

رابطه‌ی شخصیت و فرهنگ سازمانی بر برآزش فرد با سازمان و جذابیت سازمانی

حمیدرضا عربی*، هاجر براتی**

محمود حسینی***

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۱/۲۸

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی رابطه‌ی شخصیت فرد و فرهنگ سازمانی بر برآزش فرد با سازمان، جذابیت سازمانی و احتمال انتخاب سازمان از سوی متقاضیان استخدام پرداخته است. داده‌ها از یک نمونه‌ی ۳۱۰ نفری از ۲۳۰۰۰ نفر از متقاضیان استخدام در شرکت ملی گاز ایران، که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده بودند جمع‌آوری شد. شرکت‌کنندگان به ابزارهای پژوهش یعنی پرسش‌نامه‌ی پنج‌عاملی شخصیت (کاستا و مک کرا، ۱۹۹۲)، نیم‌رخ فرهنگ سازمانی (اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱) و پرسش‌نامه‌های برآزش فرد سازمان (اسمیتز و همکاران، ۱۹۹۳) و جذابیت سازمانی (اسمیتز و همکاران، ۱۹۹۳) پاسخ دادند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها به وسیله‌ی تحلیل همبستگی نشان داد که هر کدام از ویژگی‌های شخصیتی مانند برون‌گرایی با ترجیح برخی از ارزش‌های فرهنگ سازمانی مانند سلطه‌جویی، جهت‌گیری گروهی و حمایت‌گری رابطه‌ی معنادار دارند و همچنین بین برآزش عینی و برآزش درک‌شده‌ی فرد با سازمان و جذابیت سازمانی رابطه‌ی مثبت وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: شخصیت؛ فرهنگ سازمانی؛ برآزش فرد سازمان؛ جذابیت سازمانی.

مقدمه

تحقیقات نشان داده است که هزینه‌ی انتخاب، استخدام و آموزش هر فرد می‌تواند بین چند هزار تا صدها هزار دلار در نوسان باشد (ریجو^۱، ۱۳۸۶). امروزه، سازمان‌ها با چالش جذب، توسعه و حفظ کارکنان با کیفیت بالا روبه‌رو هستند (گاردنر و همکاران^۲، ۲۰۰۹). در واقع، همیشه این پرسش مطرح بوده است که کارجویان چگونه دست به انتخاب سازمان محل کار خود می‌زنند؟ به عبارت بهتر: چه عاملی متقاضیان استخدام را به سمت سازمانی خاص جذب می‌کند و آنان را در آن نگه می‌دارد؟ جاج و کریستف-براون^۳ (۲۰۰۴) نشان دادند که افراد جذب سازمان‌هایی می‌شوند که ویژگی‌هایی متناسب با ویژگی‌های خودشان داشته باشند. به‌هنگام انتخاب شغل از سوی متقاضیان، ویژگی‌های شخصی مانند اهداف، نیازها، ارزش‌ها، ترجیحات و علائق کارجویان که قابل مقایسه با فرهنگ، ارزش‌ها، ساختار، اندازه و نظام پرداخت سازمان است، بر گزینش سازمان محل کار مؤثر است. به عبارت دیگر: باید ارزش‌های کارجویان، موافق ارزش‌های سازمان محل کار باشد (جاج و کابل^۴، ۱۹۹۷). ارزش‌ها، نشان‌دهنده‌ی نوعی از هویت اجتماعی هستند که سازگاری افراد را با محیط‌شان آسان می‌کند و به‌عنوان اعتقادهای هنجاری درونی‌شده‌ای تعریف می‌شوند که می‌تواند نگرش افراد را هدایت نمایند و بر رفتار اثر بگذارند (اوریلی، چاتمن و کالدول^۵، ۱۹۹۱). تحقیقات نشان داده است که صفات وسیع-مانند ویژگی‌های شخصیت-بر واکنش‌های خاص افراد به محیط‌های خاص از طریق تأثیر بر ارزش‌ها و ترجیحات آنان مؤثر است (لوینس و هایهاوس^۶، ۲۰۰۳).

مرور مبانی نظری و پیشینه‌های تحقیق

شاید ویژگی‌های شخصیتی مختلفی وجود داشته باشد که بتواند بر ارزش‌ها و انتخاب‌ها اثر بگذارد، اما در سال‌های اخیر، پنج ویژگی شخصیتی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب

1. Riggio
2. Gardner et al.
3. Judge & Kristof-Brown
4. Judge & Cable
5. O'Reilly, Chatman & Caldwell
6. Lievens & Highhouse

کرده است که تحت عنوان «الگوی پنج‌عاملی شخصیت»^۱ از آنها یاد می‌شود (ریچاردسون، بروک و مارتینسون^۲، ۲۰۰۶). برابر این الگو، شخصیت از پنج بعد نسبتاً مستقل شکل گرفته است (حق‌شناس، ۱۳۸۵) که طبقه‌بندی معناداری را برای مطالعه‌ی تفاوت‌های فردی ارایه می‌دهد (روبی، براون و بلی^۳، ۲۰۰۵).

نخستین بعد در این الگو «برون‌گرایی»^۴ است. تمایلات رفتاری که این عامل را مشخص می‌سازد عبارتند از اجتماعی‌بودن، خونگرم بودن، قاطع^۵، پرحرف و سخنگو بودن^۶ (مک‌کرا، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲). بعد دومی که استخراج شده «روان‌نژندی»^۷ است که تفاوت‌های فردی را در تمایل به تجربه‌ی غم نشان می‌دهد. رفتارهای نوعی همراه با این بعد، شامل: نگرانی، اضطراب، افسردگی، وابستگی، درماندگی و عاطفی بودن^۸ می‌شود (هافستد و مک‌کرا^۹، ۲۰۰۴). «توافق‌پذیری»^{۱۰} سومین بعدی است که مورد بررسی قرار گرفته است. ویژگی‌های رفتاری همراه با این بعد، عبارتند از: اعتماد، انعطاف، همکاری، بخشش و تحمل (آلیک و مک‌کرا^{۱۱}، ۲۰۰۲). بعد چهارمی که مطرح شده است «وظیفه‌شناسی»^{۱۲} نام دارد. وظیفه‌شناسی آن بعد از شخصیت است که قابلیت اتکا را از طریق دقیق بودن و از همه جهت مسئول و سازمان‌یافته بودن منعکس می‌کند. وظیفه‌شناسی، نشان دهنده‌ی درجه‌ای است که افراد یک سازمان، پشتکار، سخت‌کوشی و انگیزش دارند تا به هدف دست یابند (باریک و مانت^{۱۳}، ۱۹۹۱). آخرین بعدی که استخراج شد، «گشودگی نسبت به تجربه»^{۱۴} بود که با خلاقیت علمی و هنری و تفکر واگرا در رابطه بود (ججاج، هلر و مانت^{۱۵}، ۲۰۰۲). تمایلات رفتاری که معمولاً با گشودگی نسبت به تجربه همراه است، شامل:

1. Big Five Personality Model
2. Richarsen, Burke & Martinussen
3. Robie., Brown & Bly
4. Extroversion
5. Incisive
6. Spokesman
7. Neuroticism
8. Emotive
9. Hofstede & McCrae
10. Agreeableness
11. Allik & McCrae
12. Conscientiousness
13. Barrick M. R. & Mount
14. Openness to Experience
15. Judge, Heller & Mount

تخیلی، با فرهنگ، کنجکاو، اصیل و با هوش بودن می‌گردد. هم‌چنین این افراد نیاز به تنوع و حساسیت بالایی دارند.

بنا به تحقیقات انجام‌شده، ویژگی‌های شخصیتی متقاضیان عاملی مهم در استخدام آنان است (روتستن و گوفین^۱، ۲۰۰۶) و می‌توانند به‌طور مستقیم (کایوسل و اسلاتر^۲، ۲۰۱۱) یا در تعامل با دیگر ویژگی‌های سازمان (اسچرورس و همکاران^۳، ۲۰۰۹) جذابیت سازمانی را پیش‌بینی کنند. هم‌چنین پژوهش لوینس، دکاستکر، کوت سائر و گرینرت^۴ (۲۰۰۱) بر روی سازمان‌های کوچک نشان داد که بین نیم‌رخ شخصیتی متقاضیان استخدام با جاذبه‌ی سازمانی رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر: احتمالاً شخصیت، به ایجاد ارزش‌های خاص منجر می‌شود که این ارزش‌ها بر ترجیح یک سازمان بر سازمان دیگر از سوی متقاضیان استخدام در زمان انتخاب اثر می‌گذارد؛ بدین معنا که افراد با ویژگی‌های شخصیتی خاص، ارزش‌های فرهنگی خاص را ترجیح می‌دهند و اگر این‌گونه درک کنند که فرهنگ سازمانی خاص، همان ارزش‌های ترجیحی آنان است، جذب آن سازمان می‌شوند (تامسون، براونلی و استینر^۵، ۲۰۱۳). به‌عنوان مثال، تحقیقات نشان داده است که بین ارزش‌ها و جذابیت سازمانی رابطه وجود دارد (جاج و برتز^۶، ۱۹۹۲). به عبارت بهتر: ارزش‌های کاری معین، به صورت ترجیحات فرهنگ سازمانی خاص پدیدار می‌گردند و به ادراک جذابیت منجر می‌شوند (جاج و کابل، ۱۹۹۷). فرهنگ سازمانی به صورت ارزش‌ها، باورها، تصورات و الگوی رفتاری مشترک درون یک سازمان تعریف می‌شود (مهداد^{۱۳۸۷}). به بیان دیگر: فرهنگ در سازمان همان ارزش‌های ترجیحی سازمان است. فرهنگ سازمانی یکی از عوامل موفقیت و دست‌یابی سازمان به اهداف بلندمدت به‌شمار می‌رود (فقهی فرهمند، ۱۳۸۸) و همان‌طور که نتایج تحقیق قهرمان تبریزی، تندنویس، امیرتاش و کدیور (۱۳۸۴) نشان داد؛ همبستگی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت، معنادار است. این نتیجه، مؤید این است که فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده و برانگیزنده به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر میزان خلاقیت

1. Rothstein & Goffin
2. Kausel & Slaughter
3. Schreurs et al
4. Lievens, Decaestecker, Coetsier & Geirnaert
5. Thomason, Brownlee, & Steiner
6. Judge & Bretz

افراد اثر دارد (صادقی و لطف‌الله‌زاده، ۱۳۸۹).

یکی از جامع‌ترین الگوهای ترجیحات فرهنگ سازمانی توسط اوریلی و همکاران (۱۹۹۱) ارائه شده که شامل هشت بعد است؛ این ابعاد عبارتند از: ۱. نوآوری^۱ یا درجه‌ای که افراد، سازمان‌هایی را ترجیح می‌دهند که خطرپذیری و آزمایش کردن را توسعه می‌دهد و در آن تأکید بر ثبات، دقت و مراقبت و امنیت اندک است. ۲. جزئیات‌مداری^۲ یا درجه‌ای که افراد، فرهنگ‌هایی را ترجیح می‌دهند که تحلیل‌گر است و بر جزئیات تأکید دارد. ۳. پی‌آمدی^۳ یا میزانی که فرهنگ مبتنی بر موفقیت، مبتنی بر نتایج و تقاضاهاست و انتظارات بالا را توسعه می‌دهد. ۴. سلطه‌جویی^۴ یا درجه‌ای که افراد، فرهنگ‌هایی را ترجیح می‌دهند که در آن سازمان‌ها بر سلطه‌جویی، رقابت و فرصت‌ها تأکید دارند. ۵. حمایت‌گری^۵ یا میزانی که سازمان حمایت‌گر است، تسهیم اطلاعات را تشویق می‌کند و عملکرد خوب را پاداش می‌دهد. ۶. تأکید بر پاداش^۶ یا درجه‌ای که افراد، سازمان‌هایی را ترجیح می‌دهند که برای عملکرد مطلوب و کارکرد حرفه‌ای بسیار خوب پاداش بسیار می‌دهد. ۷. جهت‌گیری گروهی^۷ یا میزانی که افراد، فرهنگ‌هایی را ترجیح می‌دهند که در آن جهت‌گیری گروهی و همکاری مورد توجه است و ۸. قاطعیت^۸ یا درجه‌ای که افراد، سازمان‌هایی را ترجیح می‌دهند که بر قاطعیت، قابلیت پیش‌بینی و تعارض پایین تأکید دارد (جاج و کابل، ۱۹۹۷).

در بسیاری موارد، فرهنگ سازمانی به‌نوعی با شخصیت سازمان در رابطه است و با نیروی خود می‌تواند رفتار درون سازمان‌ها را هدایت کند (ریجو، ۱۳۸۶). ماهیت مثبت فرهنگ سازمانی می‌تواند رفتارهای مثبتی از قبیل رفتارهای مدنی سازمان (باوم^۹، ۲۰۰۶) و تعهد سازمانی را بالا ببرد (رویترز و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۷)، کارکنان را توانمند سازد (چانگ^{۱۱}، ۲۰۰۶) و وجهه‌ای مطلوب از

1. Innovation
2. Attention to Detail
3. Outcome Orientation
4. Aggressiveness
5. Supportiveness
6. Emphasize on Rewards
7. Team Orientation
8. Decisiveness
9. Baum
10. Robbins et al
11. Cheung

سازمان ارایه دهد؛ به گونه‌ای که جذابیت آن بالا رود (جاج و کابل، ۱۹۹۷). همان‌طور که اشاره شد افراد به دنبال مکان‌هایی برای کار هستند که هم‌خوان با شخصیت آنها باشد و شواهد تجربی نیز این مسئله را تأیید کرده است. همان‌طور که پژوهش عقیقی (۱۳۸۹) نشان داد، افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی خاص مثل برون‌گرایی و روان‌نژندی انواع خاصی از فرهنگ مورد نظر هافستد مانند جمع‌گرایی و بی‌اطمینانی را ترجیح می‌دهند. در واقع، شباهت بین ویژگی‌های شخصیتی فرد با ترجیحات فرهنگی سازمان است که نقشی مهم در جاذبه‌ی سازمانی دارد (اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱). پژوهش لینگ، میشل و رولف^۱ (۲۰۰۷) که روی ۲۸۸ دانشجویان انجام شد، نشان داد که در دانشجویان ارشد، ارزش‌های فرهنگ خاص مثل پرخاشگری پایین، پاداش‌مداری و قاطعیت بالا موجب جذابیت سازمانی می‌گردد.

از سوی دیگر، ادراک برآزش بین ارزش‌های کاری و ترجیحات فرهنگی متقاضیان استخدام از سوی آنان با ترجیحات فرهنگ سازمانی منجر به درک برآزش فردسازمان می‌شود. بر اساس نظریه‌ی اوریلی و همکاران (۱۹۹۱) توافق و سازش بین ارزش‌های سازمان و افراد، معماری ساختار اصلی برآزش فرد و فرهنگ به حساب می‌آید. چاتمن (۱۹۹۱) معتقد است که شکل اصلی برآزش، توافق و سازگاری بین ارزش‌هاست؛ زیرا ارزش‌ها، بنیادی و نسبتاً پایدار و دائمی هستند و اجزای اصلی فرهنگ سازمانی را شکل می‌دهند. چاتمن (۱۹۸۹) برآزش فردسازمان را تناسب بین ارزش‌های سازمان و ارزش‌های فردی تعریف کرده است. در یک پژوهش هم که توسط اردلان، سلیمی، رجایی‌پور و مولوی (۱۳۸۷) روی ۳۶۹ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های غرب کشور انجام شد؛ رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و برآزش فردسازمان بررسی گردید. نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی بهترین پیش‌برآزش فردسازمان است. برآزش فردسازمان^۲ دیگر عامل مهم در جذابیت سازمانی است. در هنگام وجود برآزش، سازمان محل کار محیطی مطبوع برای فعالیت و پیشرفت به‌شمار می‌آید و جذابیت سازمانی بالا می‌رود (چاپمن و همکاران، ۲۰۰۵). برآزش فردسازمان یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های جذابیت سازمانی است (عریضی و خلیلیان، ۱۳۸۷)؛ به عبارت بهتر: افراد به سمت افراد و سازمان‌هایی جذب می‌شوند که ارزش‌هایی مشابه آنها داشته

1. Ling, Michael & Roloff
2. P. O. Fit Person-Organization Fit

باشند (جاج و کابل، ۱۹۹۷). بنابراین، می‌توان گفت برآزش عینی فردسازمان و برآزش درک‌شده‌ی فردسازمان، رابطه‌ی مثبتی با جذابیت سازمانی دارد. در سال‌های اخیر، صاحب‌نظران مدیریت به مفهوم برآزش فردمحیط توجه بیشتری داشته‌اند. این برآزش با رضایت شغلی و تعهد سازمانی، دارای رابطه‌ی مثبت و با میزان ترک خدمت، رابطه‌ای معکوس دارد (لاور و کریستوف- براون^۱، ۲۰۰۱). ریشه‌های برآزش فردسازمان، به چارچوب «جذب- انتخاب- فرسایش (ASA)»^۲ اشنایدر (۱۹۸۷) برمی‌گردد (سکوگوچی^۳، ۲۰۰۴). براساس این چارچوب، افراد به‌دنبال سازمان‌هایی می‌گردند که برای آنها جذابیت داشته باشد و وقتی که هیچ جذابیتی برای دو طرف (فرد و سازمان) وجود نداشته باشد؛ ازسازمان خارج می‌شوند (سکوگوچی، ۲۰۰۴)؛ بدین معنا که هرچه سازمان برآزش بیشتری با فرد داشته باشد، احتمال انتخابش بالاتر می‌رود (ابزری و همکاران، ۱۳۸۷). برآزش فردسازمان به‌صورت سازگاری بین افراد و سازمانی که در آن کار می‌کنند، تعریف می‌شود. در نظریه‌ی برآزش فردسازمان، فرض بر این است که ویژگی‌هایی از سازمان‌ها وجود دارد که پتانسیل هم‌خوانی با ویژگی‌های افراد را داراست و می‌تواند بر نگرش‌ها و رفتارهای افراد مؤثر باشد (هوفمن و ووهر^۴، ۲۰۰۶). کریستف (۱۹۹۶) بین برآزش عینی^۵ فردسازمان با برآزش درک‌شده‌ی^۶ فردسازمان تمایز قایل شد. برآزش فردسازمان می‌تواند به‌صورت عینی یعنی وجود هم‌خوانی واقعی بین ویژگی‌های سازمان‌ها با ویژگی‌های افراد باشد. شواهد تجربی نشان می‌دهد که برآزش عینی فردسازمان به رابطه‌ی بین ارزش‌های فرد و سازمان اشاره دارد. هرچه رابطه بیشتر باشد، برآزش بیشتری وجود دارد (جاج و کابل، ۱۹۹۷). هم‌چنین برآزش فردسازمان می‌تواند به‌صورت درک‌شده؛ یعنی، درک مستقیم افراد از وجود برآزش باشد. به‌عبارت دیگر: برآزش درک‌شده یا ذهنی، قضاوت مستقیم افراد را از میزان خوبی برآزش بین خود و سازمان نشان می‌دهد (پیسنتین و چاپمن^۷، ۲۰۰۶). نظریه‌های برآزش فردسازمان معتقدند که هرگاه بین فرد و محیط، برآزش و سازگاری وجود داشته باشد، فرد پاسخ‌های مثبتی ارائه می‌کند و نگرش‌های مثبتی

1. Lauer & Kristof
2. Attraction- Selection- Attrition
3. Sekiguchi
4. Hoffman & Woehr
5. Objective
6. Subjective
7. Piasentin & Chapman

در وی به وجود می‌آید (سکوگوچی، ۲۰۰۴). بیشتر تحقیقات بر برآزش درک‌شده‌ی فردسازمان متمرکز شده‌اند (مانند ابزری و همکاران، ۱۳۸۷، پیستین و چاپمن، ۲۰۰۶). به نظر می‌رسد که برآزش درک‌شده‌ی فردسازمان نسبت به برآزش عینی فردسازمان پیش‌بین بهتری برای رفتارهای افراد است (لاک، ۱۹۶۷). برآزش فردسازمان، به افزایش تعهد کارکنان و افزایش میل به ماندن در سازمان منجر می‌شود (مایر و همکاران^۱، ۲۰۱۰)، خوشنودی کارکنان را افزایش می‌دهد و از میزان ترک شغل می‌کاهد (ورکوئر و همکاران^۲، ۲۰۰۳).

وجه اشتراک اساسی میان برآزش عینی فردسازمان و برآزش درک‌شده‌ی فردسازمان در این است که مغایرت‌های میان خصوصیات افراد و خصوصیات سازمان را اندازه می‌گیرند (الانین^۳، ۲۰۰۸) و هر دوی آنها برای سنجش برآزش واقعی فردسازمان به کار می‌روند. به نظر می‌رسد بین این دو نوع برآزش رابطه وجود داشته باشد. چارچوب تعامل‌گرای چاتمن (۱۹۸۹) نشان می‌دهد که برآزش عینی فردسازمان کارجویان، برآزش درک‌شده‌ی آنان را پیش‌بینی می‌کند. چنین نتیجه‌ای از چارچوب «جذب-انتخاب-فرسایش (ASA)» اشنایدر (۱۹۷۸) نیز قابل اتخاذ است. بنابراین، برآزش عینی فردسازمان می‌تواند برآزش درک‌شده‌ی فردسازمان را پیش‌بینی کند (چاتمن، ۱۹۸۹).

باتوجه به آنچه پیش از این آورده شد، پژوهش حاضر در پی بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و ترجیح ارزش‌های فرهنگی متقاضیان استخدام و سپس رابطه‌ی بین برآزش عینی و درک‌شده‌ی فردسازمان با جاذبه‌ی سازمانی بود؛ به عبارت بهتر: تصور بر این بود که ویژگی‌های شخصیتی خاص کارجویان به ترجیح ارزش‌های فرهنگی خاص در آنان منجر می‌شود و اگر آنان این‌گونه درک کنند که بین ترجیحات فرهنگی آنان و ارزش‌های فرهنگی سازمان تناسب وجود دارد (برآزش فردسازمان) به آن سازمان جذب می‌شوند.

روش و ابزار

جامعه و نمونه‌ی پژوهش: جامعه‌ی پژوهش شامل ۲۳ هزار نفر از متقاضیان استخدام در

1. Meyer et al
2. Verquer et al
3. Elanain

شرکت ملی گاز ایران در سال ۱۳۸۷ بودند که در تابستان این سال به مجموعه‌ی سؤالات علمی و روان‌شناختی (شامل آزمون استعداد آهان (عریضی، ۱۳۸۷) و آزمون شخصیت هوگان^۱ (۱۹۸۸) پاسخ داده‌اند و سپس ۱۴۶۰ نفر وارد مرحله‌ی مصاحبه (نرخ پذیرش برای مصاحبه ۰/۰۶) و ۱۰۶۰ نفر از آنان وارد آموزش بدو استخدام شده‌اند (با آمار شرکت انتقال گاز، ۴۸۰ نفر، شرکت پالایش گاز بیدبلند ۲، ۱۸۴ نفر، شرکت پالایش گاز بیدبلند ۲۰ نفر، شرکت پالایش گاز پارسین ۱۴۰ نفر، شرکت پالایش گاز ایلام ۵۵ نفر، و شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی ۱۸۱ نفر) که شامل حدود ۰/۴۰ نفرات شرکت کننده در فرایند استخدام شرکت گاز بودند. از میان جامعه‌ی اخیر که به دقت وصف شده و با نرخ گزینش ۰/۰۴ ارزش آزمون‌ها بسیار افزایش یافته است و بر اساس فرمول کوکران و با توجه به پیشینه‌ی انحراف معیار و واریانس ابزارهای پژوهش و $t=1/96$ نمونه‌ی پژوهش شامل ۳۱۰ نفر انتخاب گردیدند. این نمونه، با میانگین سنوات تحصیلی ۱۶/۶۹ و انحراف معیار ۲/۴۸ و میانگین سنی ۲۵/۰۷ و انحراف معیار ۳/۲۶ بوده‌اند که به ابزارهای پژوهش در دو نوبت پاسخ داده‌اند.

رویه‌ی اجرا: آمادگی برای استخدام کارکنان در این طرح - که به طرح ۶۰-۴۰ معروف بود - در سه مرحله به وجود آمد. در مرحله‌ی نخست، علاوه بر آزمون‌های عملی، شرکت کنندگان به آزمون‌های استعداد و شخصیت پاسخ دادند. در مرحله‌ی دوم، ارزیابان و مصاحبه‌گران علمی در طول دو هفته در تهران در جلسات آموزشی فن مصاحبه شرکت کردند. در مرحله‌ی سوم، مجموعه‌ای از مصاحبه‌گران علمی و روان‌شناختی، از میان کل افراد، با ۱۴۶۰ نفر مصاحبه نمودند. افراد برگزیده بعداً طی یک دوره‌ی یک‌سال و نیمه در دوره‌های آموزشی قبل از شروع به کار، در اردوگاه‌های مشخص شده توسط شرکت گاز جا داده شدند که مرحله‌ی نهایی بود. آزمون NEO در مرحله‌ی نخست و فرهنگ عینی سازمان در مرحله‌ی دوم مورد سنجش قرار گرفت. در مرحله‌ی نهایی (چهارم) برآزش درک شده و جذابیت سازمانی (۸ ماه بعد) مورد سنجش قرار گرفته است.

ابزارهای پژوهش: ابزارهای پژوهش عبارت بودند از:

پرسش‌نامه‌های شخصیت NEO این پرسش‌نامه معتبرترین مقیاس سنجش پنج عامل بزرگ

1. Hogan

شخصیت است (کاستا و مک کرا،^۱ ۱۹۹۲). این نمونه اعتبار مناسبی دارد (اوکانر^۲، ۲۰۰۲) و به دلیل همین اعتبار و پذیرش، اخیراً در بسیاری از پژوهش‌های سازمانی مورد استفاده قرار گرفته (هارتز و دونوان^۳، ۲۰۰۰) و دارای دو فرم کوتاه و بلند است (حق شناس، ۱۳۸۵). فرم کوتاه آن که در پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفت دارای ۶۰ پرسش می‌باشد که ۱۲ سؤال به هر بعد شخصیت اختصاص داده شده است مانند: «من اغلب غذاهای جدید را امتحان می‌کنم» برای بعد گشودگی نسبت به تجربه. این مقیاس توسط شرکت کنندگان روی یک مقیاس لیکرتی هفت‌درجه‌ای از ۱ (شدیداً مخالف) تا ۷ (شدیداً موافق) پاسخ داده شد.

فرهنگ سازمانی و برآزش عینی فردسازمان: فرهنگ سازمانی به‌وسیله‌ی نیم‌رخ فرهنگ سازمانی^۴ (OCP) اوریلی و همکاران (۱۹۹۱) مورد سنجش قرار گرفت. OCP از یک روش Q-sort بهره می‌گیرد. در فنون کیو، از روش آرایش رتبه‌ای دسته‌ها یا گروه‌های چیزها استفاده می‌شود. مجموعه‌ای از چیزها - مانند: بیان‌های کلامی، کلمه‌های تنها، عبارت‌ها، تصاویر، قطعه‌های موسیقی - به فرد داده می‌شود تا آنها را بر اساس معیارهای معین به مجموعه‌ای از گروه‌ها دسته‌بندی کند (کرلینجر و پدهازر، ۱۳۷۶). در OCP شرکت کنندگان باید اسنادهای فرهنگ سازمانی را با ۹ مقوله از ۱ (بسیار نامشابه با ویژگی‌های من) تا ۹ (بسیار مشابه با ویژگی‌های من) جور کنند. این اسنادها با هماهنگی مدیر آموزش شرکت ملی گاز ایران مطابقت داده شد. این نیم‌رخ دارای ۵۴ جمله در مورد ارزش‌ها است که در ۸ بعد شامل: ۱. نوآوری (مانند: «تا چه اندازه سازمان به خلاقیت و ارایی‌ی راه‌حل‌های جدید برای مسایل سازمانی اهمیت می‌دهد؟») ۲. توجه به جزئیات (مانند: «تا چه اندازه در سازمان به جزئیات امور توجه می‌شود؟») ۳. پی‌آمدمداری (مانند: «تا چه اندازه در سازمان به نتایجی که از کار افراد به‌دست می‌آید و نه محتوی کار آنان توجه می‌شود؟») ۴. پرخاشگری (مانند: «تا چه حد در سازمان تسویه حساب می‌شود؟») ۵. حمایت‌گری (مانند: «تا چه اندازه افراد در سازمان مورد حمایت قرار می‌گیرند؟») ۶. تأکید بر پاداش (مانند: «تا چه اندازه رفتارهای مطلوب در سازمان پاداش دریافت می‌کنند؟»)

1. Costa & McCrae
2. O'Conner
3. Hertz & Donovan
4. Organizational Culture Profile

۷. گروه‌مداری (مانند: «تا چه اندازه در سازمان به آموزش افراد برای کار در گروه‌های کاری توجه می‌شود؟») ۸. قطعیت (مانند: «تا چه اندازه افراد باید تابع مدیران خود باشند و وظیفه‌ی محوله را نمی‌توانند تغییر دهند؟») قرار می‌گیرد و هم ارزش‌های فردی و هم ارزش‌های سازمانی را می‌سنجد (بیلسکی و جن^۱، ۲۰۰۲، ساروس و همکاران، ۲۰۰۵) و یکی از معدود ابزارهایی است که پایایی و اعتبار قابل قبولی دارد (ساروس، گرای و دنستن^۲، ۲۰۰۳). پایایی بازآزمایی آن در پژوهش جاج و کابل (۱۹۹۷) برابر ۰/۷۳ بود. در پژوهش حاضر، ضریب پایایی بازآزمایی آن ۰/۷۵ بوده است. این مقیاس در مصاحبه‌ی ساختاری با سه مدیر ارشد بخش آموزش و توسط ارزیابان به کار رفت. در اینجا فرهنگ سازمانی واحدی که آزمودنی‌ها در آن به کار گمارده می‌شدند، مورد سنجش قرار گرفت و میانگین نظر سه ارزیاب به عنوان فرهنگ سازمانی به کار رفت. همچنین، توسط متقاضیان استخدام پاسخ داده شد که برای سنجش فرهنگ سازمانی و برآزش عینی فرد سازمان به کار رفت. با توجه به تعریف ارائه‌شده از برآزش عینی فرد سازمان، این متغیر با محاسبه‌ی فاصله‌ی اقلیدسی بین ترجیحات فرهنگی متقاضیان استخدام با فرهنگ سازمانی به دست می‌آید. به عبارت دیگر: هرچه تفاوت بین فرهنگ سازمانی واقعی و فرهنگ سازمانی ترجیح داده‌شده‌ی افراد کمتر باشد، برآزش عینی بیشتر است (اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱).

برآزش درک‌شده‌ی فرد سازمان: شرکت کنندگان در پژوهش برآزش فرد سازمان‌شان را با پاسخ‌گویی به مقیاس اسمیتر و همکاران (۱۹۹۳) مشخص ساختند. این مقیاس توسط عریضی و خلیلیان (۱۳۸۷) در یک پژوهش برای بررسی نقش جاذبه‌ی سازمانی بین درک برآزش فرد با شغل و سازمان و پذیرش شغل در شرکت فولاد مبارکه به کار رفته است و سه سؤال دارد (مانند «تا چه درجه‌ای ارزش‌ها، اهداف و شخصیت شما با این سازمان و کارکنانی که در آن مشغول به کار هستند متناسب است؟»). ضریب آلفای کرونباخ در پژوهش جاج و کابل (۱۹۹۷) برابر ۰/۸۰ و در پژوهش عریضی و خلیلی (۱۳۸۷) و پژوهش حاضر به ترتیب برابر ۰/۷۳ و ۰/۷۷ بود.

جذابیت سازمانی: جذابیت سازمانی با استفاده از مقیاس اسمیتر و همکاران (۱۹۹۳) مورد سنجش قرار گرفت و سه سؤال دارد (مانند: «درجه‌ی کلی علاقه‌مندی شما به این سازمان ۱

1. Bilsky & Jehn
2. Sarros, Gray & Densten

بی‌علاقه) تا ۷ (بسیار علاقه‌مند))، این مقیاس نخستین بار توسط عریضی و خلیلی (۱۳۸۷) در یک پژوهش کار رفته است. مقیاس جذابیت سازمانی در پژوهش اسمیتر و همکاران (۱۹۹۳) دارای پایایی ۰/۸۳ بود و ضریب پایایی در پژوهش عریضی و خلیلیان (۱۳۸۷) و پژوهش حاضر به ترتیب برابر ۰/۷۹ و ۰/۷۷ بود.

نتایج یافته‌های تحقیق

میانگین، انحراف معیار، خطای معیار اندازه‌گیری و ضرایب پایایی ابزارهای پژوهش در جدول (۱) درج شده است. با توجه به این که در دو نوبت، فرهنگ فردی و سازمانی مورد سنجش قرار گرفته است، نتایج به صورت جداگانه برای ابعاد هشتگانه‌ی فرهنگ در جدول (۱) درج شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، کمترین میانگین مربوط به برازش عینی و بیشترین مقدار آن به برازش درک شده مربوط است؛ برعکس، بیشترین پراکندگی مربوط به برازش درک شده و کمترین پراکندگی مربوط به برازش عینی است. نتایج پایایی ابزارهای پژوهش نیز در جدول (۱) آورده شده است. مشاهده می‌شود که ضریب پایایی و بازآزمایی در حد مناسبی است.

رابطه‌ی بین پنج عامل بزرگ شخصیت و ترجیحات فرهنگ افراد در جدول (۲) درج شده است. چنانکه در جدول (۲) مشخص است، روان‌نژندی با نوآوری و سلطه‌جویی (در سطح $P < 0.05$) و با برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی، فرهنگ پاداش و قطعیت (در سطح $P < 0.01$) رابطه‌ی منفی دارد و فقط با توجه به جزئیات ($P < 0.05$) رابطه‌ای مثبت دارد. این موضوع، نشان می‌دهد که بیشتر فرهنگ‌های سازمانی توسط شخصیت‌های روان‌نژند خراب می‌شود. همچنین، ملاحظه می‌شود که برون‌گرایی با گشودگی (در سطح $P < 0.05$)، توافق‌پذیری، وظیفه‌شناسی و فرهنگ گروهی (در سطح $P < 0.01$) رابطه مثبت و با روان‌نژندی و فرهنگ حمایت‌گری ($P < 0.05$) رابطه‌ای منفی دارد و نیز مشاهده می‌شود که گشودگی با برون‌گرایی و توافق‌پذیری (در سطح $P < 0.05$) و فرهنگ نوآوری ($P < 0.01$) رابطه‌ای مثبت و با فرهنگ‌های جزئیات‌مدار ($P < 0.05$) و سلطه‌جو ($P < 0.01$) رابطه‌ای منفی دارد.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی ابزارهای پژوهش

نوع	سنجش	میانگین	انحراف معیار		ضریب پایایی	پایایی بازآزمایی	
شخصیت	روان‌نژندی	۲/۹۵	۰/۸۱		۰/۸۴	۰/۸۴	
	برون‌گرایی	۳/۲۶	۰/۷۶		۰/۸۱	۰/۸۶	
	گشودگی	۳/۴۸	۰/۶۳		۰/۸۳	۰/۸۵	
	توافق‌پذیری	۴/۰۲	۰/۷۲		۰/۷۷	۰/۷۹	
	وظیفه‌شناسی	۴/۱۱	۰/۶۹		۰/۷۹	۰/۸۱	
فرهنگ	نوآوری	فردی	۵/۱۱	۴/۲۳	۰/۹۷	۱/۴۲	۰/۷۷
		سازمانی	۶/۴۷	۵/۲۴	۰/۷۹	۰/۶۹	۰/۷۶
	جزئیات‌مداری	۵/۱۷	۴/۱۳	۱/۰۶	۰/۹۴	۰/۷۵	۰/۷۸
	حمایت‌گری	۵/۴۷	۴/۲۶	۱/۱۹	۰/۹۸	۰/۷۲	۰/۷۵
	پاداش	۵/۱۳	۵/۶۹	۱/۰۶	۰/۹۶	۰/۶۹	۰/۷۴
	قطعیت	۵/۲۶	۴/۴۳	۰/۹۷	۱/۰۳	۰/۷۶	۰/۷۹
	گروهی	۴/۹۲	۵/۰۷	۱/۲۶	۰/۹۹	۰/۷۳	۰/۷۵
	سلطه‌جویی	۵/۶۳	۵/۹۶	۱/۴۸	۱/۲۴	۰/۷۵	۰/۷۷
	پی‌آمدی	۳/۲۶	۱/۱۹		۰/۷۷	۰/۷۵	
	جذابیت سازمانی	۰/۹۶	۱/۲۴		-	-	
تجربه‌ی کاری	۰/۱۶	۰/۱۹		-	-		
برآزش عینی	۱۴/۲۲	۲/۶۳		۰/۷۹	۰/۸۱		
برآزش درک‌شده							

جدول ۲. ضرایب همبستگی درونی بین متغیرهای پژوهش شامل ویژگی‌های شخصیتی

و ترجیح فرهنگ افراد

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱. روان‌نژندی	۰/۸۴												
۲. برون‌گرایی	۰/۳۱**	۰/۸۶											
۳. گشودگی	-۰/۱۱	۰/۱۷*	۰/۸۵										
۴. توافق‌پذیری	-۰/۰۷	۰/۲۹**	۰/۱۷*	۰/۷۹									
۵. وظیفه‌شناسی	۰/۲۱**	۰/۳۳**	۰/۰۹	۰/۱۹*	۰/۸۱								
۶. نوآوری	-۰/۱۹*	۰/۰۶	۰/۳۶**	-۰/۱۶*	۰/۲۶**	۰/۷۴							
۷. جزئیات‌مداری	۰/۱۷*	۰/۱۱	-۰/۱۴*	۰/۱۱	۰/۲۶**	-۰/۱۸*	۰/۷۳						
۸. سلطه‌جویی	-۰/۱۴*	۰/۰۷	-۰/۲۴**	۰/۳۹**	۰/۱۳	۰/۱۶*	۰/۰۹	۰/۷۵					
۹. پی‌آمدی	۰/۰۳	۰/۰۴	-۰/۰۶	۰/۲۴**	۰/۲۹**	-۰/۱۴*	۰/۳۸**	۰/۷۲					
۱۰. حمایت‌گری	-۰/۰۸	-۰/۱۸*	-۰/۰۸	۰/۲۶**	-۰/۱۴*	-۰/۰۹	۰/۰۶	۰/۳۳**	۰/۴۱**	۰/۶۹			
۱۱. پاداش	۰/۲۲**	۰/۰۹	-۰/۰۳	-۰/۱۹*	-۰/۰۹	۰/۱۱	۰/۲۹**	۰/۲۹**	۰/۲۱**	-۰/۰۸	۰/۷۶		
۱۲. قطعیت	۰/۲۹**	۰/۰۶	۰/۰۷	۰/۴۱**	۰/۰۷	-۰/۰۴	۰/۱۷*	۰/۳۶**	-۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۸	۰/۷۳	
۱۳. گروهی	۰/۰۶	۰/۳۸**	-۰/۰۵	۰/۳۸**	-۰/۰۶	۰/۲۳**	-۰/۱۸*	۰/۱۷*	-۰/۱۷*	۰/۱۷*	-۰/۰۶	-۰/۲۱**	۰/۷۵

*=p<0.05 **=p<0.01

در جدول (۲) همچنین مشخص است که توافق‌پذیری با گشودگی، وظیفه‌شناسی ($P<0.05$)، برون‌گرایی، فرهنگ گروهی و فرهنگ حمایت‌گری رابطه‌ای مثبت ($P<0.01$) و با فرهنگ‌های سلطه‌جو، پی‌آمدی، قطعیت ($P<0.01$) و نوآوری و پاداش ($P<0.05$) رابطه‌ای منفی دارد. همچنین، ملاحظه می‌شود که وظیفه‌شناسی با برون‌گرایی، توافق‌پذیری و فرهنگ جزئیات‌مدار و پی‌آمدی رابطه‌ای مثبت دارد؛ اما با روان‌نژندی و فرهنگ نوآوری ($P<0.01$) و حمایت‌گری ($P<0.05$) رابطه‌ای منفی دارد. ضرایب روی قطر نیز ضرایب پایایی هستند که همه در حد مطلوب می‌باشند.

جدول ۳. ضرایب همبستگی درونی بین متغیرهای پژوهش شامل ویژگی‌های شخصیتی و ترجیح فرهنگ سازمانی

گروهی	قاطعیت	پاداش	حمایت‌گری	پی‌آمدی	سلطه‌جویی	جزئیات‌مداری	نوآوری	
روان‌نژندی	۰/۰۷	-۰/۱۸*	-۰/۱۲	-۰/۰۸	۰/۰۹	-۰/۱۱	۰/۱۴	-۰/۲۱*
برون‌گرایی	۰/۲۹*	۰/۰۶	۰/۰۹	-۰/۲۶*	۰/۱۵	۰/۲۴*	-۰/۱۳	۰/۱۷
گشودگی	-۰/۱۸*	-۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۹	-۰/۱۲	-۰/۲۳*	۰/۲۵*
توافق‌پذیری	۰/۲۲*	-۰/۲۹*	-۰/۱۸	۰/۲۷*	-۰/۲۹*	-۰/۴۱*	-۰/۰۴	-۰/۰۶
وظیفه‌شناسی	-۰/۲۱	۰/۱۴	۰/۲۵*	-۰/۰۹	۰/۳۴*	۰/۱۸	۰/۲۹*	-۰/۳۵*

*=p<0.05

رابطه‌ی بین پنج عامل بزرگ شخصیت و ترجیحات فرهنگ سازمانی در جدول (۳) درج شده است. این همبستگی‌ها شبیه ضرایب همبستگی گزارش شده توسط اوریلی و همکاران (۱۹۹۱) است. به عبارت بهتر: ویژگی‌های شخصیتی معین، موجب می‌شوند که افراد، سازمان‌هایی با ارزش‌های فرهنگی خاص را ترجیح دهند.

به‌طور کلی، نتایج دو جدول (۲) و (۳) نشان می‌دهد که فرضیه‌ی ۱ که می‌گوید «کارجویانی که روان‌نژندی بالایی دارند، کم‌تر جذب ارزش‌های فرهنگی نوآوری و ارزش‌های فرهنگی قاطعیت می‌شوند» تأیید می‌شود؛ زیرا بین روان‌نژندی بالا و ارزش‌های فرهنگی نوآوری و ارزش‌های فرهنگی قاطعیت، رابطه‌ای منفی و معنادار وجود دارد. همچنین فرضیه‌ی ۲ نیز که بر اساس آن کارجویان با نمره‌ی بالا در برون‌گرایی، بیشتر جذب ارزش‌های فرهنگی سلطه‌جویی و جهت‌گیری تیمی و کم‌تر جذب ارزش فرهنگی حمایت‌گری می‌شوند؛ تأیید می‌شود؛ زیرا برون‌گرایی، با ارزش‌های فرهنگی سلطه‌جویی و جهت‌گیری گروهی رابطه‌ای مثبت و معنادار و با ارزش فرهنگی حمایت‌گری رابطه‌ای منفی و معنادار دارد. فرضیه‌ی ۳ نیز تأیید می‌شود. براساس فرضیه‌ی ۳، کارجویانی که توافق‌پذیری بالایی دارند، بیشتر جذب سازمان‌هایی می‌شوند که ابعاد حمایت‌گری و جهت‌گیری گروهی در فرهنگ آنها بالا و قاطعیت، تأکید بر پی‌آمد و سلطه‌جویی در فرهنگ آنها پایین است؛ زیرا، توافق‌پذیری، با ابعاد حمایت‌گری و جهت‌گیری گروهی

رابطه‌ای مثبت معنادار و با قاطعیت، تأکید بر پی‌آمد و سلطه‌جویی رابطه‌ای منفی معنادار دارد. فرضیه‌ی ۴ نیز که می‌گوید «کارجویانی که گشودگی بالایی نسبت به تجربه دارند، جذب سازمان‌هایی می‌شوند که بعد نوآوری در فرهنگ آنها بالا و جزئیات‌مداری و جهت‌گیری گروهی در فرهنگ آنها پایین است» تأیید می‌گردد؛ زیرا، چنانکه ملاحظه می‌شود، گشودگی نسبت به تجربه بالا با بعد نوآوری رابطه‌ای مثبت و معنادار و با جزئیات‌مداری و جهت‌گیری گروهی رابطه‌ای منفی و معنادار دارد و در نهایت، فرضیه‌ی ۵ نیز تأیید می‌شود. براساس فرضیه‌ی ۵ کارجویانی که وظیفه‌شناسی بالایی دارند، بیشتر جذب سازمان‌هایی می‌شوند که ابعاد جزئیات‌مدار، تأکید بر پی‌آمد و تأکید بر پاداش در فرهنگ آنها بالا و نوآوری در فرهنگ آنها پایین است؛ زیرا، وظیفه‌شناسی بالا با ابعاد جزئیات‌مداری، تأکید بر پی‌آمد و تأکید بر پاداش در فرهنگ رابطه‌ای مثبت و معنادار و با نوآوری رابطه‌ای منفی و معنادار دارد.

برای تعیین رابطه‌ی بین برازش فردسازمان با جذابیت سازمانی، از رگرسیون سلسله‌مراتبی استفاده شد. در پیش‌بینی جذابیت سازمانی، متغیر کنترل تجربه‌ی کاری در گام اول وارد معادله‌ی رگرسیون گردید. برازش عینی در گام دوم وارد معادله شد و در گام نهایی یا گام سوم برازش ذهنی یا درک‌شده وارد معادله رگرسیون شد که نتایج آن در جدول (۴) درج شده است:

جدول ۴. رگرسیون سلسله‌مراتبی پیش‌بینی جذابیت سازمانی از برازش فردسازمان عینی و درک‌شده با کنترل تجربه‌ی کاری

متغیر	مرحله	R	R ²	ΔR ²	β	t
کنترل تجربه‌ی کاری	اول	۰/۲۱	۰/۰۴۴	-	۰/۲۷	۴/۴۶***
برازش عینی	دوم	۰/۲۹	۰/۰۸۴	۰/۰۴۰	۰/۳۶	۵/۳۸***
برازش درک‌شده	سوم	۰/۳۴	۰/۱۱۵	۰/۰۳۱	۰/۳۱	۵/۳۱***

***p<0.01

همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد، کنترل متغیر تجربه‌ی کاری در رگرسیون معنادار بود و متغیر کنترل، ۴ درصد از واریانس جذابیت سازمانی را در گام اول تبیین می‌کند. نتایج گام‌های دوم و سوم رگرسیون سلسله‌مراتبی، نشان داد که هر دو متغیر برازش عینی و برازش درک‌شده،

به‌طور معناداری با جذابیت سازمانی رابطه دارند و فرضیه‌ی ۶ که می‌گوید «برازش عینی فردسازمان رابطه‌ی مثبتی با برازش درک‌شده‌ی فردسازمان دارد» و فرضیه‌ی ۷ که می‌گوید «برازش عینی فردسازمان و برازش درک‌شده‌ی فردسازمان رابطه‌ی مثبتی با جذابیت سازمانی دارد» تأیید می‌شود. برازش عینی ۸ درصد و برازش درک‌شده، ۱۱ درصد از واریانس جذابیت سازمانی را تبیین می‌کنند. هر قدر فاصله‌ی اقلیدوسی ارزش‌های فرهنگ‌ترجیح‌داده‌شده با فرهنگ سازمان کمتر باشد، برازش عینی بیشتر است. به همین دلیل، ضریب استاندارد رگرسیون برای برازش عینی منفی است. با این حال، با توجه به مفهوم ادبی که برازش عینی، نشان‌دهنده‌ی ویژگی مثبت است، قدر مطلق آن در نظر گرفته شد.

برای تعیین میزانی که برازش درک‌شده، رابطه‌ی برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی را تعدیل می‌کند؛ تحلیل میانجی بر مبنای رگرسیون انجام شد. برای اینکه برازش درک‌شده‌ی فردسازمان، رابطه‌ی بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی را تعدیل کند، سه شرط باید برآورده شود: ۱. رابطه‌ی بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی معنادار باشد ۲. رابطه‌ی بین برازش درک‌شده‌ی فردسازمان با جذابیت سازمانی معنادار باشد. ۳. رابطه‌ی بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت - هنگامی که برازش درک‌شده‌ی فردسازمان کنترل می‌شود - به‌طور معناداری کاهش یابد. همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد، این شرایط برآورده شده است. رگرسیون سلسله‌مراتبی نشان داد که رابطه‌ی معنادار بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی ($r=0.29, p<0.05$) و رابطه‌ی معنادار بین برازش درک‌شده‌ی فردسازمان با جذابیت سازمانی ($r=0.34, p<0.05$) وجود دارد. رگرسیون همزمان نشان داد که رابطه بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت - هنگامی که برازش درک‌شده‌ی فردسازمان کنترل می‌شود - معنادار نیست. این نتایج نشان می‌دهد که اگرچه هر دو نوع برازش فردسازمان با جذابیت سازمانی رابطه دارند، رابطه‌ی بین برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی به‌وسیله‌ی برازش درک‌شده تعدیل می‌شود و بنابراین، فرضیه‌ی ۸ نیز تأیید می‌گردد. در فرضیه‌ی ۸، اعتقاد بر این بود که برازش درک‌شده‌ی فردسازمان رابطه‌ی برازش عینی فردسازمان با جذابیت سازمانی را تعدیل می‌کند.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف پاسخ به این پرسش که «چه عاملی متقاضیان استخدام را به سمت سازمانی خاص جذب می‌کند و آنان را در آن نگه می‌دارد؟» انجام شد.

نتایج در جداول (۲) و (۳) نشان داد که روابط بین پنج عامل بزرگ شخصیت و ترجیحات فرهنگ معنادار است. بدین معنا که ویژگی‌های شخصیتی خاص منجر به ترجیح ارزش‌های فرهنگی ویژه می‌شود. بر اساس نتایج می‌توان گفت چون یک فرهنگ نوآورانه ریسک‌بالایی دارد، احتمالاً اضطراب افراد روان‌نژند را دوجندان می‌نماید. ویژگی‌های وابستگی و عاطفی بودن، این افراد را از تعارض و قاطعیت - که خاص فرهنگ‌های قاطع است (اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱) - بیزار می‌کند. فرضیه‌ی ۲ نیز تایید شد. در این راستا تحقیقات نشان داده است که برون‌گرایی با پرخاشگری و سلطه‌جویی رابطه دارد (گلدبرگ^۱، ۱۹۹۰). حمایت‌گری نیز، تسهیم اطلاعات را تشویق می‌کند که با فرصت‌طلبی و رقابت‌جویی برون‌گرایان (پونسی^۲، ۲۰۰۹) متباین است. همچنین اجتماعی بودن برون‌گرایان با فرهنگ گروهی هماهنگ است (اندرسون، اسپاتارو و فلاین^۳، ۲۰۰۸). تأیید فرضیه‌ی ۳ نشان می‌دهد که فرهنگ‌های حمایت‌گر که اعتماد، مشارکت و فضای صمیمانه و عادلانه از ویژگی‌های این فرهنگ‌ها است (حسینی و همکاران، ۱۳۸۹). همچنین، جهت‌گیری گروهی که در آن انعطاف و همکاری مورد توجه است (اوریلی و همکاران، ۱۹۹۱)؛ افراد انعطاف‌پذیر را جذب می‌کنند. افراد توافق‌پذیر به دلیل ویژگی‌هایی چون انفعال و وابستگی از فرهنگ‌های قاطع و فرهنگ تأکید بر پی‌آمدها دوری می‌کنند. همچنین این افراد به علت اینکه از تعارض گریزانند (کاستا و مک‌کرا، ۱۹۹۲) نباید تمایلی به فرهنگ‌های سلطه‌جو داشته باشند. چون افراد بازخلاق هستند (جاج، هلر و مانن، ۲۰۰۲) و هم‌رنگی پایینی دارند و مستقل هستند (گلدبرگ، ۱۹۹۰)، تأیید فرضیه ۴ منطقی است. ویژگی احترام به قانون در افراد وظیفه‌شناس، نشان می‌دهد که این افراد به فرهنگ‌های با جزئیات مداری بالا جذب می‌شوند. همچنین، تمایل به موفقیت، افراد وظیفه‌شناس را به فرهنگ‌های پی‌آمدی و تأکید بر پاداش جذب می‌کند. به دلیل ویژگی احتیاط‌کاری، این افراد جذب فرهنگ‌های با

1. Goldberg
2. Pouncey
3. Anderson, Spataro & Flynn

ریسک‌طلبی بالا نمی‌شوند.

به طور کلی، به نظر می‌رسد که ادراک برآزش و هم‌خوانی، تأثیر بیشتری روی تصمیم‌گیری و انتخاب شغل از سوی کارجویان دارد. البته این بدین معنا نیست که شاخص‌های عینی برآزش در انتخاب شغل نامربوط هستند؛ بلکه این معنا را دارد که بیشتر تأثیر برآزش عینی فرد با سازمان، روی جذابیت سازمانی ناشی از درک مستقیم برآزش از سوی کارجویان است. این نتایج، با پژوهش ابزری، عباسی، حق‌شناس و انصاری (۱۳۸۹) هم‌راستا است که نشان داد رابطه‌ی میان نوع فرهنگ سازمانی و برآزش فرد با سازمان، مستقیم و تا حدی قوی است. براساس نتایج، به‌طور کلی می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر، اهمیت الگوی پنج‌عاملی شخصیت را به‌ویژه در پیش‌بینی ترجیحات فرهنگی کارجویان نشان می‌دهد و بنابراین، یکی از کاربردهای عملی این یافته برای بخش‌گزینش و استخدام سازمان‌ها این است که آنان می‌توانند در مورد میزان برآزش احتمالی کارجویان با فرهنگ سازمان‌شان براساس ویژگی‌های شخصیتی آنان قضاوت کنند. بنابراین، سازمان‌ها می‌توانند ابتدا فرهنگ سازمانی را مطالعه کنند و سپس افرادی را که ویژگی‌های شخصیتی مناسب دارند، برای آن در نظر بگیرند. دوم، جذابیت سازمانی، عاملی بسیار مهم در انتخاب سازمان از سوی کارجویان است. نکته‌ای که در اینجا مهم می‌نماید، ایجاد تمایز بین دو نوع جذابیت سازمانی است. نوع اول آن جذابیتی است که پیش از پیوستن کارجویان به یک سازمان وجود دارد و در واقع، ممکن است کاملاً کاذب باشد. در این حالت، کارجویان با توقعات فراوان برای پیوستن به سازمانی که جذاب درک شده است تلاش می‌کنند و در صورت موفقیت در پیوستن به آن، پس از مدتی با شوک واقعیت^۱ روبه‌رو می‌شوند. این شوک، می‌تواند موجب کاهش تمایل انگیزش کارکنان شود و تمایل به ترک شغل را در آنان افزایش دهد. نوع دوم، آن جذابیتی است که پس از پیوستن کارجویان به یک سازمان و بر اثر برآزش درک‌شده و برآزش عینی فرد با سازمان درک می‌شود؛ یعنی، نوعی از واقعیت اجتماعی که ساخته می‌شود. در این حالت، متقاضیان استخدام براساس ویژگی‌های شخصیتی خود، دسته‌ای خاص از ارزش‌های کاری را ترجیح می‌دهند که این ارزش‌های کاری به ترجیح محیط‌هایی کاری منجر می‌شود که

1. Reality Shock

دارای ترجیحات فرهنگی مشابه با این ارزش‌هاست. برابر اصول روان‌شناسی اجتماعی، یکی از عواملی که منجر به جاذبه می‌شود، شباهت^۱ است (ارونسون، ۱۳۸۷). بنابراین، شاغل، سازمانی را که مشابه اوست دوست خواهد داشت؛ مصداقی روشن از مصرع مشهور «کبوتر با کبوتر، باز با باز». این نتیجه‌گیری، با این دیدگاه فلاسفه همراستاست که «انسان با انتخاب‌هایش در واقع خودش را انتخاب می‌کند (ژان پل سارتر)». بنابراین، تقویت ارزش‌های فرهنگی قوی و تأکید بر آنها از سوی مدیریت به درک برآزش بیشتر بین افراد با سازمان منجر شده و موجب می‌شود فرد در سازمان جذاب بماند.

1. Similarity

فهرست منابع

- ابزری، مهدی؛ انصاری، محمداسماعیل، صفرنیا، حسن و عباسی، عباس (۱۳۸۷). بررسی تأثیر برآزش فرد با سازمان بر نگرش اعضای هیأت علمی دانشگاه. **فصلنامه‌ی علوم مدیریت ایران**، سال سوم، ش ۱۰: ۸۶-۶۳
- ابزری، مهدی؛ عباسی، عباس؛ حق‌شناس، اصغر و انصاری، محمداسماعیل (۱۳۸۹). بررسی تأثیر تناسب فرد، سازمان و فرهنگ سازمانی بر رفتار سازمانی اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه شهید باهنر کرمان). **پژوهش‌های مدیریت در ایران (مدرس علوم انسانی)**. ۱۴(۲): (پیاپی ۶۶): ۲۰-۱
- اردلان، محمدرضا؛ سلیمی، قربانعلی؛ رجایی‌پور؛ سعید و مولوی، حسین (۱۳۸۷). بررسی رابطه‌ی بین یگانگی فردسازمان با فرهنگ سازمانی در دانشگاه‌های دولتی غرب کشور (همدان، کرمانشاه و کردستان). **فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**، ش ۴۷: ۹۷-۱۳۱
- ارونسون، الیوت (۱۳۸۷). **روان‌شناسی اجتماعی**. ترجمه‌ی حسین شکرکن. تهران.
- حسینی، فرشید؛ رایج، حمزه، استیری مهرداد و شریفی، سید مهدی (۱۳۸۹). بررسی رابطه‌ی میان فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری تحول‌آفرین و مبادله‌ی رهبر پیرو. **نشریه‌ی مدیریت دولتی** ۴(۲): ۷-۵۵
- حق‌شناس، حسین (۱۳۸۵). **طرح پنج‌عاملی ویژگی‌های شخصیت. راهنمای تفسیر و هنجارهای آزمون‌های NEO FFI و NEO PI-R**. شیراز: انتشارات دانشگاه علوم پزشکی شیراز.
- ریجو، ال، رونالد (۱۳۸۶). **زمینه‌ی روان‌شناسی صنعتی سازمانی**. ترجمه‌ی داود حسین‌زاده، زهرا لبادی و پرویز صالحی. تهران: انتشارات مازیار.
- صادقی‌مال‌امیری، منصور و لطف‌الله‌زاده، سعی (۱۳۸۹). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت. **دوماهنامه‌ی توسعه‌ی انسانی پلیس**. سال ۷، ش ۱۲۱: ۲۹-۱۰۷
- عقیقی، محمد (۱۳۸۹). رهبری آینده‌ی فرهنگ و شخصیت (بررسی رابطه‌ی بین سبک رهبری، فرهنگ سازمانی و شخصیت در سازمان‌های شهرستان کاشان). **راهبردهای بازرگانی** (دانشور رفتار سابق)، ش ۱ (۴۱): ۴۱۹-۴۴۲
- عریضی، حمیدرضا و خلیلیان، مائده (۱۳۸۷). روش‌های تحلیل میانجی و کاربرد آن در بررسی جاذبه‌ی سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی. **مجموعه‌ی مقالات فارسی نهمین کنفرانس آمار ایران**. دانشگاه اصفهان، ۳۰ مرداد تا ۱ شهریور، ۲۳۰-۲۴۳

- عریضی، حمیدرضا (۱۳۸۷). *اعتباریابی آزمون‌ها برای گزینش کارکنان شرکت ملی گاز ایران*. طرح پژوهشی معاونت پژوهشی دانشگاه اصفهان و شرکت ملی گاز ایران.
- فقهی فرهنگ، ناصر (۱۳۸۸). ویژگی‌های فرهنگ سازمانی با رویکرد بهسازی نیروی انسانی؛ مطالعه‌ی موردی: شرکت‌های کوچک تولیدکننده‌ی قطعات صنعتی شهر تبریز. *فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی*، دوره‌ی دوم، ش ۸، ۲۹۵-۳۳۰.
- قهرمان تبریزی، کوروش؛ تندنویس، فریدون؛ امیرتاش، علی محمد؛ کدیور پروین (۱۳۸۴). رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت اعضای هیأت علمی گروه‌های تربیت بدنی در دانشگاه‌های دولتی کشور. *علوم حرکتی و ورزش*، ش ۳(۶): ۱۳۹-۱۵۰.
- کارور، چارلز؛ اس و شی یر مایکل. اف. (۱۳۸۷). *نظریه‌های شخصیت*. ترجمه‌ی احمد رضوانی. مشهد: به‌نشر. انتشارات آستان قدس رضوی.
- کرلینجر، فرد. ان. (۱۳۷۴). *مبانی پژوهش در علوم رفتاری*. ترجمه‌ی حسین پاشا شریفی و جعفر نجفی زند. ج ۲. تهران: انتشارات آوای نور.
- مهداد، علی (۱۳۸۷). *روان‌شناسی صنعتی سازمانی*، اصفهان، انتشارات جنگل.
- Allik, J., & McCrae, R. R. (2002). A Five-Factor Theory Perspective, In McCrae, R.R., Allik, J. (Eds), *The Five-factor Model of Personality Across Cultures*, Kluwer, New York, NY:220-303.
- Allport, G.W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Anderson, C., Spataro, S. E., & Flynn, F. J. (2008). Personality and Organizational Culture as Determinants of Influence. *Journal of Applied Psychology*, 93(3): 702-710.
- Barrick, M.R., & Mount, M.K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis, *Personnel Psychology*, 44:1-26.
- Barrick, M.R., Mount, M.K., & Judge, T.A. (2001). The FFM Personality Dimensions and Job Performance: Meta-Analysis of Meta- Analyses, *International Journal of Selection and Assessment*, 9: 9-30.
- Baum, T.(2006). *Human Resource Management for Tourism, Hospitality and Leisure: An International Perspective*, London: Thomson, London: 81-109.
- Bilsky, W., & Jehn, K. A. (2002). *Organizational Culture and Individual Values: Evidence for a Common Structure*, *Organisations Kultur Und Individuelle. Werte: Belege für eine gemeinsame Struktur*, In: Myrtek, M. (Ed.) (2002). *Die Person Imbiologischen Und Sozialen Kontext* (pp. 211-228). Göttingen: Hogrefe 1-16
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S.A., Piasentin, K.A., & Jones D. A. (2005). Applicant Attraction to Organizations and Job Choice: A Meta-Analytic Review of the Correlates of Recruiting Outcomes, *Journal of Applied Psychology*, 90: 928-944.
- Chatman, J.A. (1989). Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-Organization Fit. *Academy of Management Review*, 14:333-349.
- Chatman, J.A. (1991). Matching People to Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms. *Administrative Science Quarterly*, 36(3): 456-483.

- Cheung, C. (2006). **The Impact of Employees' Behavior and the Implication of Total Quality Management on Service Quality: A Case Study in the Hotel Industry**, Unpublished PhD Thesis, Glasgow: University of Strathclyde.
- Costa, P.T. Jr., & McCrae, R.R. (1992). **Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor (NEO-FFI) Inventory Professional Manual**. Odessa, FL PAR.
- Costa, P.T. Jr., McCrae, R.R., & Holland, J.L. (1984). Personality and Vocational Interests in an Adult Sample. **Journal of Applied Psychology**, 69: 390-400.
- Dawis, R.V.(1990). Vocational Interests, Values, and preferences. In Dunnette MD, HoughLM (Eds.), **Handbook of Industrial and Organizational Psychology** (pp. 833-871). Pa10 Alto, CA Consulting Psychologists Press.
- Elanain, M. H.(2008). An Investigation of the Relationship of Openness to Experience and Organizational Citizenship Behaviors. **Journal of American Academy of Business, Cambridge**,13(1):72-79.
- Gardner, W. L., Reithel, B. J., Foley, R. T., Cogliser, C. C, & Walumbwa, F. O.(2009). Attraction to Organizational Culture Profiles: Effects of Realistic Recruitment and Vertical and Horizontal Individualism–Collectivism. **Management Communication Quarterly**, 22(3):437-448.
- Goldberg, L.R. (1990) .An Alternative “Description of personality”: the Big-Five Factor Structure. **Journal of Personality and Social Psychology**, 59: 1216–1229.
- Goldberg, L.R. (1992). The Development of Markers for the BigFive Factor Structure. **Psychological Assessment**, 4: 2642.
- Hoffman, B. J., & Woehr, D.J.(2006). A Quantitative Review of the Relationship Between Person–Organization Fit and Behavioral Outcomes, **Journal of Vocational Behavior**. 68(3): 389-399.
- Hofstede, G., & McCrae, R.R. (2004). Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture, **Cross-Cultural Research**, 38 :52-88.
- Hogan, R. (1985). **Hogan Personality Inventory**. MN: National Computer Systems, Inc.
- Hurtz, G.M., & Donovan, J.J. (2000). Personality and Job Performance: the Big Five Revisited, **Journal of Applied Psychology**, 85: 869-879.
- Judge, T. A., & Cable, D. M. (1997). Applicant Personality, Organizational Culture and Organizational Attraction. **Personnel Psychology**, 50. 359-393.
- Judge, T. A., & Kristof-Brown, A. (2004): Personality, Interactional Psychology, and Person-Organization Fit. In: B. Schneider and D.B. Smith, Editors, **Personality and organizations**, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 97–109.
- Judge, T.A., & Bretz, R.D. (1992). Effects of Work Values on Job Choice Decisions. **Journal of Applied Psychology**, 77:261-271.
- Judge, T.A., Heller, D., & Mount, M.K. (2002). FiveFactor Model of Personality and Job Satisfaction: A Meta-Analysis, **Journal of Applied Psychology**, 87, 530–541.
- Kausel, E. E., & Slaughter, J. E. (2011). Narrow Personality Traits and Organizational Attraction: Evidence for the Complementary Hypothesis. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 114(1):3-14.
- Kristof, A.L. (1996). Person-Organization Fit: An Integrative Review of its Conceptualizations, Measurement, and Implications. **Personnel Psychology**, 49, 1-49.
- Lauver, J.K., & Kristof-Brown, A. (2001). Distinguishing Between Employees' Perceptions of Person–Job and Person–Organization Fit. **Journal of Vocational Behavior**, 59: 459,462.
- Lievens, F., & Highhouse S. (2003). The Relation of Instrumental and Symbolic Attributes to a Company's Attractiveness as an Employer, **Personnel Psychology**, 56:75–102.

- Lievens, F., Decaestecker, C., Coetsier, P., & Geirnaert, J. (2001). Organizational Attractiveness for Prospective Applicants: A Person-Organization fit Perspective. **Applied Psychology: An International Review**, 50(1): 30-51.
- Ling, L., Michael, E., & Roloff, A. (2007). Organizational Culture and Compensation Systems: An Examination of Job Applicants' Attraction to Organizations, **International Journal of Organizational Analysis**, 15(3):210 - 230
- Locke, EA. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In Dunnette MD (Ed.), **Handbook of Industrial and Organizational Psychology** (pp. 1297-1343). Chicago: Rand McNally.
- McCrae, R.R. (2001). Trait Psychology and Culture: Exploring Intercultural Comparisons, **Journal of Personality**, 69 ,819-46.
- McCrae, R.R. (2002). NEO PI-R Data from 36 Cultures: Further Intercultural Comparisons", In McCrae, R.R., Allik, J. (Eds), **The Five-Factor Model of Personality Across Cultures**, Kluwer, New York, NY: 105-25.
- McCrae, R. R., & John, O.P. (1992). An Introduction to the FiveFactor Model and its Applications. **Journal of Personality**, 60: 175-215
- Meyer, J. P., Hecht, T. D., Gill, H., & Toplonysky, L.(2010). Person-Organization (Culture) Fit and Employee Commitment Under Conditions of Organizational Change: A Longitudinal Study. **Journal of Vocational Behavior**,76(3): 458-473.
- O'Conner, B.P.(2002). A Quantitative Review of Comprehensiveness of the Five Factor Model in Relation to Popular, Personality Inventories. **Assessment**,19: 188-203.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J., & Caldwell, D.F.(1991). People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization fit. **Academy of Management Journal**, 34, 487-516.
- Piasentin, K. A., & Chapman, D. S.(2006). Subjective Person-Organization Fit: Bridging the Gap Between Conceptualization and Measurement. **Journal of Vocational Behavior**, 69(2): 202-221.
- Pouney, Y.Y.(2009). **The Relational Component OF The Psychological Contract: The Big Five Personality Traits & Violation Perception of the Temporary Employee**. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, Capella University.
- Richardsen, A. M., Burke, R. J., & Martinussen, M. (2006). Work and Health Outcomes Among Police Officers: The Mediating Role of Police Cynicism and Engagement. **Internationals Journal of Stress Management**, 3(4): 555-574.
- Robbins, T. L., Crino, M. D., & Fredendall, L.D. (2002), An Integrative Model of the Empowerment Process, **Human Resource Management Review**,12: 419-443.
- Robie, C., Brown, D. J.,& Bly, P. R. (2005). The Big Five in the USA and Japan. **Journal of Management Development**, 24(8): 720-736.
- Rokeach, M. (1973). **The Nature of Human Values**. New York Free Press.
- Rothstein, M.G., & Goffin, R.D. (2006). The Use of Personality Measures in Personnel Selection: What Does Current Research Support?, **Human Resource Management Review**,16: 155-180.
- Sarros, J. C., Gray, J., Densten, I. L., & Cooper, B.(2005). The Organizational Culture Profile Revisited and Revised: An Australian Perspective. **Australian Journal of Management**, 30(1): 159-182.
- Sarros, J.C.,Gray, J., & Densten, I.L.(2003). The Next Generation of Organizational Profile. **Working Paper**,15(3): 1-11.
- Schneider, B.(1987). The People Make the Place. **Personnel Psychology**, 40: 443-443.

- Schreurs, B., Druart, C., Proost, K., & De Witte, K.(2009). Symbolic Attributes and Organizational attractiveness: The Moderating Effects of Applicant Personality, **International Journal of Selection and Assessment**,17: 35–46.
- Sekiguchi, T. (2004). Person-Organization Fit and Person-Job Fit in Employee Selection: A Review Literature. **Osaka Keidai Ronshu**, 54(6):179-196.
- Smither, J. W., Reilly, R. R., Millsap, R. E., Pearlman, K., & Stoffy, R. W.(1993). Applicant Reactions to Selection Procedure. **Personnel Psychology**, 46: 49-76.
- Thomason, S. J., Brownlee, A., & Steiner, S. (2013). Personality as a Moderator of the Relationship between Organizational Size and Organizational Attraction Perceptions. **Small Business Institute Journal**, 9(1): 1-17.
- Verquer, M.L., Beehr, T.A., & Wagner, S.H. (2003). A Meta-Analysis of Relations Between Person–Organization Fit and Work Attitudes, **Journal of Vocational Behavior**, 63: 473–489.
- Watson, D. (1989). Strangers’ Ratings of the Five Robust Personality Factors: Evidence of a Surprising Convergence with Self-Report. **Journal of Personal and Social Psychology**, 57: 120-128.