آنچه انجام می‌دهد عملی صحیح، درست و مهم تلقی

می‌شود [۴، صص ۳۹۰-۳۹۱].

ارزش‌های سازمانی به آن دسته از ارزش‌هایی اشاره دارند که هدایتگر رفتار، کردار و اندیشه کارکنان و مدیران سازمان بوده و بر آنها تأثیر می‌گذارند. ارزش‌های سازمانی، مبنای تصمیم‌گیری بوده و راهنمای قضاوت بر امور هستند. ارزش‌های سازمانی، مفروضاتی مشترک در حوزه فرهنگ سازمانی هستند که از فرایند "درونی‌سازی"^۱ به وسیله اعضای سازمان، نشأت می‌گیرند. ارزش‌های سازمانی زیربنای فرهنگ سازمانی به‌شمار می‌روند و متمایزکننده یک سازمان از سازمان‌های دیگر است. ارزش‌های سازمانی منعکس‌کننده باورها و اولویت‌های سازمان از جنبه‌های اخلاق حرفه‌ای و حوزه مأموریت‌های سازمانی بوده و راهنمای تصمیم‌گیری رهبران و هدایتگر رفتار کارکنان هستند. ارزش‌های سازمانی، همان مجموعه عواملی هستند که یک سازمان دارای جایگاه جهانی را از شرکت‌های کوچک و متوسط متمایز می‌سازند [۱۲، ص ۲].

۳-۳-۱- مؤلفه‌های ارزش‌های سازمانی

ارزش‌های سازمانی در این تحقیق شامل پنج مؤلفه است و عبارتند از ۱- خصوصی‌شدن؛ ۲- تبدیل شدن به بنگاه اقتصادی؛ ۳- اهمیت دادن به منابع انسانی به عنوان بهترین منبع؛ ۴- رعایت اصول سه‌گانه (بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست)^۲؛ و ۵- جهانی‌شدن است. این مؤلفه‌ها براساس اظهارات مدیران سازمان مورد مطالعه (شرکت آلومینیم المهدی) و بررسی‌های انجام شده در این زمینه به عنوان "ارزش‌های سازمانی" بیان شده‌اند.

جدول ۲ مؤلفه‌های مربوط به ارزش‌های سازمانی

نام مؤلفه	تعریف ارزش‌های سازمانی
خصوصی سازی	"خصوصی‌سازی" ^۱ ، فرایندی است که طی آن دولت امکان انتقال وظایف و دارایی‌های خود را به بخش خصوصی فراهم می‌کند و به معنای برقراری نظام جدید براساس سازوکارهای بازار و در نتیجه دگرگونی و تحول در ابعاد مختلف اقتصاد است [۱۳، صص ۲۲-۲۵].
تبدیل شدن به بنگاه اقتصادی	بنگاه ^۲ در فرهنگ لغت و اصطلاحات اقتصادی به سازمان یا مؤسسه‌ای اطلاق می‌شود که باهدفی مشخص به منظور تبدیل عوامل تولید به کالاها و خدمات تشکیل می‌شود؛ به عبارت دیگر می‌توان بنگاه را متشکل از افرادی دانست که با هدفی مشخص به تولید کالا و ارائه خدمات به مشتریان مشغول هستند [۱۴، ص ۴۶۲].
منابع انسانی به عنوان بهترین منبع	به دلیل اهمیت عامل انسانی و نقش منحصر به فرد او به عنوان طراح و مجری سیستم‌ها و فرایندهای سازمانی و به دلیل گرایش‌های اجتماعی موجود که قدر و ارزش بیش‌تری برای انسان قائل است، امروزه مدیریت منابع انسانی در طرح‌ریزی برنامه‌های استراتژیک مشارکتی فعال دارد و به طور کلی، جایگاهی به مراتب والاتر از گذشته در سازمان یافته است [۱۵، صص ۱۶۳-۲۰۰].
رعایت اصول HSE (بهدا) شت، ایمنی، محیط زیست)	اصطلاح اختصاری HSE از سه واژه سلامتی ^۳ ، امنیت ^۴ و محیط ^۵ به معنای بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست گرفته شده است [۱۶، صص ۱-۱۰]. سیاست‌های اتخاذ شده در این نگرش براساس اهدافی از جمله کاهش آثار نامطلوب صنعت بر محیط زیست، افزایش آثار مثبت صنعت بر جامعه، افزایش تأمین ایمنی کارکنان، تجهیزات و تأسیسات در مراکز صنعتی، کاهش آسیب‌های محیط‌های صنعتی، به پایین‌ترین میزان ممکن از طریق حذف شرایط نا امن و حفاظت هر چه بیشتر از محیط‌زیست تعیین و تبیین شده است [۱۷، صص ۱-۱۶].
جهانی شدن	تامیلسون ^۶ جهانی شدن را فرایند توسعه سریع پیوندهای پیچیده میان جوامع و فرهنگ‌ها، نهادها و افراد در سراسر جهان می‌داند. هاروی ^۷ این فرایند را در بردارنده دو مفهوم فشردگی زمان و مکان و کاهش فاصله‌ها تلقی می‌کند. در واقع براساس نظرها فشردگی زمان و مکان، مهم‌ترین ویژگی جهانی شدن است. جهانی شدن فرایندی است که روابط اجتماعی را بسط می‌دهد. این امر در سه حوزه اقتصاد، فرهنگ و سیاست صادق است. از آن مهم‌تر اینکه، جهانی شدن بستر جریان این روابط را از متن محلی به متن جهانی تغییر می‌دهد [۱۸، صص ۲۶-۲۹].

۳-۴- تعهد سازمانی

تعهد سازمانی عبارت از نگرش‌های مثبت یا منفی افراد نسبت به کل سازمان (و نه شغل) است که در آن مشغول به کار هستند. در تعهد سازمانی شخص نسبت به سازمان احساس وفاداری قوی دارد و از طریق آن سازمان خود را مورد شناسایی قرار می‌دهد [۱۹، صص ۷۳-۷۴]. در تعهد سازمانی، فرد، سازمان را معرفی خود می‌داند و آرزو می‌کند که در عضویت آن باشد؛ به عبارت دیگر، تعهد سازمانی، نوعی نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان در یک فرایند مستمر - به واسطه مشارکت افراد در تصمیم‌های سازمانی، توجه افراد به سازمان، موقعیت و رفاه سازمان - تلقی می‌شود [۲۰، صص ۲۱۱-۲۳۴]. برای مفهوم تعهد سازمانی مدل‌های گوناگونی وجود دارد. با رعایت اختصار به چند مدل معروف از مدل‌های تعهد سازمانی اشاره می‌شود (جدول ۳).

جدول ۳ برخی مدل‌های معروف تعهد سازمانی

نام مدل	تعریف و شرح مدل‌ها
مدل اُرایلی و چاتمن	اُرایلی و چاتمن (۱۹۸۶) الگوی چند بُعدی خود را مبتنی بر این فرض بنا نهادند که تعهد، نگرشی را نسبت به سازمان ارائه کرده و سازوکارهایی دارد که از طریق آنها می‌تواند نگرش شکل بگیرد. آنان معتقدند پیوند بین فرد و سازمان می‌تواند سه حالت شامل متابعت، همانندسازی و درونی کردن را به خود بگیرد. متابعت، زمانی اتفاق می‌افتد که نگرش‌ها و رفتارهای همسو با آنها به منظور کسب پاداش‌های خاص اتخاذ می‌شوند. همانندسازی، زمانی اتفاق می‌افتد که فرد نفوذ را به خاطر ایجاد یا حفظ رابطه ارضاکنده می‌پذیرد [۲۱، صص ۲۹۹-۳۲۶].
مدل می‌یر و آلن	می‌یر و آلن ^۱ (۱۹۹۱) مدل سه بُعدی خود را مبتنی بر مشاهده شباهت‌ها و تفاوت‌هایی که در مفاهیم تک بُعدی تعهد سازمانی وجود داشت، طراحی کردند. بحث کلی آنان این بود که تعهد، فرد را با سازمان پیوند می‌دهد. بنابراین این نوع پیوند، احتمال ترک شغل را کاهش خواهد داد. آنان بین سه نوع تعهد (عاطفی، مستمر و هنجاری) تمایز قائل شدند. تعهد عاطفی اشاره به وابستگی احساسی فرد به سازمان دارد. تعهد مستمر مربوط به تمایل به باقی ماندن فرد در سازمان به خاطر هزینه‌های ترک سازمان یا پاداش‌های ناشی از ماندن در سازمان می‌شود و سرانجام اینکه تعهد هنجاری احساس تکلیف به باقی ماندن به عنوان یک عضو سازمان را منعکس می‌کند [۲۱، صص ۲۹۹-۳۲۶].

ادامه جدول ۳

نام مدل	تعریف و شرح مدل‌ها
مدل آنجل و پری	آنجل و پری (۱۹۸۱) بین تعهد ارزشی و تعهد به ماندن ، تمایز قائل شدند. تعهد ارزشی آنجل و پری، گرایش مثبتی را به سازمان نشان می‌دهد. این نوع تعهد اشاره به تعهد روانی و عاطفی دارد. تعهد به ماندن آنجل و پری اشاره به اهمیت تعاملات پاداش‌ها- مشارکت‌های تفکیک‌ناپذیر در یک مبادله اقتصادی دارد. این نوع تعهد اشاره به تعهد حسابگرانه مبتنی بر مبادله و تعهد مستمر دارد [۲۲، صص ۳۸۷-۴۰۱].
مدل مایر و شورمن	مایر و شورمن (۱۹۹۸) دو بُعد دارد برای تعهد سازمانی برشمرده‌اند. آنان این دو بُعد را تعهد مستمر (میل ماندن در سازمان) و تعهد ارزشی (تمایل به ارزش مضاعف) نامیدند. اگرچه شباهت‌هایی بین ابعاد تعهد سازمانی شناسایی شده توسط آنجل-پری و مایر-شورمن و آنچه که توسط می‌یر و آلن شناسایی شده وجود دارد، اما یک تفاوت اساسی بین مدل‌های آنان نیز وجود دارد. سه جزء تعهد می‌یر و آلن (عاطفی، مستمر و هنجاری) اصولاً براساس قالب ذهنی که افراد را به سازمان مرتبط می‌کنند، متفاوت هستند. نتیجه رفتاری هر سه جزء تعهد با این حال مشابه است و آن ادامه کار در سازمان است. برعکس در مدل‌های آنجل-پری و مایر-شورمن فرض شده است که تعهد مستمر مرتبط با تصمیم به ماندن یا ترک سازمان است و تلاش ارزشی مرتبط به تلاش مضاعف در جهت حصول به اهداف سازمانی است [۲۱، صص ۲۹۹-۳۲۶].
مدل بالفور و وکسلر	تعهد سازمانی از نظر بالفور و وکسلر (۱۹۹۶) دارای سه بُعد است که شامل الف- تعهد همانند سازی؛ ب- تعهد پیوستگی و ت- تعهد مبادله‌ای می‌باشد. الف) تعهد همانندسازی : به حدی که افراد خود را با اهداف و ارزش‌های سازمان هماهنگ می‌کنند، گفته می‌شود. ب) تعهد پیوستگی : این نوع تعهد نشأت گرفته از احساس تعلق و وابستگی اعضای سازمان به یکدیگر است. ت) تعهد مبادله‌ای : مبنای این نوع تعهد دلبستگی به سازمان است و زمانی افزایش پیدا می‌کند که سازمان مشارکت کارکنان در امور سازمان را تشخیص داده، اهمیت آن را در سازمان نشان داده و زمینه‌های عملی حمایت و تشویق را برای کارکنان خود فراهم سازد [۲۳، صص ۲۵۶-۲۷۷].

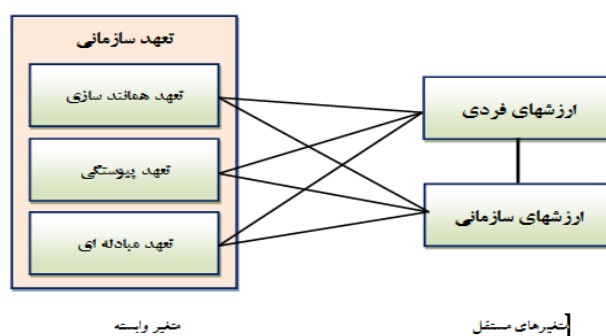
با توجه به اینکه در مورد سایر ابعاد تعهد سازمانی، تاکنون پژوهش‌هایی در سطح کشور انجام شده است، بنابراین در تحقیق حاضر از مدل سه قسمتی "بالفور و وکسلر" (به دلیل اینکه این مدل در تحقیقات داخلی کمتر مورد بررسی قرار گرفته) برای سنجش تعهد سازمانی کارکنان استفاده شده است.

۴- روش‌شناسی تحقیق

مدل مفهومی، فرضیه‌های تحقیق، روش اجرای پژوهش جامعه، نمونه و روش‌های برآورد نمونه، ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها و روش تحلیل داده‌ها، ساختار کلی روش‌شناسی تحقیق^۱ را تشکیل می‌دهند که با رعایت اختصار به این مقوله‌ها اشاره می‌شود.

۴-۱- مدل مفهومی تحقیق

برای نشان دادن چگونگی ارتباط بین متغیرهای تحقیق از مدل‌های مختلفی اعم از ریاضی، ترسیمی و مانند اینها استفاده می‌شود. مدل مفهومی تحقیق حاضر در قالب شکل ۲ ترسیم شده و رابطه بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته و مؤلفه‌های آن را نشان می‌دهد.



شکل ۲ مدل مفهومی تحقیق

۴-۲- فرضیه‌های تحقیق

برای بیان چگونگی ارتباط بین متغیرهای مورد مطالعه از فرضیه استفاده شده و فرضیه‌های تحقیق در قالب سه فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی به شرح زیر تدوین شده‌اند.

۴-۲-۱- فرضیه‌های اصلی

- ۱- بین ارزش‌های فردی با تعهد سازمانی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۲- بین ارزش‌های سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۳- بین ارزش‌های فردی با ارزش‌های سازمانی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.

۴-۲-۲- فرضیه‌های فرعی

- ۱-۱- بین ارزش‌های فردی با تعهد همانندسازی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۲-۱- بین ارزش‌های فردی با تعهد پیوستگی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۳-۱- بین ارزش‌های فردی با تعهد مبادله‌ای کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۱-۲- بین ارزش‌های سازمانی با تعهد همانندسازی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۲-۲- بین ارزش‌های سازمانی با تعهد پیوستگی کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.
- ۳-۲- بین ارزش‌های سازمانی با تعهد مبادله‌ای کارکنان سازمان مورد مطالعه، رابطه وجود دارد.

۴-۳- روش اجرای پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ روش از نوع تحقیقات توصیفی است و به دلیل اینکه رابطه بین متغیرهای مستقل (ارزش‌های فردی و سازمانی) با متغیر وابسته (تعهد سازمانی) مورد مطالعه قرار گرفته، از این رو تحقیق حاضر از لحاظ روش اجرا از نوع همبستگی است. چون تحقیق در جامعه آماری مشخصی (شرکت آلومینیم المهدی استان هرمزگان) انجام شده و در اجرای تحقیق هیچ‌گونه مداخله‌ای در چند و چون متغیرهای تحقیق صورت نگرفته است و آنها دستکاری نشده‌اند، بنابراین تحقیق از نوع میدانی است.

۴-۴- جامعه، نمونه آماری و روش برآورد حجم نمونه

جامعه آماری تحقیق شامل تمام کارکنان شرکت آلومینیم المهدی استان هرمزگان، شامل ۱۰۰۰ نفر در زمان اجرای تحقیق بوده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری از جامعه محدود (موسوم به فرمول کوکران)، تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق برآورد شد. به منظور انتخاب مناسب نمونه از میان جامعه آماری، نخست نمونه‌ای متناسب با حجم تعداد کارکنان در هر یک از واحدهای اصلی سازمان مشخص شد، سپس نمونه آماری در هر کدام از واحدهای سازمانی مورد نظر با استفاده از روش نمونه‌گیری منظم (سیستماتیک) براساس فهرست کارکنان شاغل موجود در واحد کارگزینی مشخص شد. در مواردی که دسترسی به آزمودنی‌های مورد نظر امکان‌پذیر نبود، از نفر و یا نفرات بعدی استفاده به عمل آمده و این فرایند آن‌قدر ادامه یافت تا دسترسی به آزمودنی‌های مورد نظر براساس روش نمونه‌گیری منظم (سیستماتیک) امکان‌پذیر شد.

۴-۵- ابزار جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌ها، در مرحله نخست از روش‌های مطالعه اسنادی شامل منابع مکتوب مربوط به تحقیقات داخلی و خارجی، مستندات الکترونیکی موجود در فضای مجازی (اینترنت) و سپس برای گردآوری داده‌های میدانی از پرسشنامه استفاده شد. به منظور سنجش "ارزش‌های فردی"، "ارزش‌های سازمانی" و "تعهد سازمانی کارکنان"؛ از ابزار پرسشنامه استفاده شد. برای سنجش "ارزش‌های فردی" از پرسشنامه ۵۶ گزاره‌ای شوارتز (۱۹۹۲) - که پایایی آن نیز مجدداً با استفاده از پایلوت سنجیده شد- استفاده گردید.

"ارزش‌های سازمانی" نیز با بهره‌گیری از پرسشنامه ۱۴ گزاره‌ای (محقق ساخته) که با استفاده از نظرات مدیران سازمان مورد مطالعه و تحقیقات پیشین فراهم شده است (پس از احراز روایی و پایایی آن) اندازه‌گیری شد. "تعهد سازمانی کارکنان" نیز با استفاده از پرسشنامه ۹ سؤالی بالفور و وکسلر (۱۹۹۶)- پایایی آن نیز مجدداً به روش پایلوت سنجیده شد- اندازه‌گیری گردید. پرسشنامه‌های مورد اشاره به لحاظ تکرار در تحقیقات پیشین از روایی و پایایی لازم برخوردار بودند، با وجود این، روایی صوری آنها نیز دوباره با بهره‌گیری از خبرگان تأیید شد. برای کسب اطمینان از پایایی، پرسشنامه‌ها با استفاده از روش پایلوت

مورد سنجش قرار گرفتند و ضریب پایایی آنها به ترتیب براساس آلفای کرونباخ ۰/۹۰٪، ۰/۸۱٪ و ۰/۷۳٪. به دست آمد. با در نظر گرفتن تعداد نمونه، در مجموع ۱۷۰ پرسشنامه بین اعضای نمونه آماری توزیع شد. با احتساب پرسشنامه‌های برگشت داده نشده و حذف پرسشنامه‌های ناقص، در مجموع تعداد ۱۴۵ پرسشنامه قابل استفاده تشخیص داده شد. ضریب بازگشت پرسشنامه‌ها با در نظر گرفتن پرسشنامه‌های قابل استفاده ۸۵/۳ درصد بوده است. در این صورت می‌توان ادعا کرد که تعداد پرسشنامه‌های دریافتی برای تحلیل داده‌ها، نسبتاً کافی بوده است.

۴-۶- روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده مبتنی بر روش همبستگی، از نرم‌افزار SPSS و از فنون آمار استنباطی نیز برای آزمون فرضیه‌های تحقیق و تحلیل استنباطی داده‌ها استفاده شد. با در نظر گرفتن تعداد نمونه تحقیق حاضر ($n=175$)، از آمار پارامتریک برای تحلیل داده‌ها و از روش همبستگی پیرسون نیز برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده به عمل آمد. براساس آزمون‌های همبستگی، میزان ضرایب همبستگی به دست آمده (در سطح اطمینان ۹۵ درصد) ملاک قضاوت درباره میزان وجود و یا عدم ارتباط بین متغیرهای تحقیق و مؤلفه‌های آنها بوده است.

۵- تحلیل داده‌های تحقیق

در این تحقیق رابطه بین متغیرهای وضعیتی با متغیر وابسته مورد نظر نبوده است، بنابراین از ارائه تحلیل توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای وضعیتی خودداری شده و صرفاً به تحلیلهای استنباطی مربوط به آزمونهای انجام شده، اکتفاء شده است. جدول همبستگی متغیرهای تحقیق که دربرگیرنده ابعاد ارزش‌های فردی و سازمانی به عنوان متغیرهای مستقل و ابعاد تعهد سازمانی به عنوان متغیر وابسته، به شرح مندرج در جدول ۴ آمده است.

بین متغیر مستقل و وابسته در سازمان مورد مطالعه رابطه وجود ندارد. $H_0: \rho = 0$

بین متغیر مستقل و وابسته در سازمان مورد مطالعه رابطه وجود دارد. $H_1: \rho \neq 0$

جدول ۴ جدول همبستگی بین متغیرها و مؤلفه‌های تحقیق

عنوان متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	نتیجه آزمون فرضیه‌ها
ارزش‌های فردی با تعهد سازمانی	۰/۲۰۶*	۰/۰۱۳	تأیید فرضیه اصلی یکم
ارزش‌های سازمانی با تعهد سازمانی	۰/۱۶۴*	۰/۰۴۸	تأیید فرضیه اصلی دوم
ارزش‌های فردی با ارزش‌های سازمانی	۰/۱۵۶*	۰/۰۳۲	تأیید فرضیه اصلی سوم
ارزش‌های فردی با تعهد همانندسازی	۰/۵۶*	۰/۰۱۲	تأیید فرضیه فرعی ۱-۱
ارزش‌های فردی با تعهد پیوستگی	۰/۵۶۴**	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه فرعی ۱-۲
ارزش‌های فردی با تعهد مبادله‌ای	۰/۳۳۴*	۰/۰۰۳	تأیید فرضیه فرعی ۱-۳
ارزش‌های سازمانی با تعهد همانندسازی	۰/۲۵۸**	۰/۰۰۲	تأیید فرضیه فرعی ۲-۱
ارزش‌های سازمانی با تعهد پیوستگی	۰/۶۸۶**	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه فرعی ۲-۲
ارزش‌های سازمانی با تعهد مبادله‌ای	۰/۷۲۶**	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه فرعی ۲-۳

$p^* < 0.05$ and $p^{**} < 0.01$, n=۱۴۰

۶- نتیجه‌گیری

یکی از رموز موفقیت شرکت‌های پیشرو در دهه ۱۹۹۰ تعهد کارکنان و انعطاف‌پذیری سازمانی آنها بوده است. در واقع عامل پیشرو بودن و موفقیت سازمان‌ها، نه تنها اهمیت دادن به مشتریان، ابتکار و نوآوری در تولید است بلکه هر دو این عوامل از وجود کارکنانی متعهد مورد اعتماد و احترام در سازمان نشأت می‌گیرد و موجب پیشرفت و توسعه می‌شود. وجود ظرفیت‌ها و زمینه‌های مناسب برای ایجاد گروه‌های کاری موفق از افراد متعهد، دستیابی به اهداف و مقاصد سازمان را تسهیل می‌کند و به ارمغان می‌آورد.

بنا بر نتایج به دست آمده از پژوهش هافستد (۱۹۸۰) اجتناب از عدم اطمینان، همبستگی بسیار قوی با ارزش‌های احساسی کشورهای مورد مطالعه دارد. مطالعه وی که در ۵۶ کشور از جمله ایران صورت گرفت، نشان داد که اجتناب از عدم اطمینان، در مقایسه با سایر ابعاد، بالاتر از دیگر ابعاد در کشور ایران بوده و این نتیجه نشان‌دهنده عاطفی بودن نسبی مردم

ایران است، هر چند که نتیجه یک تحقیق نمی‌تواند پایه محکمی برای قضاوت و استنتاج در این زمینه باشد. با این اوصاف مطالعه ارزش‌های احساسی باید بیش از سایر ارزش‌ها مورد توجه قرار گیرد، نتیجه پژوهش حاضر به طور ضمنی نیز این یافته را تقویت می‌کند؛ به عبارت دیگر از میان سه بُعد تعهد (هماندسازی، پیوستگی و مبادله‌ای) که بیانگر تعهد سازمانی هستند، تعهد پیوستگی بیش از سایر ابعاد تعهد در مسیر تعالی کسب‌وکار سازمان، دارای اهمیت است.

براساس آزمون‌هایی که بین ارزش‌های فردی و سازمانی با مؤلفه‌های تعهد سازمانی صورت گرفت، مشاهده شد که همبستگی نسبتاً قوی میان ارزش‌های فردی با تعهد پیوستگی (که در ارتباط با احساس تعلق افراد نسبت به هم می‌باشد) وجود دارد. علاوه بر این، میان ارزش‌های سازمانی با تعهد هماندسازی و تعهد مبادله‌ای که براساس درجه هماندسازی فرد با ارزش‌های سازمان و مبادله حمایت و تشویق از سازمان استوار است، نیز همبستگی مثبت و معناداری مشاهده شد؛ به این معنا که هم جهت بودن ارزش‌های افراد با ارزش‌های سازمان در جهت افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر بوده و در نتیجه موجب رشد و شکوفایی سازمانها می‌شود. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات اوراییلی و همکارانش (۱۹۹۱)، دعایی (۱۳۸۱) و فانی و همکارانش (۱۳۹۱) مبنی بر وجود سازگاری بین ارزش‌های فردی و سازمانی که می‌تواند "سبب پیش‌بینی رضایت شغلی، ایجاد هم‌سویی بین ارزش‌های فرد و سازمان گردد و همچنین تأثیرگذاری مثبت تعلق کاری به عنوان ارزش فردی بر تعهد سازمانی" همخوانی و همسویی دارد [۲۴، صص ۴۸۷-۵۱۶؛ ۲۵، صص ۵۵-۶۵؛ ۲۶، صص ۱۵۱-۱۶۶].

نتایج به دست آمده از تحقیق فانی و همکارانش (۱۳۹۱) نشان داد که تعلق کاری به عنوان ارزش فردی به طور مثبت بر تعهد سازمانی، تأثیرگذار است. فراهم کردن محیط کاری مناسب می‌تواند باعث ایجاد سرزندگی، مجذوب و فدایی شدن افراد شود که این حس ضمن کمک به بهبود عملکرد افراد، ماندگاری آنان در سازمان و میل به پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان را ارتقا بخشیده و به شکل‌گیری یک سازمان کارآمد کمک می‌کند [۲۸، صص ۱۵۱-۱۶۶].

با در نظر گرفتن جایگاه ارزنده و ویژه ارزش‌ها و به دلیل اینکه ارزش‌ها پایه و اساس درک نگرش‌ها و انگیزش افراد به‌شمار می‌روند، از این رو نقش اساسی کارکنان وفادار و متعهد به سازمان در کارایی و اثربخشی سازمان‌ها، اهداف و ارزش‌های آن در مطالعات رفتار سازمانی از جایگاه خاصی برخوردار است. بنابراین ضرورت دارد سازمان‌های هر جامعه با در نظر گرفتن

شرایط محیطی و سازمانی خود، نسبت به این مقوله‌ها توجه بیشتری مبذول داشته و در جهت همسوسازی ارزش‌های افراد و سازمان همت گماشته و برای رفع از خودبیگانگی کارکنان نسبت به سازمان و برانگیختگی اشتیاق و تعهد آنان به سازمان، تدابیر شایسته‌ای اتخاذ کنند. پانسر و کاوزس^(۱۹۸۵)، به نقل از بابایی زکیلی و همکار، (۱۳۹۰) بیان کردند رهبران سازمان‌ها از طریق القای چشم‌انداز مشترک و با نشان دادن تعهد شخصی خودشان نسبت به ارزش‌ها (از طریق رفتار و کردار خود) و با پاداش دادن به افراد برای رفتارهای منطبق با ارزش‌های درونی سازمان، این نوع هماهنگی‌ها را به وجود آورده‌اند [۲۷، صص ۲۱-۴۶].

با استناد به نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل آماری داده‌های تحقیق، مبتنی بر نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه‌های سه گانه اصلی تحقیق، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود.

الف) نتایج به دست آمده از فرضیه اصلی یکم نشان از وجود رابطه مثبت و معنادار بین ارزش‌های فردی با تعهد سازمانی کارکنان بود. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان مورد مطالعه با بهره‌گیری از شیوه‌های علمی، ارزش‌های فردی کارکنان سازمان را شناسایی و در جهت ایجاد و تقویت آن نوع از ارزش‌هایی که افزایش‌دهنده و ایجادکننده حس تعلق و تعهد سازمانی در آنان است، تلاش کنند.

ب) نتایج به دست آمده از فرضیه اصلی دوم تحقیق بیانگر وجود رابطه مثبت و معنادار بین ارزش‌های سازمانی با تعهد سازمانی کارکنان بود، به دلیل اینکه نوع ارزش‌های سازمانی اغلب بر سطح تعهد سازمانی کارکنان مؤثر است، از این رو پیشنهاد می‌شود از طریق تشویق کارکنان به انجام کارها و فعالیت‌ها به صورت گروهی بر ایجاد حس همدلی در کارکنان افزوده شود تا سطح تعهد سازمانی آنان افزایش پیدا کند.

پ) نتایج به دست آمده از فرضیه اصلی سوم تحقیق نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار بین ارزش‌های فردی کارکنان با ارزش‌های سازمانی بود. از این رو به مدیران سازمان پیشنهاد می‌شود هنگام استخدام کارکنانی را که ارزش‌های فردی آنان با ارزش‌های سازمان همخوانی و همسویی بیشتری داشته باشند، در اولویت قرار دهند. اهتمام در جهت تغییر، اصلاح و بهبود ارزش‌های فردی هم‌راستا با ارزش‌های سازمانی از طریق آموزش‌های بدو و

حین خدمت نیز می‌تواند همسویی بین ارزش‌های فردی و سازمانی را تقویت کند.

۷- پی‌نوشت‌ها

1. Value system
2. Individual value
3. Organizational value
4. Organizational commitment
5. Value
6. Alvesson, Mats
7. Rokeach, Milton
8. Schwartz, Shalom H.
9. Self-direction
10. Stimulation
11. Hedonism
12. Achievement
13. Power
14. Security
15. Conformity
16. Tradition
17. Spirituality
18. Benevolence
19. Universalism
20. Internalizing
21. Hygiene, Security and Environment(HSE)
22. Privatization
23. Business
24. Health
25. Safety
26. Environment
27. Tomlinson , Ray
28. Harvey, David
29. O'Reilly, Charles A. and Chatman, Jennifer
30. Meyer, J.P. and Allen, N.J.
31. Research methodology
32. Kouzes J. M. and Posner B.Z.

۸- منابع

- [۱] پیمان، ح؛ "مبانی سنجش ارزش"؛ چ. ۱، تهران، نشر آیت، ۱۳۵۷.
- [۲] رابینز، ا. پی.؛ "رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها"، مترجمان: علی پارسایان و سیّد محمد اعرابی، چ. ۵، ج. ۱، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۳.
- [۳] مرتضوی ش؛ طیب م؛ امیرشاهی م. ا؛ "رابطه فرهنگ با مدیریت منابع انسانی و رفتارهای سازمانی"، تهران: انتشارات نخل، ۱۳۷۹.
- [۴] شرمهرون جان آر، هانت، جی. جیمز، ازبورن، ر.ان.؛ "مدیریت رفتار سازمانی"؛ ترجمه مهدی ایران نژاد پاریزی، محمدعلی بابایی زکیلی و محمدعلی سبحان الهی، تهران: انتشارات مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، ۱۳۷۸.
- [۵] فرهنگی، علی اکبر و حسین‌زاده ع.؛ "دیدگاه‌های نوین درباره تعهد سازمانی"؛ ماهنامه علمی-آموزشی تدبیر، سال شانزدهم، شماره ۱۵۷، ۱۳۸۴.
- [۶] بابایی ع.؛ "ارتباط ارزشهای انسانی"؛ زنجان: انتشارات دستان، ۱۳۷۲.
- [7] De Groot, J., Irene Maria Groot de ; "Mean or green? Value orientations, morality and prosocial behavior"; *Thesis to obtain the doctorate in Behavioral and Social Sciences*, at the University of Groningen, 2008.
- [۸] نیکزاد م؛ "کلیات فلسفه تعلیم و تربیت"؛ چ. ۲، ویرایش سوم، تهران: انتشارات کیهان، ۱۳۸۱.
- [9] Alvesson Mats ; "Understanding organizational culture"; London: Sage Publication, 2002.
- [10] Bilsky W., Schwartz S. H. ; "Values and personality"; *Journal of Personality*, Vol. 8, 1994.
- [11] Schwartz S. H.; "Basic human values", Available at: http://www.ccsr.ac.uk/qmss/seminars/2009-06-10/documents/Shalom_Schwartz_1.pdf, 2009.
- [۱۲] محسن‌وند م.؛ "نقش و جایگاه ارزش‌های سازمانی در تعالی سازمانها"؛ ماهنامه صنعت خودرو، شماره ۱۲۲، ۱۳۸۷.

- [۱۳] رضوی ح.؛ "افزایش کارایی با سیاست خصوصی‌سازی در ورزش"؛ فصلنامه حرکت، شماره ۲۳، ۱۳۸۴.
- [۱۴] قاسمی ب.؛ "تئوریهای رفتار سازمانی"؛ ج. ۲، تهران: انتشارات هیأت، ۱۳۸۲.
- [۱۵] عظیمی ح.، عساری ع.؛ "بنگاه اقتصادی، اهداف و محدودیت‌ها"؛ مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، دوره ۱۷، شماره ۱، ۱۳۸۳.
- [۱۶] حیدری م. م.، رضوانی فر م.؛ "بررسی فرهنگ HSE (Health, Safety, Environment) در یک واحد شرکت نفت و گاز در سال ۱۳۸۵"؛ اولین کنفرانس بین‌المللی جایگاه ایمنی صنعتی، بهداشت حرفه‌ای و محیط‌زیست در سازمان‌ها، اصفهان، ۱۳۸۷.
- [۱۷] پاداش ا.، جان قربان لاریجه، ش.، خداپرست م.، جوزی س. ع.؛ "توسعه حفاظت محیط‌زیست در برنامه HSE صنعت نفت ایران برپایه برنامه‌ریزی استراتژیک (مطالعه موردی شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب)"؛ اولین کنفرانس بین‌المللی جایگاه ایمنی صنعتی، بهداشت حرفه‌ای و محیط‌زیست در سازمان‌ها، اصفهان، ۱۳۸۷.
- [۱۸] ایران‌زاده س.؛ "جهانی‌شدن و تحولات استراتژیک در مدیریت و سازمان"؛ تبریز: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی تبریز، ۱۳۸۰.
- [۱۹] استرون ح.؛ "تعهد سازمانی"؛ مدیریت در آموزش و پرورش، دوره پنجم، شماره مسلسل ۱۷، ۱۳۷۷.
- [۲۰] مشبکی ا.، دوستار م.؛ "تبیین مدل تأثیرگذاری هوش عاطفی مدیران بر تعهد سازمانی کارکنان با توجه به نقش سبک‌های رهبری"؛ فصلنامه مدرس علوم انسانی. ویژه‌نامه مدیریت، ۱۳۸۶.
- [21] Meyer J. P., Herscovitch L.; "Commitment in the workplace: Toward a general model", *Human Resource Management Review*, Vol. 11, No. 3, 2001.
- [22] Mowday T. R. ; "Reflections on the study and relevance of organizational commitment"; *Human Resource Management Review*, Vol. 8, No. 4, 1998.
- [23] Balfour L. D., Wechsler B. ; "Organizational commitment"; *Public Productivity & Management Review*, Vol. 19, No.3, 1996.

[24] O'Reilly III C.A, Chatman J., Caldwell D.F.; "People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit"; *Academy of Management Journal*, No. 34, 1991.

[۲۵] دعایی ح؛ "همسویی ارزشهای فردی و سازمانی (نگرش تطبیقی)": *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، دوره ۶، شماره ۱ (پیاپی ۲۴)، ۱۳۸۱.

[۲۶] فانی ع. ا؛ عیسی‌خانی ا، دانایی فرد ح؛ "تبیین پیش‌آیندهای تعلق خاطر کاری و تأثیر آن بر تعهد سازمانی": *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران*، دوره ۱۶، شماره ۲، ۱۳۹۱.

[۲۷] بابایی زکیلی، م. ع، راکعی اصفهانی پ.؛ "بررسی عوامل مؤثر بر تعهد خریداران در بازاریابی صنعتی": *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت در ایران*، دوره ۱۵، شماره ۲، ۱۳۹۰.