

Research Paper

Designing and explaining the components of organizational value in education in Alborz province

Maryam Armandi ¹, Ramezan Jahanian ^{2*}, Mahtab Salimi ³

1. PhD in Educational Management, Department of Educational Sciences, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj Iran

2. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

3. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Received: 2020/6/14

Accepted: 2020/11/8

PP: 78-91

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jedu.2022.25176.5010

Keywords:

Value, Organizational Value, Education

Abstract

Introduction: The aim of this study was to Designing and explaining the components of organizational value in education in Alborz province.

research methodology: This research, based on the purpose, following the applied research and based on the nature of the research, is an explanation that has been done by the combined method and Triangulation' design. The population of the qualitative part of the research was all the Staff managers of Education Department of Alborz Province, that using Combined sampling method (purposive and snowball) 12 people were selected as participants. The statistical population of the quantitative part of the study included all Managers and teachers working in education in Alborz province. Using stratified Cluster sampling method, 362 people selected as the statistical sample. To collect the data, a semi-structured interview and a researcher-made questionnaire used. The validity of the measurement tool confirmed in the qualitative part using the coders' agreement method and in the quantitative part through convergent and divergent validity. In addition, the reliability of the researcher-made questionnaire evaluated based on three criteria: factor load coefficients, Cronbach's alpha (0.82) and combined reliability using PLS software.

Findings: To test the research questions, were used the structural equation modeling method and PLS software. The results of the qualitative part of the research showed 180 basic themes, 3 organizing themes and 6 comprehensive themes. In addition, the results of the quantitative part of the research showed that Social and Economic components have a more effective role in explaining the structural pattern of organizational values of education managers and teachers .

Conclusion: this indicates that Content Factors are preferable of the process components and Affecting the organizational values of education managers and teachers in Alborz province

Citation: Armandi Maryam, Jahanian Ramezan, Salimi Mahtab. (2022). Designing and explaining the components of organizational value in education in Alborz province Journal of New Approaches in Educational Administration; 13(1):78-91

Corresponding author: Ramezan Jahanian

Address: Associate Professor, Department of Educational Sciences, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran

Tell: 09122155727

Email: ramezan.jahanian@gmail.com

Extended Abstract

Introduction:

Attention to organizational values is one of the most important and effective factors on organizational performance and as a strategic factor in the performance of successful organizations has been seriously considered. An in-depth look at the category of organizational values shows that the issue of organizational values is rooted in the concept of organizational spirituality and for these values to be inspiring, they must be shared between the organization and its members.

Context:

An in-depth look at the category of organizational values shows that the issue of organizational values is rooted in the concept of organizational spirituality and for these values to be inspiring, they must be shared between the organization and its members.

Goal:

This research has been done to investigate the dimensions and components of value management and to design and explain the components of organizational value in education in Alborz province.

Method:

This research, based on the purpose, following the applied research and based on the nature of the research, is an explanation that has been done by the combined method and 'Triangulation' design. The population of the qualitative part of the research was all the Staff managers of Education Department of Alborz Province, that using Combined sampling method (purposive and snowball) 12 people were selected as participants. The statistical population of the quantitative part of the study included all Managers and teachers working in education in Alborz province. Using stratified Cluster sampling method, 362 people selected as the statistical sample. To collect the data, a semi-structured interview and a researcher-made questionnaire used. The validity of the measurement tool confirmed in the qualitative part using the coders' agreement method and in the quantitative part through convergent and divergent validity. In addition, the reliability of the researcher-made questionnaire evaluated based on three criteria: factor load coefficients, Cronbach's alpha

(0.82) and combined reliability using PLS software.

Findings:

The aim of this study was to identify the components of the organizational values model in the educational system. For this purpose, first, the theoretical foundations and previous research were reviewed, and then, using a qualitative method and conducting in-depth interviews with key informants in the field of educational management, the components of the organizational values model of school principals were identified. The results showed that the factor load values for the four economic components (37.48); Social (30.14); Ethical (23.41) has been reported. Which shows the relationship at a significance level of 0.01 is meaningful. Also, the path of religious values to organizational values (1.64) has been reported which shows the significance of the relationship at a significance level of 0.05. However, the amount of factor loading of aesthetic values (0.24) and political values (1.08) has been reported, which it is not significant at the level of 0.05. Overall, according to the contexts of the second-order confirmatory factor analysis, it can be acknowledged that economic, social, religious and moral components can be used as the underlying factors of organizational values in the education system and predict it, and therefore can be concluded that economic values, Social, religious and moral are the most important components of the organizational values model.

Results:

Regarding the most important economic factors affecting the organizational values of education managers and teachers, the results showed that time management, optimal use of teachers' intelligence and talent, avoidance of imposing additional costs on education, saving and optimal use of office equipment and supplies, Reducing unnecessary costs, profitability, teachers' financial satisfaction and performing tasks accurately, completely and flawlessly without superior supervision are considered as the most important economic factors affecting the organizational values of education managers and teachers.

Regarding the social factors affecting the organizational values of education managers and teachers, the results of the qualitative part of the study showed that intimacy, love and interest in work, positive thinking, self-sacrifice, honesty, easy and free communication, mutual respect, friendly communication and Intimacy, atmosphere of friendship and cooperation and easy communication between different sectors of education, accountability, priority of collective interests over individual interests, sense of commitment, behavioral justice, mutual trust, foresight, attention to citizenship rights, benevolence and healthy competition as the most important social factors affecting Organizational values of education managers and teachers are considered.

In relation to religious factors affecting the organizational values of education managers and teachers in Alborz province, the results of

the qualitative part of the study showed that the belief in the transience of worldly positions and officials, considering God present and supervising their work, resisting sensual, religious and Attention to Islamic values as the most important religious factors affecting the organizational values of education managers and teachers is considered.

Regarding the ethical factors affecting the organizational values of managers and teachers of education in Alborz province, the results of the qualitative part of the research showed that competence in appointment and promotion, privacy, doing things logically and rationally, administrative health; Interaction based on ethical standards and adherence to human and moral values are considered as the most important ethical factors affecting the organizational values of managers and teachers of education in Alborz province

طراحی و تبیین الگوی مدیریت ارزش ها در آموزش و پرورش

مریم ارمندی^۱، رمضان جهانیان^{۲*}، مهتاب سلیمی^۳

۱. دانش آموخته دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۲. دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

۳. استادیار گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: هدف از پژوهش حاضر، طراحی و تبیین مؤلفه‌های ارزش‌سازمانی در آموزش و پرورش استان البرز بود.

روش‌شناسی پژوهش: پژوهش حاضر، بر مبنای هدف، در ذیل پژوهش‌های کاربردی؛ بر مبنای ماهیت پژوهش، توصیفی - همبستگی است که به روش ترکیبی و طرح مثلث‌سازی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل مدیران ستادی اداره کل آموزش و پرورش استان البرز و بخش کمی شامل کلیه مدیران و معلمان شاغل در آموزش و پرورش استان البرز بود که در بخش کیفی با استفاده از روش نمونه‌گیری ترکیبی (هدفمند و گلوله برفی) ۱۲ نفر به‌عنوان نمونه آماری و در بخش کمی با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ۳۴۲ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که روایی ابزارهای اندازه‌گیری در بخش کیفی با استفاده از روش توافق کدگذاران و در بخش کمی، از طریق روایی همگرا و روایی واگرا مورد تأیید واقع شد. همچنین؛ پایایی ابزارهای اندازه‌گیری بر اساس سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ (۰/۸۲) و پایایی ترکیبی با استفاده از نرم‌افزار PLS مورد بررسی قرار گرفت. برای آزمون سؤال‌های پژوهش، از روش مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج بخش کیفی پژوهش، بیانگر ۱۸۰ مضمون پایه، ۳ مضمون سازمان دهنده و ۶ مضمون فراگیر بود. همچنین؛ نتایج بخش کمی پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های اجتماعی و اقتصادی نقش مؤثرتری در تبیین ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش البرز دارند

بحث و نتیجه‌گیری: این موضوع بیانگر این است که مؤلفه‌های زمینه‌ای نسبت به مؤلفه‌های فرایند ارجحیت دارد و ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش البرز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۸/۱۸

شماره صفحات: ۷۸-۹۱

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jedu.2022.25176.5010

واژه‌های کلیدی:

ارزش، ارزش‌های سازمانی، آموزش و پرورش

استناد: ارمندی مریم، جهانیان رمضان، سلیمی مهتاب (۱۴۰۱). طراحی و تبیین الگوی مدیریت ارزش‌ها در آموزش و پرورش. دوماهنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۳ (۱): ۷۸-۹۱

* نویسنده مسوول: رمضان جهانیان

نشانی: دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

تلفن: ۰۹۱۲۲۱۵۵۷۲۷

پست الکترونیکی: ramezan.jahanian@gmail.com

مقدمه

سازمان‌های امروزی با چالش‌هایی نظیر جهانی‌شدن، تنوع فرهنگی، تغییر در ارزش‌ها و نیازهای کارکنان و مشتریان، بهبود مستمر کارایی و اثربخشی و بحران‌های مالی بین‌المللی رو به رو هستند (Rodríguez-Carvajal & et al, 2010) که در نهایت عدم قطعیت، ابهام و پیچیدگی فزاینده‌ای را رقم زده است؛ بنابراین، مدیریت و رهبری اثربخش ایجاب می‌کند رویکردهایی را انتخاب کنند که موجب خلق مزیت رقابتی شود. (Toor, 2010) یکی از رویکردهای ارائه شده در این زمینه رویکرد مدیریت بر مبنای ارزش‌ها (MBV) است که اخیراً مورد توجه روان‌شناسان و حتی اقتصاددانان قرار گرفته و در ارتباط با نقش و اهمیت آن، نظریه‌ها و تحقیقات زیادی انجام شده است، به طوری که بسیاری از پژوهشگران معتقدند ارزش‌مداری در مجامع و مراکز معتبر بین‌المللی از جمله در یونسکو و در ۲۶ کشور مختلف در دنیا از جمله: اندونزی، هند، ژاپن، کره، فیلیپین، تایلند، مالزی و اقیانوسیه (یونسکو، ۲۰۰۲)، انجمن نظارت و توسعه برنامه درسی امریکا (Buethe, 1968) برنامه درسی مبتنی بر ارزش تانزانیا، سند برنامه درسی مبتنی بر ارزش استرالیا، اسناد آموزش ارزش‌ها در نیوزلند (Keown, 2004) و اسناد آموزش ارزش‌ها در جورجیای امریکا (Scerenco, 1997) به گونه‌ای جدی مورد توجه قرار گرفته است. در این زمینه Zidane & et al, 2016 در مقاله‌ای تحت عنوان "طبقه‌بندی عوامل سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد" عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی را به دودسته عوامل سازمانی (عوامل درونی) و عوامل بیرونی (شرایط محیطی) تقسیم‌بندی می‌کنند و بیان می‌کند که عوامل سازمانی در ارزش‌های مشترک، هنجارها و باورها، شایستگی، سیاست‌ها و روش ساختار منعکس می‌شود. از این رو؛ ارزش‌های سازمانی یکی از عوامل مهم و مؤثر بر عملکرد سازمانی محسوب می‌شود و به عنوان یک عامل استراتژیک در بررسی عملکرد سازمان‌های موفق مورد توجه جدی قرار گرفته است. Mayfeld & et al, 2015 در این راستا نتایج بررسی‌ها بیانگر این است که ارزش و پایبندی به ارزش‌های سازمانی در پیش‌بینی عملکرد شغلی کارکنان از اهمیت به‌سزایی برخوردار است (Malbasic, 2015) و رویکرد مدیریت بر اساس ارزش‌ها به جست و جوی روشی نو برای بهتر کردن امور می‌پردازد. Rajaeipor & et al, 2010

مفهوم ارزش برای اولین بار در دهه ۱۹۴۰ در ایالات متحده آمریکا مطرح شد. Oke & et al, 2017 در فرهنگ لغت انگلیس آکسفورد (۱۹۶۹) در مقابل واژه value مفید یا مطلوب بودن، ارزش چیزی در هنگام مقایسه با چیز دیگر و ارزش برحسب پول و ... تعریف شده است. در فرهنگ میریام ویستر (۲۰۰۵) ارزش عبارت است از «چیزی به‌عنوان یک اصل باکیفیت (به‌طور ذاتی ارزشمند و مطلوب)». در لغت‌نامه دهخدا (۱۳۷۷) نیز در مقابل واژه ارزش، معنای اسم مصدر ارزیدن، عمل ارزیدن، قیمت، بها، ارز، ارج، قدر و برآزندگی قید شده است. از این رو؛ تعریفی که مورد توافق همه متخصصان موضوع باشد، از ارزش ارائه نشده است، ولی سؤالی که در این جا مطرح می‌گردد این است که این ارزش‌ها چگونه شکل می‌گیرند؟ در این مورد نتایج پژوهش‌ها بیانگر این است که ارزش‌های سازمانی در وهله اول توسط بنیان‌گذاران سازمان تعریف می‌شود ولی با گذشت زمان، تغییر افراد، تغییر اهداف، تجربه، بحران‌ها و توسعه فرایندها ارزش‌ها تغییر می‌کنند و منجر به تعریف ارزش‌های مختلف برای سازمان می‌شوند، بنابراین سازمان‌های مختلف ارزش‌های متفاوتی دارند. (Scott, 2002)

نگاهی دقیق و عمیق به مقوله ارزش‌های سازمانی بیانگر این است که موضوع ارزش‌های سازمانی ریشه در مفهوم معنویت سازمانی قرار دارد و برای این که این ارزش‌ها الهام‌دهنده باشند، باید بین سازمان و اعضای آن مشترک باشند. هم‌راستایی ارزش‌ها باعث به وجود آمدن یک حس پیوند و یکی بودن در داخل سازمان می‌گردد که رشد فردی و سازمانی را تسهیل می‌کند. (Sass, 2002) علاوه بر این، سازمان‌های موفق دارای یک سری ارزش‌های مرکزی هستند که محرک آن سازمان‌ها می‌باشد. (Thomas, 2013) در این زمینه Deal & Kennedy (1983) بیان می‌کند ارزش‌ها بستر هر نوع فرهنگ سازمانی می‌باشند که یک نوع حس مشترک جهت‌یابی در اختیار کارکنان می‌گذارند و خط‌مشی‌هایی برای رفتار روزمره آنان تعیین می‌کنند. به همین دلیل اغلب گفته می‌شود که جز اساسی فرهنگ سازمانی هستند (Enz, 1986). از این رو؛ ارزش‌های محوری سازمان می‌توانند به‌عنوان مبنای سیاست‌گذاری محسوب می‌شود و فلسفه، فرایندها و اهداف سازمان را شکل می‌دهد (Argabright & et al, 2012) و عصاره فلسفه سازمان برای رسیدن به موفقیت محسوب می‌شود (Scott 2002). از نظر Collins & Porras, 1996) ارزش‌های سازمانی یک سری اصول هدایت‌کننده مستقل از زمان هستند که مشخص می‌سازند چه چیزی برای سازمان دارای اهمیت است، در قلب فرهنگ سازمان قرار دارند (Howell & Kirk-Brown, 2005) و به تمام تصمیماتی که در تمام سطوح سازمان اتخاذ می‌شوند جهت می‌دهند. (Posner & Schmidt, 1983)

تحقیقات انجام شده توسط (Martin, 2000) بیانگر این است که حداقل سه دیدگاه متفاوت (یکپارچگی، تمایز و تلفیق) در مطالعه و بررسی ارزش‌های سازمانی وجود دارد. رویکرد یکپارچگی، به وسیله فرضیه‌های توافق و رضایت و ثبات در مفاهیم، توصیف می‌شوند. طبق این دیدگاه، چنین تصور می‌شود که ارزش‌هایی که به صورت وسیعی مشترک یا عمودی هستند و در سرتاسر سازمان اجرا می‌شوند، به وضوح درک شده و توسط همه اعضای سازمان، فهمیده و پذیرفته می‌شوند. (Schein, 2010) رویکرد تمایز و تفکیک، تصدیق می‌کند که گروه‌های خرده‌فرهنگی کوچک‌تر در یک سازمان که توسط خصوصیات اجتماعی یا مشاغل اجتماعی، تعیین و مشخص می‌شوند، ممکن است تعارض

مفهومی بالارزش‌های کلیدی سازمان داشته باشند دیدگاه تلفیق، نشان‌دهنده این محدودیت است که ابهامات در یک سازمان اجتناب‌ناپذیر هستند، زیرا معمولاً تنش‌ها، تعارضات و تضادهای و اختلافاتی در معانی ارزش‌های سازمانی وجود دارد. (Martin, 2000) بر این اساس تقسیم‌بندی‌های متفاوتی از ارزش‌های سازمانی ارائه شده است. لنجیونی (۲۰۰۲) ارزش‌های سازمانی را به چهار گروه ارزش‌های مرکزی، ارزش‌های مطلوب، ارزش‌های کمیته و ارزش‌های تصادفی تقسیم می‌کند (Avard, 1999). در یک طبقه‌بندی دیگر ارزش‌های سازمانی را به سه دسته ارزش‌های کارکردی، ارزش‌های عاطفی و ارزش‌های نمادین تقسیم می‌کند. (Urde, 2003)

(Johnson, Scholes & Wittington, 2008) بیان می‌کنند که هر سازمان را دارای دودسته، ارزش‌های موجود و ارزش‌های مطلوب می‌باشد (Bournet & et al, 2013). ارزش‌های سازمانی را به چهار دسته ارزش‌های حمایت‌شده، ارزش‌های منتسب، ارزش‌های مشترک و ارزش‌های الهامی تقسیم بندی می‌کند.

نتایج بررسی‌ها بیانگر این است که در شرایط کنونی رعایت نشدن برخی معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی و غیردولتی بوجود آورده است. سقوط معیارهای رفتاری در بخش دولتی، پژوهشگران را وا داشته تا در جستجوی مبنای نظری در این رابطه بوده تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. (Yarmohammadian & et al, 2013) گرچه در سه دهه گذشته تلاش‌های وافر و قابل‌تقدیری از طرف مسئولان و متصدیان نظام تعلیم و تربیت برای بهبود و اصلاح نظام آموزشی کشور به عمل آمد که خوشبختانه نتایج مثبت و مفیدی نیز بر جای گذاشته است؛ لیکن هنوز آموزش و پرورش با چالش‌های جدی روبرو است و برون‌داد آن در تراز جمهوری اسلامی ایران و پاسخگوی تحولات محیطی و نیازهای جامعه نمی‌باشد. از این‌رو تأکیدات حکیمانه رهبر فرزانه انقلاب اسلامی مبنی بر ضرورت تحول بنیادی در آموزش و پرورش با تکیه بر فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی - ایرانی و تدوین الگوی اسلامی - ایرانی برای تحول و پرهیز از الگوهای وارداتی، کهنه و تقلیدی محض، مقتضی است این امر به‌طور ویژه مورد توجه قرار گیرد. با توجه به این نقش گسترده انتظار می‌رفت که پژوهش‌های قابل‌توجهی در این زمینه در کشورمان انجام شده باشد، اما به نظر می‌رسد تاکنون در این زمینه پژوهش‌های علمی بسیار کمی در ایران صورت گرفته است.

از طرف دیگر؛ با توجه به اینکه مدیریت ارزش‌مدار در بسترهای مختلف، معانی متفاوتی دارد، و ارزش‌های زمینه‌ای بومی و فرهنگ بر الگوی نهایی مدیریت ارزش‌مدار تأثیرگذارند. برای فهم و استخراج ارزش‌های زمینه‌ای و بومی لازم است تا به سراغ صاحب‌نظرانی برویم که سال‌ها در حوزه آموزش اخلاق و ارزش‌ها کار کرده و از نظرات آن‌ها بهره‌مند شویم و الگوی متناسب بالارزش‌های فرهنگ بومی ارائه دهیم. بنابراین؛ ارائه یک مدل بومی و مبنی بر ویژگی‌های ارزشی مبتنی بر اصول اعتقادی و فرهنگی جامعه اسلامی - ایرانی، همسو با راهبردها و خط‌مشی‌های نظام مدیریتی کشور و با توجه به نقش و جایگاه آموزش در سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی و پرداختن به نیازهای مدیریتی مدیران آموزش و پرورش، محقق را بر آن داشت تا با بهره‌گیری از سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، که به‌مثابه روح حاکم بر حرکت علمی کشور، مشخص‌کننده جهت‌گیری‌های نظام و اولویت‌ها و بایدونبایدها در عرصه‌های آموزش، پرورش می‌باشد؛ عوامل و معیارهای مدیریت دانش را برای آموزش و پرورش استان البرز را در سطح متوسطه شناسایی کرده و از این طریق مبنایی برای ارائه الگوی مطلوب مدیریت دانش در دوره متوسطه فراهم سازد.

سومین عاملی که ضرورت انجام این پژوهش را توجیه می‌کند این است که امروزه سازمان‌ها دریافته‌اند که برای حفظ بقای خود در دنیای به‌شدت رقابتی امروز باید نه تنها به محیط بیرونی سازمان بلکه به محیط درونی آن نیز توجه کافی مبذول دارند. از این‌رو؛ تنها سازمان‌هایی می‌توانند در محیط به‌سرعت در حال تغییر امروز بقای خود را حفظ کنند که توانایی وفق دادن خود با شرایط متغیر را داشته باشند. بدین منظور، سازمان‌ها باید در دوره‌های مشخص، ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر سازمان خود را تا جایی که ممکن است به‌طور دقیق مورد ارزیابی مجدد قرار دهند. بر این اساس، آنچه محقق را به بررسی ارزش‌های سازمانی در آموزش و پرورش استان البرز واداشت، این بود که مشخص گردد چه ابعادی از ارزش‌های سازمانی نظام آموزشی پررنگ‌تر بوده و چگونه می‌توان آن را مدیریت کرد؟ بدیهی است با مشخص شدن این ابعاد، آموزش و پرورش استان البرز قادر خواهد بود با تمرکز بر آن‌ها جهت حفظ بقا و پیشرفت خود در درجه اول و بهبود عملکرد و اثربخشی به‌عنوان دستاوردهای جانبی این امر گامی مؤثر بردارد. بنابراین مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که مؤلفه‌های اصلی ارزش‌های سازمانی آموزش و پرورش استان البرز کدامند؟

نتایج پژوهش (Mehdinejad, 2012) تحت عنوان به بررسی دیدگاه دبیران و مدیران مقطع متوسطه در مورد جایگاه ارزش‌ها در زندگی فردی و سازمانی، نشان داد که تعهد کاری، آزادی تصمیم و عمل، صداقت، دین‌داری و پیشرفت در حوزه زندگی شخصی به عنوان مهم‌ترین ارزش‌های فردی و همکاری، تعهد، احترام به دیگران، بی‌طرفی و صداقت به عنوان مهم‌ترین ارزش‌های سازمانی مقطع متوسطه محسوب می‌شوند. نتایج پژوهش (Dehkordi & et al, 2012) تحت عنوان مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش در سطح سازمان بیانگر این بود که ابعاد ساختاری، رفتاری، معنایی، محیطی و فرهنگی را به عنوان مهمترین مؤلفه‌های مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش محسوب

می شوند. نتایج پژوهش (Bahrapour, 2007) تحت عنوان رابطه بین ارزش‌های کارکنانی و فرهنگ سازمانی بیانگر این بود که بین ارزش‌های کارکنان (دستیابی به اهداف، کمک و توجه به سایرین، درستکاری، منصف بودن) و فرهنگ (انطباق‌پذیری، رسالتی، مشارکتی، سازگاری) سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش (Mahmoudi & et al, 2016) که با هدف بررسی تأثیر ارزش‌های شخصی در زمینه وفاداری در صنعت بانکداری خصوصی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر متغیرهای جمعیت‌شناختی انجام شد، نتایج نشان داد که ارزش‌های شخصی (امنیت و وابستگی اجتماعی) بر مراحل وفاداری تأثیر معنادار ندارد. به علاوه مشتریانی که در زمینه رشد و موفقیت به ارزش‌های شخصی توجه دارند کمتر به بانک خود وفادار هستند. نتایج پژوهش (Nairi & et al, 2010) که باهدف بررسی رابطه ترکیبی (رابطه چندگانه) ارزش‌های سازمانی، رهبری اخلاق مدار و ارزش‌های اخلاقی با استرس و فرسودگی هیجانی انجام شد، نشان داد که رهبری اخلاق مدار، ارزش‌های اخلاقی همکاران، ارزش‌های معطوف به کیفیت و مشتریان و ارزش‌های حمایتی - اقتصادی قابلیت پیش‌بینی استرس و فرسودگی هیجانی را دارند. در پژوهش (Arieli & et al, 2019) که به بررسی نقش ارزش‌ها در انتخاب شغلی افراد پرداخته شده، پایداری و ثبات ارزش‌ها به‌عنوان یک پیش‌بینی کننده مهم رفتار در سطوح مختلف سازمان محسوب می‌شود. در پژوهش (Veinhardt, 2016) تحت عنوان انواع ارزش‌های مختلف در سازمان؛ دیده شدن، حمایت، وابستگی، اشتراک و روحیه پنج ارزش مهم سازمانی بوده که همگرایی این اشکال مختلف ارزش‌ها در سازمان‌ها امکان‌پذیر می‌باشد. در پژوهش (bachkv, 2007) که با عنوان بررسی رفتارهای مبتنی بر ارزش در سازمان انجام شد شش ارزش (خلاقیت، فداکاری، ارتباط، کار تیمی اعتماد، انگیزش) به‌عنوان ارزش محوری سازمان، شناسایی گردید. از این رو؛ هدف کلی از این پژوهش، بررسی مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدیریت ارزش در آموزش و پرورش و همچنین بررسی میزان تناسب مؤلفه‌های پیشنهادی از نظر متخصصان و صاحب‌نظران بود.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، بر مبنای هدف، در ذیل پژوهش‌های کاربردی؛ بر مبنای ماهیت پژوهش، توصیفی - همبستگی است که به روش ترکیبی (کمی + کیفی) با تأکید بر پژوهش کمی، طرح مثلث‌سازی مدل همگرایی که کرسول از آن به‌عنوان «استراتژی متکثر هم‌زمان» نام می‌برد، انجام شده است. بدین منظور؛ در ابتدا تلاش شده با استفاده از رویکرد استقرایی و مصاحبه نیمه ساختاریافته، اقدام به مؤلفه‌های اصلی ارزش‌های سازمانی در نظام آموزش و پرورش البرز کنند و در ادامه تلاش شده تا مؤلفه‌های شناسایی شده را در یک نمونه آماری بزرگ مورد آزمون قرار دهد.

جامعه آماری این پژوهش دارای دو بخش بود. بخش اول شامل مدیران ستادی اداره کل آموزش و پرورش استان البرز (کیفی) و بخش دوم شامل همه ی مدیران و معلمان شاغل در آموزش و پرورش استان البرز بود که طبق آخرین مراجعه حضوری به اداره کل آموزش و پرورش استان البرز در فروردین ماه ۱۳۹۸ این تعداد برابر ۶۰۳۲ نفر (۵۱۷۰ زن و ۸۶۲ مرد) اعلام گردید. در بخش کیفی تحقیق، جهت شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت ارزش آموزش و پرورش استان البرز، به جهت تفاوت نسبی مدیران در مدرک تحصیلی، تجارب فردی و برداشت‌های آنان نسبت به ارزش‌ها، از روش‌های غیراحتمالی هدفمند قضاوتی و گلوله برفی استفاده شد در این روش، مصاحبه با یکی از خبرگان سازمان که به جهت تجارب کاری مربوط به حوزه مدیریتی و ارزشی، از معیارهای لازم برخوردار بود، بنا به قضاوت پژوهشگر شروع شد. پس از تعیین وقت مصاحبه، پژوهشگر شخصاً در محل معین حاضر شده و مصاحبه انجام شد. بعد انجام مصاحبه از نفر اول و هریک از افراد بعدی، خواسته شد تا سایر افراد صاحب نظر در این زمینه معرفی کنند. بنابراین، به جز انتخاب نفر اول (نمونه گیری قضاوتی) سایر خبرگان بر اساس معرفی مصاحبه شونده‌گان پیشین انتخاب شدند (نمونه گیری گلوله برفی) و فرایند مصاحبه تا جایی ادامه یافت که به حد اشباع رسید (۱۲ نفر).

در بخش کمی پژوهش، جامعه آماری شامل همه ی مدیران و معلمان شاغل در آموزش و پرورش استان البرز در سال تحصیلی ۹۸-۹۷ بود که با توجه به گستردگی استان و وسیع بودن جامعه آماری در بخش کمی از روش نمونه گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شد. بدین صورت که در ابتدا به صورت کاملاً تصادفی چند شهرستان انتخاب شد، سپس در هر شهرستان چند مدرسه بصورت تصادفی شد. از این رو؛ برای برآورد حجم نمونه مناسب با توجه به مشخص بودن تعداد جامعه آماری (۶۰۳۲ نفر) از فرمول نمونه گیری کوکران شد و حجم نمونه آماری در بخش کمی پژوهش بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۳۶۲ نفر تعیین شد.

$$n = \frac{6032(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(6032)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5) \cdot (0.5)} = 362$$

به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات در این پژوهش، در بخش کیفی از مصاحبه نیمه سازمان یافته استفاده شد و در مواردی که مصاحبه شونده‌گان اجازه دادند، داده‌ها به صورت صوتی و در برخی موارد هم داده‌ها از طریق یادداشت برداری ثبت و ضبط گردید. پس از انجام

هر مصاحبه، داده‌های در قالب فایل word وارد نرم افزار Nvivo گردید و عمل کدگذاری برای ۱۲ مصاحبه صورت گرفت. در گام بعدی؛ کدهای شناسایی شده براساس میزان تشابه مفهومی، دسته بندی و ترکیب شده و سه مفهوم استخراج گردید که در نرم افزار در قالب گره آزاد مشخص می‌شوند. پس از تخصیص کلیه مفاهیم به مضمون‌های فرعی و سپس دسته بندی مضمون‌های فرعی در قالب مضمون‌های اصلی، فرایند یادشده چندین بار مورد بازنگری قرار گرفت. در واقع، مضمون‌های فرعی و مضمون‌های اصلی بارها پالایش شده و در مواردی جداسازی، ترکیب، حذف یا اضافه شدند. فرایند یادشده ادامه یافت تا درنهایت یک نقشه مضمونی راضی کننده از داده‌ها به دست آمد که این نقشه مضمونی شامل ۵۱ مضمون پایه، ۳ مضمون سازمان دهنده و ۶ مضمون فراگیر بود. در بخش کمی پژوهش، داده‌ها از طریق پرسشنامه ارزش‌های سازمانی (محقق ساخته) جمع آوری شد. این پرسشنامه دارای ۴ پرسش جمعیت شناختی (جنسیت، سن، میزان تحصیلات، سابقه خدمت) ۶ مؤلفه (ارزش‌های اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های دینی، ارزش‌های زیباشناختی و ارزش‌های سیاسی) و ۵۰ گویه بود که بر اساس اطلاعات حاصل از مصاحبه و مبانی نظری موضوع استخراج گردیده و بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد تهیه و تنظیم شد. برای اطمینان از روایی ابزارهای اندازه‌گیری در بخش کیفی از روش توافق کدگذاران و در بخش کمی روایی ابزارهای اندازه‌گیری از طریق روایی همگرا و روایی واگرا و پایایی ابزارهای اندازه‌گیری بر اساس سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی با استفاده از نرم افزار PLS مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

مدل	عنوان در مدل	متغیرهای مکنون	ضریب پایایی ترکیبی (Alpha>0.7)	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)
	Ethical	ارزش‌های اخلاقی	.۹۳	.۹۲
	Economical	ارزش‌های اقتصادی	.۸۹	.۸۶
	social	ارزش‌های اجتماعی	.۸۵	.۸۰
	Religious	ارزش‌های دینی	.۸۲	.۷۵
	Aesthetic	ارزش‌های زیباشناختی	.۷۸	.۷۹
	Political	ارزش‌های سیاسی	.۸۶	.۸۱

بر اساس نظر هالند (۱۹۹۹) مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۴ است. از این رو؛ در ابتدا ضرایب بار عاملی سوالات محاسبه شد و همه ی سوالاتی که دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ بودند از فرایند پژوهش حذف شدند. نتایج تحلیل مجدد بیانگر این موضوع بود که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هر یک از متغیرهای پژوهش از ۰/۷ بیشتر گزارش شده که بیانگر پایایی مناسب مدل پژوهش است. در این پژوهش، برای ارزیابی روایی همگرا از معیار AVE میانگین واریانس استخراج شده استفاده شد که نتایج در جدول (۲) گزارش شده است. با توجه به این که مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، ۰/۵ است (هالند، ۱۹۹۹) نتایج جدول (۲) مؤید روایی همگرایی مناسب مدل است. در این پژوهش برای سنجش روایی واگرایی پرسشنامه‌ها از روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شد و میزان تفاوت بین شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه گردید که نتایج در جدول (۲) گزارش شده است.

جدول ۲- روایی واگرایی ابزارهای اندازه‌گیری

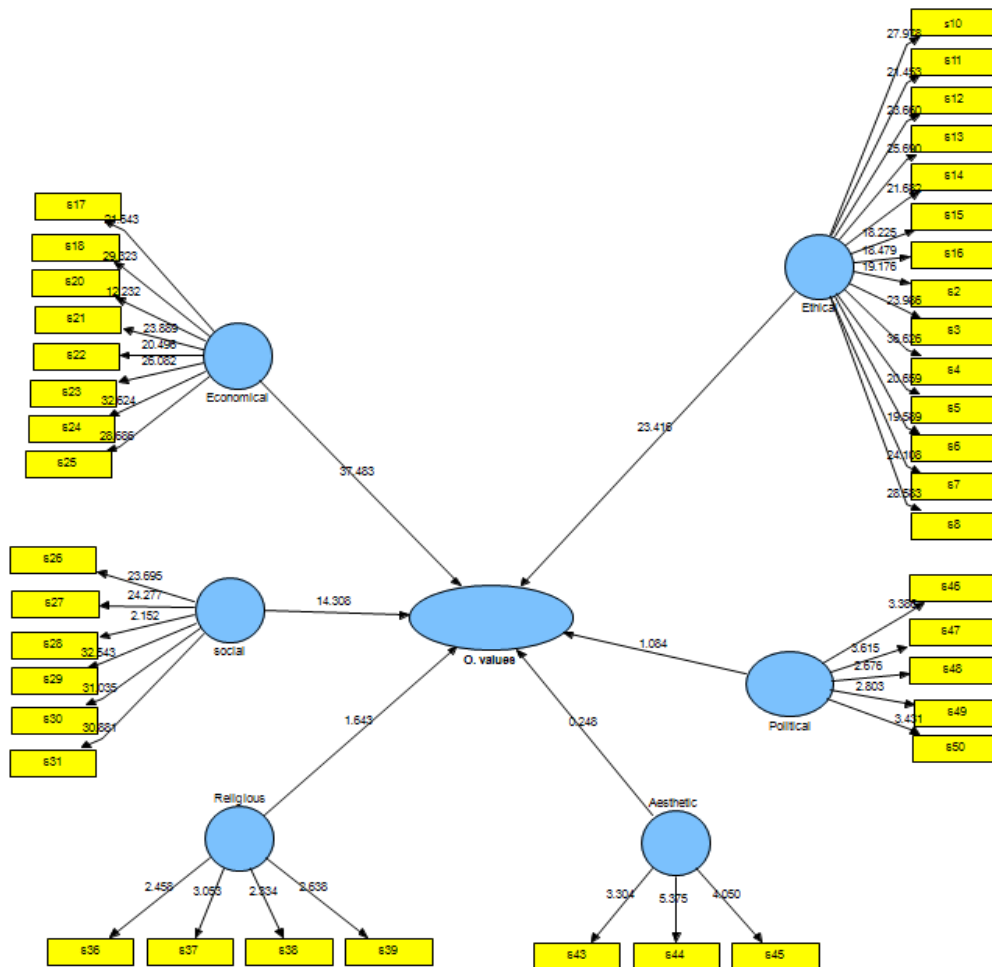
مؤلفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶
ارزش‌های زیباشناختی (۱)	.۳۰					
ارزش‌های اقتصادی (۲)	.۱۲	.۲۶				
ارزش‌های اخلاقی (۳)	.۱۲	.۴۳	.۵۰			

ارزش‌های سیاسی (۴)	.۲۵	.۰۸	.۰۶	.۳۱
ارزش‌های دینی (۵)	.۲۳	.۰۸	.۰۶	.۲۹
ارزش‌های اجتماعی (۶)	.۰۹	.۱۶	.۲۳	.۰۵
			.۰۳	.۲۶

بر اساس اطلاعات جدول (۲) از آنجایی که مقدار جذر AVE متغیرهای مکتون در پژوهش حاضر در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های راست قطر اصلی قرار دارند بیشتر است، می‌توان گفت که روایی واگرایی مدل مطلوب است.

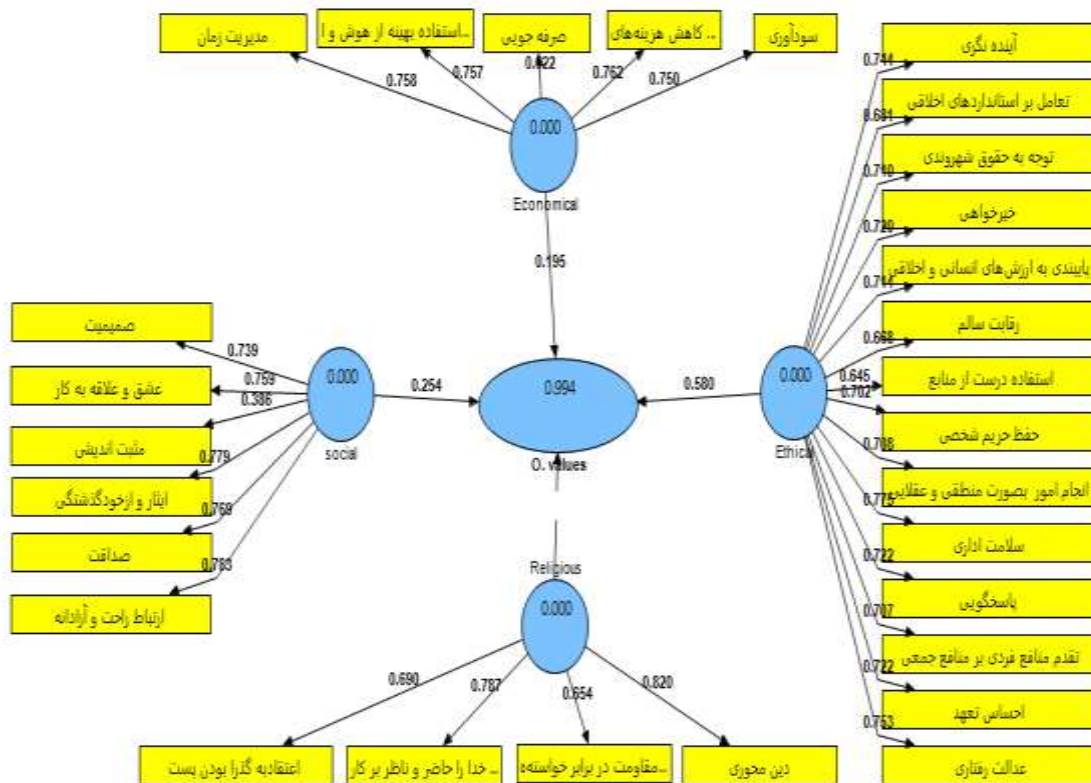
یافته‌ها

نتایج حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته طی چند مرحله کدگذاری و نیز با الهام از پیشینه پژوهش، منجر به شناسایی ۱۸۰ مضمون پایه گردید. در گام دوم مضامین پایه شناسایی شده در سه مفهوم سازمان دهنده ۱- ارزش‌های فردی ۲- ارزش‌های دینی ۳- ارزش‌های سازمانی دسته‌بندی شدند. پس از بررسی مجدد تمام مضامین پایه و سازمان دهنده مشخص شد که شش رویکرد کلی تحت عنوان ارزش‌های اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های دینی، ارزش‌های زیباشناسی و ارزش‌های سیاسی در این زمینه وجود دارد. در ادامه تحلیل‌های کیفی و برای پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش و مشخص کردن تأثیر ارزش‌های اخلاقی، ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های دینی، ارزش‌های زیباشناسی و ارزش‌های سیاسی بر الگوی ارزش‌های سازمانی، با توجه به تحلیل نتایج مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با صاحب‌نظران و همچنین پیشینه پژوهشی و مطالعه تطبیقی به تعیین شاخص‌های لازم در هر یک از مؤلفه‌ها تعریف شده، پرداخته شد و بر مبنای یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های مرحله کیفی، مدل اولیه پژوهش به شرح زیر ترسیم شد.



شکل ۱- ضرایب معناداری ارزش‌های سازمانی (مدل اولیه پژوهش)

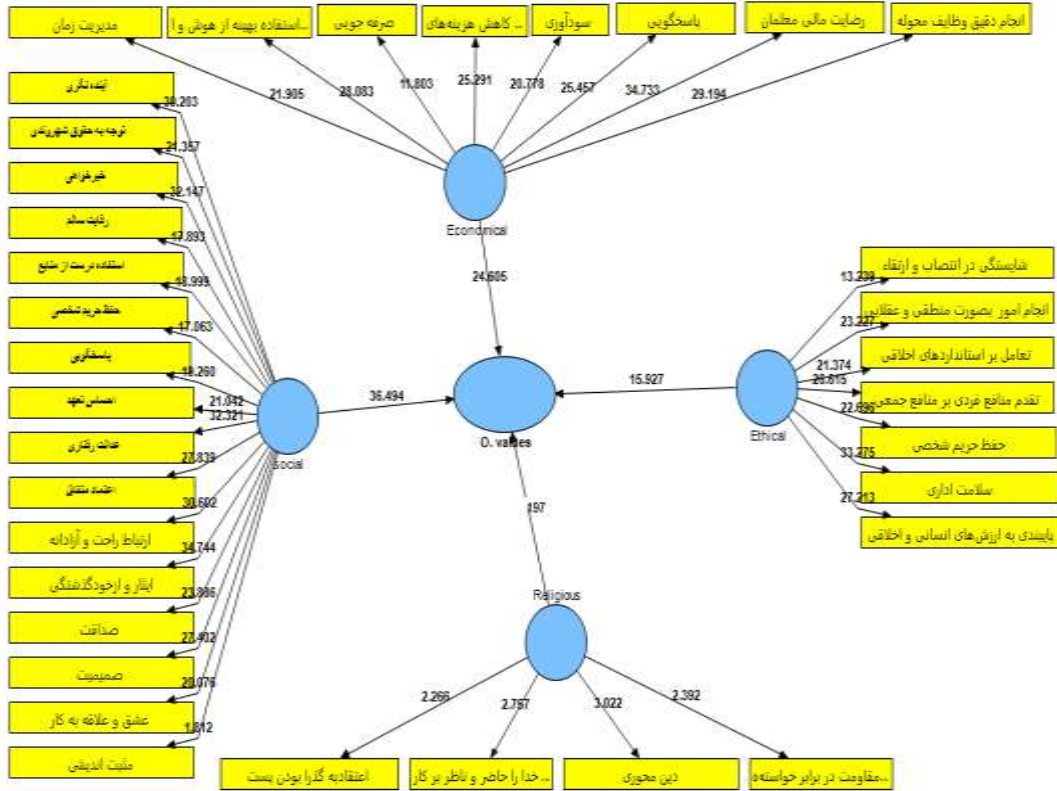
بر اساس شکل (۱) ضرایب معنی داری Z مسیر ارزش های اقتصادی به ارزش های سازمانی ۳۷/۴۸؛ مسیر ارزش های اجتماعی به ارزش های سازمانی ۱۴/۳۰ و مسیر ارزش های اخلاقی به ارزش های سازمانی ۲۳/۴۱ گزارش شده که نشان از معنی دار بودن رابطه در سطح معناداری ۰/۰۱ است. مسیر ارزش های دینی به ارزش های سازمانی ۱/۶۴ که نشان از معنی دار بودن رابطه در سطح معناداری ۰/۰۵ است. هم چنین مسیر ارزش های زیباشناسی به ارزش های سازمانی ۲۴/ و مسیر ارزش های سیاسی به ارزش های سازمانی ۱/۰۸ گزارش شده است. از این رو؛ ارزش های اجتماعی، اخلاقی، دینی و زیباشناسی قابلیت تبیین واریانس ارزش های سازمانی را دارند در حالی که ارزش های زیباشناسی و سیاسی قابلیت تبیین مدیریت ارزش های سازمانی را ندارند. از این رو؛ مدل اولیه اصلاح شد و مسیرهای غیر معنادار حذف شد و مجدداً مدل اجرا گردید. از این رو؛ به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از نرم افزار اسمارت پی آل اس (Smart PLS2) و روش دومرحله ای حداقل مربعات جزیی استفاده شد. در گام اول از تحلیل عاملی تأییدی و در گام دوم از تحلیل مسیر برای تحلیل روابط بین سازه ها استفاده شده است. در نرم افزار PLS با استفاده از ضرایب مسیر (Beta) معنی داری ضرایب مسیر و مقادیر R2 یا واریانس تبیین شده فرضیه های پژوهش آزمون می شوند که خروجی نرم افزار Smart PLS2 در قالب شکل (۳ و ۲) ارائه شده است.



شکل ۲- مدل اصلاح شده ضرایب معناداری ارزش های سازمانی

(Chain, 1998) سه مقدار ۰/۳۳، ۰/۶۷ و ۰/۹۹ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R2 معرفی می کند. همان گونه که در الگوی تابع ساختاری در شکل (۲) مشاهده می شود با توجه به این که مقدار R2 در این پژوهش ۰/۹۹ گزارش شده که نشان از مناسب بودن رابطه بین سازه های پژوهش است و بیانگر این است که مدل در وضعیت مناسبی قرار دارد. هم چنین؛ ضرایب استاندارد شده (شکل ۲) بیانگر این است که مؤلفه اقتصادی ۱۹/۰۱ از تغییرات ارزش های سازمانی؛ مؤلفه اجتماعی ۲۵/۰۱ از تغییرات ارزش های سازمانی؛ مؤلفه مذهبی ۱۴/۰۱ از تغییرات ارزش های سازمانی و مؤلفه اخلاقی ۵۸/۰۱ از تغییرات ارزش های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز را تبیین می کند.

در این پژوهش به منظور بررسی اثر ارزش های اقتصادی، اجتماعی، دینی و اخلاقی بر ارزش های سازمانی مدیران و معلمان شاغل در آموزش و پرورش استان البرز یک مدل بر اساس بخش کیفی پژوهشی طراحی شد. از این رو؛ برای پاسخ به سؤال های پژوهش، می بایست ضرایب معناداری Z مقادیر (t-values) و ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیر هر یک از متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گیرد.



شکل ۳- ضرایب معناداری Z مقادیر (t-values)

شکل (۳) بیانگر ضرایب معناداری Z ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی، دینی و اخلاقی مدل ارزش‌های سازمانی است. نتایج بیانگر این است که مقدار t محاسبه شده مسیر بین بعد اقتصادی ارزش‌های سازمانی (۲۴/۶)؛ بعد اجتماعی ارزش‌های سازمانی (۳۶/۴۹)؛ بعد دینی ارزش‌های سازمانی (۲/۹۷) و بعد مذهبی ارزش‌های سازمانی (۱۵/۹۲) گزارش شده که در سطح معناداری ۰/۰۵، معنادار می‌باشد که نتایج در جدول (۳) گزارش شده است.

جدول ۳- برآورد ضرایب اثرات مستقیم متغیرهای پژوهش

مسیرها	ضرایب استاندارد	t value	نتیجه آزمون
عوامل اقتصادی ← ارزش‌های سازمانی	۰/۳۰	۲۴/۶	تأیید
عوامل اجتماعی ← ارزش‌های سازمانی	۰/۵۵	۳۶/۴۹	تأیید
عوامل اخلاقی ← ارزش‌های سازمانی	۰/۱۶	۱۵/۹۲	تأیید
عوامل دینی ← ارزش‌های سازمانی	۰/۱۴	۲/۹۷	تأیید

طبق داده‌های جدول (۳) ضریب اثر مستقیم عوامل اقتصادی بر ارزش‌های سازمانی ۰/۱۹؛ ضریب اثر مستقیم عوامل اجتماعی بر ارزش‌های سازمانی ۰/۲۵؛ ضریب اثر مستقیم عوامل دینی بر ارزش‌های سازمانی ۰/۱۴؛ و ضریب اثر مستقیم عوامل اخلاقی بر ارزش‌های سازمانی ۰/۵۸ گزارش شده که در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش

معیارهای برازش	حد مجاز	R Squares (R2)
۰/۱۹	۰/۳۳	۰/۶۷
ضعیف *	متوسط *	قوی ***
۰/۹۹		

***./۳۶	.۲۵	.۰۱	
قوی ***	متوسط *	ضعیف *	معیار GOF
.۶۹			

جدول (۴) شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد. نتایج بیانگر این است که هر یک از شاخص‌های به‌دست‌آمده به‌تنهایی دلیل برازندگی یا عدم برازندگی مدل نیستند و این شاخص‌ها را در کنار هم بایستی تفسیر کرد. مقدارهای به‌دست‌آمده برای این شاخص‌ها نشان می‌دهد که در مجموع الگو در جهت تبیین و برازش از وضعیت مناسبی برخوردار است و شاخص‌های برازش مدل در مدل از وضعیت مطلوبی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌های الگوی ارزش‌های سازمانی در نظام آموزشی انجام شد. بدین منظور، ابتدا به بررسی مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین پرداخته شد و سپس با استفاده از روش کیفی و انجام مصاحبه‌های عمیق با مطلعین کلیدی در حوزه مدیریت آموزشی به شناسایی مؤلفه‌های الگوی ارزش‌های سازمانی مدیران مدارس اقدام گردید. نتایج حاکی از آن بود که مقادیر بار عاملی برای چهار مؤلفه اقتصادی (۳۷/۴۸)؛ اجتماعی (۱۴/۳۰)؛ اخلاقی (۲۳/۴۱) گزارش شده که نشان از معنی‌دار بودن رابطه در سطح معناداری ۰/۰۱ می‌باشد. هم‌چنین؛ مسیر ارزش‌های دینی به ارزش‌های سازمانی (۱/۶۴) گزارش شده که نشان از معنی‌دار بودن رابطه در سطح معناداری ۰/۰۵ است ولی مقدار بار عاملی ارزش‌های زیباشناسی (۰/۲۴) و ارزش‌های سیاسی (۱/۰۸) گزارش شده که در سطح ۰/۰۵ معنادار نیست. در مجموع و با توجه به یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم می‌توان اذعان کرد که مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، دینی و اخلاقی می‌توانند به‌عنوان عوامل زیربنایی ارزش‌های سازمانی در نظام آموزشی بکار رفته و آن را پیش‌بینی کنند و لذا می‌توان نتیجه گرفت که ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی، دینی و اخلاقی مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی ارزش‌های سازمانی محسوب می‌گردد.

در ارتباط با مهم‌ترین عوامل اقتصادی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز، نتایج بیانگر این بود که مدیریت زمان، استفاده بهینه از هوش و استعداد معلمان، پرهیز از تحمیل هزینه‌های اضافی به آموزش و پرورش، صرفه جویی و استفاده بهینه از تجهیزات و ملزومات اداری، کاهش هزینه‌های زائد، سودآوری، رضایت مالی معلمان و انجام وظایف بصورت دقیق، کامل و بی‌نقص بدون نظارت مافوق به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اقتصادی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز محسوب می‌شود. در این زمینه یافته‌های بخش کمی با بخش کیفی پژوهش همسو بود و نقش مثبت این گویه‌ها را مورد تأیید و تصدیق قرار داده است.

در ارتباط با عوامل اجتماعی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز نتایج بخش کیفی پژوهش بیانگر این بود که صمیمیت، عشق و علاقه به کار، مثبت‌اندیشی، ایثار و از خودگذشتگی، صداقت، ارتباط راحت و آزادانه، احترام متقابل، ارتباط دوستانه و صمیمی، جو دوستی و همکاری و ارتباط راحت در بین بخش‌های مختلف آموزش و پرورش، پاسخگویی، تقدم منافع جمعی بر منافع فردی، احساس تعهد، عدالت رفتاری، اعتماد متقابل، آینده‌نگری، توجه به حقوق شهروندی، خیرخواهی و رقابت سالم به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اجتماعی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز محسوب می‌شود. در این راستا یافته‌های بخش کمی با بخش کیفی پژوهش همسو بوده و تأثیر عوامل صمیمیت، عشق و علاقه به کار، مثبت‌اندیشی، ایثار و از خودگذشتگی، صداقت، ارتباط راحت و آزادانه را مورد تأیید و تصدیق قرار داده است.

در ارتباط با عوامل دینی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز نتایج بخش کیفی پژوهش بیانگر این بود که اعتقاد به گذرا بودن پست و مقام‌های دنیوی، خدا را حاضر و ناظر بر کار خود دانستن، مقاومت در برابر خواسته‌های نفسانی، دین‌محوری و توجه به ارزش‌های اسلامی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل دینی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز محسوب می‌شود. در این مورد یافته‌های بخش کمی با بخش کیفی پژوهش همسو بوده و تأثیر عوامل دین‌محوری، مقاومت در برابر خواسته‌های نفسانی، اعتقاد به گذرا بودن پست و مقام‌های دنیوی و خدا را حاضر و ناظر بر کار خود دانستن را مورد تأیید و تصدیق قرار داده است.

در ارتباط با عوامل اخلاقی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز نتایج بخش کیفی پژوهش بیانگر این بود که شایستگی در انتصاب و ارتقا، حفظ حریم شخصی، انجام امور به‌صورت منطقی و عقلایی، سلامت اداری؛ تعامل بر اساس استانداردهای اخلاقی و پایبندی به ارزش‌های انسانی و اخلاقی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اخلاقی مؤثر بر ارزش‌های سازمانی مدیران و معلمان آموزش و پرورش استان البرز محسوب می‌شود. در این راستا یافته‌های بخش کمی با بخش کیفی پژوهش همسو بوده و نتایج بخش کیفی پژوهش را مورد تأیید و تصدیق قرار داده است. بطور کلی نتایج حاصل از این پژوهش، بیانگر این است که مؤلفه‌های اجتماعی (۰/۵۵)

و اقتصادی (۳۰٪). نقش مؤثرتری در تبیین ارزش‌های سازمانی نظام آموزشی دارند و نیرومندترین بیانیه ارزشی اگر در زمینه‌ای وارد شود که برای دریافت یا استفاده از آن آمادگی لازم وجود نداشته باشد، نتیجه‌ای به همراه نخواهد داشت. این موضوع حاکی از این است که زمینه نسبت به ارزش و فرایند برتری دارد و می‌تواند آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد؛ بنابراین؛ علاوه بر این، برای اینکه همه افراد توجه لازم را به ارزش‌ها داشته باشند، باید فرآیندها و سیستم‌های سازمانی پشتیبان ارزش‌ها باشند در غیر این صورت ارزش‌ها همان مفاهیم انتزاعی تلقی می‌شوند که با ابعاد سازمانی ارتباطی ندارند. نتایج حاصل از این پژوهش با بخشی نتایج پژوهش‌های نتایج پژوهش‌های (Nairi & et ؛ (Mahmoudi & et al,2016) ؛ (Bahrampour,2007) ؛ (Dehkordi & et al,2012) ؛ (Mehdinejad,2012) ؛ (Arieli & et al,2019) ؛ (Veinhardt, 2016) و (bachkv, 2007) همسو بوده و نتایج این پژوهش‌ها را مورد تأیید و تصدیق قرار داده است.

References

1. Alizadeh, M. (2015). Introducing Excellence-Based Criteria and Values in Governmental Organizations (Case Study of Iranian Governmental Organizations). Quarterly Journal of Disciplinary Management Studies. 10 (1): 109-126. [In Persian]
2. Argabright, K. J. (2012). Assessing organizational values within the Ohio State University Extension system (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
3. Avard, D. (1999). What does it take to be healthy? Families Health, 1(March), 1-2.
4. Baharifar, A. Javaheri Kamel, M. (2010). Investigating the Consequences of Organizational Moral Values by Studying Organizational Justice, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior. Police Human Development, 28 (7): 95-118. [In Persian]
5. Beigi, A. Sardari, A. Ashouri, A. (2013). Relationship between individual and organizational values and organizational commitment of employees of Al-Mahdi Aluminum Company in Hormozgan province. Management Research in Iran, 7 (2). [In Persian]
6. Bourne, H. & Jenkins, M. (2013). Organizational Values: A Dynamic Perspective. Organization Studies, 34(4), 495-514.
7. Buchko, A. A. (2007). The effect of leadership on values-based management. Leadership & Organization Development Journal, 28(1),36-50.
8. Buehe, C. (1968). A curriculum of value. Educational Leadership, 26(1),31-33.
9. Collins, J. C., & Porras, J. I. (1996). Building your company's vision. Harvard business review, 74(5), 65.
10. Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1983). Culture: A new look through old lenses. The journal of applied behavioral science, 19(4), 498-505.
11. Enz, C. A. (1986). Power and Shared Values in the Corporate Culture. Ann Arbor: UMI Research Press.
12. Howell, A., & Kirk-Brown, A. (2005). This goes with that... Which value sets maximize organizational commitment? Paper presented at the 5th annual Hawaii International Conference on Business, Honolulu, HI.
13. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). Exploring corporate strategy: text & cases. Pearson education.
14. Keown, P., Parker, L., & Tiakiwai, S. (2005). Values in the New Zealand curriculum. Unpublished literature review prepared for the New Zealand Ministry of Education. Journal of Business Ethics, 10(1),543-557.
15. Lencioni, P. M. (2002). Make your values mean something. Harvard business review, 80(7),113-117.
16. Malbašić, I., Rey, C., & Potočan, V. (2015). Balanced organizational values: From theory to practice. Journal of Business Ethics, 130(2), 437-446.
17. Martin, J. R. (2002). Writing history: Construing time and value in discourses of the past. Developing advanced literacy in first and second languages: Meaning with power, 87-118.
18. Mayfield, J.; Mayfield, M. & Sharbrough W. (2015). Strategic Vision and Shoes in Top Leader's Communications: Motivating Language at a Higher Level International Journal of Business Communication, 53(1),97-121.

19. Mehdi Nejad, V. (2013). The position of individual and organizational values from the perspective of high school teachers and administrators. *A New Approach to Educational Management*, 3 (11). [In Persian]
20. Mehdi Nejad, V. (2012). Views of High School Administrators and Teachers on Individual and Organizational Values. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 3(11): 153-168. [In Persian]
21. Mobini Dehkordi, A. Rabbani, A. (2012). Strategic management based on value at the organizational level. *Parliament and Strategy*.19 (70): 119-63. [In Persian]
22. Mobini Dehkordi, A., Rabbani, A. (2012). Strategic value management at the organizational level. *Parliament and Strategy*.19 (70): 119-63. [In Persian]
23. Mousavi Davoodi, S. M. Presence, M. J. Carpentry, R. Rastegar, A. A. (2016). Designing and Explaining the Model of Organizational Values Based on the Teachings of Nahj al-Balaghah, *Quarterly Journal of Public Organization Management*, 5 (1). [In Persian]
24. Nairi, S. Golparvar, M. Mehrdad, A. (2019). The role of ethical values and ethical leadership on reducing job stress for employees. *Ethics in Science and Technology*.5 (4-3) .76-67. [In Persian]
25. Oke, A. E., & Aigbavboa, C. O. (2017). *Sustainable value management for construction projects*: Springer.
26. Posner, B., & Schmidt, W. (1993). Value congruence and differences between the inter-play of personal and organizational value systems. *Journal of Business Ethics*, 12(5),341-348.
27. Rajaeipor, S., Lafata, S. (2010). The Relationship between Organizational Culture and the Components of Value-based Management and Providing a Model to Predict Management by Values. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 1(4): 125-148. [In Persian]
28. Rodríguez-Carvajal, R. Moreno-Jiménez, B. De Rivas, S. Bejarano, A. y Sanz-Vergel, A.I. (2010). Positive psychology at work: Mutual gains for individuals and organizations. *Revisited Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 26, 235-253.
29. Sass, T. R. (2008). The Stability of Value-Added Measures of Teacher Quality and Implications for Teacher Compensation Policy. Brief 4. National Center for Analysis of Longitudinal Data in Education Research.
30. Scerenko, L. (1997). Georgia department of education. Values and character education implementation guide. Office of policy and communications. Georgia department of education.
31. Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4 ed.): John Wiley & Sons.
32. Scott, J. E., & Vessey, I. (2002). Managing risks in enterprise systems implementations. *Communications of the ACM*, 45(4),74-81.
33. Thomas, T. P. (2013). The effect of personal values, organizational values, and person-organization fit on ethical behaviors and organizational commitment outcomes among substance abuse counselors: A preliminary investigation.
34. Toor, S. Ofori, G. (2010). Psychological Capital as a Source of Sustainable Competitive Advantage for Organizations. *Journal of Construction Engineering and Management*, 341.
35. Urde, M. (2003). Core value-based corporate brand building. *European Journal of marketing*, 37(7/8): 1017-1040.
36. Vveinhardt, J., Gulbovaite, E., & Streimikiene, D. (2016). Different Values Forms in Organization: is the Congruence Possible? *Montenegrin Journal of Economics*, 12(2), 117.
37. Yarmohammadian, M, H., Shafipour M. Farhad. F. & Maryam, F. (2013). The Relationship between Organizational Justice, Job Satisfaction, Organizational Trust and Organizational Commitment with Self-Assessment of Organizational Excellence in order to provide a predictive model (a case study of Islamic Azad University professors in the four countries). *Journal of New Approach in Educational Management*, 4 (13): 1-18. [In Persian]
38. Zidane, Y. J., Hussein, B. A., Gudmundsson, J. Ø., & Ekambaram, A. (2016). Categorization of organizational factors and their impact on project performance. *Procedia-Social Freeman and Behavioral Sciences*, 226, 162-169.