



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



In collaborazione con:

Cattedra di Valutazione e Talent Management
Prof.ssa Laura Borgogni della Facoltà di Medicina e
Psicologia della "Sapienza" Università di Roma

Tesista Pietro De Luca tel. 3388121572
Email: pietrodeluca0@gmail.com

Segreteria UNPLI NAZIONALE

Via ancona, 40 – 00055 Ladispoli (RM)
Tel. 069949615
Email: presidenza@unpli.info

Raccolta dati per la ricerca sui valori organizzativi

Scopo della ricerca

La ricerca ha lo scopo di analizzare il tema dei valori e l'innovativo concetto di job engagement, definito come uno stato affettivo positivo e persistente di realizzazione e benessere sperimentato dal lavoratore e caratterizzato da alti livelli di energia, da un coinvolgimento emozionale nell'attività e dalla percezione di fornire un importante contributo all'organizzazione. La ricerca si propone di far luce su questi temi attraverso una raccolta e analisi dei dati, nel contesto dell'UNPLI, tramite la somministrazione di questionari self-report.

Temi generali della ricerca: valori e engagement

I valori

Sono le convinzioni circa i modi ideali della condotta e rappresentano ciò che spinge a concepire qualcosa come socialmente o personalmente desiderabile (Rokeach, 1973): i valori dettano le priorità da perseguire, e le mete da raggiungere sia a livello individuale sia a livello sociale nel quale forniscono i criteri di giudizio per i diritti, i doveri e le obbligazioni condivise.

Caratteristiche

Posseggono diverse caratteristiche: sono credenze o convinzioni su ciò che è desiderabile; possono essere degli scopi motivazionali che guidano la condotta; rappresentano delle trascendenze di specifiche azioni; forniscono dei criteri di giudizio individuali e sociali; stabiliscono priorità e un ordine gerarchico.

Job engagement

Definizione

Designa uno stato affettivo positivo e persistente di realizzazione e benessere ed è caratterizzato da alti livelli di energia, da un coinvolgimento emozionale nell'attività e dalla percezione di fornire un importante contributo all'organizzazione.

Caratteristiche

Caratterizzato da sensazioni di: energia, forza, dinamismo; coinvolgimento affettivo e emozionale; efficacia, il lavoratore sente di dare un contributo significativo all'organizzazione.

La persona "engaged" svolge il proprio lavoro con grande energia e piena di forze, è coinvolta a livello di emozionale e affettivo nel lavoro che fa, e contemporaneamente percepisce di riuscire nel proprio lavoro e di dare un contributo importante all'organizzazione attraverso la propria attività lavorativa (Maslach e Leiter, 1999)



Percorso generale della ricerca

<p>1. Distribuzione e restituzione questionari dalla sede nazionale UNPLI alle sedi UNPLI:</p> <p>1.1 Distribuzione e Compilazione questionari</p> <p>La distribuzione deve essere: trasversale, aperta a tutte le cariche associative, su base volontaria e in forma anonima.</p> <p>1.2 Restituzione dei questionari</p> <p>I questionari devono essere spediti alla sede centrale entro il giorno 30/01/2016.</p>	<p>2. Analisi statistica da parte della Sapienza:</p> <p>Analisi dei dati in forma anonima e aggregata ai fini degli obiettivi della ricerca.</p>	<p>3. Condivisione dei risultati con la sede centrale UNPLI:</p> <p>I risultati derivanti dalla ricerca saranno analizzati e restituiti solamente in forma aggregata e sarà presentato, alla sede centrale, un report con le maggiori evidenze empiriche.</p>
--	--	--

1. Istruzione distribuzione e restituzione questionario sedi UNPLI

Il questionario verrà distribuito dalla sede UNPLI NAZIONALE alle sedi UNPLI di tutto il territorio nazionale. Le sedi dovranno: scaricare e stampare il questionario, distribuirlo, compilarlo e spedirlo alla sede nazionale UNPLI. Successivamente sarà direttamente l'università ad occuparsi, in forma anonima, della raccolta e analisi dei questionari. Procedura:

<p>1.1 Scaricare e stampare il questionario:</p> <p>Il questionario verrà inviato via mail, questo deve essere stampato e distribuito tra i collaboratori.</p> <p>Il questionario non può essere divulgato a terzi.</p>	<p>1.2 Distribuzione e compilazione del questionario:</p> <p>La distribuzione deve essere: trasversale, aperta a tutte le cariche associative, su base volontaria e in forma anonima.</p>	<p>1.3 Spedire il questionario:</p> <p>I questionari devono essere spediti alla sede centrale entro il giorno 30/01/2016</p> <p>Il questionario al fine di garantire la totale privacy del partecipante, sarà usato esclusivamente per scopi scientifici e raccolto direttamente dall'Università</p>
---	--	---

Indicazioni per compilazione questionario

Sessione 1 del questionario:

Contiene una serie di affermazioni raccolte in gruppi di cinque (cinquine). Per compilare la sessione le affermazioni vanno ordinate creando una propria classifica assegnando 1 all'affermazione che si ritiene più importante, 2 alla successiva, fino a 5 a quella che si ritiene meno importante.

Esempio di cinquina:

1) Nel tempo libero è per me importante...

- a) Andare a cena fuori con gli amici
- b) Andare al cinema
- c) Fare attività sportiva
- d) Leggere
- e) Riposarmi

Esempio di cinquina:

1) Nel tempo libero è per me importante...

- a) Andare a cena fuori con gli amici 1
- b) Andare al cinema 4
- c) Fare attività sportiva 3
- d) Leggere 2
- e) Riposarmi 5



Il rispondente ha dato maggiore importanza ad andare a cena fuori con gli amici

Mentre ha dato poca importanza a riposarsi

Fare attenzione a non commettere questi errori:

Esempio di cinquina:

1) Nel tempo libero è per me importante...

- a) Andare a cena fuori con gli amici
- b) Andare al cinema
- c) Fare attività sportiva
- d) Leggere
- e) Riposarmi



Non si può assegnare lo stesso numero a più di un'affermazione dello stesso gruppo

Esempio di cinquina:

1) Nel tempo libero è per me importante...

- a) Andare a cena fuori con gli amici
- b) Andare al cinema
- c) Fare attività sportiva
- d) Leggere
- e) Riposarmi



Non si possono lasciare caselle vuote

Sessione 2 del questionario:

Contiene trenta affermazioni. Per la compilazione si utilizza la scala di risposta presentata all'inizio della sessione, indicando con una crocetta quanto ciascuna di esse rappresenta un aspetto importante per se e quanto è considerato importante nella propria organizzazione. Esempio di compilazione:

	1 Per nulla	2 Poco	3 Abbastanza	4 Molto	5 Del tutto
QUANTO E' IMPORTANTE...					
PER ME	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
PER LA MIA ORGANIZZAZIONE	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
1 Che le persone vengano rispettate					

	1 Per nulla	2 Poco	3 Abbastanza	4 Molto	5 Del tutto
QUANTO E' IMPORTANTE...					
PER ME	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input checked="" type="text" value="5"/>	<input type="text" value=""/>
PER LA MIA ORGANIZZAZIONE	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input checked="" type="text" value=""/>
1 Che le persone vengano rispettate					



Sessione 3 del questionario:

Contiene nove affermazioni. Per la compilazione bisogna indicare con quale frequenza si sperimentano i sentimenti o le sensazioni riportati nelle affermazioni, indicando con una crocetta la risposta che riflette meglio la propria esperienza. Esempio di compilazione:

	1 Mai	2 Molto raramente	3 Raramente	4 Qualche volta	5 Spesso	6 Molto spesso	7 Sempre
1. Nel tempo libero mi sento felice	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="7"/>
1. Nel tempo libero mi sento felice	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input checked="" type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="7"/>



Il test non prevede risposte "giuste" o "sbagliate", ma solo risposte che riflettono in misura maggiore o minore le proprie convinzioni personali. Le risposte fornite saranno trattate con la massima riservatezza.

Note

I dati raccolti dai questionari saranno trattati in forma aggregata e anonima per le esclusive finalità connesse alla ricerca.

La ricerca per rispettare livelli soddisfacenti di validità e attendibilità richiede un campione di almeno 300 soggetti.