

عنوان مقاله:

ارزش های سازمانی از تدوین تا اندازه گیری و اجرا (مطالعه موردی: شرکت پارس خودرو)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی و چهارمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مهرداد متانی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد قایمشهر

حمید زاهدی - دانشجوی دکترای مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قایمشهر

ابوالفضل محسنی پور - دانشجوی دکترای مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قایمشهر

خلاصه مقاله:

امروزه در سازمان های موفق، تصمیمات و عملیات بر اساس ارزش ها رهبری و هدایت می شوند. این سازمان ها نیستند که مدیریت براساس ارزش ها را موثر می سازند بلکه وجود کارکنان است که این تاثیر را ایجاد می کند. از طرفی در تمامی نظام های تعالی سازمانی بر اهمیت ترویج اصول اخلاقی و تقویت فرهنگ معنوی که موجب ایجاد مزیت های استراتژیک خواهد شد؛ تاکید بسیاری صورت گرفته است. از این رو، تبیین نظام ارزشی سازمان در قالب ارزش های سازمانی به عنوان یکی از عناصر استراتژیک در شرکت پارس خودرو مورد توجه قرار گرفت و در جهت تعریف ارزش ها و کدهای اخلاقی ضمن مروری بر ادبیات تحقیق به بررسی آسیب شناسی های مختلف در مدیریت منابع انسانی پرداخته و با بهره گیری از الگوهای موجود تجربه شده در سازمان های سرآمد، با استفاده از ابزار مصاحبه و پرسشنامه به روش ترکیبی (کیفی و کمی) ارزش ها و کدهای اخلاقی آن تعریف گردید. و پس از شناسایی کدهای رفتاری از طریق کانال های ارتباطی مختلف ارزش ها اطلاع رسانی گردید. به موازات اجرای اقدامات اطلاع رسانی میزان تسری و اهمیت ارزش های سازمانی از نگاه سطوح مختلف سازمان به کمک ابزار پرسشنامه اندازه گیری گردید، نتایج تحقیق نشان داد که میزان تسری ارزش های سازمانی در شرکت پارس خودرو 56 درصد و میزان اهمیت آن 81 درصد است که یک شکاف 25 درصدی را نشان می دهد لذا براساس نتایج بدست آمده، ارزش ها و کدهای اخلاقی اولویت بندی و برنامه ها و پروژه های توسعه ای در جهت نهادینه کردن ارزش ها و پر کردن شکاف ارزشی برنامه ریزی گردید.

کلمات کلیدی:

ارزش های سازمانی، کدهای اخلاقی و رفتاری، شکاف ارزشی، شرکت پارس خودرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/604757>

