

سلامی

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
1	چکیده

فصل اول: مقدمه

3	1-1) مقدمه
3	2-1) بیان مسأله
4	3-1) ضرورت پژوهش
5	4-1) اهداف پژوهش
5	5-1) سؤال‌های پژوهش
6	6-1) تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه‌های کلیدی تحقیق

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

10	1-2) مقدمه
10	2-2) مبانی نظری اعتماد سازمانی
13	3-2) اعتماد
14	4-2) اعتماد فردی
15	5-2) اعتماد سازمانی
16	6-2) اعتماد در اسلام
17	7-2) ابعاد اعتماد در اسلام

17 اعتماد به خدا (1-7-2)
18 اعتماد از نظر علامه طباطبایی (ره) و آیت الله جوادی آملی (2-7-2)
19 اعتماد اجتماعی (8-2)
20 اعتماد سازی در سازمان (9-2)
20 اعتماد مبتنی بر بازدارندگی (1-9-2)
20 اعتماد مبتنی بر آگاهی (2-9-2)
21 اعتماد مبتنی بر شناسایی (3-9-2)
22 نظرات و مدل‌های اعتماد سازمانی (10-2)
22 مدل اعتماد از دیدگاه مارتینز (1-10-2)
22 مدل مفهومی روابط سازمانی مبتنی بر اعتماد و شفافیت و ساز و کارهای کنترلی متناسب (2-10-2)
24 نظریه خادمیت (3-10-2)
24 نظریه عاملیت (4-10-2)
25 بخش دوم: پیشایندها و پسایندهای اعتماد سازمانی (11-2)
25 ارتباط توانمند سازی و اعتماد (1-11-2)
25 ارتباط اعتماد و تعهد سازمانی (2-11-2)
25 روابط بین اعتماد فردی، اعتماد سازمانی در حوزه فناوری اطلاعات (3-11-2)
27 نقش اعتماد سازمانی در سرمایه اجتماعی (4-11-2)
30 همکاری (5-11-2)
31 قابلیت پیش‌بینی (6-11-2)
33 بخش سوم: پیشینه پژوهش (12-2)
33 پژوهش‌های داخلی (1-12-2)
37 پژوهش‌های خارجی (2-12-2)
39 جمع بندی و ارائه مدل تحقیق (13-2)

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

43مقدمه (1-3)
43روش تحقیق (2-3)
45مراحل انجام تحقیق (3-3)
47جامعه آماری (4-3)
47بخش کیفی (1-4-3)
47بخش کمی (2-4-3)
48ابزارهای گردآوری اطلاعات (5-3)
49نظریه گراند تئوری (1-5-3)
50روایی یا اعتبار پرسشنامه (6-3)
50پایایی (7-3)
51روشهای آماری تجزیه و تحلیل داده ها (8-3)

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

53مقدمه (1-4)
54آمار توصیفی (2-4)
54اطلاعات جمعیت شناختی (1-2-4)
54بررسی سن پاسخگویان (1-1-2-4)
55بررسی جنسیت پاسخگویان (2-1-2-4)
56بررسی سطح تحصیلات پاسخگویان (3-2-2-4)
57بررسی سابقه کار پاسخگویان (4-2-2-4)
58چگونگی شکل گیری مفاهیم و مقوله ها (3-4)
60مفهوم پردازی اعتماد سازمانی اسلامی (4-4)
60بعد اول: ویژگی های شخصیتی، رفتاری و اخلاقی (1-4-4)

61 (2-4-4) بعد دوم: عوامل اقتضایی و وضعیتی
63 (3-4-4) بعد سوم: عوامل انگیزاننده
64 4-4-4. بعد چهارم: عناصر ساختاری
66 5-4-4. بعد پنجم: مدل شایستگی های کارکنان
67 (6-4-4) چارچوب پدیده اصلی: (اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی)
68 5-4. یافته ها
68 6-4. تجزیه و تحلیل کمی
69 (1-6-4) آمار استنباطی
69 (2-6-4) تجزیه و تحلیل معنی داری زیرمؤلفه های اساسی مدل
71 (3-6-4) متغیر ویژگی های شخصیتی، رفتاری، اخلاقی
72 (4-6-4) رتبه بندی شاخص های متغیر ویژگی های شخصیتی
73 (5-6-4) متغیر شایستگی های کارکنان
75 (6-6-4) رتبه بندی شاخص های متغیر شایستگی های کارکنان
75 (7-4-4) عوامل اقتضایی و وضعیتی
77 (8-4-4) رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی
78 (9-4-4) متغیر عوامل ساختاری
79 (10-4-4) رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل ساختاری
79 (11-4-4) متغیر عوامل انگیزاننده
81 (11-4-4) رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل انگیزاننده
82 (5-4) تحلیل معادلات ساختاری

فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

87 (1-5) مقدمه
87 (2-5) نتیجه گیری

87 عوامل انگیزاننده (1-2-5)
88 عنوان عوامل ساختاری (2-2-5)
88 عوامل و عناصر اقتضایی (3-2-5)
89 شایستگی کارکنان (4-2-5)
90 محدودیت های پژوهش (3-5)
90 پیشنهادات برای پژوهش های آیند (4-5)
90 پیشنهادات اجرایی و کاربردی (5-5)
92 منابع و مآخذ
101 پیوست
107 چکیده انگلیسی

فهرست جدول ها

عنوان

صفحه

- جدول 1-3- توزیع پاسخگویان در بخش کیفی بر حسب مرتبه علمی 47
- جدول 2-3- آزمون پایایی پرسشنامه به تفکیک مؤلفه‌ها 50
- جدول 1-4- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن 54
- جدول 2-4- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت 55
- جدول 3-4- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات 56
- جدول 4-4- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل 57
- جدول 5-4- جدول مفاهیم اثرگذار بر اعتماد سازمانی اسلامی 59
- جدول 6-4- تعریف عوامل شخصیتی، رفتاری اخلاقی مبتنی بر دیدگاه خبرگان 61
- جدول 7-4- تعریف عوامل اقتضایی و وضعیتی مبتنی بر دیدگاه خبرگان 62
- جدول 8-4- تعریف عوامل انگیزاننده مبتنی بر دیدگاه خبرگان 63
- جدول 9-4- تعریف زیرمقوله ای عناصر ساختاری مبتنی بر دیدگاه خبرگان 65
- جدول 10-4- تعریف شایستگی های کارکنان از دیدگاه خبرگان 66
- جدول 11-4- نتایج حاصل از فرآیندهای نهایی نظریه ی برخاسته از داده‌ها (مقوله‌های اصلی) 68
- جدول 12-4- آزمون دوجمله ای برای بررسی نرمال بودن مولفه‌های اثرگذار بر اعتماد سازمانی 69
- جدول 13-4- رتبه بندی شاخص های متغیر ویژگی های شخصیتی 72
- جدول 14-4- نتایج رتبه بندی متغیر ویژگی های شخصیتی 73
- جدول 15-4- رتبه بندی شاخص های متغیر شایستگی های کارکنان 75
- جدول 16-4- نتایج رتبه بندی شاخص های متغیر شایستگی های کارکنان 75
- جدول 17-4- رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی 77
- جدول 18-4- نتایج رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی 77
- جدول 19-4- نتایج رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل ساختاری 79
- جدول 20-4- رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل انگیزاننده 81

جدول 4-21. نتایج رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل انگیزاننده..... 81

جدول 4-22. نتایج اجرای مدل ساختاری میان متغیرهای مدل مفهومی تحقیق..... 82

Sharifiyar.com

فهرست نمودارها

عنوان

صفحه

- نمودار 4-1. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن 54
- نمودار 4-2. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت 55
- نمودار 4-3. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات 56
- نمودار 4-4. نمودار توزیع فراوانی شغل پاسخگویان 57

فهرست شکل‌ها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
23	شکل 1-2 روابط بین اعتماد و شفافیت.....
23	شکل 2-2 مدل مفهومی پژوهش اعتماد و شفافیت.....
27	شکل 3-2. مدل مفهومی ایجاد اعتماد الکترونیک و توسعه تجارت الکترونیک.....
	شکل 4-2. چارچوب مفهومی الزامات موجد اعتماد به مراجعان، فعالیت‌ها و سازمان و نمایش بده‌بستان‌های متقابل.....
36	
40	شکل 5-2. مدل کلی تحقیق.....
46	شکل 3-1. فرایند انجام پژوهش.....
60	شکل 4-1. مدل ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری و اخلاقی.....
61	شکل 4-2. مدل عوامل اقتضایی و وضعیتی.....
63	شکل 4-3. مدل عوامل انگیزاننده.....
64	شکل 4-4. مدل عوامل ساختاری.....
66	شکل 4-5. مدل شایستگی‌های کارکنان.....
67	شکل 4-6. چارچوب پدیده اصلی تحقیق - اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی.....
71	شکل 4-7. متغیرهای شخصیتی، رفتاری و اخلاقی در حالت ظریب معناداری.....
71	شکل 4-8. متغیرهای شخصیتی، رفتاری و اخلاقی در حالت تخمین استاندارد.....
73	شکل 4-9. شکل شایستگی‌های کارکنان در حالت ضرایب معناداری.....
74	شکل 4-10. شکل شایستگی‌های کارکنان در حالت تخمین استاندارد.....
76	شکل 4-11. شکل عوامل اقتضایی و وضعیتی در حالت ضرایب معناداری.....
76	شکل 4-12. شکل عوامل اقتضایی و وضعیتی در حالت تخمین استاندارد.....
78	شکل 4-13. شکل متغیرهای ساختاری در حالت ضرایب معناداری.....
78	شکل 4-14. شکل متغیرهای ساختاری در حالت تخمین استاندارد.....
80	شکل 4-15. شکل متغیرهای انگیزاننده در حالت ضرایب معناداری.....

- شکل 4-16. شکل متغیرهای انگیزاننده در حالت تخمین استاندارد..... 80
- شکل 4-17. مدل کلی تحقیق..... 83
- شکل 4-18. نتیجه مدل سازی معادلات ساختاری..... 84
- شکل 4-19. مدل نهایی تحقیق..... 85

Sharifiyar.com

چکیده

عصر دانش و گذار به جهانی شدن مفاهیم سرمایه اجتماعی را دگرگون کرده است. یکی از اصلی‌ترین و پیچیده‌ترین مفاهیم سرمایه اجتماعی مفهوم اعتماد سازمانی است. این پژوهش بر این باورست که شریعت اسلام بهترین شیوه در مدیریت و خلق اعتماد را ارائه می‌کند، لذا پژوهش حاضر با هدف ارائه الگو اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی انجام شد. اعتماد سازمانی در مقوله اعتماد به دیگران در مفاهیم اسلامی بررسی شد و مدلی متشکل از عوامل انگیزاننده، عوامل ساختاری، عوامل اقتضایی و موقعیتی، عوامل اخلاقی و رفتاری و شایستگی‌های کارکنان مورد توجه قرار گرفت. روش تحقیق مورد استفاده آمیخته به صورت دو مرحله‌ای، در مرحله اول کیفی با استفاده از استراتژی نظریه برخاسته از داده‌ها (گراند تئوری) و مرحله دوم کمی (توصیفی، پیمایشی) بوده است. جهت گیری پژوهش - بنیادی، توصیفی و کاربردی و رویکرد پژوهش در مرحله اول استقرایی و مرحله دوم قیاسی بوده. جامعه آماری در مرحله اول خبرگان و متخصصین می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی برای دستیابی به مدل اولیه و در مرحله دوم اساتید و صاحب‌نظران آموزش عالی شامل اعضای کمیته‌های علمی فعال در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، شامل 176 نفر که به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. ابزار پژوهشی مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخته بوده است. ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی اعتبار پرسشنامه محاسبه گردید، که نشان دهند مناسب بودن ابزار پژوهش است. روایی پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از نظرات خبرگان و همچنین اساتید راهنما و مشاورین مورد تأیید قرار گرفت. روش آماری مورد استفاده در مرحله دوم پس از گردآوری داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از آمار توصیفی و تحلیل عامل تأییدی برای تأیید ابعاد مدل و همچنین در پایان با استفاده از نرم‌افزار لیزرل مدل‌های نهایی مورد آزمون قرار گرفت. یافته‌های این پژوهش ارتباط معنادار پنج عامل انگیزاننده، ساختاری، اقتضایی، اخلاقی و شایستگی کارکنان را تایید کرد.

واژه‌های کلیدی: اعتماد سازمانی، رویکرد اسلامی، تئوری برخاسته از داده‌ها، شایستگی کارکنان، لیزرل

فصل اول

مقدمه

SharifAr.com

1-1) مقدمه

برای استقرار اعتماد به وجود نهادها نیاز است و نهادها به خودی خود قابل دوام نیستند، بلکه به عامل انسجام بخش همکاری داوطلبانه و تکیه‌گاه اعتقاد به مشروعیت نیز نیاز است. نهادها برای تداوم خود به ارزش‌هایی نیاز دارند که مردم به آنها قویا اعتقاد داشته باشند. شایان ذکر است که موفقیت اقتصادی نمی‌تواند جایگزین این دست ارزش‌ها باشد. مفهوم اعتماد مفهومی فراگیر است که در تمامی ابعاد زندگی بشر سایه انداخته است، یکی از انواع اعتماد، اعتماد در سازمان است، ساز و کار خلق و افزایش اعتماد در سازمان، موفقیت اقتصادی و اجتماعی سازمان را تضمین می‌کند، با توجه به رابطه تنگاتنگ بین ارزش‌ها و مفهوم اعتماد، این پژوهش به دنبال ارائه مدلی از اعتماد اجتماعی بر اساس رویکرد اسلامی است. در این فصل به بررسی بیان مسأله، اهمیت پژوهش، سوالات پژوهش، ضرورت پژوهش و اهداف پژوهش پرداخته می‌شود.

1-2) بیان مسأله

در زمان معاصر، که بدگمانی و سوءظن بر روحیه بیشتر مدیران حاکم است، متأسفانه، تعداد کمی از سازمان‌ها می‌توانند به کیفیت مطلوب تیمی، همکاری و اعتماد در فرهنگ‌هایشان ببالند. مدیران برای ساختن و تقویت اعتماد بین دو یا چند بخش، باید بدانند که چگونه افراد اعتماد افراد دیگر، گروه یا سازمان را تجربه و درک می‌کنند و چگونه اعتماد بین افراد یا گروه‌ها در خلال زمان رشد می‌کند. به عبارت دیگر، درک این مطلب ضروری است که چگونه اعتماد از نظر روانی در افراد دیگر تجربه می‌شود پیش از اینکه تأثیرش بر رفتار، انتظارات و نتایج حاصل از اعتماد بین افراد در سازمان، تجزیه و تحلیل شود. مدیریت بر مبنای اعتماد، بیانی نوین از اندیشه‌ای کهن است که جای آن در روابط امروزی به خوبی نمایان و آشکار است و به کارگیری سازوکارهای آن می‌تواند در کسب نتایج مطلوب فردی و سازمانی مؤثر باشد. مدیریت بر مبنای اعتماد تکنیکی

است که انسان‌ها در روابط خود آن را به کار می‌گیرند؛ اما تا کنون بدان به عنوان تکنیک رفتاری که می‌شود آن را آموزش داد و در جایگاه‌های مختلف از آن بهره گرفت، نگریسته نشده است. اعتماد یک موضوع بین رشته‌ای است و از رشته‌هایی مانند روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نشأت می‌گیرد. به ، اعتماد زمینه ساز است برای درک اینکه چگونه مشارکت مؤثر را در درون سازمان‌ها ایجاد کنیم (پناهی، 1388). یعنی اعتماد یک عنصر کلیدی است زیرا مشارکت را می‌آفریند و همان‌طور که می‌دانیم، مشارکت در سازمان‌ها همیشه با اهمیت بوده است. از طرفی اعتماد در مدل اسلامی در حوزه سرمایه‌های اجتماعی تعریف شده است، در رویکرد اسلامی اعتماد، مؤلفه و نتیجه سرمایه اجتماعی است (کوهکن، 1388). در واقع سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته می‌شود و رابطه دو سویه ای با آن دارد. از طرفی اعتماد سرمایه اجتماعی را به وجود آورده و از طرف دیگر اگر در جامعه ای سرمایه اجتماعی به اندازه کافی وجود داشته باشد، اعتماد میان افراد تقویت می‌گردد، اگر اعتماد میان اعضای یک خانواده یا سازمان وجود نداشته باشد، نمی‌توان از سرمایه اجتماعی در این گروه‌ها سخن گفت. اعتماد به عنوان بعد شناختی سرمایه اجتماعی، حلقه واسط میان بعد ارتباطی و ساختاری تلقی می‌گردد، تا به حال مدلی از خلق اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی ارائه نشده است، با توجه به تغییر ناپذیری قوانین اسلامی و فرهنگ اسلامی حاکم بر کشور به نظر می‌رسد، ارائه مدلی از اعتماد سازمانی می‌تواند بخشی از معضلات ناشی از عدم اعتماد در سازمان‌ها و معضلات ناشی از به کارگیری تئوری‌های سازمانی را کاهش دهد.

3-1) ضرورت پژوهش

با توجه به بیانات مقام معظم رهبری، انجام تحقیقات در حوزه علوم انسانی با رویکرد اسلامی اهمیت و ضرورت ویژه ای دارد که در تحقیقات پیشین به آن توجهی نشده است. اعتماد نقش اساسی هم در روابط بین مشتری و شرکت‌های عرضه کننده کالاها و خدمات و هم در روابط فی ما بین کارکنان و نقش آنها در سودآوری شرکت دارد. مؤلفه اعتماد نیز در رویکرد اسلامی دارای اهمیت خاص می‌باشد که در فصل دوم کاملاً به آن اشاره شده است. با توجه به اینکه رویکرد اسلامی به تازگی در رشته‌های علوم انسانی مخصوصاً مدیریت ورود پیدا کرده است و نیاز است که مؤلفه‌های درگیر هم در اعتماد سازمانی و هم در رویکرد اسلامی شناسایی شوند تا روابط ما بین آنها از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی و کاوش قرار گیرد. در این تحقیق سعی بر آن

است که تا سر حد امکان مولفه‌های درگیر در اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی استخراج شود. مواردی که

در ذیل ذکر شده اند به عنوان ضرورت تحقیق برشمرده شده اند:

- ارائه الگوی تلفیقی از تئوری‌های اعتماد سازمانی و رفتار اسلامی
- استخراج دانش از الگوهای اسلامی مدیریت
- استخراج الگوی اعتماد اسلامی با رویکرد اسلامی برای کمک به سازمان‌ها برای ایجاد تعالی سازمانی

1-4) اهداف پژوهش

مهم‌ترین اهداف این پژوهش را می‌توان موارد ذیل دانست:

- شناسایی ابعاد مدل‌های اعتماد سازمانی
- مشخص کردن مولفه‌های اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی
- اهداف مدل اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی
- استخراج مدل مفهومی برای اعتماد سازی با رویکرد اسلامی

1-5) سؤال‌های پژوهش

سؤال‌های اصلی پژوهش به شرح ذیل هستند.

- الگوی اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی چگونه است؟
- مولفه‌های تاثیر گذار در اعتماد سازمانی کدامند؟

6-1) تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه‌های کلیدی تحقیق

1- اعتماد سازمانی

الف) تعریف مفهومی اعتماد سازمانی

از نظر محققان سازمانی، اعتماد سازمانی مقدمه‌ای برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز در سازمان‌ها و گسترش سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود. اعتماد سازمانی، اطمینانی است که مدیران و کارکنان به یکدیگر دارند و یا می‌بایستی داشته باشند. بدون وجود اعتماد، سازمان‌ها هیچ‌گونه شانس برای تحقق اهداف و استراتژی‌های خود ندارند. اعتماد، نوعی ارتباط است که کارکنان بر مبنای آن می‌خواهند ارتباطی مبتنی بر اعتماد با سرپرستان خود داشته باشند. برای تمامی سازمان‌ها، ارتباطات توأم با اعتماد بین کارکنان و مدیریت، امری حیاتی بوده و فقدان آن می‌تواند تأثیری منفی بر بهره‌وری سازمانی داشته باشد. اعتماد، نوعی ارزش اساسی انسانی است که باید در هر سازمانی توسعه داده شود. ایجاد اعتماد برای بخش‌های مکمل، به منظور دستیابی به مزایای بالقوه سازمان، بسیار مهم و حیاتی است. ایجاد این اعتماد برای سازمان‌ها، در واقع نوعی الزام و اجبار است (پوتنم¹، 1995؛ راگر، جیمز و دیوید²، 1995). برای مثال اعتماد سازمانی به عنوان فضایی که افراد در آن احساسات متقابلی از اطمینان، ملایمت و مقبولیت دوطرفه دارند؛ تعریف شده است. اعتماد سازمانی اطمینانی می‌دانند که کارکنان نسبت به مدیریت دارند و میزانی که آن‌ها گفته‌های مدیریت را باور می‌کنند (چاتوت و همکاران، 2010).

ب) تعریف عملیاتی اعتماد سازمانی

مفهوم اعتماد برای سازمان‌ها از بعد نظری و عملی دارای اهمیت است. اعتماد را می‌توان هم از دیدگاه درون سازمانی و هم محیط بیرونی سازمان مورد مطالعه قرار داد. اعتماد به سازمانهای اجرایی نیازمند ایجاد اعتماد میان کارکنان و مدیران بخشهای اجرایی است، بنابراین توجه به ایجاد اعتماد درون سازمانی بسیار مهم است. برای مدیریت بهینه، به ایجاد اعتماد در سازمان به عنوان یکی از مهمترین سرمایه‌های اجتماعی نیاز است و این امر باعث پیوند همدلی میان کارکنان و مدیران بخشهای اجرایی میشود. موضوع اعتماد اهمیت نظری و عملی مهمی برای مطالعه سازمانهای اجرایی دارد. اعتماد به مثابه پدیده ایست تسهیلگر که باعث بهره‌وری بیشتر سازمان‌ها میشود. اعتماد به عملکرد اثربخش منجر می‌شود، زیرا تبادل اطلاعات مرتبط و مناسب بین

¹ Putnam

² Roger, Mayer, James and Davis

کارکنان و سازمانها را تشویق می‌کند. اندیشمندان مدیریت، اعتماد را عامل مهمی در همکاری و تعارض، سبکهای رهبری، مشارکت و بالندگی سازمانی میدانند (بنیس، نانوس¹، 1997). سازمانها برای اجتناب از بروز رفتارهای خودخواهانه و خودمحور، از دوره‌های ارزیابی و حسابرسی شرکتها که مکانیسمی کنترلی است، استفاده کرده‌اند. این راه‌های قانونی گرچه ضعیف هستند، اما به‌عنوان جایگزین‌هایی غیرشخصی برای اعتماد عمل می‌کنند که البته به مشروعیت قانونی و رسمی اعتماد نیز منجر می‌شوند، اما غالباً غیراثربخش هستند. اعتماد را نمی‌توان تقاضا کرد، اما می‌توان به‌صورتی فزاینده آن را ایجاد کرد. ایجاد و حفظ اعتماد، با ترویج فرهنگ مبتنی بر ارزش‌های مشترک و پذیرفته شده بین بخش‌ها، آغاز می‌شود. اعتماد سازمانی، منجر به تقویت کارکنان و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها شده و محیطی فعال برای کار فراهم می‌سازد.

2- توانمند سازی

الف) تعریف مفهومی توانمند سازی

توانمند سازی به معنای طراحی ساختار سازمان است، به نحوی که در آن افراد ضمن کنترل خود؛ آمادگی پذیرش مسئولیتهای بیشتری را نیز داشته باشند. توانمندسازی در کارکنان شرایطی را ایجاد می‌کند که آن زندگی کاری خود را در پرتو آن کنترل می‌کنند و به رشد کافی برای پذیرش مسئولیتهای بیشتر در آینده دست می‌یابند. توانمندسازی به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن مدیر به کارکنان کمک می‌کند تا توانایی لازم برای تصمیم‌گیری مستقل را به دست آورند. این فرایند نه تنها در عملکرد افراد بلکه در شخصیت آنان نیز مؤثر است. مهمترین مفهوم توانمندسازی، تفویض اختیار به پایین‌ترین سطوح سازمان است. فرایند تصمیم‌گیری باید از درجه بالای عدم تمرکز برخوردار باشد و افراد یا گروه‌های کاری نیز باید مسئول یک قسمت کامل از فرایندهای کاری باشند.

ب) تعریف عملیاتی توانمند سازی

توانمندسازی به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن مدیر به کارکنان کمک می‌کند تا توانایی لازم برای تصمیم‌گیری مستقل را به دست آورند. این فرایند نه تنها در عملکرد افراد بلکه در شخصیت آنان نیز مؤثر است. مهمترین مفهوم عملیاتی توانمندسازی، تفویض اختیار به پایینترین سطوح سازمان است. فرایند تصمیم‌گیری

¹ Bennis & Nanus

باید از درجه بالای عدم تمرکز برخوردار باشد و افراد یا گروههای کاری نیز باید مسئول یک قسمت کامل از فرایندهای کاری باشند

3- تعهد سازمانی

الف) تعریف مفهومی تعهد سازمانی

تعهد سازمانی یک نگرش است. یک حالت روانی است که نشان دهنده نوعی تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه اشتغال در یک سازمان می باشد. تمایل یعنی علاقه و خواست قلبی فرد برای ادامه خدمت در سازمان، نیاز یعنی فرد به خاطر سرمایه گذاری هایی که در سازمان کرده ناچار به ادامه خدمت در آن است و الزام عبارت از دین، مسؤولیت و تکلیفی است که فرد در برابر سازمان دارد و خود را ملزم به ماندن در آن می بیند از دیدگاهی دیگر، تعهد سازمانی نوعی احساس وابستگی و تعلق خاطر به سازمان است. بنابراین تعهد سازمانی «یک نگرش درباره وفاداری کارمندان به سازمان است، و یک فرایند مستمری است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه خود را به سازمان و موفقیت و کارایی پیوسته آن نشان می دهند. بدیهی است تعهد سازمانی کارکنان زمانی ارزشمند خواهد گردید که بر روی عملکرد سازمان تاثیر مثبت داشته و موجب ارتقاء بهره وری سازمان گردد.

ب) تعریف عملیاتی تعهد سازمانی

به اعتقاد پورتر و همکاران، معیارهای اندازه گیری تعهد سازمانی شامل انگیزه بالا، قبول سازمان و پذیرش اهداف آن، آمادگی برای تلاش فراوان و علاقه مندی برای حفظ عضویت در سازمان است. تعهد سازمانی به نگرش کلی فرد به سازمان به عنوان یک کل دلالت داشته، در بر گیرنده پذیرش اهداف و ارزشهای سازمان، تمایل به تلاش برای سازمان و قصد ادامه عضویت در سازمان و وفاداری به آن می باشد. اورایی تعهد سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی و چاتمن عاطفی با اهداف و ارزشهای یک سازمان، به خاطر خود سازمان و دوری از ارزشهای ابزاری آن وسیله برای دستیابی به اهداف دیگر تعریف کرده اند. مطالعه بارن و همکارانش نشان داده است که عواملی از قبیل مسؤولیت فردی، تکرارپذیری کار، فرصت برای ارتقای شغلی، وجود فرصتهای شغلی جایگزین، سن، سابقه، جنسیت و رضایت از سرپرست از عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی محسوب میشوند.

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

Sharifiyar.com

2-1) مقدمه

در فصل گذشته به بررسی ضرورت پژوهش، اهمیت مسئله پژوهش و فرایند انجام پژوهش پرداخته شد، در فصل حاضر به بررسی تعاریف و مفاهیم نظری، نظرات و مدل‌های اعتماد سازمانی و مروری کوتاه به پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود.

2-2) مبانی نظری اعتماد سازمانی

مفهوم اعتماد از جمله مفاهیمی است که از سوی صاحب نظران رشته‌های علمی مختلف، مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. در واقع محققان در این رشته‌ها، موضوع مشابهی را از رویکرد‌های مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند، که هر یک بر جنبه‌های خاصی از مفهوم اعتماد تمرکز کرده‌اند که این امر خود منجر به ارائه‌ی تعریفی ناقص از اعتماد شده است (لوپسکی و همکاران، 1998؛ روسو و همکاران، 1998). هوسمر (1995)، معتقد است که اختلاف نظرهای زیادی در مورد تعریف سازمانی اعتماد وجود دارد. وی بیان می‌کند که هر چند اعتماد مفهوم مهمی برای مطالعه می‌باشد ولی موضوعی است که تفسیر و تعبیرهای متفاوتی دارد. (پورتر و همکاران، 1975)، معتقدند که اعتماد شبیه اتمسفر است، بطور گسترده درباره‌ی آن صحبت می‌شود، برای سازمانها حیاتی می‌باشد، ولی هنگامی که زمان تعریف دقیق آن در حوزه سازمان می‌رسد، دچار ابهامات زیادی می‌شود. روانشناسان اجتماعی از طریق تاکید بر عوامل زمینه‌ای که ممکن است باعث افزایش و یا کاهش اعتماد شود، اعتماد را به عنوان انتظار افراد از رفتار دیگران در حین تعاملات اجتماعی تعریف می‌کنند. روانشناسان شخصیت، به اعتماد به عنوان یک اعتقاد و یا انتظار و یا احساسی که ریشه در شخصیت آدمی و یا ظرفیت روانی اولیه فرد دارد، نگاه می‌کنند. اقتصاددانان و

جامعه‌شناسان اعتماد را از منظر سازمانها و مشوق‌هایی که برای کاهش بی‌ثباتی و نگرانی ناشی از تعاملات با بیگانگان (غریبه‌ها) ایجاد می‌شود، بررسی می‌کنند (لویسکی و همکاران، 1998).

کوک و وال (1980)، معتقدند که مفهوم اعتماد در زبان مشترک به معنی میزان تمایل فرد به نسبت دادن نیات خوب به دیگران و داشتن اطمینان به گفتار و کردار آنها می‌باشد. رایسون (1999)، اعتماد را به عنوان «انتظارات، فرضیات و یا عقاید یک فرد در رابطه با احتمال اینکه اعمالی آتی طرف‌های مقابل، مفید، مطلوب و فاقد منافع فردی و فرصت‌طلبی باشد» تعریف می‌کند. (شاکلی، زالباک، 2000)، اعتماد سازمانی را به عنوان «انتظارات مثبتی که افراد، بر پایه نقش‌های سازمانی، مناسبات، تجربیات، وابستگی‌های متقابل از نیات و رفتارهای مختلف اعضای سازمان دارند، تعریف می‌کنند. از دیدگاه آنها اعتماد به عنوان «احساس اطمینان کارکنان به سودمندی و ثبات رفتار و اظهارات سازمان هنگام مواجهه با شرایط ناپایدار و مخاطره‌آمیز» تعریف می‌شود. گریفین، (1997)، اعتماد را به عنوان «اطمینان به رفتار فرد به منظور دستیابی به اهداف سازمان در زمان ناپایدار و در شرایط مخاطره‌آمیز» تعریف می‌کند.

امروزه اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی بطور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی نیز از اعتماد به عنوان عامل بنیادی برای سازمان‌های اثر بخش نام برده می‌شود و متخصصین رهبری و محققان به اهمیت ایجاد اعتماد در بین نیروی کار اذعان دارند. مطالعه ادبیات سازمانی نشان می‌دهد که اعتماد یک عامل حیاتی و ضروری برای موفقیت فردی و سازمانی می‌باشد (ارگیرس 1973؛ کاوی، 1990؛ لیکرت، 1967؛ مک‌گرگور، 1961). بالا بودن اعتماد درون سازمانی ضعف در سایر منابع لازم برای ارتقاء بهره‌وری را تا حدی جبران می‌کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهند که اعتماد اثرات درون فردی و بین فردی ایجاد کرده و روابط درون و برون سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو گفته می‌شود بالا بودن اعتماد سازمانی مساوی با بهبود رضایت شغلی، تعهد سازمانی، فضای اطمینان بین کارکنان افزایش همکاری و همفکری، تقسیم اطلاعات، حل مسئله، تسهیل توانمندسازی، توانایی تغییر، یادگیری و نوآوری سازمانی، کاهش فشار روحی و روانی، کاهش عدم اطمینان نسبت به آینده، حل تعارض‌ها و در نهایت ایجاد چارچوبی برای افزایش بهره‌وری سازمانی می‌شود. پایین بودن اعتماد درون سازمانی، باعث افزایش تعارض، بی‌ثباتی سازمانی، ترک خدمت، کاهش انگیزش، شایعات و اعتصاب‌های لاینحل، مانع تراشی بر سر تحقق اهداف سازمانی و ... را در پی خواهد داشت (هارت و همکاران، 2001؛ درکس و همکاران، 2001؛ فوکس، 1974؛ لاپورت و همکاران، 1996؛ کارسگارد

و همکاران، 2002). شواهد نشان می‌دهد که عملکرد و تعهد کاری و سازمانی نیروی کار در سازمانهای دولتی ایران پایین است. کارکنان وظایف محوله را به خوبی انجام نمی‌دهند، انگیزه و روابط کاری پایینی دارند، رضایت شغلی چندانی ندارند و همواره به فکر ترک سازمان و تغییر شغل می‌باشند. این قرائن دلالت بر پایین بودن میزان تعهد کارکنان در سازمانهای دولتی است که به نظر می‌رسد ناشی از پایین بودن اعتماد آنها به سازمان باشد. سوالی که مطرح می‌شود این است که مدیران چگونه می‌توانند اعتماد درون سازمانی را در سازمانهای خود ارتقاء دهند؟ عوامل متعددی بر اعتماد سازمانی تأثیر می‌گذارد و مطالعاتی در این حوزه نیز صورت گرفته است (گرگیور، 1973؛ لاکا ماتبولو، 2004؛ لویسکی و همکاران، 2000؛ دالی و همکاران، 1998). مطالعات نشان می‌دهد که یکی از متغیرهای مهم در سازمان‌ها شایستگی مدیریتی مدیران است که تأثیر آن بر اعتماد سازمانی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اما شایستگی مدیریتی مدیران موضوع پژوهش بسیاری از پژوهش‌ها در مطالعات سازمانی است. چنین به نظر می‌رسد که اگر کارکنان تصور کنند مدیران شایسته‌ای بر سازمان حاکمند، اعتماد سازمانی آنها تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

در میان دانشمندان علم سازمان، اعتماد ساز و کاری برای کنترل سازمانی است. ادبیات روابط بین سازمان‌ها، دو تعریف عمومی از اعتماد ارائه می‌دهد:

1- اطمینان یا پیش‌بینی پذیری انتظاراتی که فرد در مورد فرد مقابل خود دارد،

2- یا اطمینان از اینکه فرد مقابل خیرخواه شما است (رینگ و وندوون، 1992).

در ادبیات گذشتگان نیز این تعریف از اعتماد وجود دارد: اعتماد فردی به فرد دیگر، وقتی که در رابطه مبادلاتی بین آنها، امکان سوءاستفاده از نقاط ضعف طرف دیگر منتفی است. چنین حالت اعتمادسازی، در شرایطی به وجود می‌آید که شخص قابل اعتماد در روابط مبادلاتی خود: (1) به این ویژگی مشهور باشد که تمامی تلاش خود را برای انجام دادن تعهدات قبلی مبذول میکند (2) تعدیل‌هایی که با تغییر شرایط (برای مثال تغییر شرایط بازاری) در رفتار خود با طرف مقابل ارائه می‌دهد، عادلانه برداشت میشود (3) حتی در شرایطی که امکان سوءاستفاده از طرف مقابل وجود دارد، فرصت طلبی غیراخلاقی نشان نمی‌دهد. بنابراین، تعریف ما از اعتماد بین سازمانی، دارای سه جزء قابلیت اطمینان، رفتار توأم با اخلاق خوش و رفتار منصفانه است. بنابراین، اعتماد بر پایه قرارداد یا تضمین شخص ثالث به وجود نمی‌آید، بلکه سازوکاری غیر قراردادی دارد.

2-3) اعتماد

تعاریف زیادی از اعتماد ارائه شده است، راسویی^۱ در سال 1998 اعتماد را حالت روانی به منظور پذیرش احتمال آسیب‌پذیری بر اساس انتظارات و رفتار مثبت از دیگری تعریف کرده است. بامی و هارسون^۲ در سال 1994 اعتماد را رابطه‌ای دو طرفه تعریف کرده است که در آن هیچ یک از طرف قصد آسیب رساندن به دیگری را ندارد. لاهمان^۳ در سال 2000 اعتماد را راهی برای کاهش پیچیدگی‌های اجتماعی تعریف کرده است. فاکس و یاما^۴ در سال 1995 اعتماد را انتظاری حاصل از جامعه منظم بر اساس هنجارهای مشترک و برخاسته از صداقت در بین اعضای جامعه دانسته است. گریک و میلز^۵ در سال 1996 اعتماد را رفتاری دو بعدی دانسته اند، عملی که معمولاً مفیدتر است و عموماً توانایی انجام عمل در شرایط اعتمادی شامل آرایشی از آرایه‌های تعیین شده اجتماعی است. کمبتا^۶ در سال 1988 بر این باور است که "وقتی ما می‌گوییم به کسی اعتماد داریم به این معناست که احتمال اینکه فرد عملی را انجام دهد که سودمند است و یا اینکه حداقل دست به اقدامی مضر نزند برای ما کافی است تا با او همکاری داشته باشیم". کلمن در سال 1999 اعتماد را درگیری بین تصمیم در مورد پذیرش ریسک انجام عمل بر اساس ارزیابی رفتار با دیگران در آینده است. تایلر و کامیر^۷ در سال 1996 اعتماد را تابعی از ابعاد مجزای اعتماد، شباهت مشخصه^۸، تجارب رفتار متقابل^۹ دانسته است. بوم و هالمز^{۱۰} در سال 1991 در تعریف اعتماد آورده است که اعتماد انتظارات مثبت در مورد انگیزه‌های دیگران در موقعیت‌های خطر آفرین برای فرد است. زائو^{۱۱} در سال 2005 اعتماد یک موقعیت اجتماعی می‌داند که در آن عموماً یک رابطه دو حالتی بین دو موجودیت برقرار می‌شود، یک موجودیت شامل اعتماد، باورها و انتظارات است و دیگر موجودیت و عمل به شیوه سودمند است. هورتیج و دیزارت^{۱۲} در سال 2006 تعریفی را از اعتماد ارائه کردند، که در این پژوهش به عنوان تعریف مبنا از اعتماد در نظر گرفته می‌شود، آنها بر این باور هستند که "اعتماد از چندین معیار فرا سازمانی تشکیل شده است، این معیارها طیفی از عملکردهای احتمالی ممکن هستند که منجر به انعکاس چند رشته‌ای از علاقه‌مندی به اعتماد

¹Rousseau

²Barney and Hansen

³Luhman

⁴Fukuyama

⁵Creed and Miles

⁶Gambetta

⁷Tyler and Kramer

⁸characteristic similarity

⁹experience of reciprocity

¹⁰Boon and Holmes

¹¹Zhou et al.

¹²Hartog and Dietz

و طبیعت چند بعدی است.¹ از تعاریف ارائه شده به نظر می‌رسد که نمی‌توان اعتماد به عنوان مفهومی مجزا از ساختار روابط اجتماعی منفک کرد، اعتماد در تمامی روابط همکاری و آشنایی حضور دارد، لذا ارائه تعریف دقیق و چندبعدی از مفهوم اعتماد کاری دشوار است. پیش از این محققین اعتماد را به دو دسته اعتماد شخصی و اعتماد سازمانی دسته‌بندی کرده‌اند (کوهکن، 1388؛ نادی، 1388، بودلایی و همکاران، 1388).

2-4) اعتماد فردی

در خلق مفهوم اعتماد حداقل دو موجودیت حضور دارند، موجودیتی که اعتماد می‌کند و موجودیتی که به او اعتماد می‌شود، تشکیل شده است. معمولاً در ادبیات اعتماد به آنها اعتماد کننده و اعتماد شونده گفته می‌شود که می‌توانند افراد، سازمان‌ها، شرکت‌ها یا گروه‌ها باشند. اعتماد کننده و اعتماد شونده هر دو انتظار رفتاری حاکی از اعتماد را دارند. واکنش به اعتماد می‌تواند رفتار اعتماد آفرین باشد و یا اینکه شکست اعتماد را در پی داشته باشد. اعتماد کننده معمولاً از نتیجه رفتار اعتمادی خود پیروی می‌کند وقتی اعتمادی تأیید می‌شود، معمولاً منجر به ایجاد حس افتخار، ارزشمندی و پاداش می‌شود، وقتی رفتاری مغایر رفتار مبتنی بر اعتماد ارائه می‌شود، معمولاً منجر به سرخورگی و بازنگری در اعتماد کننده می‌شود. تعامل بین اعتماد کننده و اعتماد شونده رابطه اعتماد نامیده می‌شود، این رابطه ممکن است فقط برای یک موقعیت و یا یک سناریو برقرار شود. اما به دیگر موقعیت‌ها تسری پیدا کند، در واقع تجارب سازمان‌های تجاری نشان‌دهنده تداوم و تکرار روابط در صورت افزایش اعتماد در روابط است. شایان ذکر است که هیچ رابطه مبتنی بر اعتماد بی‌دلیل خاتمه پیدا نمی‌کند، اما معمولاً آسیب می‌بیند. عموماً اعتماد را نقطه مقابل بی‌اعتمادی می‌دانند، در حالیکه به زعم جامعه‌شناسان، اعتماد و بی‌اعتمادی دو مفهوم کاملاً مجزا هستند، بر اساس نظر لوهامان¹ بی‌اعتمادی معادل تابعی از کاهش پیچیدگی‌های اجتماعی تعریف می‌شود. بی‌اعتمادی به میزان انتظار نامطلوب از رفتار حاوی اعتماد به فرد اعتماد کننده به فرد اعتماد شونده بستگی دارد. برخی محققین بر این باور هستند که میزان اعتماد به شرایط اقتصادی جامعه، ریسک ناشی از اعتماد، تجربه پیشین و اختیار در اعتماد بستگی دارد (راگر و مایر²، 2003).

¹Luhman

²Roger and Mayer

2-5) اعتماد سازمانی

از آنچه در مورد اعتماد شخصی عنوان شد، می‌توان به پیچیدگی اعتماد شخصی پی برد، ناگفته پیداست روابط بین سازمانی و اعتماد سازمانی به مراتب پیچیده‌تر از اعتماد شخصی هستند. از نظر محققان سازمانی، اعتماد سازمانی مقدمه‌ای برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز در سازمان‌ها و گسترش سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود. اگرچه در ابتدا به نظر می‌رسد که اعتماد دارای مفهومی واضح و آشکار است، اما اگر در صدد دستیابی به تعریفی دقیق از آن باشیم، درمی‌یابیم که ارائه تعریفی از مفهوم اعتماد، کاری چندان ساده نیست. این پیچیدگی زمانی بیشتر می‌شود که متوجه می‌شویم محققان از مفاهیم دیگری نیز به‌جای اعتماد استفاده کرده‌اند. از نظر «دیوید و جانسون» اعتماد خصیصه‌ای ثابت و بدون تغییر نیست. اعتماد، به‌طور مداوم در حال تغییر است و کسب و ایجاد آن گرچه بسیار دشوار است، اما از دست دادن آن براحتی اتفاق می‌افتد و سازمان‌ها ممکن است اعتمادی را که طی سال‌های متمادی کسب کرده‌اند، یک شبه از دست بدهند و هرگز نتوانند اعتماد از دست‌رفته را مجدداً به‌دست آورند. اعتماد بین کارکنان و مدیران در تمامی زمان‌ها، پایین بوده است. نتایج تحقیقات پیمایشی نشان می‌دهند که 56 درصد از کارکنان سازمان‌های امریکا، فقدان اعتماد بین کارکنان و مدیران را به‌عنوان مهم‌ترین مسئله موجود در سازمان‌های خود معرفی کرده‌اند. کارکنان می‌خواهند که مدیران به آنها اعتماد کنند (پوتنام¹، 1995). کارکنان از مدیران خود انتظار صداقت در پاسخ به سؤالات خویش را دارند. کار کردن در سازمان‌ها اغلب شامل وابستگی متقابل بین افراد با یکدیگر و با مدیران است. افراد، علاوه بر وابستگی به دیگران، برای تحقق اهداف فردی و سازمانی مورد نظرشان می‌بایستی با یکدیگر همکاری کنند. این همکاری همواره با ریسک همراه است. نظریه‌های متعددی برای کاهش این ریسک در تعاملات و ارتباطات سازمانی ارائه شده است. این نظریه‌ها به‌منظور قانونمند و نظام‌مند کردن و همچنین تشویق پذیرش افراد از سوی یکدیگر و اجتناب از بروز نتایج حاصل از شکست اعتماد، ارائه شده‌اند (راگر، مایر، 2003). به این منظور، سازمان‌ها برای اجتناب از بروز رفتارهای خودخواهانه و خودمحور، از دوره‌های ارزیابی و حسابرسی شرکت‌ها که مکانیسمی کنترلی است، استفاده کرده‌اند (استون²، 2001). این راه‌های قانونی گرچه ضعیف هستند، اما به‌عنوان جایگزین‌هایی غیرشخصی برای اعتماد عمل می‌کنند که البته به مشروعیت قانونی و رسمی اعتماد نیز منجر می‌شوند، اما غالباً غیراثربخش هستند. اعتماد را نمی‌توان تقاضا کرد، اما می‌توان به‌صورتی فزاینده آن را

¹ Putnam

² Stone

ایجاد کرد. ایجاد و حفظ اعتماد، با ترویج فرهنگ مبتنی بر ارزش‌های مشترک و پذیرفته شده بین بخش‌ها، آغاز می‌شود. اعتماد سازمانی، منجر به تقویت کارکنان و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها شده و محیطی فعال برای کار فراهم می‌سازد. اعتماد سازمانی، اطمینانی است که مدیران و کارکنان به یکدیگر دارند و یا می‌بایستی داشته باشند. بدون وجود اعتماد، سازمان‌ها هیچ‌گونه شانس برای تحقق اهداف و استراتژی‌های خود ندارند (اسمیت¹، 2005). اعتماد، نوعی ارتباط است که کارکنان بر مبنای آن می‌خواهند ارتباطی مبتنی بر اعتماد با سرپرستان خود داشته باشند. برای تمامی سازمان‌ها، ارتباطات توأم با اعتماد بین کارکنان و مدیریت، امری حیاتی بوده و فقدان آن می‌تواند تأثیری منفی بر بهره‌وری سازمانی داشته باشد. اعتماد، نوعی ارزش اساسی انسانی است که باید در هر سازمانی توسعه داده شود. ایجاد اعتماد برای بخش‌های مکمل، به‌منظور دستیابی به مزایای بالقوه سازمان، بسیار مهم و حیاتی است. ایجاد این اعتماد برای سازمان‌ها، در واقع نوعی الزام و اجبار است (اسکورمن و همکاران²، 2013).

2-6) اعتماد در اسلام

واژه «اسلام» به معنای «تسلیم و تواضع در برابر اراده و خواست خداوند» است. در دین اسلام، خداوند محور زندگی به شمار می‌آید و دوام و بقای انسان و نیز قدرت او در تسلیم محض بودن در برابر خدا نهفته است. مسلمانان معتقدند که خداوند پیام‌ها و دستورات خود را از طریق پیامبرانی به انسان‌ها ابلاغ کرده است. رابطه مستقیم بین خدا با مردم همزمان با ظهور حضرت آدم (ع) آغاز شده و با بعثت پیامبر اکرم، حضرت محمد (ص) پایان یافته است. پیامبر اکرم (ص) در سن چهل سالگی نخستین پیام و کلام الهی را دریافت کرد. این رابطه خداوند و پیامبر در قالب وحی تا رحلت آن حضرت در سن 63 سالگی تداوم یافت و وحی تحت مجموعه‌ای به نام «قرآن» گردآوری شد که به عنوان کلام الله خطاب به همه مردم است. در این دین، قوانین و دستورات عمل‌های خداوند، پیامبر اکرم و اهل بیت گرامی‌اش (ع)، مقدس است. این دستورات، که همه جنبه‌های زندگی فردی، گروهی و اجتماعی انسان را در برمی‌گیرد، رویکردی را به وجود می‌آورد که جامعه اسلامی باید طبق آن عمل کند تا افراد به کمال مطلوب نایل آیند (وزیری، 1391). اعتماد یعنی تکیه کردن بر دیگری، واگذار کردن کار به کسی، سپردن چیزی را به کسی، وثوق و اطمینان. در بررسی منابع اسلامی اصطلاحاتی

¹ Smith

² Schoorman, Roger, Mayer and Davis

همانند اعتماد، ثقه، اطمینان، توکل و مشتقات آنها با تفاوتی در مفهوم اعتماد به کار رفته است. البته واژگان اطمینان، امن و رکون به مفهوم خاصی از اعتماد دلالت دارد. بدین صورت که اطمینان و امن زمانی به کار می رود که تکیه بر فرد یا چیزی همراه با آرامش و سکون قلب باشد در حالی که در موقعیت اعتماد ممکن است تکیه فرد به دیگری با میزانی از عدم اطمینان و خطر پذیری توأم باشد.

2-7) ابعاد اعتماد در اسلام

2-7-1) اعتماد به خدا

اعتماد به خدا یعنی اینکه تنها و تنها به خدا توکل داشتن، یعنی به وسائل، اسباب، مقدمات، پول، قدرت، لشکر و سپاه تکیه نکنیم، تکیه مان فقط به خدا باشد (خدایاری، 1385). مهمترین مساله در اعتماد به خداوند توکل است. توکل از ماده و کاله است و در فرهنگ اسلامی، یعنی انسان خداوند را تکیه گاه مطمئنی برای خویش قرار داده و تمام امورش را به او واگذارد. قرآن مجید آیات فراوانی درباره توکل وجود دارد و ما به منظور توضیح و تبیین معنا و حقیقت توکل، به ذکر چند نمونه بسنده می کنیم. خدای سبحان توکل را لازمه جدا ناشدنی ایمان دانسته است و می فرماید: «و علی الله فلیتوکل المومنون» (خامه، 1380). افراد با ایمان تنها بر خدا توکل می کنند. در جای دیگر می فرماید: «و علی الله فتوکلوا ان کنتم مومنین». معماری (1388)، بر خدا توکل کنید اگر ایمان دارید امام علی (ع) می فرماید: هر کس به خدا توکل کند، دشواری ها برای او آسان می شود و اسباب برایش فراهم می گردد. آملی و عبدالله (2005)، همان طور که انسان معمولاً در کارهای دنیوی برای خود وکیل برمی گزیند و بسیاری از کارهای خود را به او وامی گذارد تا آثار و نتایج درخشان و سودمند تری را در پی داشته باشد شایسته است بنده خدا، نیز در همه امور زندگی، به خداوند تکیه کند و او را وکیل خود قرار دهد، تا خواسته هایش بدون هیچ اضطراب و تشویش خاطر تامین گردد. به دیگر سخن: کسی که در صدد است تا نیازمندیهای خویش را برطرف سازد، سه راه در پیش می گیرد:

الف- به نیروی خویش اعتماد کند.

ب- به دیگران اعتماد کند و به کمک آنان چشم دوزد.

ج- نقطه اتکای خویش را را خداوند قرار دهد و از غیر او چشم بپوشد (خدایاری، 1390).

بدیهی است هرکس به خدا تکیه کند و او را برای خود پناهگاهی امن بر گزیند، خداوند او را کفایت می کند. خداوند متعال در قرآن کریم خطاب به پیامبر اسلام (ص) می فرماید: « قل حسبی الله علیہ یتوکل المتوکلون » بگو خداوند مرا کافی است و اهل توکل تنها بر او اعتماد می کنند (دهقان 1396).

البته ممکن است که در اینجا پرسیده شود آیا توکل به خداوند با اعتماد به نفس که در روانشناسی آن را از ویژگی های ضروری شخصیت سالم می دانند- ناسازگار است؟ پاسخ اینکه، اگر اعتماد به نفس به معنای پیدایش این باور در انسان باشد که هرکاری را می تواند انجام دهد، گرچه با خواست و اراده خداوند مخالف باشد، چنین اعتماد به نفسی با توکل در تناقض است. در قرآن موارد مختلفی از چنین اعتماد به نفس هائی و پایان شوم آنها بیان شده است. برای نمونه، فرعون که در برابر موسی (ع) به مخالفت برخوایسته و دعوت او را نمی پذیرفت، اطمینان داشت که می تواند در برابر موسی (ع) و خدای او مبارزه کند و پیروز شود. اما سرانجام این مبارزه ناشی از اعتماد به نفس، به مرگ فرعون و نابودی او انجامید (دهقان، 1386). اما اگر اعتماد به نفس بدین معنا باشد که انسان در چارچوب نظامی که خداوند بر این دنیا حاکم کرده، با تلاش و کوشش نیازهای خود را تامین کند و موفقیت در این مسیر را منوط به خواست و اراده خداوند و تکیه به او بداند، به هیچ رو با توکل ناسازگاری ندارد.

2-7-2) اعتماد از نظر علامه طباطبایی (ره) و آیت الله جوادی آملی

علامه طباطبایی (ره) این مفسر بزرگ قرآن کریم در تفسیر سترگ خود یعنی المیزان چنین می نویسد: فضیلت آن چیزی است که خدای تعالی آن را فضیلت بداند، پس این که غربی ها می گویند آدمی باید اعتماد به نفس داشته باشد و بعضی از نویسندگان ما نیز دنبال آنان را گرفته اند؛ حرف درستی نیست؛ چون دین خدا چنین چیزی را به عنوان فضیلت نمی شناسد و آنچه را که خدای تعالی در قرآن کریمش فضیلت دانسته، اعتماد به خدا و افتخار به بندگی اوست. قرآن در سوره آل عمران 173 می فرماید: همانها که وقتی مردم به آنها گفتند: لشکر دشمن علیه شما اجتماع کرده اند، از آنها بترسید؛ ایمانشان بیشتر شد و گفتند: خدا ما را بس است و بهترین حامی است. و نیز در آیه 165 بقره فرموده: بقره 165 تمام قدرتها در اختیار خداست. حضرت آیت الله جوادی آملی که مدال شاگردی علامه طباطبایی (ره) را بر سینه دارد ضمن قبول و تایید نظر علامه در مورد اعتماد به نفس به برخی آیات که علامه از آنها نام نبرد اشاره می کند و با استناد بر آنها نظر استاد خود را استحکام بیشتری می بخشد. مهم ترین آیه ای که ایشان به آن استدلال می کنند آیه 162 سوره انعام است: به

مردم بگو که من نماز و تمامی عبادات و زندگیم و جمیع شؤون آن از قبیل اعمال و اوصاف و همچنین مرگم؛ خلاصه هر آنچه که در ظاهر مربوط به من است در واقع همه و همه از آن خداوند متعال است و من صاحب چیزی نیستم.

آیت الله جوادی با استناد به این آیه و مانند آن می فرماید: با این حساب دیگر چیزی برای بنده نمی ماند تا به آن اعتماد یا تکیه کند. (بیانان ایشان در درس تفسیر قرآن کریم) به ناچار اگر تکیه هم هست تکیه و اعتماد به اوست که پروردگار و مدبر انسان و جهانیان است. در فرهنگ دینی بنده خدا چیزی از خود ندارد که به آن اعتماد کند بلکه باید اعتماد و تکیه و توکل او که لازمه تربیت انسان است به کسی باشد که مالک و توانای بر امور است و آن نیست مگر خداوند مالک، قادر و توانا. از این روست که قرآن پی در پی اعتماد و توکل مومنین را تنها بر خدا می داند و از اعتماد به نفس و توکل بر خود هیچ سخنی به میان نمی آورد (شریعت مداری، شریعتی، 1387).

2-8) اعتماد اجتماعی

جامعه عبارت است از مجموعه ای از انسانها که در اثر جبر یک سلسله نیازها و تحت نفوذ یک سلسله عقیده ها و ایده ها و آرمانها در یکدیگر ادغام شده و در یک زندگی مشترک غوطه ورنند (مستقیمی، 1385). به عبارتی انسان " ماهیت اجتماعی " دارد. نیازها، بهره ها و برخورداریها، کارها و فعالیتها ماهیت اجتماعی دارد و جز با تقسیم کارها و تقسیم بهره ها و تقسیم رفع نیازمندها در داخل یک سلسله سنن و نظامات میسر نیست. از طرف دیگر نوعی اندیشه ها، ایده ها، خلق و خوی ها برعموم حکومت می کند که به آنها وحدت و یگانگی می بخشد و برای رفع این نیازها، بهره ها و برخورداریها اعتماد و اطمینان به یکدیگر موجب استحکام جامعه است (واعظی، 1389).

انسانها با یک سلسله استعدادها پا به عرصه وجود می گذارند. عوامل بسیاری در رشد آنها مؤثر است و یکی از آن عوامل، مدیریت های گوناگون آن است. البته جامعه ممکن است هویت فرد را اسیر عوامل جبری و ناخودآگاه سازد؛ بنابراین بر عهده مدیریت های جامعه است تا نگذارند افراد انسانی به موجوداتی از خود بیگانه مبدل شوند (خرم، ساوه، 1390). عوامل مرتبط با اعتماد مثل رعایت امانت، حسن تفاهم، صداقت و وفای به عهد و پیمان موجب تقویت اعتماد به دیگران می شود (تقوی، 1391).

2-9) اعتماد سازی در سازمان

در ارتباطات سازمانی سه نوع اعتماد وجود دارد:

اعتماد مبتنی بر آگاهی¹، اعتماد مبتنی بر بازدارندگی²، اعتماد مبتنی بر شناسایی³ (حسن زاده، 1384).

2-9-1) اعتماد مبتنی بر بازدارندگی

شکندنده‌ترین ارتباطات با اعتماد مبتنی بر بازدارندگی مهار می‌شود. یک تخطی و یا یک ناهماهنگی ممکن است ارتباط را ضایع کند. این شکل از اعتماد مبتنی بر ترس از تلافی جویی است آنگاه که از اعتماد تو استفاده می‌شود. کسانی که ارتباطشان اینگونه است، آنچه می‌گویند عمل می‌کنند؛ زیرا از عواقب به انجام نرسیدن وظایفشان هراس دارند. اعتماد مبتنی بر بازدارندگی تا جایی مؤثر است که امکان مجازات وجود دارد، عواقب کار روشن است و در صورتی که اعتماد مورد تخطی قرار گیرد، مجازات واقعاً اعمال خواهد شد. یک مثال از اعتماد مبتنی بر بازدارندگی ارتباط میان مدیر و کارمند است. انسان معمولاً در مقام یک کارمند به کارفرمای جدید خود اعتماد می‌کند؛ حتی اگر تجربه‌ای که اعتماد خود را به آن متکی می‌کند اندک باشد. پیوند به وجود آورنده این اعتماد اقتدار کارفرما و مجازاتی است که می‌تواند در مقابل انجام ندادن بر کارمند اعمال کند (حسن زاده، 1384).

2-9-2) اعتماد مبتنی بر آگاهی

بیشتر ارتباطات سازمانی ریشه در اعتماد مبتنی بر آگاهی دارد. به عبارت دیگر، اعتماد مبتنی است بر پیش‌بینی پذیری رفتاری که حاصل تجارب تعامل گذشته است. وجود چنین اعتمادی هنگامی است که شخص آگاهی لازم از افراد برای درک کافی و وافی کارکنان داشته باشد تا بتواند رفتار محتمل آنان را به درستی پیش‌بینی کند. اعتماد مبتنی بر آگاهی به جای اتکای به بازدارندگی، متکی به آگاهی است. آگاهی از دیگری و پیش‌بینی پذیری رفتار او جای قراردادهای، مجازات‌ها، و ترتیبات حقوقی را که بیشتر معمول اعتماد مبتنی بر بازدارندگی است می‌گیرد. اینگونه اعتماد، به مرور و بیشتر به عنوان کنش تجربه‌ای که ایجاد اعتماد و با ارزش بودن می‌کند، به وجود می‌آید. هر قدر کسی را بهتر بشناسید، پیش‌بینی صحیح‌تری از رفتار او در آینده خواهید داشت. پیش‌بینی پذیری اعتماد را تقویت می‌کند؛ حتی اگر پیش‌بینی کنید که دیگری قابل اعتماد نیست - زیرا

¹Deterrence-Based

²Knowledge-Based

³Identification-Based

راه‌های سوءاستفاده او از اعتماد را می‌توان پیش‌بینی کرد. هر قدر با افراد دیگر ارتباط بیشتر و تعامل منظم‌تر داشته باشید، این شکل از اعتماد بیشتر ایجاد خواهد شد و بیشتر به آن می‌توان متکی بود. جالب اینجاست که در سطح اعتماد مبتنی بر آگاهی رفتار متناقض لزوماً سبب شکست اعتماد نمی‌شود (حسن زاده، 1384).

2-9-3) اعتماد مبتنی بر شناسایی

زمانی به بالاترین سطح اعتماد می‌رسیم که میان دو طرف یک ارتباط عاطفی وجود داشته باشد. این نوع ارتباط به یکی از طرفین اجازه می‌دهد که به‌عنوان کارگزار طرف دیگر عمل کند و در مرادده‌های بین افراد جانشین آن شخص شود. چنین اعتمادی را اعتماد مبتنی بر شناسایی می‌گوییم. در اینجا وجود اعتماد بدین خاطر است که هر دو طرف از قصد یکدیگر آگاهند و به خواسته‌ها و آرزوهای هم احترام می‌گذارند. این تفاهم دو جانبه تا آنجا پیشرفت می‌کند که هر یک از دو طرف می‌تواند به گونه‌ای اثربخش به جای دیگری عمل کند. در این سطح، کنترل در کمترین حد است. نیازی به مراقبت از دیگری نیست، زیرا وفاداری بدون قید و شرط وجود دارد (مایر و همکاران¹، 1995). بهترین نمونه اعتماد مبتنی بر شناسایی ازدواج طولانی مدت یک زوج خوشبخت است. شوهر به تدریج می‌آموزد که چه چیزهایی برای زنش اهمیت دارد و پیش‌بینی همان اعمال را می‌کند، و زن، به نوبه خود، مطمئن است که آنچه برای شوهرش مهم است را پیش‌بینی می‌کند، بی‌آنکه ناچار باشد پرسد. شخص با شناسایی فزاینده می‌تواند مانند دیگری فکر کند، مانند دیگری احساس کند و مانند دیگری پاسخ دهد. در دنیای کاری امروز، بیشتر شرکت‌های سهامی بزرگ پیوندهای اعتماد متکی به شناسایی را، که ممکن است در کارمندان سابقه‌دار ایجاد کرده باشند، شکسته‌اند. قول و قرارهای وفا نشده، به آنچه روزگاری نامش پیوند وفاداری بدون قید و شرط بود، منجر شده است. احتمال دارد که جای آن نوع اعتماد را اعتماد مبتنی بر آگاهی گرفته باشد (رابینز²، 2003).

¹ Mayer, Davis & Schoorman

² Robbins

2-10) نظرات و مدل‌های اعتماد سازمانی

2-10-1) مدل اعتماد از دیدگاه مارتینز

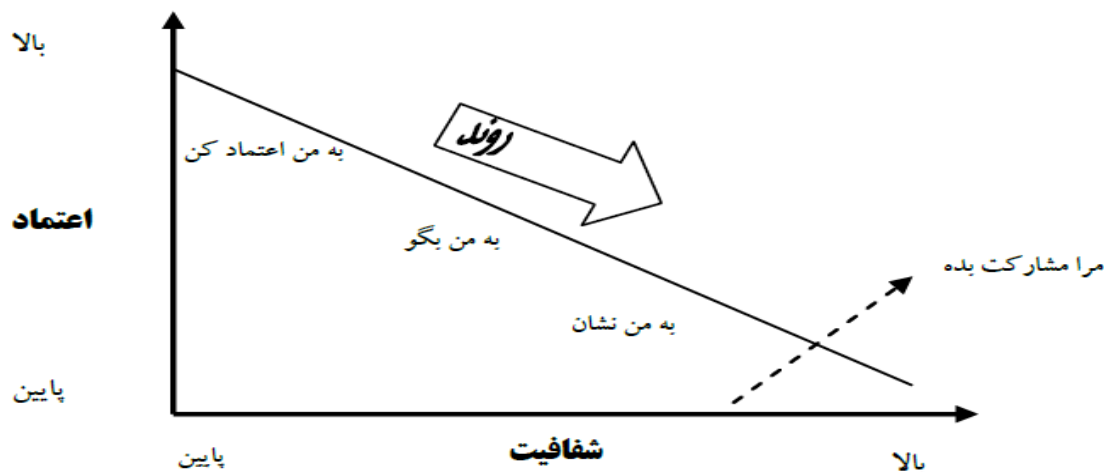
بسیاری از محققان بر جنبه‌ها و ابعاد مختلفی در جهت توسعه تئوری اعتماد تأکید کرده‌اند. مایر و دیگران برای رسیدن به این هدف پیشنهاد می‌کنند که باید به خصوصیات و ویژگی‌های اعتمادکننده و اعتمادشونده توجه شود. آنها یک مدل پیشنهاد کردند؛ همچنین بین عوامل به دست آمده از اعتماد و خود اعتماد و پیامدهای اعتماد تمایز قائل شدند. بنابر نظر شاو، عنصر کلیدی و ضروری در ایجاد اعتماد بالا در سازمان‌ها و تیم‌ها، به دست آوردن نتایج، عملکرد منسجم و توجه به مشارکت است. شاو نکات کلیدی مانند رویه‌های رهبری، طراحی سازمانی و فرهنگ سازمانی را برشمرد. می‌شود هم بر اهمیت شایستگی، گشودگی، توجه و قابلیت اطمینان کرد. بیشتر محققان فقط بر تعدادی از جنبه‌ها یا خصوصیات اعتماد تکیه کرده‌اند. در تحقیقی که مارتینز انجام داد بر اعتماد در یک موقعیت سازمانی با تأکید بر ارتباط کارمندان و کسانی که به طور مستقیم به این کارمندان گزارش می‌دهند تمرکز دارد. در تحقیق مارتینز فقط بر اعتماد بین دو گروه تکیه نشده بلکه ابعادی که بر این روابط اثر می‌گذارند نیز بررسی شده‌اند. با این همه، اعتماد می‌تواند به عنوان فرایندی که در آن اعتمادکننده به اعتماد شونده تکیه دارد، برای انجام دادن یک عمل بنابر انتظارات مشخص، آنهایی برای اعتمادکننده مهم هستند که بدون اینکه به سیاست‌ها و آسیب‌پذیری‌های اعتمادکننده توجه شود، مورد تأیید قرار می‌گیرد (مارتینز، 2002).

2-10-2) مدل مفهومی روابط سازمانی مبتنی بر اعتماد و شفافیت و ساز و کارهای کنترلی متناسب

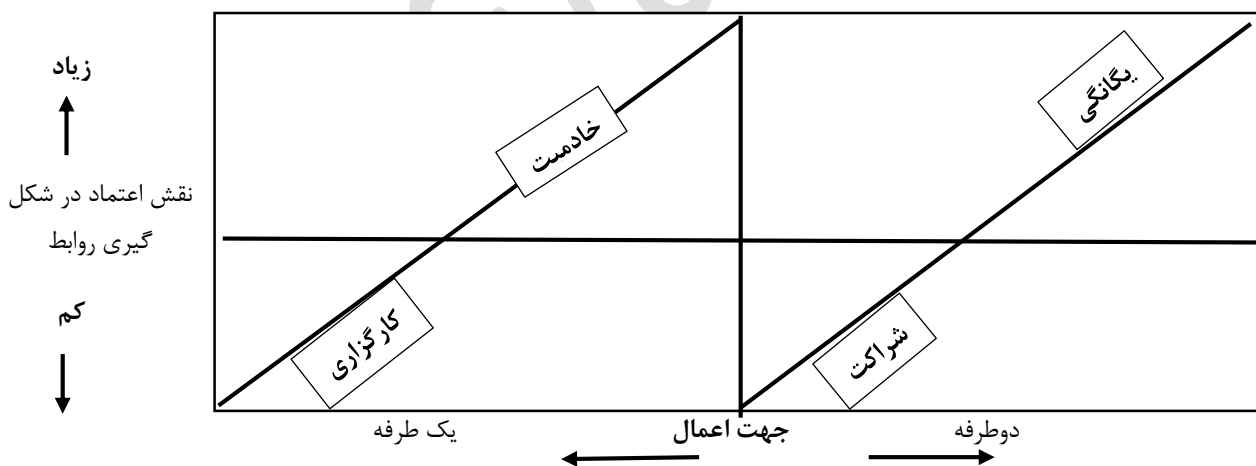
مدل پیشنهادی در مقاله لگزیان (1387)، به منظور تبیین رابطه بین اعتماد، کنترل و شفافیت در قالب دو ماتریس که یکی از آنها به انواع روابط بر حسب میزان اعتماد و جهت اعمال کنترل و دیگری به انواع ساز و کارهای کنترل بر حسب میزان شفافیت و جهت اعمال کنترل می‌پردازند، ارائه می‌شود. رابطه بین این دو ماتریس را مطالب بیان شده در قالب «رابطه بین اعتماد و شفافیت» و همچنین، مدل ارائه شده در گزارش «شرکت شل» شکل 2-1 برقرار می‌سازند.

¹ Martins

بر حسب میزان اعتماد لازم برای شکل‌گیری یک رابطه (نقش اعتماد در شکل‌گیری رابطه) و جهت اعمال کنترل (یک طرفه یا دو طرفه) می‌توان انواع خاصی از روابط را در محیط‌های سازمانی و یا (حتی اجتماعی) از یکدیگر تمایز کرد. این روابط در قالب شکل 2-2 آمده است (لگزیان، 1387).



شکل 2-1 روابط بین اعتماد و شفافیت



همانطور که در شکل 2-2 آمده است، چهار نوع رابطه کارگزاری، خدمت، شراکت (سرمایه‌گذاری مشترک) و یگانگی را می‌توان بر حسب میزان تاثیر اعتماد در شکل‌گیری آن‌ها و جهت اعمال کنترل در این روابط شناسایی کرد (لگزیان، 1387).

2-10-3) نظریه خادمیت

نظریه خادمیت به عنوان یک نظریه به اصطلاح "خوب" مدیریتی، ریشه های خود را از روانشناسی و جامعه شناسی گرفته است و برآن است تا محققین شرایطی را بیازمایند که در آن مدیران و مالکان به عنوان خادمان، انگیزه دارند تا در جهت منافع سازمان به بهترین نحو عمل نمایند (مولرینگ و همکاران¹، 2004). در نظریه خادمیت مدل انسانی بر پایه خادمی است که در دوراهی انتخاب منافع خود و اهداف سازمان، اهداف سازمان و منافع جمع را بر منافع خویش اولی می داند. نظریه خادمیت بر این باور است که خادمان فی نفسه به وسیله سطح علایق و نیازهای بالاتر، یعنی به وسیله پاداشهای درونی مانند فرصت رشد، موفقیت و پیشرفت، و انگیزه ها و پاداش هایی که از نفس کار ناشی می شوند، بیش از پاداش های بیرونی صرف ترغیب می شوند (مولرینگ و همکاران، 2004).

2-10-4) نظریه عاملیت

این نظریه به عنوان یک نظریه به اصطلاح "بد" مدیریتی بر این پیش فرض بنا نهاده شده است که مدیران و مالکان در تعارضی نمادین اسیرند و این به علت ماهیت منفعت طلبی هر دو طرف می باشد. از این رو مدیران در به دست آوردن منافع خود، منافع سازمان و مالکان را نادیده می گیرند و مالکان و سهامداران نیز به دنبال افزایش سود و کاهش هرچه بیشتر هزینه ها و مخارج مدیریتی و سازمانی از طریق به کار گیری سازوکارهای کنترلی و نظارتی هستند. مدل انسانی نظریه عاملیت، انسانی اقتصادی و بازیگری منطقی است که در پی بیشینه سازی منافع فردی خود است. براساس نظریه عاملیت افراد، مدیر عامل بودن را بخاطر اینکه فرصت حداکثر سازی منافع خویش را بدست می آورند، می پذیرند. در حقیقت مالکان، قدرت و سرمایه را به عاملان واگذار می نمایند تا در جهت منافع آنها عمل نموده و گام بردارند، اما این تفویض اختیار به عاملان اجازه می دهد که نسبت به هزینه نمودن سرمایه مالکان، فرصت طلبانه رفتار نمایند. وجود چنین روابط متعارضی در سازمان رفتارها و فعالیت های همکاری و و مبتنی بر تعاون را تخریب می نماید. به عبارتی نظریه عاملیت بر این باور است که منافع تعیین کننده رفتار مالک و مدیر است (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011).

¹ Möllering, Bachmann & Lee

2-11) بخش دوم: پیشایندها و پسایندهای اعتماد سازمانی

2-11-1) ارتباط توانمند سازی و اعتماد

اعتماد سازمانی و توانمندسازی را در یک مجموعه تجدید ساختار شده مورد بررسی قرار دادند. آنها از مدل توانمندسازی محیط کار، برای بررسی آثار اعتماد و توانمندی سازمانی بر دو نوع تعهد سازمانی، یعنی تعهد عاطفی و مستمر استفاده کردند. نتایج نشان داده است که کارکنان توانمند شده، اعتماد بیشتری دارند که آن به میزان بسیاری تعهد عاطفی را ایجاد می کند. اما توانمندسازی، قادر به پیش بینی تعهد مستمر نبود. همچنین در پژوهشی دیگر، ارتباط بین توانمندسازی روانشناختی و ابعاد چهارگانه آن را با اعتماد به مدیران مستقیم بررسی کردند و نتایج پژوهش، ارتباط معنی دار را میان توانمندسازی روانشناختی و اعتماد شناخت محور نشان داد (لاسینگر و همکاران، 2012).

2-11-2) ارتباط اعتماد و تعهد سازمانی

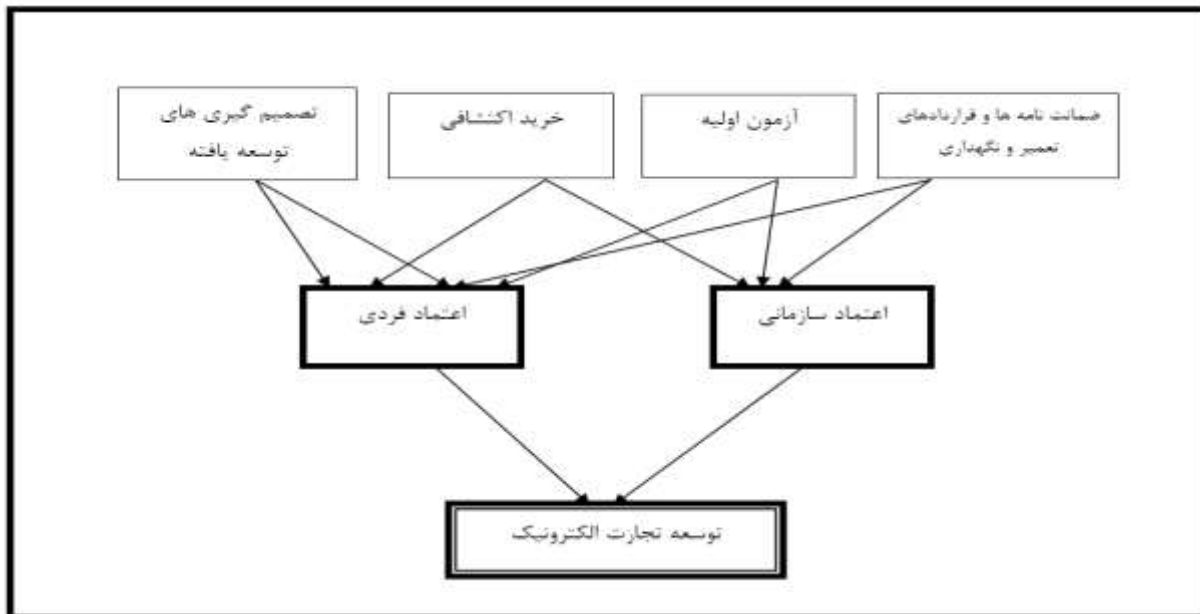
پاسکال و آتوس استدلال کردند که اعتماد، مکمل تعهد سازمانی است و کانتر (1972) متوجه شد که همبستگی مثبتی بین اعتماد و تعهد سازمانی وجود دارد. سطوح افزایش یافته ای از اعتماد سازمانی، به طور مثبت و علی با تعهد سازمانی مرتبط شده است. پژوهش دیگری نیز در زمینه روابط اعتماد سازمانی و بین فردی و تعهد سازمانی انجام شد و نتایج آن نشان داد که اعتماد بین فردی و سازمانی، با تعهد سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. پژوهش های فراوانی نیز در مجموعه های سازمانی انجام شده که در آنها، اعتماد و تعهد به صورت مفاهیم فردی و جداگانه مورد بررسی قرار گرفته اند. پیش از این ارتباط بین اعتماد و تعهد سازمانی به اثبات رسیده است.

2-11-3) روابط بین اعتماد فردی، اعتماد سازمانی در حوزه فناوری اطلاعات

رحیم زاده در سال 1390 بر این باور است که در سال های اخیر استفاده از اینترنت و تجارت الکترونیک به طور فزاینده ای رو به افزایش است و میلیون ها نفر از کاربران اینترنت در سراسر جهان به جستجوی اینترنتی و درگیر شدن در فعالیت های گسترده و بهنگام تجارت الکترونیک می پردازند. اما براساس گزارشات مؤسسات معتبر فعال سیستم های اطلاعاتی و کنترلی، بحث اعتماد به عنوان مبحثی اساسی در مقوله تجارت الکترونیک باقی مانده است. محققان همواره از اعتماد به عنوان عاملی با اهمیت برای خرید به هنگام یاد می کنند. در حالی که بیشتر مطالعات بر سیستم های اطلاعاتی متمرکز شده است، اما بسیاری از مطالعات به سمت اعتماد در تجارت الکترونیک متمایل

گردیده اند (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011). سیستم های مدیریت اعتماد، می توانند در کاهش ریسک تجارت الکترونیک، نقشی اساسی ایفا نمایند و برقراری روابط هر فرد با دیگری از طریق ارتباط الکترونیک در فضای دیجیتال را آسان تر و با ریسک کمتری همراه سازند. از آنجا که افراد در این فضای مجازی، ارتباط رو در رو و مستقیم با یکدیگر و نیز هیچ گونه آگاهی و شناختی از یکدیگر ندارند، وجود سیستمی که به کاربران اجازه دهد ارتباطات امن تر و مطمئن تری به دست آورند، به شدت مورد نیاز است. به طور کلی از اعتماد به عنوان یکی از عواملی که منجر به موفقیت توسعه تجارت الکترونیک می شود، نام برده می شود. همچنین می توان از کیفیت سیستم تجارت الکترونیک و کیفیت رضایت مشتریان و نیز امنیت سیستم و پشتیبانی و خدمات به عنوان عوامل اصلی توسعه سیستم تجارت الکترونیک نام برد (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011). به دلیل اینکه کاربران سیستم های تجارت الکترونیک، اغلب اعضای سازمانی که سیستم را تهیه کرده اند، نیستند در اهداف سیستم تجارت الکترونیک مشارکت نمی کنند. بنابراین به دو عامل اضافی اعتماد و پشتیبانی و خدمات نیاز است. این دو عامل رابطه بین استفاده از سیستم و رضایت مشتری از تجارت الکترونیک را مشخص می کند (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011). پشتیبانی و خدمات، می تواند شامل رضایت و کاربرد باشد که کیفیت رضایت به ویژگی هایی مانند صحت و دقت، به روز کردن، جامعیت، قابلیت درک، خطوط زمانی، قابلیت اتکا و ارتباط اشاره می کند. همچنین در ارتباط با کاربرد تجارت الکترونیک می توان بیان داشت که استفاده از سیستم های تجارت الکترونیک می تواند به خدمات اطلاعاتی، معاملاتی یا مشتری تقسیم شود. استفاده اطلاعاتی، می تواند به استفاده عمومی از اطلاعات عادی که بر روی سایت های تجارت الکترونیک فراهم شده و نیز استفاده اختصاصی برای درخواست های خاص به وسیله مشتریان تقسیم شود. استفاده از تجارت الکترونیک و رضایت می تواند به وسیله بحث امنیت و مسائل شخصی و خصوصی تحت تاثیر بگیرد. نگرانی های واقعی یا درک شده از افشا شدن اطلاعات شخصی و احساس عدم امنیت مشتریان، چالش هایی را برای عملکرد مناسب تجارت الکترونیک فراهم می کند. امنیت به محافظت از اطلاعات یا سیستم ها از اختلال اشاره می کند. فقدان امنیت و نگرانی های همراه با آن، یکی از عواملی است که در بیشتر مطالعات به عنوان عاملی اثر گذار بر رشد و توسعه تجارت معرفی شده است. مسائل خصوصی به توانایی یک فرد برای نگهداری مطمئن هویتش در طول تعامل با سیستم تجارت الکترونیک و محافظت از انواع مختلف داده که جمع آوری شده است، اشاره می کند. با توجه به مطالب بیان شده در ارتباط با مفاهیم اعتماد سازمانی و فردی که پیش نیازهای توسعه تجارت الکترونیک می باشند، مدل مفهومی به صورت ذیل ارائه می گردد که در آن، ابتدا از طریق استراتژی های ایجاد اعتماد که در بخش های پیشین مورد بحث قرار گرفت، در

مشتریان اعتماد سازی می گردد. این ایجاد اعتماد در دو بخش اعتماد سازمانی و اعتماد فردی، اعتمادسازی به عنوان سنگ زیر بنا مطرح می گردد و همانگونه که پیش از این بیان شد، بنا بر نظر بالدوین و همکاران توسعه تجارت الکترونیک است، منجر به توسعه تجارت الکترونیک می گردد (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011).



شکل 2-3. مدل مفهومی ایجاد اعتماد الکترونیک و توسعه تجارت الکترونیک

متأسفانه در پژوهش های داخلی با توجه به گستردگی مفهوم اعتماد سازمانی مدلی جامع از اعتماد سازمانی بر اساس الگوی اسلامی - ایرانی ارائه نشده است، لذا مدل پژوهش از ترکیب مدل های پیشین استخراج خواهد شد (رحیم نیا، امینی، نبی زاده، 2011).

2-11-4 نقش اعتماد سازمانی در سرمایه اجتماعی

گرچه به نظر می آید که اعتماد، دارای مفهومی واضح و آشکار بوده و برای همگان بدیهی به نظر می رسد، اما در واقع چنین نیست. هنگامی که سعی در ارائه تعریفی از این مفهوم داریم، متوجه می شویم که کاری ساده نیست. این پیچیدگی، زمانی بیشتر می شود که متوجه شویم در تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، از مفاهیم دیگری نیز به جای اعتماد سازمانی استفاده شده است. علاوه بر این، در تحقیقات انجام شده، از ابعاد و شاخص هایی یکسان برای سنجش اعتماد، استفاده نشده است. در این مقاله، در کنار ارائه تعاریف متعدد از اعتماد سازمانی، به بررسی تفاوت آنها پرداخته و رویکردهای موجود در زمینه سنجش اعتماد و ابعاد به کار

گرفته شده در تحقیقات نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در پایان مقاله نیز مدلی مفهومی از اعتماد سازمانی، ارائه شده است. «پوتنام» یکی از صاحب‌نظران و پیشروان مباحث سرمایه اجتماعی، این سرمایه را مجموعه‌ای از مفاهیمی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها تعریف کرده است که منجر به ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع می‌شوند و در نهایت، منافع متقابل اعضای آن اجتماع را تأمین می‌کند. براساس این تعریف، اعتماد یکی از ابعاد مهم سرمایه اجتماعی بوده و منبع اصلی جامعه مدنی و زمینه‌ساز تعهد مدنی، تعهد سازمانی و دموکراسی به‌شمار می‌آید (بانگون و لانتو^۱، 2014).

از نظر محققان سازمانی، اعتماد سازمانی مقدمه‌ای برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز در سازمان‌ها و گسترش سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود. اگرچه در ابتدا به‌نظر می‌رسد که اعتماد دارای مفهومی واضح و آشکار است، اما اگر در صدد دستیابی به تعریفی دقیق از آن باشیم، درمی‌یابیم که ارائه تعریفی از مفهوم اعتماد، کاری چندان ساده نیست. این پیچیدگی زمانی بیشتر می‌شود که متوجه می‌شویم محققان از مفاهیم دیگری نیز به‌جای اعتماد استفاده کرده‌اند. از نظر «اسکرومن و همکاران»^۲ (2013) اعتماد خصیصه‌ای ثابت و بدون تغییر نیست. اعتماد، به‌طور مداوم در حال تغییر است و کسب و ایجاد آن گرچه بسیار دشوار است، اما از دست دادن آن براحتی اتفاق می‌افتد و سازمان‌ها ممکن است اعتمادی را که طی سال‌های متمادی کسب کرده‌اند، یک شبه از دست بدهند و هرگز نتوانند اعتماد از دست‌رفته را مجدداً به‌دست آورند. اهمیت و ضرورت ایجاد اعتماد و علل نیاز به آن اعتماد بین کارکنان و مدیران در تمامی زمان‌ها، پایین بوده است. نتایج تحقیقات پیمایشی نشان می‌دهند که 56 درصد از کارکنان سازمان‌های امریکا، فقدان اعتماد بین کارکنان و مدیران را به‌عنوان مهم‌ترین مسئله موجود در سازمان‌های خود معرفی کرده‌اند. کارکنان می‌خواهند که مدیران به آنها اعتماد کنند. کارکنان از مدیران خود انتظار صداقت در پاسخ به سؤالات خویش را دارند (اسمیت، 2005). کار کردن در سازمان‌ها اغلب شامل وابستگی متقابل بین افراد با یکدیگر و با مدیران است. افراد، علاوه بر وابستگی به دیگران، برای تحقق اهداف فردی و سازمانی مورد نظرشان می‌بایستی با یکدیگر همکاری کنند. این همکاری همواره با ریسک همراه است. نظریه‌های متعددی برای کاهش این ریسک در تعاملات و ارتباطات سازمانی ارائه شده است. این نظریه‌ها به منظور قانونمند و نظام‌مند کردن و همچنین تشویق پذیرش افراد از سوی یکدیگر و اجتناب از بروز نتایج حاصل از شکست اعتماد، ارائه شده‌اند. به این منظور، سازمان‌ها برای اجتناب از بروز

¹ Bangun & Lantu

² Schoorman, Roger, Mayer and James

رفتارهای خودخواهانه و خودمحور، از دوره‌های ارزیابی و حسابرسی شرکت‌ها که مکانیسمی کنترل‌کننده است، استفاده کرده‌اند. این راه‌های قانونی گرچه ضعیف هستند، اما به‌عنوان جایگزین‌هایی غیرشخصی برای اعتماد عمل می‌کنند که البته به مشروعیت قانونی و رسمی اعتماد نیز منجر می‌شوند، اما غالباً غیراثربخش هستند. اعتماد را نمی‌توان تقاضا کرد، اما می‌توان به‌صورتی فزاینده آن را ایجاد کرد. ایجاد و حفظ اعتماد، با ترویج فرهنگ مبتنی بر ارزش‌های مشترک و پذیرفته شده بین بخش‌ها، آغاز می‌شود. اعتماد سازمانی، منجر به تقویت کارکنان و افزایش مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها شده و محیطی فعال برای کار فراهم می‌سازد. اعتماد سازمانی، اطمینانی است که مدیران و کارکنان به یکدیگر دارند و یا می‌بایستی داشته باشند. بدون وجود اعتماد، سازمان‌ها هیچ‌گونه شانس برای تحقق اهداف و استراتژی‌های خود ندارند. اعتماد، نوعی ارتباط است که کارکنان بر مبنای آن می‌خواهند ارتباطی مبتنی بر اعتماد با سرپرستان خود داشته باشند. برای تمامی سازمان‌ها، ارتباطات توأم با اعتماد بین کارکنان و مدیریت، امری حیاتی بوده و فقدان آن می‌تواند تأثیری منفی بر بهره‌وری سازمانی داشته باشد. اعتماد، نوعی ارزش اساسی انسانی است که باید در هر سازمانی توسعه داده شود. ایجاد اعتماد برای بخش‌های مکمل، به‌منظور دستیابی به مزایای بالقوه سازمان، بسیار مهم و حیاتی است. ایجاد این اعتماد برای سازمان‌ها، در واقع نوعی الزام و اجبار است. در ارتباطات سازمانی، مبنای اعتماد باید فرای ارتباطات فردی و شخصی گسترش یابد؛ بویژه در ارتباطات راه دور. در این نوع ارتباطات، شرکت‌ها نیاز بیشتری به اعتماد دارند زیرا در غیر این صورت، شانس کمتری برای دستیابی به اهداف و ارزش‌های موردنظرشان خواهند داشت. اعتماد برای شرکت‌ها و رهبران آنها به‌منظور رفتار همکارانه و سودمند در ارتباطات بلندمدت، امری لازم و ضروری به‌نظر می‌رسد. اعتماد بین تیم‌های پروژه در کارهای نوآورانه سازمان‌ها و نیز بین سازمان‌هایی که وارد اتحادی استراتژیک شده‌اند و همچنین بین سازمان‌های شریک در مباحث تحقیق و توسعه، امری حیاتی است (بون، هلمز، 1991). بدون وجود اعتماد در اتحاد استراتژیک، یادگیری که از منافع عمده اتحاد است، ایجاد نمی‌شود. «جکسون و آلورز (2009)» بیان می‌کنند که افزایش در تنوع نیروی انسانی، ایجاد می‌کند که با انسان‌هایی دارای پیش‌زمینه‌ها، گذشته‌ها و فرهنگ‌های متفاوت در برخوردها و ارتباطات سازمانی، مواجه باشیم. این تنوع در نیروی انسانی، زمینه کاهش قابلیت اعتماد برای جلب کمک طرفین در ارتباطات و افزایش رضایت برای کار با یکدیگر را فراهم کرده است. باید توجه داشت که توسعه اعتماد دو

¹ Boon & Holmes

طرفه در سازمان‌ها، مکانیسمی برای افزایش توانایی کارکنان به منظور کار کردن اثربخش با یکدیگر را فراهم می‌کند. گرایش و تمایل سازمان‌ها به تغییرات، یکی از دیگر عوامل اهمیت ایجاد اعتماد در سازمان‌ها محسوب می‌شود. «لاولر، (2008)» بیان می‌کند که تغییرات مستمر در محیط کار، سبک‌های مدیریت مشارکتی و استقرار تیم‌های کاری را ایجاد کرده و ایجاد اعتماد در تیم‌های کاری و مدیریت مشارکتی، ضرورت ایجاد اعتماد در سازمان‌ها را دوچندان ساخته است. ظهور تیم‌های کاری خودگردان و ضرورت اعتماد به آنها، به طوری گسترده اهمیت مفهوم اعتماد را به عنوان مکانیسمی کنترلی و انگیزشی، افزایش داده است. در تیم‌های خودگردان اعتماد، جایگزین کنترل و مشاهده مستقیم سرپرست می‌شود. به رغم اثبات ضرورت افزایش اعتماد در سازمان‌ها، تحقیقات اخیر بیانگر کاهش میزان اعتماد بین کارکنان در سازمان‌ها هستند (ابطحی، 1383). علاوه بر مواردی که درخصوص پرداختن و اهمیت دادن به مفهوم اعتماد عنوان شد عوامل و شرایط دیگری نیز عنوان شده است. به تازگی، پس از بروز رقابت آزاد جهانی و ظهور پدیده‌ای به نام جهانی‌شدن و گسترش بازارهای جهانی، شرکت‌هایی که در این عرصه فعالیت می‌کنند با چالش‌هایی در زمینه کسب و کار مواجه شده‌اند. بیشتر این چالش‌ها در زمینه‌های مالی، کارکنان و مشتریان رخ می‌دهند. سازمان‌ها نیز علاوه بر مسئولیت‌های سازمانی، مسئولیت‌هایی اجتماعی را نیز پذیرفته‌اند که این امر، ضرورت پرداختن به اعتماد سازمانی را به عنوان عاملی حیاتی برای سازمان‌ها تبدیل کرده است. ایجاد اعتماد سازمانی، نقش مستقیم و انکارناپذیری در افزایش اثربخشی سازمانی از طریق موارد ذیل دارد: افزایش رضایت شغلی، افزایش تعهد سازمانی، کاهش جا به جایی و ترک شغل، تسهیل پذیرش و باور اطلاعات ارائه شده توسط رهبر از سوی کارکنان، افزایش تعهد به تصمیمات اخذ شده در سازمان مفاهیم مشابه با اعتماد یکی از مشکلات و تنگناهای موجود، یکسان تلقی کردن اعتماد با دیگر مفاهیم مشابه در تحقیقات است. در تحقیقات و مطالعات انجام شده در زمینه اعتماد، چند مفهوم وجود دارد که با اعتماد معادل و همسان تلقی شده است. این تشابه مفاهیم، انجام تحقیق در زمینه اعتماد را با دشواری بیشتری مواجه کرده است. این مفاهیم، شامل همکاری، اطمینان، قابلیت پیش‌بینی‌پذیری است.

2-11-5) همکاری

یکی از مفاهیمی که شناخت مفهوم اعتماد را با سردرگمی مواجه کرده، مفهوم همکاری است. برای نشان دادن تفاوت اعتماد و همکاری، می‌گویند اعتماد کردن یک فرد به این معناست که «احتمال دارد آن فرد، عملی انجام

دهد که منجر به کاهش مضرات و یا افزایش سودآوری برای ما شود. از این رو ارزیابی روش‌های همکاری با او به اندازه کافی برای ما جالب و مفید فایده است.» گرچه اعتماد می‌تواند منجر به رفتار همکاری‌ناهنام شود، اما الزاماً، ضرورتی برای رخ دادن همکاری‌ها نیست زیرا در همکاری، قرار دادن یک بخش در ریسک ضروری نیست در سازمان‌ها یک کارمند می‌بایستی با دیگر افراد همکاری کند حتی اگر به آنها اعتماد نداشته باشد (کوک، وال¹، 1980).

در هر صورت، دلیل همکاری ممکن است وجود مدیری قوی باشد که انتظاراتی روشن در زمینه همکاری افراد با یکدیگر دارد و در مواردی که عدم همکاری منجر به بروز خساراتی می‌شود، از ملامت و سرزنش کارکنان پرهیز نمی‌کند. کارکنان محوری، ممکن است با آشکار شدن اعتماد، با دیگر کارکنان همکاری کنند، اما اعمال آنها منجر به کاهش ریسک درک‌شده خواهد شد. این‌گونه ابزارها، مانند مکانیسم‌های کنترلی و فقدان راه‌حل‌های جایگزین قابل‌اجرا، ممکن است یک بخش را به همکاری با سایر بخش‌ها هدایت کند، حتی اگر به آنها اعتماد نداشته باشد. «کی و نوکس» بیان می‌کنند که علت این‌که افراد ممکن است به شیوه‌های همکاری‌ناهنام یا رقابتی عمل کنند این است که آنها منعکس‌کننده سطح اعتماد در ارتباطاتشان نیستند. رفتار فرد ممکن است به صورت اعتماد آشکار شود، اما مبنای انگیزه آنها چیز دیگری باشد. اگرچه اعتماد و همکاری در مواردی به صورت جایگزین و همسان مورد استفاده قرار گرفته‌اند، اما این مهم است که بین آنها تمایز قائل شویم. افراد ممکن است با دیگران همکاری داشته باشند در حالی که واقعاً به آنها اعتماد ندارند. اگر مکانیسم‌های کنترل خارجی که اعتمادشونده را به خاطر رفتارهای اشتباه مجازات می‌کند وجود داشته باشد و یا اگر انگیزه‌هایی در اعتمادشونده وجود داشته باشد که رفتارهای او را در مسیری که اعتمادکننده می‌خواهد هدایت کند، در این صورت همکاری بدون اعتماد نیز می‌تواند وجود داشته باشد (کنا²، 2005).

2-11-6) قابلیت پیش‌بینی

وجود ارتباط بین قابلیت پیش‌بینی و اعتماد، کاملاً واضح است. این دو مفهوم ابزارهایی برای کاهش عدم اطمینان به‌شمار می‌آیند، اما در بعضی متون، یکسان در نظر گرفته شده‌اند. مثلاً، «گابارو» براساس تعریفی که از اعتماد می‌کند، در واقع آن را با قابلیت پیش‌بینی یکسان در نظر می‌گیرد. او اعتماد را «محدوده‌ای که فرد، رفتار دیگران را در قالب رفتارهای مطلوب و عملکردهای خوب پیش‌بینی می‌کند» تعریف کرده است. اعتماد برای

1 Cook and wall

2 Kenna

معنی دار شدن، باید فراتر از قابلیت پیش‌بینی حرکت کند. بخش دیگر قابلیت پیش‌بینی، انگیزه و تمایل فرد به ریسک‌پذیری است. قابلیت پیش‌بینی می‌تواند این احتمال را افزایش دهد که فرد در آینده به کسی اعتماد کند. اگر انتظار منفی فردی از یک بخش به صورت برعکس و در جهت مثبت رخ تغییر کند، منجر به افزایش تمایل همکاری آن فرد با آن بخش می‌شود. در هر صورت، دلیلی برای اینکه قابلیت پیش‌بینی، ممکن است به‌عنوان عاملی خارجی (مانند مکانیسم‌های کنترل قدرت) تلقی شود، وجود ندارد. قابلیت پیش‌بینی می‌تواند مهم‌ترین عامل سازمانی تأثیرگذار بر اعتماد باشد.

2-12) بخش سوم: پیشینه پژوهش

2-12-1) پژوهش‌های داخلی

بودلی در پژوهشی با عنوان «یادگیری و اعتماد سازمانی، حلقه‌های میانجی بین توانمندسازی روانشناختی و تعهد سازمانی» در سال 90 معتقد است با توجه به تغییر و تحولات سریع عوامل محیطی، میزان پیچیدگی و افزایش میزان ابهام، استفاده از پارادایم‌های گذشته امری دشوار است لذا وی تلاش کرده است رویکرد جدیدی ارائه کند که در آن با استفاده از مجموعه‌ای مفاهیم به منظور مقابله با این شرایط پیچیده با هم را مورد توجه قرار دهد. وی به دنبال ترکیبی از مفاهیم رفتاری و مدیریتی بوده است. وی برای استخراج مدل مفهومی، نظریه‌ها و مدل‌های مرتبط با موضوعات و پژوهش‌های پیشین، به طور گسترده مورد بررسی قرار داده و مدلی که مفاهیم توانمندسازی روانشناختی (متغیر مستقل)، تعهد سازمانی (متغیر وابسته)، اعتماد سازمانی و یادگیری سازمانی (متغیر میانجی) را شامل می‌شود، طراحی و روابط بین آنها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. پرسش اصلی پژوهش وی این است که تا چه حد اعتماد سازمانی و یادگیری، بر ارتباط توانمندی روانشناختی با تعهد سازمانی تأثیر می‌گذارد. روش پژوهش وی، از نوع توصیفی و از ماتریس کوواریانس برای استخراج همبستگی استفاده کرده است. وی از میان کارشناسان اداره امور کل کارکنان بانک ملت، عده‌ای از افراد با نمونه‌گیری تصادفی ساده (125 نفر) انتخاب کرده و در تحلیل داده‌ها در نرم افزار Lisrel و Spss با استفاده از فنون آماری مانند رگرسیون، تحلیل عاملی تأییدی به منظور تأیید شاخص‌های مناسب و حذف و شاخص‌های ضعیف و تحلیل مسیر برای یافتن مسیر بهینه میان متغیرها انجام شد. در نهایت، شاخص‌های ضعیف حذف (تدوین مدل ساختاری) مسیر بهینه و مطلوب میان متغیرها (تحلیل مسیر) تعیین گردید.

در پژوهش بودلی برای سنجش رابطه میان توانمندسازی روانشناختی و تعهد سازمانی با در نظر گرفتن متغیر میانجی یادگیری سازمانی و اعتماد سازمانی و مدل‌سازی روابط آنها، ابتدا به نظریه‌های موجود در آثار صاحب‌نظران مدیریت و سازمان مراجعه شده است و پس از استخراج شاخص‌های مذکور، برای رواسازی آن با استفاده از روش دلفی، آرای متخصصان دانشگاهی و سازمانی مورد توجه قرار گرفت. سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، شاخص‌های ضعیف حذف شدند و در ادامه، با استفاده از آزمون تحلیل مسیر، روابط میان متغیرها مدل‌سازی شده است. نقدی که بر پژوهش بودلی وارد است که نقش ارزش‌ها را در نهاد جوامع در نظر نگرفته است، لذا مدل ارائه شده قابلیت تعمیم و تفکیک را ندارد.

زارعی متین در سال 1383 پژوهشی با عنوان "اعتماد درون سازمانی و بررسی وضعیت موجود سازمان‌های اجرایی کشور" انجام داده است. وی بر این باور است که در بسیاری از نگرش‌ها، مفاهیمی که در مورد اعتماد سازمانی و بین فردی وجود دارد محققان بر این نکته تأکید دارند که کارکنان باید احساس کنند که مدیرانشان قابل اعتماد هستند. محققان زیادی از رشته‌های متنوع بر روی این مسأله توافق دارند که وجود اعتماد در سازمان دارای مزایای زیادی است. زارعی متین اطلاعاتی را در مورد اعتماد درون سازمانی ارائه می‌کند، پیامدهای مثبت، منفی آن را به همراه سه گام اساسی برای ایجاد اعتماد در سازمان بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که اعتماد یک عنصر اساسی برای مدیریت تغییر اثربخشی و نهایتاً موفقیت سازمان است. پژوهش مورد نظر نیز بدون توجه به ارزش‌های اجتماعی انجام شده است.

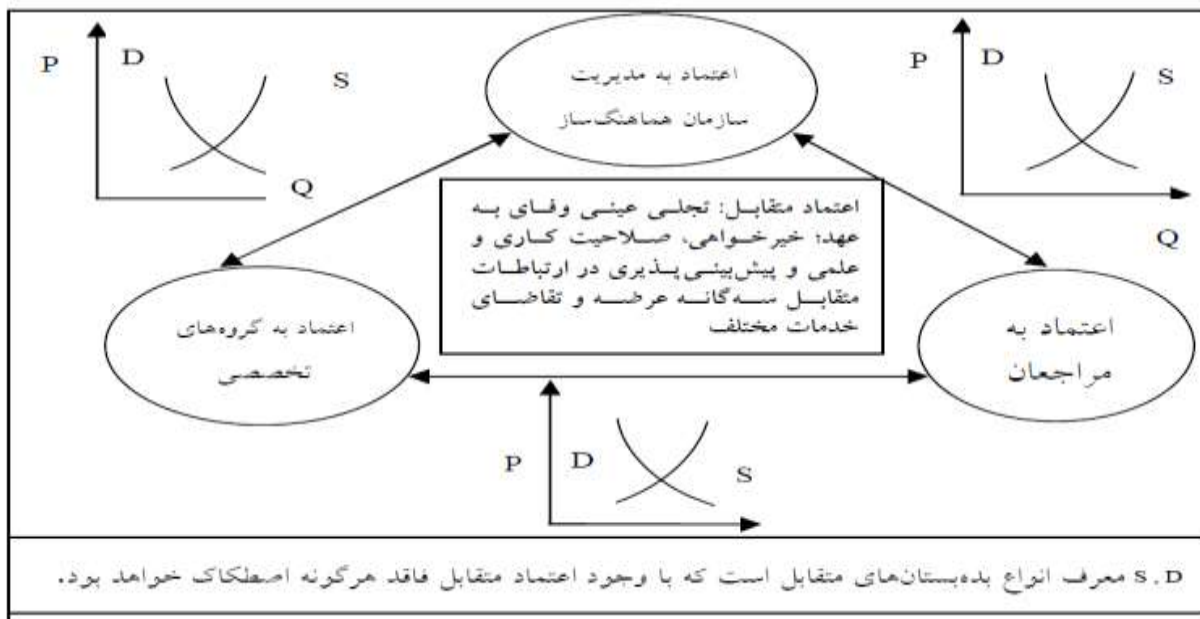
شیرازی در سال 1391 در پژوهشی با عنوان «تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی» انجام داده است وی بر این باور است که در سال‌های اخیر، رفتارهای شهروندی سازمانی به دلیل اثرات قابل توجهی که بر اثربخشی و موفقیت سازمان‌ها داشته‌اند، بسیار مورد توجه قرار گرفته‌اند. هدف وی از این پژوهش که در شرکت گاز استان خراسان شمالی انجام گرفته، بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی است. رفتار شهروندی سازمانی با استفاده از پرسشنامه رفتار شهروندی سازمانی پادساکف و همکارانش و اعتماد سازمانی بوسیله پرسشنامه الونن و همکارانش، سنجیده شد. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین تمام ابعاد متغیر مستقل و وابسته بود. نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که از بین ابعاد مختلف اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی بیشترین سهم را در تبیین تغییرات رفتار شهروندی سازمانی دارد. نهایتاً، آزمون میانگین یک جامعه نشان داد تمام ابعاد اعتماد سازمانی، هم چنین تمام ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در این شرکت از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند. نقدی که بر پژوهش شیرازی می‌توان داشت این است که پژوهش مورد نظر بدون توجه به الگو و رویکردهای ارزشی صرفاً بر اساس پرسشنامه الونن و همکارانش به انجام پژوهش پرداخته است.

یوسفی در سال 1389 پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه میان اعتماد سازمانی کارکنان سازمان پرستاری با میزان رضایت شغلی ایشان در بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال» انجام داده است. وی بر این باور است که بین اعتماد حاکم بر سازمان با اثربخشی، کاهش تعارض و در نهایت رضایت شغلی ارتباط وجود دارد. از آنجا که اعتماد یک عامل حیاتی در تنظیم ساختار بیمارستان‌های آموزشی است این پژوهش به بررسی اعتماد و رضایت شغلی کارکنان پرستاری دانشگاه علوم پزشکی اصفهان پرداخته است. ابزار

گردآوری اطلاعات دو پرسشنامه اعتماد شغلی از ساشکین (1999) با ضریب پایایی 98 درصد و پرسشنامه رضایت شغلی لستر (1984) با ضریب پایایی 80 درصد بود. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و همچنین آزمون‌های t و ضریب همبستگی استفاده شد.

نتایج پژوهش نشان داد که بین میزان رضایت شغلی پرستاران با اعتماد سازمانی رابطه وجود دارد. همچنین میانگین نمرات ابعاد امنیت شغلی، نظارت، حقوق و مزایا به ترتیب بیشترین میانگین را در میزان رضایت شغلی پرستاران در رابطه با ابعاد اعتماد داشته است. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها در خصوص فرضیه‌های اصلی تحقیق نشان داده است که بین اعتماد سازمانی کارکنان پرستاری و رضایت شغلی ایشان رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر هرچه پرستاران به مدیران سازمان اعتماد بیشتری داشته باشند رضایت شغلی آنان بیشتر خواهد بود. پژوهش مذکور نیز تنها به بررسی مدل پرداخته است.

مشهدی در سال 1390 الگویی برای معرفی و سنجش اعتماد متقابل در سازمانها معرفی کرد. این تحقیق کوشیده است با معرفی ضعف‌های پارادایم مدیریت سنتی و معرفی نظریه اعتماد متقابل، ضعفهای اعتماد یک جانبه را کاهش پذیر نشان دهد. بر اساس ارتباطاتی که در سازمان بزرگ شهرداری متصور است، امکان ارتباط سه گانه بین مراجعان و گروه‌های ارائه دهنده خدمات تخصصی و کل سازمان شهرداری را به صورت ارتباطات سه گانه شکل 2-4 نشان میدهد. در این حالت میتوان چنین استدلال کرد: زمانی همه با هم رفتار اعتماد برانگیزی خواهند داشت که هیچ کس رفتاری ناسالم از خود بروز ندهد. اما اگر یکی از این سه قطب، مراجعان و گروه‌های ارائه دهنده خدمات تخصصی و کل سازمان شهرداری، رفتاری ناسالم نشان دهد، ممکن است نتیجه نهایی قابل پیش بینی نباشد. در واقع، علت پیش بینی ناپذیر بودن نتیجه نهایی بیشتر به پدیده‌هایی بر می‌گردد که تضمین کننده نهادی تصحیح چنین رفتارهایی هستند. اگر تضمین نهادی قطعی باشد و رفتارهای خاطیان شناسایی و کنترل و اصلاح آنها تضمین شود، پیش بینی واکنشهای بعدی امکان پذیر خواهد بود.



شکل 2-4. چارچوب مفهومی الزامات موجد اعتماد به مراجعان، فعالیت‌ها و سازمان و نمایش بده‌بستان‌های متقابل

قلی‌پور در سال 88 در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر رهبری خدمتگزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی» معتقد است ضرورت توجه به منافع عمومی در مدیریت دولتی ایجاب می‌کند که مدیران دولتی در فراگردها و رفتارهای روزمره خود، نوعی جهت‌گیری عمومی داشته باشند. ضرورت تاکید بر اعتماد عمومی و اعتماد درون سازمانی که روز به روز در حال کاهش است و همچنین الزام توزیع قدرت و توانمندسازی در کشورهایی که فراگرد دکمرا تیزه شدن را طی می‌کنند، وجود رهبری خدمتگزار را ضروری ساخته و ایده خدمات دولتی نوین دنیاهارت به مثابه مفهومی که در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است، بر ضرورت توجه الگوی رهبری خدمتگزار افزوده است. در این راستا این تحقیق در صدد است تا اثرات الگوی رهبری خدمتگزار را بر اعتماد و توانمندسازی در سازمان‌های دولتی بررسی نموده و رهنمودهایی را برای اثربخشی هر چه بیشتر مدیران دولتی ارائه کند. از این رو رابطه متقابل رهبری خدمتگزار با اعتماد سازمانی و توانمندسازی از طریق تحلیل تحقیق همبستگی مورد بررسی قرار گرفته، نتایج حاصله بر وجود رابطه‌ای قوی میان رهبری خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی دلالت دارند. همچنین یافته‌های تحقیق بیانگر آنند که تفاوت معناداری میان ادراک کارکنان و مدیران از رهبری خدمتگزار وجود دارد، به نظر می‌رسد آراین‌پور نیز توجهی به ارزش‌های درونی اجتماعی نداشته است.

2-12-2) پژوهش‌های خارجی

اتومی در سال 2014 به بررسی پژوهشی با عنوان «تاثیر هوش احساسی و اعتماد به ارتباط آنها با سیاست‌های سازمان و تعهد سازمانی» پرداخته است. وی بر این باور است که رفتار سیاسی بخشی از فعالیت‌های سازمان است که مزایا و معایبی به همراه دارد. رفتار کارکنان سازمان‌های مختلف کشور اندونزی در این پژوهش به عنوان داده‌های اولیه در نظر گرفته شده است. این پژوهش به دنبال آن بوده است که روابط بین ادراک کارکنان سازمان از سیاست‌های سازمانی و تعهد سازمانی را استخراج کند. دیگر فرضیه این پژوهش میزان تاثیر هوش حسی و اعتماد بر روی ادراک از رفتار سیاسی سازمان و تعهد سازمانی بوده است. نتایج حاکی از آنست که درک بالای رفتار سیاسی کارکنان در سازمان منجر به کاهش تعهد کارکنان در سازمان می‌شود اما اعتماد بالای سازمانی منجر به افزایش تعهد کارکنان می‌شود. البته یکی از نتایج جالب پژوهش اتومی این است که اعتماد سازمانی و هوش حسی به عنوان متغیر میانجی در ارتباط با درک از رفتار سیاسی کارکنان و تعهد سازمانی ایفای نقش می‌کند (اتومی، 2014).

برخی از مطالعات، مانند پژوهش‌های ویلیامسون، 1985؛ پارخه، 1993؛ دایر، 1996؛ دایر و چا، 1997؛ اعتماد را در سطح خرد مورد بررسی قرار داده اند. برای نمونه، دایر و چا، (1997) به بررسی رابطه بین اعتماد فروشنده به خریدار و هزینه های معاملاتی (هزینه های جستوجو، مذاکره و تضمین) و مشارکت در توزیع اطلاعات مبادله و سرمایه گذاری در روابط تخصصی پرداخته اند. نتایج ناشی از مقالات آنها نشان می‌دهد، اعتماد موجب کاهش هزینه های معاملاتی می‌شود و مشارکت در تبادل اطلاعات بین فروشندگان و سازندگان اتومبیل را می‌افزاید. به علاوه، نتایج حاکی از آن است که ارزش اقتصادی ای که تولیدکنندگان اتومبیل، که به اعتمادسازی اهمیت می‌دهند، از این رهگذر به دست می‌آورند، ممکن است زیاد باشد. به طور مشخص، سازندگانی که کمترین روابط اعتمادافزا را داشته اند، دوبرابر افرادی که بیشترین اعتمادسازی را تجربه کرده اند، برای تعاملات چهره به چهره خود صرف وقت و هزینه کرده اند. وقتی این مفهوم در چارچوب هزینه های معاملاتی بررسی شده است، سازندگانی که کمترین روابط اعتمادافزا را داشته اند، پنج برابر افرادی که بیشترین روابط اعتمادافزا را داشته اند هزینه های معاملاتی پرداخته اند. ایشان سرانجام استدلال میکنند که جریان اعتمادسازی، سازوکار حکمرانی خوب و منحصر به فردی است؛ زیرا نه تنها هزینه های معاملاتی را به حداقل می‌رساند، بلکه دارای رابطه علی دو طرفه با دیگر رفتارهای متقابل،

مانند مبادله اطلاعات و مساعدت خریداران، است که دارای ارزش اقتصادی است. در واقع، دیگر سازوکارهای حکمرانی خوب، مانند عقد قراردادها و استفاده از وثیقه‌ها، هزینه‌هایی هستند که برای جلوگیری از رفتارهای فرصت طلبانه به کار می‌روند، ولی ارزش آفرینی آنها محدود به کمترکردن هزینه‌های معاملاتی است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که ایجاد اعتماد در روابط بین فروشندگان و تولیدکنندگان اتومبیل می‌تواند دارای ارزش اقتصادی و موجد مزیت رقابتی باشد.

برخی از دیگر مطالعات اثر اعتمادسازی را در سطح کلان بررسی کرده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که گسترش جو اعتماد به دولت موجبات توسعه اقتصادی را فراهم می‌کند. برای نمونه به این مطالعه اشاره کرده‌اند: ناک و زاک (2001)، در مقاله خود با عنوان «اعتمادسازی: سیاست عمومی، اعتماد بین افراد و توسعه اقتصادی»، نتیجه گرفته‌اند که وجود روابط اعتمادساز در بین افراد، به میزان زیادی، بر رشد اقتصادی اثرگذار است و برای توسعه اقتصادی لازم است سطح خاصی از اعتماد بین افراد جامعه برقرار باشد. این محققان برای بررسی توانایی مدیران بخش عمومی در ارتقای سطوح اعتماد، الگویی را معرفی می‌کنند که در آن مجموعه‌ای از سیاست‌های مؤثر بر اعتمادسازی معرفی می‌شوند تا رشد اقتصادی را تأمین‌پذیر نشان دهند. این سیاستها شامل افزایش آزادی‌ها برای تشکیل انواع انجمنها و گروهها؛ فرهنگ سازی برای زندگی مدنی؛ تقویت تضمینهای قراردادی؛ کاهش نابرابری‌های درآمدی و افزایش سطوح تحصیلی است. نتایج حاکی از آن است که فقط متغیرهای آزادی اجتماعی، توزیع عادلانه و گسترش آموزشها بر رشد اقتصادی اثر معناداری داشته‌اند. این مجموعه ابزارها، با حاکمیت قانون، کاهش نابرابریها و تعمیق فهم متقابل، که عناصر تعیین کننده اعتماد به دولت مردان هستند، تحقق بخش رشد اقتصادی بیشترند.

آلتوناز در سال 2013 در پژوهشی با عنوان "تأثیر مدیریت استعداد بر اعتماد سازمانی" بر این باور است که زندگی در عصر پیشرفت‌های تکنولوژیکی به سرعت منجر به تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌شود. طبیعتاً سازمانها در تعامل با محیط برای جذب ورودی‌ها، در طول فرایند تولید و در ارائه محصول به محیط از تغییرات داخلی و خارجی محیط تأثیر می‌پذیرد. در واقع در تعامل بین سازمان و محیط چرخه‌ای وجود دارد. که البته حلقه‌های کوچکتر این چرخه در درون سازمان قرار دارد. چرخه ارتباط با محیط شامل بخش‌های دانش محور، معیارهای خلاق است. وی بر این باور است که امروزه سازمانها باید مهبای پذیرش تغییر، رشد و ارتقا باشند. به همین منظور، آنها به ارائه سوالات دائمی استخراج روشها، محصولات و خدمات نیازمند هستند، در واقع کشف و کاربرد دانشها و روشها نیازمند بهره‌مندی از نیروی انسانی خلاق و مستعد است.

وی در پژوهش خود به بررسی این موضوع پرداخته است که رابطه بین مدیریت استعداد و اعتماد سازمانی بر چه اساسی شکل گرفته است. اهمیت راهبرد در روزگار عرصه اقتصادی و اجتماعی به عنوان کانون تمرکز مدیریت منابع انسانی منجر به حل مسائل پیش روی سازمان‌ها می‌شود. وی در پژوهش خود به ارائه مدلی از تاثیر مدیریت استعدادها بر اعتماد سازمانی پرداخته است.

راناکا در سال 2012 در پژوهش با عنوان "ارزیابی اعتماد سازمانی در کشور رومانی بر اساس فرم 1" بر این باور است که در سال‌های گذشته مفهوم اعتماد به عنوان متغیر مهمی در جامعه و سازمان در نظر گرفته شده است. راناکا در واقع مدل‌های ارائه شده مفهوم اعتماد را به عنوان را بر اساس ارزش‌های حاکم بر کشور رومانی ارائه کرده است، برای اعتباربخشی به پژوهش خود راناکا از پرسشنامه OTI-RO استفاده کرده است. ابوموسی در سال 2012 در پژوهشی به بررسی اعتماد سازمانی در تیم‌های مجازی پرداخته است. در واقع وی در پژوهش خود به بررسی تاثیر تاثیر اعتماد در شکل‌گیری تیم‌های مجازی پرداخته است. وی در بررسی خود به ابعاد مختلف اعتماد سازمانی توجه داشته است. روش مورد استفاده در پژوهش، روشی توصیفی است. مدل مفهومی پژوهش از بررسی پژوهش‌های پیشین استخراج شده است و از روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل نتایج استفاده شده است. در این پژوهش 6 عامل به عنوان ابعاد اعتماد سازمانی مورد توجه قرار گرفته‌اند، این عوامل شامل توانایی، ارتباطات، آموزش، ریسک، کاری که انجام می‌شود و یکپارچگی است. بیداریان در سال 2012 به بررسی ارتباط بین دو مفهوم عدالت سازمانی و اعتماد سازمانی پرداخته است. در واقع در پژوهش حاضر به بررسی سیستماتیک روابط درونی بین مفاهیم اعتماد سازمانی پرداخته شده است. در پژوهش فوق مفاهیم استخراج شده اعتماد سازمانی بررسی و پس از آن با استفاده از نظرات خبرگان و پرسشنامه میزان ارتباط بین مفاهیم را سنجیده‌اند، پس از گردآوری نتایج با استفاده از نرم‌افزارهای آماری به تحلیل نتایج و ارتباط بین مفاهیم پرداخته شده است.

13-2) جمع‌بندی و ارائه مدل تحقیق

همانطور که در مسئله پژوهش عنوان شده است، موضوع پژوهش ارائه مدلی از اعتماد سازمانی بر مبنای الگوی اسلامی است، لذا از ترکیب تعاریف، مدل‌ها و پیشینه پژوهش اعتماد در این پژوهش اعتماد بر اساس تعریف راسو¹ «حالتی روانی پذیرش احتمال آسیب دیدن از دیگری و رفتار بر اساس نیت و انتظارات مثبت» در نظر

1Rousseau

Sharifiyar.com

فصل سوم

روش‌شناسی تحقیق

SharifYar.Com

3-1) مقدمه

در این فصل، روش شناسی تحقیق مورد بحث قرار می‌گیرد و در آن با توجه به اهداف و مبانی نظری تحقیق که در فصل پیشین به آن اشاره شد. روش تحقیق و شیوه‌هایی که در این مطالعه مورد استفاده قرار می‌گیرد، تشریح می‌گردد. مباحثی که در این فصل مورد بررسی قرار می‌گیرند، عبارتند از: روش تحقیق؛ جامعه آماری؛ روش نمونه‌گیری؛ تعیین حجم نمونه‌گیری، ابزار جمع‌آوری اطلاعات؛ اعتبار؛ فرضیات تحقیق؛ روش‌های جمع‌آوری اطلاعات و روش‌های آماری مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها.

تحقیق حاضر به دنبال درک عمیق‌تر ابعاد و مولفه‌های کلیدی و کاربردی اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی می‌باشد. از این رو ابتدا با استفاده از روش تحقیق کیفی و گردآوری داده‌های کیفی مورد نیاز، مدل مفهومی پژوهش شکل می‌گیرد. سپس در بخش دوم تحقیق با استفاده از ابزارها و روش‌های کمی تحقیق، داده‌های مورد نیاز با استفاده از ابزار پرسشنامه گردآوری، و پس از تجزیه و تحلیل با بکارگیری تکنیک‌های آماری متناسب، مدل نهایی تحقیق ارائه می‌گردد.

3-2) روش تحقیق

انتخاب روش تحقیق مناسب به هدف‌ها، ماهیت و موضوع مورد تحقیق و امکانات اجرایی بستگی دارد. تحقیق حاضر با توجه به ماهیت آن از حیث هدف، بنیادی محسوب می‌شود. زیرا در این تحقیق تلاش می‌شود تا با استفاده از رویکرد کیفی و با توجه به داده‌های کیفی گردآوری شده، مدلی بومی سازی شده در رابطه با اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی طراحی و ارائه گردد. سپس با اتکاء به داده‌های کمی گردآوری شده در تحقیق، این مدل ارائه شده به خوبی آزمون شود و برازش یابد. نهایتاً مدل اصلی و نهایی تحقیق یک مدل اکتشافی برای حوزه اعتماد سازمانی خواهد بود.

در این تحقیق برای ارائه مدل اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی از روش تحقیق آمیخته استفاده می‌شود. پژوهش‌های آمیخته، پژوهش‌هایی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند. معمولاً در انتخاب عنوان طرح‌های تحقیقی که با استفاده از روش‌های تحقیق آمیخته انجام می‌شود. از عبارت‌ها یا واژه‌هایی مانند: روش‌های پژوهش ترکیبی^۱، مدل آمیخته^۲، به هم تنیدگی^۳، روش چندگانه^۴، روش‌شناسی آمیخته^۵ استفاده می‌شود. همان‌طور که در این عبارت‌ها آشکار است، در روش‌های تحقیق آمیخته برای بررسی یک مسئله پژوهشی، پژوهشگر با به کار بردن مجموعه روش‌هایی که اساس آن‌ها پارادایم‌های گوناگون است، بررسی موقعیت نامعین را میسر کند و فرآیند آن را تسهیل می‌نماید.

در این تحقیق در بخش کیفی پژوهش و جهت دستیابی به مدل مفهومی اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی، از روش تحقیق نظریه برخاسته از داده‌ها^۶ استفاده می‌شود. روش تحقیق این پژوهش نظریه برخاسته از داده‌ها می‌باشد. نظریه برخاسته از داده‌ها نوعی استراتژی پژوهشی است که در پی تدوین تئوری است و ریشه در داده‌هایی مفهومی دارد که به صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل شده‌اند. این استراتژی با استفاده از رویکرد استقرائی سعی در مفهوم سازی داده‌ها (گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت توام) به گونه‌ای دارد که مدل به طور مستقیم از داده‌ها ظاهر شود. این برخلاف رویکرد قیاسی غالب در پژوهش است که با بررسی ادبیات موضوع چارچوب مفهومی یا تئوری تدوین می‌گردد و سپس داده‌ها با استفاده از ابزارهای پژوهش جمع‌آوری می‌شوند تا در پی تحلیل آنها، چارچوب مفهومی مورد آزمون قرار گیرد (دانائی فرد، 1384).

¹. integrated

². mixed model

³. triangulation

⁴. multi - method

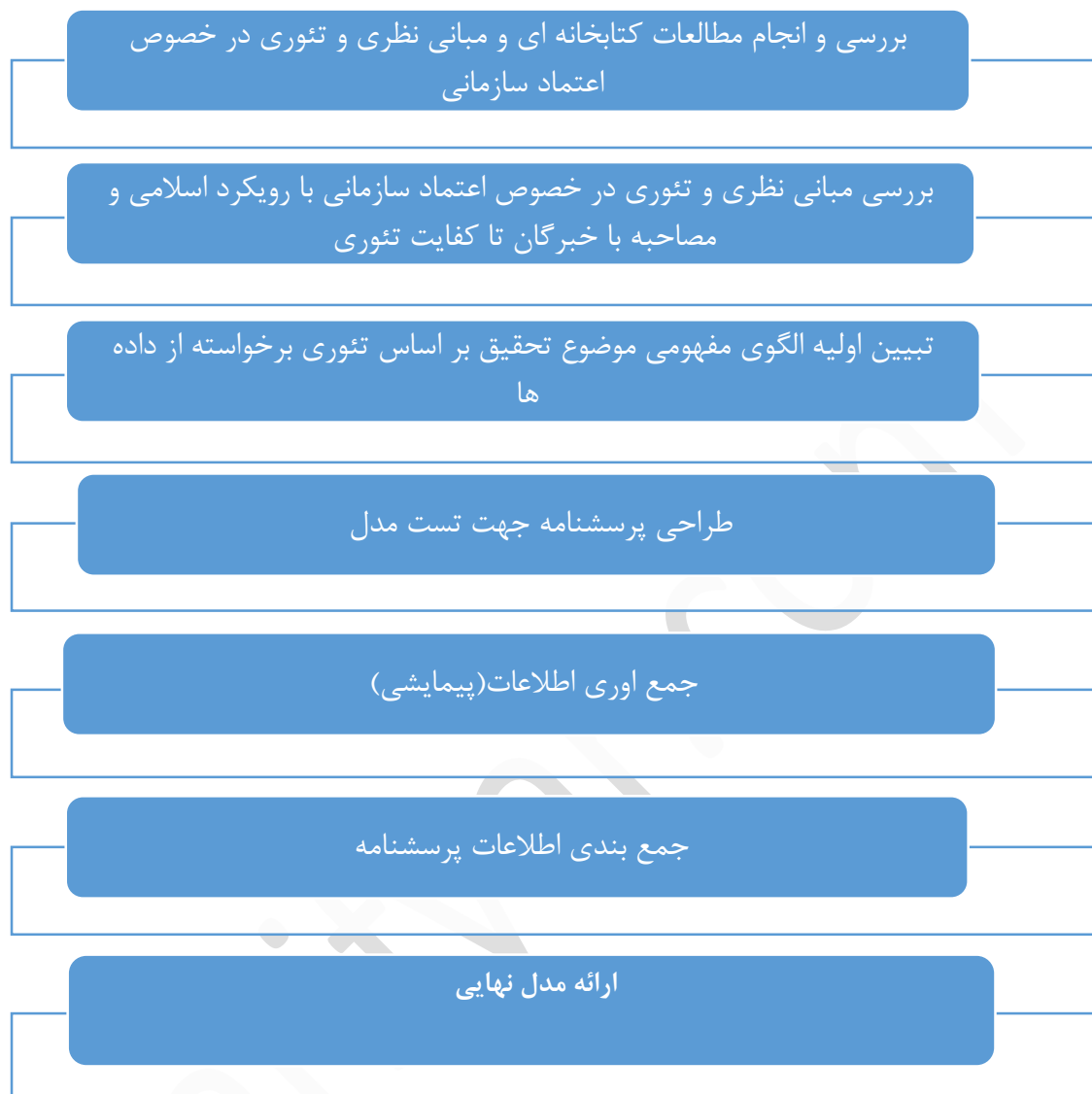
⁵. mixed methodology

⁶ Granted theory

3-3) مراحل انجام تحقیق

مراحل تحقیق حاضر به شرح زیر است:

- مرحله اول: بررسی و انجام مطالعات کتابخانه ای و مبانی نظری و تئوری در خصوص اعتماد سازمانی
- مرحله دوم: بررسی مبانی نظری و تئوری در خصوص اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی و مصاحبه با خبرگان تا کفایت تئوری
- مرحله سوم: پس از کفایت تئوری، تبیین اولیه الگوی مفهومی موضوع تحقیق بر اساس تئوری برخاسته از داده ها
- مرحله چهارم: طراحی پرسشنامه جهت تست مدل
- مرحله پنجم: جمع اوری اطلاعات (پیمایشی)
- مرحله ششم: جمع بندی اطلاعات پرسشنامه
- مرحله هفتم: ارائه الگو یا مدل نهایی



شکل 3-1- فرایند انجام پژوهش

3-4) جامعه آماری

3-4-1) بخش کیفی

جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی و جهت دستیابی به مدل مفهومی اولیه برای مرجعیت علمی در حوزه آموزش عالی در ایران، شامل 15 تن از اساتید برجسته حوزه‌های علمی مختلف در کشور و دانشگاه‌های برتر می‌باشند. جدول زیر تعداد هر یک را به ازای مرتبه علمی آنها نشان می‌دهد.

جدول 3-1- توزیع پاسخگویان در بخش کیفی بر حسب مرتبه علمی

مرتبه علمی	تعداد	درصد
استاد	5	33٪
دانشیار	6	40٪
استادیار	4	27٪

روش نمونه‌گیری برای بخش کیفی تحقیق از نوع گلوله برفی¹ می‌باشد. در این روش نمونه‌گیری تا جایی که مدل به حد ساخت و اشباع برسد ادامه پیدا می‌کند. در انجام این عمل از شیوه‌ای استفاده می‌کنند که مستلزم همزمانی و انتخاب متوالی داده‌ها و تحلیل آن‌هاست. در مرحله آزمون مدل نیز از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است.

3-4-2) بخش کمی

در مرحله طراحی مدل جامعه آماری پژوهش صاحب‌نظران و خبرگان حوزه علمی در نظام آموزش عالی کشور بوده است که بر این اساس با 15 نفر از خبرگان این حوزه مصاحبه شده است و با دستیابی به کفایت نظری (اشباع) مصاحبه‌ها متوقف گردید. اما در مرحله اخذ تائید مدل جامعه آماری تحقیق علاوه بر جامعه آماری طراحی مدل، متخصصین و صاحب‌نظران و اعضای کمیته‌های علمی وزارت علوم اضافه گردید. اعضای این کمیته‌ها که صاحب‌نظران حوزه برنامه‌ریزی در رشته‌های علوم انسانی کشور و عضو هیات علمی اکثر دانشگاه‌های کشور هستند که به دلیل خبرگی در این کمیته‌ها مشغول فعالیت هستند و با توجه به اینکه این ترکیب یک ترکیب جامع و فراگیر از دانشگاه‌های کشور بوده با نظر تیم پژوهش حائز شرایط لازم برای

¹ . Snowball Sampling

مشارکت در بحث کمی پژوهش شناخته شده. بر اساس بررسی صورت گرفته قبولی این افراد 320 نفر بوده است که بر اساس جدول نمونه گیری مورگان جمع نمونه می بایست 175 نفر باشد. با توجه به پراکندگی آنها با مشارکت کارشناسان حوزه دفتر پشتیبانی آموزش عالی تعداد 250 پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت 176 پرسشنامه جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

3-5) ابزارهای گردآوری اطلاعات

مهم‌ترین ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌های مورد نیاز در بخش اول پژوهش در جهت دستیابی به مدل اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی، مصاحبه می باشد. در این مرحله، روش جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه باز و و نیمه ساختار یافته بود. مصاحبه‌ها با هدف آگاهی و اطلاع از نگرش و باور خبرگان در خصوص محور اصلی پژوهش یعنی اعتماد سازمانی برای مؤلفه‌ها اصلی اثرگذار در رویکرد اسلامی انجام شده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، تمامی مصاحبه‌ها توسط محقق هدایت شده است. در این پژوهش محقق تلاش نمود، مصاحبه‌ها را با سؤالات کلی شروع و سپس براساس مطالب بیان شده ارتباط مطالب و مباحث مطرح شده توسط خبرگان را حفظ نماید. ضمن آن که هدف اصلی تحقیق و پرسش‌های مترتب بر آن به عنوان مبنای تحلیل‌ها قرار گرفته است. از آنجایی که در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه از روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شده است، ابتدا متن هر مصاحبه بررسی شده است و با توجه به هر جمله اساسی درون متن، نکات کلیدی در مصاحبه برای مفهوم سازی و همچنین مقوله بندی استخراج گردیده است.

همان گونه تا حد ممکن در روش شناسی پژوهش بیان گردید، تجزیه و تحلیل داده‌ها مطابق با روش اشترلوس، کوربین و گلیزر صورت گرفت و مطابق الگوی زیر در همین فصل جهت دستیابی به مدل مفهومی اولیه اقدام شده است.

- 1) مطالعه سطر به سطر متون مصاحبه و استخراج جملات کلیدی به عنوان عبارت‌های اصلی
- 2) پس از مشخص شدن عبارت اصلی نکات کلیدی برای کدگذاری باز تعیین شد.
- 3) مطابق کدگذاری باز مفاهیم کلیدی استخراج گردید.
- 4) براساس همراستایی مفاهیم کلیدی مقوله‌های اولیه مشخص گردید.

5) مقایسه مقوله‌ها و متمایز کردن مقوله اصلی از مقوله‌های فرعی.

6) مشخص کردن روابط بین مقوله‌ها برای دستیابی به مدل پژوهش

7) پس از استخراج مدل پژوهش و نهایی شدن آن اقدامات لازم انجام مراحل پژوهش کمی و آزمون مدل صورت خواهد پذیرفت.

3-5-1) نظریه گراند تئوری

نظریه برخاسته از داده‌ها نوعی استراتژی پژوهشی است که در پی تدوین تئوری است و ریشه در داده‌هایی مفهومی دارد که به صورت نظامند گردآوری و تحلیل شده‌اند. این استراتژی با استفاده از رویکرد استقرائی سعی در مفهوم سازی داده‌ها (گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت توام) به گونه‌ای دارد که مدل به طور مستقیم از داده‌ها ظاهر شود. این برخلاف رویکرد قیاسی غالب در پژوهش است که با بررسی ادبیات موضوع چارچوب مفهومی یا تئوری تدوین می‌گردد و سپس داده‌ها با استفاده از ابزارهای پژوهش جمع‌آوری می‌شوند تا در پی تحلیل آنها، چارچوب مفهومی مورد آزمون قرار گیرد (دانائی فرد، 1384).

نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها روش‌شناسی نسبتاً جدیدی است که نخستین بار در سال 1967 توسط گلاسر و اشتراوس در کتاب کشف نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها¹ ارائه شد. اشتراوس و کوربین (1998) راهبرد نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها را چنین تعریف می‌کنند (به نقل از ایگان² 2002).

پژوهشگران نظریه برخاسته از داده‌ها به طور نظری به نمونه‌گیری می‌پردازد. در انجام این عمل از شیوه‌ای استفاده می‌کنند که مستلزم همزمانی و انتخاب متوالی داده‌ها و تحلیل آن‌هاست. منظور از نمونه‌گیری نظری در روش نظریه برخاسته از داده‌ها آن است که پژوهشگر اشکالی از گردآوری داده‌ها را برمی‌گزیند که متن و تصویرهای قابل استفاده را در تدوین نظریه فراهم آورند. این امر بدان معنی است که نمونه‌گیری عمدی بوده (نه احتمالی) و تمرکزش بر تدوین نظریه‌ای است.

¹ The discovery of grounded theory

² Egan

3-6) روایی یا اعتبار پرسشنامه

برای تعیین روایی پرسشنامه نیز از نظرسنجی خبرگان استفاده شد. بدین معنا که پس از دستیابی به مدل مفهومی اولیه برای اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی، پرسشنامه تحقیق استخراج گردید. سپس طی جلساتی با تعدادی از صاحب‌نظران و خبرگان حوزه مطالعاتی مربوطه، روایی پرسشنامه تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. اعتبار محتوای یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. اعتبار محتوای این پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور و نیز 5 تن از خبرگان حوزه مرجعیت علمی که مورد مصاحبه قرار گرفته بودند، مورد تأیید قرار گرفته است. از این رو ابزار گردآوری داده‌های تحقیق از روایی لازم برخوردار می‌باشد.

3-7) پایایی

به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد (پایایی)، با استفاده از روش آلفای کرونباخ یک نمونه اولیه شامل 30 پرسشنامه پیش‌آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد. جدول زیر آلفای کرونباخ هر یک از گویه‌ها پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جدول 3-2. آزمون پایایی پرسشنامه به تفکیک مؤلفه‌ها

آلفای کرونباخ	متغیر و مؤلفه
0/78	عوامل اقتضایی و موقعیتی
0/76	عوامل انگیزاننده
0/81	عوامل ساختاری
0/74	عوامل شایستگی‌های کارکنان
0/79	عوامل شخصیتی و رفتاری

3-8) روشهای آماری تجزیه و تحلیل داده ها¹

در مرحله تدوین و طراحی مدل اولیه، مطابق نظریه برخاسته از داده ها تحلیل کیفی، گروه کانونی و انجام مصاحبه صورت پذیرفت و در مرحله آزمون مدل نیز از روش های کمی مانند مدل معادلات ساختاری، تحلیل عاملی تأییدی آزمون دوجمله ای استفاده شده است که به صورت تفصیلی در فصل 4 به آن اشاره گردیده است.

¹ - Data analysis method

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل داده ها

SharifYar.Com

4-1) مقدمه

در فصل دوم پژوهش به ارائه مدل برای اعتماد سازمانی بر مبنای الگوی اسلامی پرداخته شد. در فصل سوم پژوهش پرسشنامه طراحی شد، پس از بررسی روایی و پایایی پرسشنامه، پرسشنامه در اختیار متخصصان قرار گرفت، این فصل به بررسی نتایج پژوهش می‌پردازد.

2-4) آمار توصیفی

1-2-4) اطلاعات جمعیت شناختی

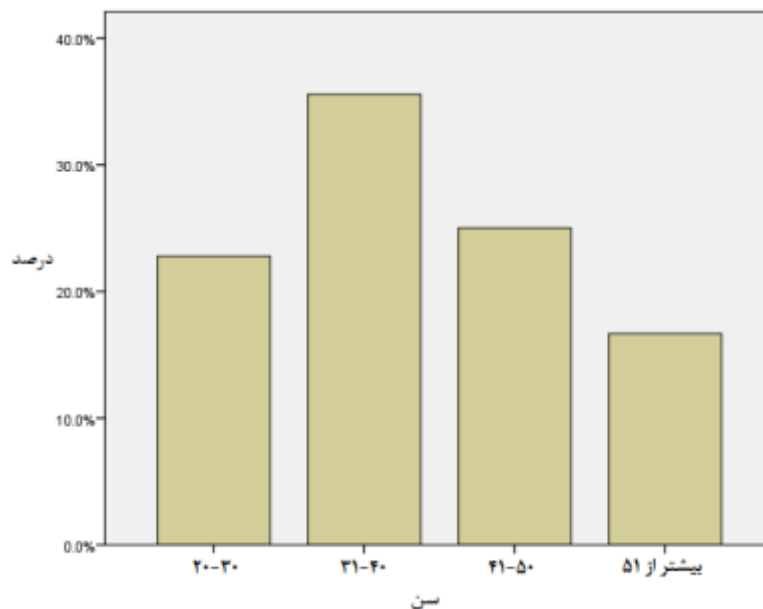
ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه، از لحاظ جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و درآمد از محصولات این دو شرکت، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

1-1-2-4) بررسی سن پاسخگویان

جدول 1-4. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

سن	فراوانی	درصد
31-40 سال	60	34.1
41-50 سال	45	25.6
51 سال	41	23.3
51 و بیشتر	30	17.1
مجموع	176	100

همانطور که جدول 1-4 نشان می‌دهد 34.1 درصد پاسخگویان سن بین 31 الی 40 سال داشته‌اند و بیشترین فراوانی نیز به همین پاسخگویان اختصاص دارد و 17.1 درصد پاسخگویان بیشتر از 51 سال سن داشته‌اند، که کمترین فراوانی نیز به همین پاسخگویان اختصاص دارد.



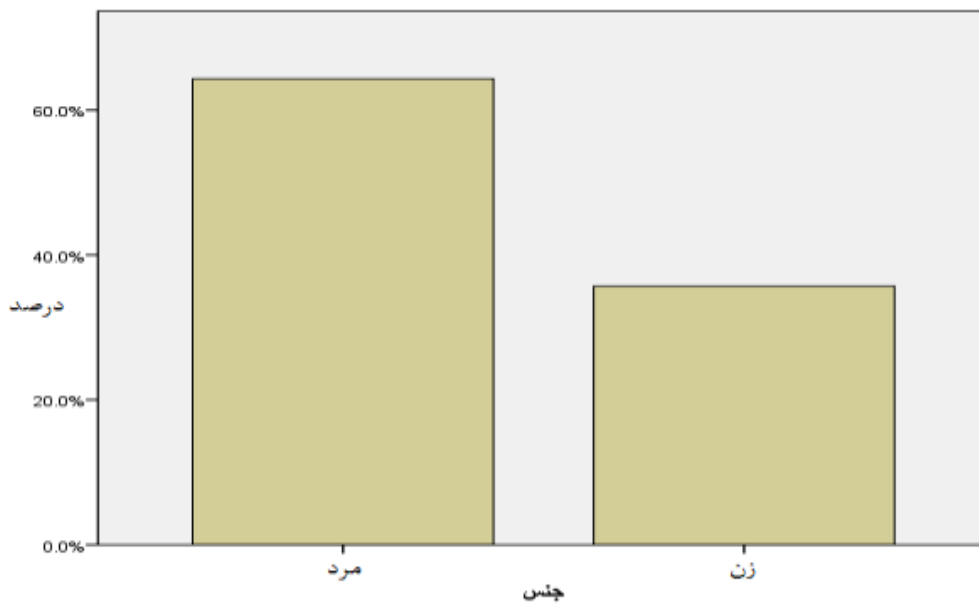
نمودار 1-4. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

2-1-2-4) بررسی جنسیت پاسخگویان

همانطور که در جدول 2-4 مشاهده می کنیم 65.9 درصد پاسخگویان را مردان و 34.1 درصد پاسخگویان را زنان تشکیل می دهند.

جدول 2-4. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	116	65.9
زن	60	34.1
جمع کل	176	100



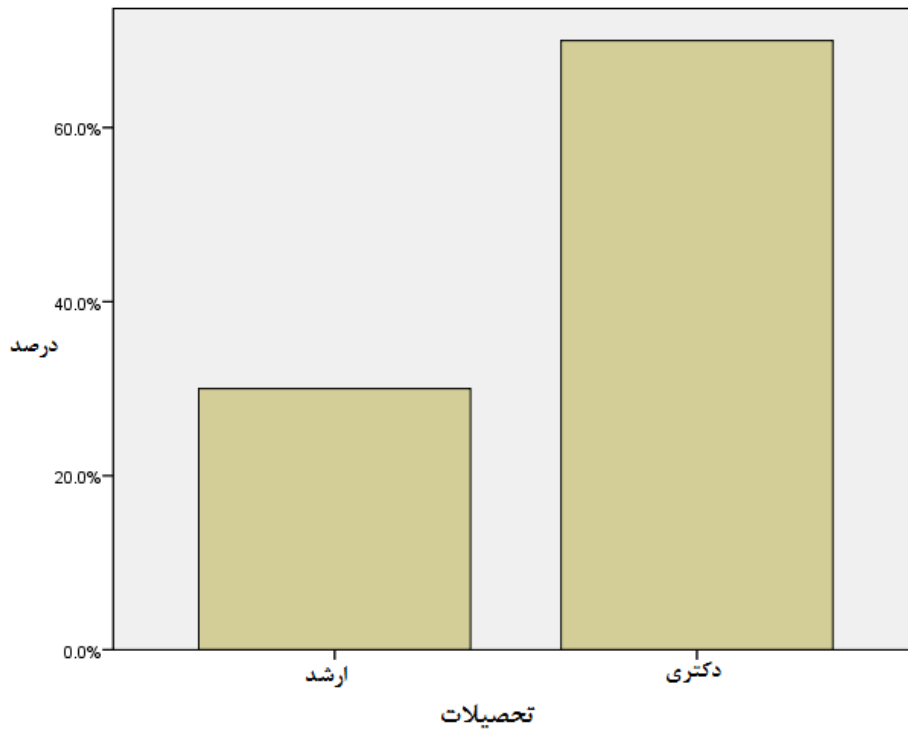
نمودار 2-4. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

3-2-2-4) بررسی سطح تحصیلات پاسخگویان

همانطور که در جدول 3-4 مشاهده می‌کنیم 68.9 درصد پاسخگویان دارای مدرک دکتری و 31.1 درصد فوق لیسانس هستند.

جدول 3-4. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

مدرک تحصیلی	فراوانی	درصد
دکتری	120	68.2
کارشناسی ارشد	56	31.8
جمع کل	176	100



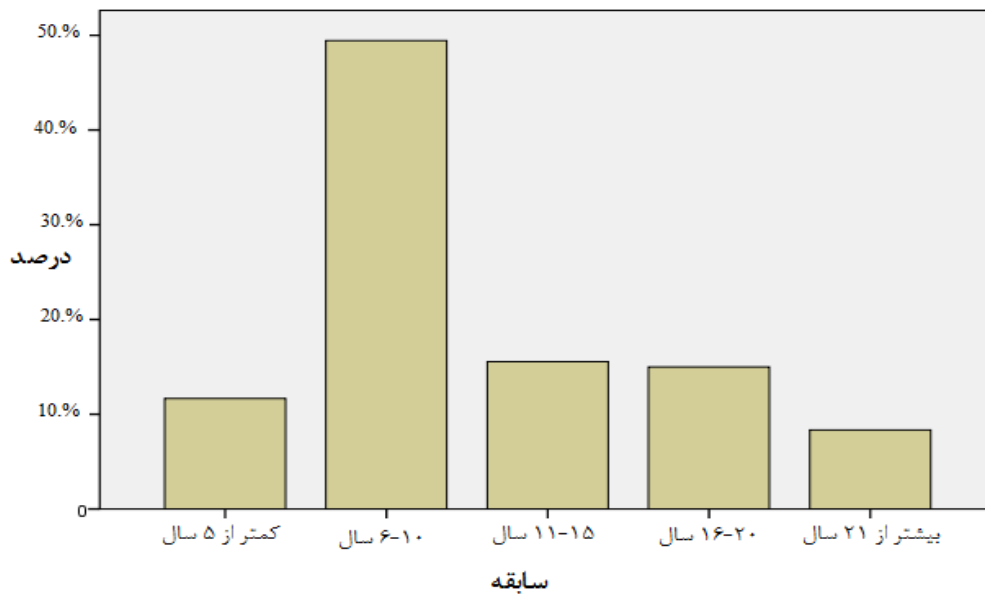
نمودار 3-4. نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

4-2-2-4) بررسی سابقه کار پاسخگویان

همانطور که از جدول 4-4 بر می آید، بیشترین فراوانی مربوط به سابقه کار 6-10 سال با 48.3 درصد، و 11-15 سال 15.9 درصد، 16-20 سال با 15.3 درصد، کمتر از 5 سال با 12 درصد و در نهایت 21 سال و بیشتر با 8.5 درصد به ترتیب در رتبه‌های 1 تا 5 از منظر فراوانی قرار می گیرند.

جدول 4-4. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل

درصد	فراوانی	سابقه کار
48.3	85	10-6 سال
15.9	28	15-11 سال
15.3	27	20-16 سال
12	21	کمتر از 5 سال
8.5	15	21 سال و بیشتر
100	176	جمع



نمودار 4-4. نمودار توزیع فراوانی شغل پاسخگویان

3-4) چگونگی شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها

بطور کلی مطابق نظر اشتراوس و کوربین در مرحله مطالعه متن مصاحبه‌ها و ابتدای کدگذاری مطابق اصول نظریه برخاسته از داده‌های شکلی از تحلیل محتوا است که به دنبال یافتن مفهومی از میان انبوه اطلاعات بدست آمده است و دغدغه اصلی برای بدست آوردن واژه یا اصطلاحی است که توسط مصاحبه شونده مورد تأکید قرار گرفته است. و در این مرحله روی برخی از عبارات که پی در پی تأکید شده، محقق اقدام به تفکیک عبارت می‌نماید و مرحله آغازین کدگذاری شروع می‌گردد. در مرحله کدگذاری باز نیاز به ذهنی قوی و پر از پردازشگر هست و محقق بدون توسل به ایده‌های قبلی خود و تنها بر مبنای پردازش ذهن و تحلیل اندیشه فکری محقق، بایستی کدگذاری صورت پذیرد که این رویکرد بصورت جدی توسط محقق مد نظر قرار گرفته است. علاوه بر این نظر به اینکه در پردازش اطلاعات اولیه همواره محقق با دو مشکل اساسی شامل زمان بر بودن مطالعه متون و همچنین دچار سردرگمی نشانی از خستگی و طولانی‌تر شدن مصاحبه‌ها روبرو می‌شد سریعاً نکات کلیدی متن را مشخص و انباشت اطلاعات پرهیز نمود و از این طریق مدیریت بر اطلاعات و زمان برای پرهیز از لوٹ شدن تحلیل اعمال گردیده است.

پس از استخراج متن مصاحبه خبرگان و مطالعه دقیق آن نکات کلیدی هر متن مشخص گردید و به عنوان نکات کلیدی کدگذاری گردید و براساس این نکات کلیدی کدگذاری باز استخراج گردید. پس از مشخص شدن نکات کلیدی و کدگذاری باز، آنگاه کدهای احصاء شده تحلیل و آن دسته از کدهای که به موضوعی مشترک اشعار یا اشاره داشته‌اند، گروه‌بندی شده و مطابق این فرایند محور مشترک نمایان می‌گردد که این محور مشترک تحت عنوان مفهوم خود را متجلی می‌سازد که جدول 4-5 نمونه‌ای از مفاهیم احصاء شده می‌شد. این فرایند برای شکل‌گیری مقوله ادامه یافته، به گونه‌ای که مفاهیم مشترک در کنار هم که مبنای موضوعی دارند شکل‌گیری مقوله را متجلی می‌سازند.

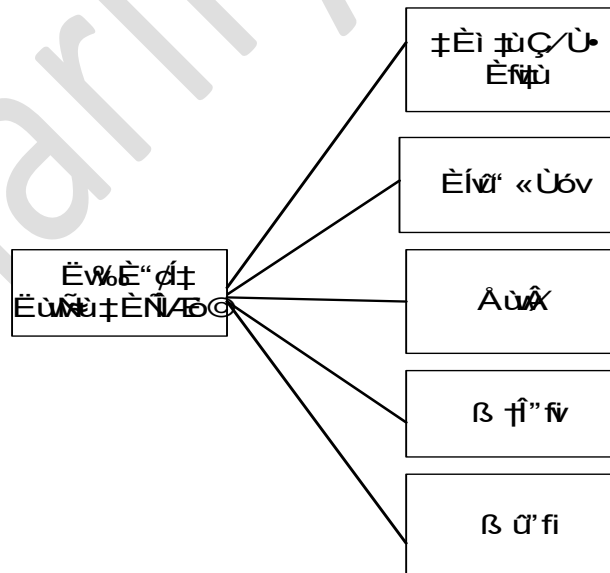
جدول 4-5. جدول مفاهیم اثرگذار بر اعتماد سازمانی اسلامی

مصاحبه شوندگان															مفاهیم
15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
√	√		√	√	√										اخلاق گرایی
√						√						√	√		مهارت
√	√		√			√	√		√			√	√	√	نگرش
√				√	√	√							√		انگیزش
√	√		√			√		√	√		√	√		√	سلامت روحی و روانی
	√		√		√						√	√	√	√	قدرت ایده پردازی
√		√	√	√	√	√	√	√		√	√		√		رشد شخصی
√				√	√	√				√				√	شایستگی های حرفه ای و اجتماعی
√	√		√		√	√	√						√		فضای سازمانی حمایتگر
		√				√				√			√		ساختار سازمانی حمایتگر
	√		√				√		√						بافت سازمانی اسلامی
		√								√		√	√		فرهنگ شایسته سالاری
√	√		√		√	√		√						√	فضای آزاد اندیشی
	√		√						√	√	√				شایسته سالاری
				√	√	√			√					√	فضای سازمانی بالنده
√	√					√				√		√			ساختار سازمانی پویا
√	√		√				√	√							مدیریت مشارکتی
√	√		√		√	√			√	√	√	√	√	√	استقرار تسهیم دانش

4-4) مفهوم پردازی اعتماد سازمانی اسلامی

4-4-1) بعد اول: ویژگی های شخصیتی، رفتاری و اخلاقی

انسان در میان معبودات عالم آفرینش از شخصیتی پیچیده برخوردار است. چرا که شخصیت انسان ترکیبی از ویژگی های روانی، بدنی، زیستی و اجتماعی است که به تدریج برای شخص پدیدار می شود و به وی چگونگی رفتار و تطابق با محیط را القا می کنند. از این رو درک و فهم شخصیت و عوامل رفتار و اخلاقی یکی از تکیه گاه های علمکردی افراد در صحنه اجتماعی و سازمانی محسوب می شود. این مفهوم هم همانند خود انسان از اهمیت قابل توجهی برخوردار است و هنگامی که این ویژگی در انسان پایدار شود بررسی چگونگی رفتار و تطابق با محیط و عملکرد فرد در زمینه های مختلف آشکار می گردد. آنچه در این پژوهش مد نظر است بعد شخصیتی رفتاری تکامل یافته مبتنی بر فرهنگ اسلامی و ایرانی که تحت تاثیر آموزش های مکتب اسلام می باشد. که در آن عوامل محیطی شامل فرهنگ و خانواده، سرشتی انسان، ساختار شخصیتی انسان را به طور گسترده تحت تاثیر قرار می دهد و از این رو اغلب افرادی که در خانواده های سالم پرورش می یابند از شخصیتی سالم و بی هنجار برخوردار می گردند و این منبوع از الزامات اعتماد سازمانی محسوب می شود.

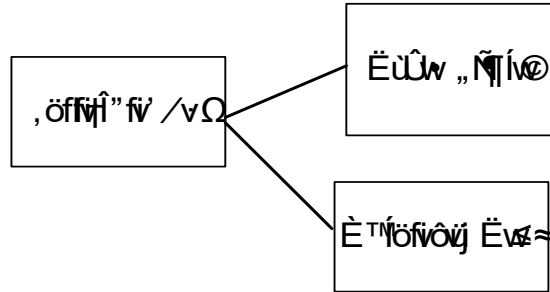


شکل 4-1. مدل ویژگی های شخصیتی، رفتاری و اخلاقی

جدول 4-7. تعریف عوامل اقتضایی و وضعیتی مبتنی بر دیدگاه خبرگان

مؤلفه	توضیح
فضای سازمانی حمایتگر	اگر سازمان از رقابت اقتصادی سالم و رشد اقتصادی منطقی برخوردار باشد، و مدیران در زمینه سرمایه‌گذاری و تخصیص بودجه کافی برای آموزش و نیازهای اولیه دانش پژوهشان شایسته را فراهم نمایند و تسهیلات لازم برای محققین فراهم نمایند میتوان گفت که فضای اقتصادی حمایتگر ایجاد شده است.
ساختار سازمانی حمایتگر	مجموعه عوامل سیاسی-اجتماعی، باورها و نگرش نظام حاکمیتی و مدیران عالی، ساختار حاکم بر فضای سازمان در خصوص ایده‌پردازی-نظریه‌پردازی، آزاد اندیشی، دانش آفرینی و تولید دانش نقش حمایتی و تسهیل‌گر داشته باشند. همچنین اگر حوزه تولید دانش و نظریه‌پردازی تحت تأثیر عوامل سیاسی و سیاست‌زدگی قرار نگیرد و مجموعه عوامل مربوط به مدیریت عالی و ساختار اثرگذار بر آن صرفاً نقش هدایت و حمایت برای شکوفایی و تعالی علمی داشته باشند. این گونه ساختار حاکم بر فضای عمومی جامعه را کاملاً حمایتی و پیش برنده تلقی می‌گردد. ساختار قدرت مناسب و حمایت‌گر از اندیشمندان و حوزه‌های علم و دانش ساختاری است، که در انجام وظایف خود به شیوه‌ی عاری از فساد، تبعیض و با بکارگیری چارچوب‌های قانونی همه ابزارهای لازم را برای پیشرفت علمی بکار می‌گیرد.
بافت سازمانی اسلامی	یعنی سازمان و بستر مناسب سازمانی منشاء شکل‌گیری باور و نگرش شایسته نسبت به دانش، فرهنگ و اعتقادات مذهبی، اعتماد به نفس، تفکر خلاق و نقاد می‌باشد. و موجب فراهم آوردن یک پتانسیل مناسب شخصیتی و رشد یافته برای حرکت به سوی آینده روشن را فراهم می‌نماید. به طور کلی ساختار محکم و استوار زندگی سازمانی اسلامی بر ارکان و ارزش‌های والای اسلامی و انسانی استوار و برقرار است، شرایط و بافت سازمان می‌تواند مأمونی امن و سالم و اطمینان بخش برای کارکنان باشد. شکل‌گیری باورها و نگرش‌های کارکنان حاصل تلاش سازمان بوده که در شکل‌گیری، منش و رفتار اسلامی و اخلاقی آن‌ها اثر گذار می‌باشد.
فرهنگ شایسته‌سالاری	فرهنگ شایسته خواهی یعنی تقدم قائل شدن برای آنانی از لحاظ شایستگی‌های محوری افضل هستند و همچنین به معنی ایجاد فرهنگ احترام به شایستگان در جامعه و سازمان است. فرهنگ شایسته خواهی مربوط به محیط عمومی و کلان سازمان است که در آن باور و نگرش مدیران عالی و عموم کارکنان، نظام و شرایطی را فراهم می‌آورند، که نخبگان و دانشمندان دارای کرامت و ارزش اجتماعی بوده و ضمن تعامل و همکاری با این قشر برای تولیدات علمی و دستاوردهای آنها ارزش قائل بوده، و فضای تحت عنوان فضای فرهنگی پویا و شایسته‌سالار بر کل سازمان حاکم می‌گردد. به گونه‌ای که دانش پژوهان شایسته و نخبگان تمام شرایط را برای رشد و بالندگی خود مساعد ببینند.

3-4-4 بعد سوم: عوامل انگیزاننده



شکل 3-4. مدل عوامل انگیزاننده

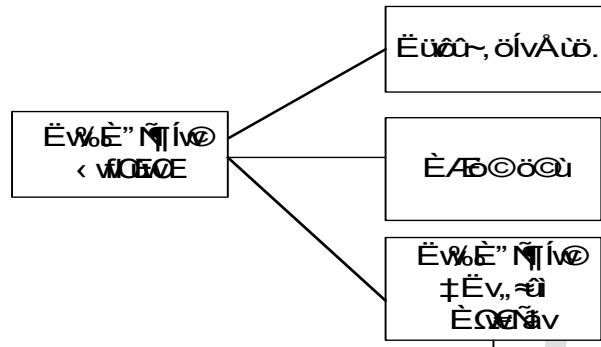
جدول 8-4. تعریف عوامل انگیزاننده مبتنی بر دیدگاه خبرگان

مؤلفه	توضیح
شایسته‌سالاری	شایسته‌سالاری در همهٔ جوامع و سازمان‌ها می‌توان مطرح باشد و اساس و پایه آن بر اساس نخبه بودن و یا شایستگی می‌توان بخش کرد. شایسته‌سالاری یک فلسفه و نگرش مدیریتی است که در آن منابع انسانی با توجه به تلاش، مهارت و توانایی ذاتی در یک جایگاه قرار می‌گیرند. استقرار نظام شایسته‌سالاری یکی از مهمترین عوامل انگیزاننده و مشوق برای پیشرفت و رشد می‌باشد. توجه به شایستگی‌های فردی در قالب مهارت، تخصص، توانایی، کارآمدی، کفایت و صلاحیت و همچنین در نظر داشتن ویژگی‌های شخصیتی شامل تلاش، پشتکار، خلاقیت و نوآوری، اعتماد به نفس و آگاه به مسائل از الزامات شایسته‌سالاری است و اعمال آن توسعه و پیشرفت و بالندگی عملی را به همراه دارد.
فضای آزاد اندیشی	فضای آزاد و آزاد اندیشی یکی از آرزوهای انسان است که مایه بروز استعدادها و توانایی‌های فطری و باعث تکامل و توسعه علوم و تفکر است. فضای آزاد اندیشی یک پدیدهٔ فرهنگی اجتماعی است و یک تلاش فعال برای دریافت حقیقت، گسترش حقیقت و اعمال حقیقت است. فضایی است که اشخاص و یا دانش پژوهان شایسته و صاحبان علم و اندیشه با استدلال و منطق افکار و نظریات خود را مطرح می‌نمایند. و هیچ‌گونه عاملی به عنوان عامل باز دارنده در طرح و نظر و دیدگاه‌های علمی مستدل فرد احساس نکرده و فضای عمومی جامعه از این دیدگاه‌ها برای تقویت بنیه‌های علمی و . . . حداکثر استفاده را می‌نماید. اشخاص در چنین فضای احساس آزاد اندیشی کرده مسیر رشد و تعالی خود را در پیش می‌گیرند.

جدول 4-9. تعریف زیرمقوله ای عناصر ساختاری مبتنی بر دیدگاه خبرگان

مؤلفه	توضیح
فضای سازمانی بالنده	<p>فضای سازمانی بالنده یا جو سازمانی متعالی هم گاهی اوقات بیان می گردد عبارت از درک عوامل انسانی سازمان از محیطی است که در آن مشغول هستند. در واقع، درک پرسنل سازمان یک برداشت ذهنی و احساسی است که در آن ارتباطات انسانی شکل می گیرد؛ ارتباطات انسانی که نیروی انسانی رده‌های پایین با مدیران بالادستی و یا همکاران خوددارنده زمانی که با آن‌ها به صورت عادلانه و مثبت رفتار شود، آن‌ها را به سمت نگرش مثبت سوق می دهد و این امر باعث اعتماد آن‌ها به رهبری، مدیریت و سازمان می شود. در واقع نیروی انسانی سازمان در محیطی که به منابع، اطلاعات و حمایت همه جانبه دسترسی داشته باشد، فرصت یادگیری پیدا می کنند و این امر توانمندی آن‌ها را افزایش می دهد و می توان گفت که فضای بالندگی در سازمان شکل می گیرد. به طور کلی این فضا مربوط به درون سازمان است و تحت تأثیر متغیرهای زیادی از جمله اعتبار، احترام، علامت، افتخار، صمیمیت، همکاری و پشتیبانی در مجموع پاسخ مثبت به نیازهای نیروی انسانی است و در این فضا یا جو زمینه برای پیشرفت و ارتقاء در درون و برون سازمان فراهم می‌گردد و اقدامات مدیران و رهبران انگیزاننده و تسهیل گر می باشد.</p>
مدیریت مشارکتی	<p>در شرایط کنونی محیط پیرامون سازمان‌ها پویاتر از گذشته شده است و سازمان‌ها برای رسیدن به موفقیت ضروری است که به سمت تحول حرکت نمایند. مدیریت و رهبری تحول آفرین به عنوان یک از پارادایمی هایی که جهت ارتقاء عملکرد سازمان در محیط پر تلاطم امروزی با قابلیت و ایجاد ظرفیت برای برانگیختن عوامل انسانی خلق فرصت می نمایند. سازمان‌های موفق به رهبران و مدیرانی نیاز دارند که با ثروت نگرشی جهت مناسب و مسیرهای آینده را برای کارکنان خود مشخص سازند و انگیزش ایجاد تحول را به وجود آورند. مدیران تحول آفرین با درک و شناخت عمیق ایده تغییر و تحول برای ایجاد توانمندی در افراد خود را پدیده می آورند و با ایجاد اعتماد به- نفس و خوش بینی این اطمینان را در زیر دستان ایجاد می کنند که از حمایت آن‌ها را برای پیشرفت برخوردار هستند. نوع اقدامات آن‌ها باور و نگرش تحول گرا با بکارگیری نظام مدیریتی و رهبری صحیح فضایی را ایجاد می کنند که موجب ارزش نهادن به دانش، توسعه و پیشرفت می گردد.</p>
ساختار سازمانی پویا	<p>ساختار سازمانی را می توان عبارت از اجزاء و عواملی دانست که با یکدیگر در ارتباط هستند و مجموعه آن‌ها هدف سازمان را تحقق می بخشد. ساختار سازمانی را در قالب سه جزء شامل پیچیدگی، رسمیت و تمرکز، می توان تعریف نمود، اما هدف از ساختار سازمانی پویا تشکیلاتی که انعطاف پذیری کافی را دارا بوده و بتواند خود را با شرایط متحول روز تطبیق دهد و ضمن آگاهی از محیط اهداف را محقق سازد، ساختاری که نه تنها آینده نگر، بلکه آینده ساز باشد و خلاقیت و نوآوری را ترویج کند و موجب رشد و پیشرفت نیروی انسانی را فراهم آورد. ساختار پویا ساختاری، منعطف و تسهیل گر است به گونه‌ای ضمن پاسخگو بودن به نیازهای افراد، ظرفیت مناسب را برای پیشرفت و تعالی افراد متناسب با نیازهای روز و آینده‌نگری فراهم می کند. این ساختار ضمن اینکه ساختارمند و استراتژیک است، با حداقل بوروکراسی فعالیت‌های گروهی، تیم‌سازی و امور مربوط به پیشرفت و توسعه همجانبه را تقویت می نماید.</p>
استقرار تسهیم دانش	<p>در محیط دانش عصر حاضر، مدیریت دانش، از اجزای لاینفک و بنیادی و راهبردی در سازمان‌های علمی و دانش بنیان محسوب می شود و به سازمان‌ها کمک خواهد کرد که در بستر یادگیری سازمانی و استقرار نظام مدیریت دانش، فرصت‌های جدید را بشناسند و چالش‌های پیشرو را به خوبی اداره نمایند. مدیریت دانش، فرآیند شناسایی، غنی سازی و توسعه و تولید دانش و دارائی‌های دانش سازمانی جهت کسب مزیت رقابتی است. استوار و بهره گیری از مدیریت دانش در سازمان‌ها خصوصاً در سازمان‌های علمی و دانشی زمینه نیل به اهداف راهبردی را فراهم می آورد. استقرار km جریان‌سازی علمی و دانش آفرینی را تسهیل نماید.</p>

5-4-4. بعد پنجم: مدل شایستگی های کارکنان



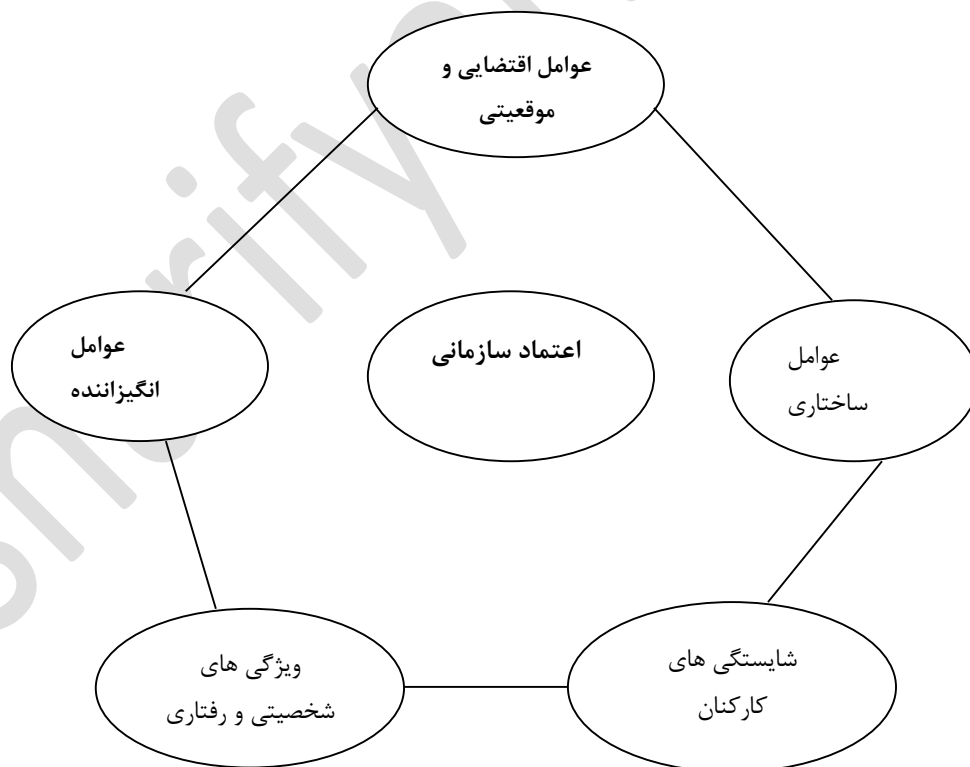
شکل 4-5. مدل شایستگی های کارکنان

جدول 4-10. تعریف شایستگی های کارکنان از دیدگاه خبرگان

مؤلفه	توضیح
رشد شخصی	شخصیت عبارت از مجموعه ایی از صفات و خصوصیات میباشد که فرد را از دیگران متمایز میسازد.. پیرامون شخصیت انسان قرآن مباحث جالب و گسترده یی دارد، چنان که انسان را موجود دو بعدی میداند یعنی بعد "مادی و معنوی" که این دو بعد فرهنگ انسانیت و شخصیت اجتماعی او را در بستر تاریخ شکل میدهد و روشن میسازد. اینکه انسان از لحاظ اسلام چگونه خلق میشود؟ رگه های شخصیتی او در جهان هستی چگونه خلق میشود؟
شایستگی های حرفه ای و اجتماعی	در نگاه اول شایستگی را به دو مقوله حرفه ای و اجتماعی تقسیم می کنند. شایستگی حرفه ای بیشتر با دانش فنی انجام کار ارتباط داشته و به عبارت دیگر به چه بودن کار می پردازد. از این رو فهرست شایستگی های حرفه ای بسیار طولانی بوده و در شغل های مختلف با یکدیگر تفاوت فراوانی دارند. به عکس، شایستگی های اجتماعی به چگونگی انجام کار نظر دارند و در شغل های متفاوت تا حد زیادی مشابه هستند.
قدرت ایده پردازی	به فرد صاحب ایده، ایده پرداز می گویند و منظور از ایده پردازی ، تفکر همراه با خلاقیت و نوآوری است. ایده پردازی باید همراه با مهارت و توانمندی هایی باشد که از جمله آن ها توانایی و مهارت طوفان مغزی و تفکر خلاق است. خلق ایده های نو محصول کارکردهای شناختی فرد است ، مهارت ها و روش های تفکر، خردورزی کنجکاوی، یادگیری ، پرسشگری از دیگر مباحث حوزه قدرت ایده پردازی است .

4-6) چارچوب پدیده اصلی: (اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی)

در این تحقیق پدیده اصلی فرایندی است که از روابط بین سر مقوله اصلی حاصل گردیده است و مقوله ها به عنوان مفاهیمی که قبلاً تعاریف و توضیح آن ها ذکر شده است پدیده محوری تحقیق را ترسیم می نمایند. واضح و روشن است که هر مقوله توسط تعدادی مشخصه با ویژگی پشتیبانی می شود که در مراحل بعدی مورد پردازش قرار می گیرند. مطابق شکل 4-10 اعتماد سازمانی در برگزیده پنج مقوله اصلی شامل 1- عوامل اقتضایی و موقعیتی 2- عوامل انگیزاننده 3- عناصر ساختاری 4- ویژگی های شخصیتی و رفتار 5- شایستگی کارکنان می باشد. همانطور که در شکل زیر مشخص شده است در دایره مرکزی یا هسته مرکزی پدیده اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی قرار گرفته و در دایره بعدی مقوله های عناصر اثرگذار بر پدیده اصلی قرار گرفته اند. تمامی این مقوله ها در طی یک فرایندی که حاصل اقداماتی، راهبردها و کنش های متقابل مولفه ها اصلی پدیده اصلی را محقق می سازند.



شکل 4-6. چارچوب پدیده اصلی تحقیق - اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی

5-4. یافته ها

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با استفاده از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها برای تعیین ویژگی‌های اعتماد سازمانی اسلامی پس از مراحل کدگذاری باز و محوری عبارتند: از سه مقوله اصلی شامل ویژگی‌های شخصیتی، محیط معنویت گرا و شایستگی‌های کارکنان.

جدول 4-11. نتایج حاصل از فرآیندهای نهایی نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها (مقوله‌های اصلی)

ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری	محیط معنویت گرا	شایستگی‌های کارکنان
1- تعهد و مسئولیت‌پذیری	1- اخلاق و کرامت انسانی	1- صلاحیت فردی و محل رجوع
2- قدرت پاسخگوئی	2- امانت‌داری	2- پیشتاری در عرصه کاری
3- صراحت و پشتکار	3- ایمان‌مداری	3- دانش آفرینی و ایده‌پردازی
4- ایثار و خدمتگزاری به مردم	4- نوع دوستی	5- علم محوری و تولید دانش
5- کمال‌طلبی	5- تلاش و فداکاری	6- مهارت
6- باور و نگرش متعالی	6- بالندگی و شکوفائی اخلاقی و ایمانی	7- اشاعه دانش
7- لیاقت و کفایت شخصیتی		8- بالندگی حرفه‌ای

نظر به مقایسه‌ی جدول فوق یعنی نتایج حاصل از ویژگی‌های اعتماد سازمانی و مقوله‌های اصلی استخراج شده طی فرآیند کدگذاری باز و کدگذاری محوری سه مقوله اصلی در رابطه با عوامل مرتبط با اعتماد سازمانی اسلامی شامل ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری، معنویت، شایستگی‌های علمی استخراج گردیده همان گونه که در جدول مورد اشاره مشاهده می‌شود هر یک از این مقوله‌ها دارای ویژگی‌ها و مفاهیمی مبتنی بر نظر خبرگان می‌باشد.

6-4. تجزیه و تحلیل کمی

به طور کلی داده‌ها نمایانگری از واقعیت‌ها، مفاهیم یا دستورالعمل‌هاست. چنانچه داده‌ها به صورت واژه‌ها (و نه به صورت ارقام) به توصیف واقعیت‌ها بپردازد آن‌ها را داده‌های کیفی می‌نامند. اینگونه داده‌ها از طریق مشاهده، مصاحبه، استخراج از اسناد و مدارک و امثال آن گردآوری می‌شوند. (سرمد و دیگران، 1380).

تحلیل اطلاعات شامل عملیات متعددی است، اما سه عمل از میان آن‌ها مجموعاً گذرگاه اجباری را تشکیل می‌دهند ابتدا شرح و آماده‌سازی داده‌های لازم برای آزمون فرضیه‌ها، سپس تحلیل روابط میان متغیرها و بالاخره مقایسه نتایج مشاهده شده با نتایجی که فرضیه‌ها انتظار داشتند. (کیوی و کامپنهود، 1381، 214)

در این تحقیق از فنون آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودار میله‌ای برای تجزیه و تحلیل داده‌های جهت شناختی نمونه آماری استفاده شده است. با وجود نرمال نبودن توزیع داده‌ها از آزمون‌های ناپارامتریک به منظور بررسی صحت و سقم فرضیات تحقیق و رتبه بندی متغیرها استفاده شده است. در بخش ابتدایی به بررسی مدل اعتماد سازمانی اسلامی و در بخش دوم به فرآیند اعتماد سازمانی پرداخته می‌شود.

4-6-1) آمار استنباطی

در این قسمت به منظور بررسی فرضیات ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نشان دادن توزیع داده‌ها و تعیین نوع آزمون‌های مورد استفاده برای بررسی فرضیات استفاده شده است. در ادامه با استفاده از آزمون تفاوتی مناسب باقی ماندن یا حذف زیرمؤلفه‌های اساسی مدل را بررسی و سپس از آزمون تحلیل عاملی تاییدی به منظور بررسی روایی سازه استفاده شده است و در ادامه از آزمون دو جمله‌ای برای آزمون فرضیات و از آزمون فریدمن برای رتبه بندی متغیرها استفاده شده است.

4-6-2) تجزیه و تحلیل معنی داری زیرمؤلفه‌های اساسی مدل

H0: شاخص مورد نظر از زیرمؤلفه‌های اساسی مدل نمی‌باشد.

H1: شاخص مورد نظر از زیرمؤلفه‌های اساسی مدل می‌باشد.

جدول 4-12. آزمون دو جمله‌ای برای بررسی نرمال بودن مولفه‌های اثرگذار بر اعتماد سازمانی

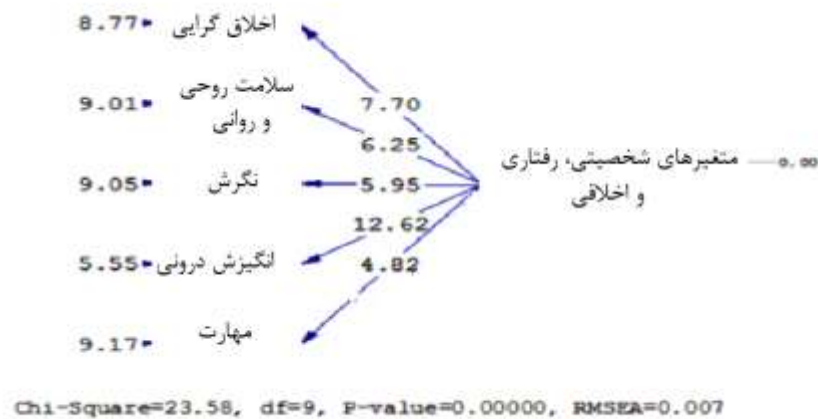
مؤلفه	گروه	طبقه	N	نسبت مشاهده شده.	نسبت آزمون	سطح معنی داری
اخلاق‌گرایی	Group 1	≤ 4	29	.2	.6	.000 ^{a,b}
	Group 2	> 4	147	.8		
مهارت	Group 1	≤ 4	71	.4	.6	b..000a
	Group 2	> 4	105	.6		
نگرش	Group 1	≤ 4	7	.0	.6	.000a.b
	Group 2	> 4	169	1.0		
انگیزش	Group 1	≤ 4	13	.1	.6	.000a.b
	Group 2	> 4	163	.9		
سلامت روحی و روانی	Group 1	≤ 4	3	.0	.6	.000a.b
	Group 2	> 4	173	1.0		

.000 ^{a,b}	.6	.1	14	<= 4	Group 1	خلاقیت و نوآوری
		.9	162	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.0	3	<= 4	Group 1	رشد شخصی
		1.0	173	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.1	17	<= 4	Group 1	شایستگی های حرفه ای و اجتماعی
		.9	159	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.0	3	<= 4	Group 1	قدرت ایده پردازی
		1.0	173	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.1	23	<= 4	Group 1	فضای سازمانی حمایتگر
		.9	153	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.3	53	<= 4	Group 1	ساختار سازمانی حمایتگر
		.7	123	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.2	36	<= 4	Group 1	بافت سازمانی اسلامی
		.8	140	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.3	61	<= 4	Group 1	فرهنگ شایسته سالاری
		.7	115	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.2	43	<= 4	Group 1	اسقرار تسهیم دانش
		.8	133	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.2	33	<= 4	Group 1	فضای سازمانی بالنده
		.8	143	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.1	14	<= 4	Group 1	مدیریت مشارکتی
		.9	162	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.3	47	<= 4	Group 1	ساختار سازمانی پویا
		.7	129	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.2	31	<= 4	Group 1	فضای آزاد اندیشی
		.8	145	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.3	55	<= 4	Group 1	نظام انگیزش و پاداش
		.7	121	> 4	Group 2	
.000 ^{a,b}	.6	.3	58	<= 4	Group 1	شایسته سالاری
		.7	118	> 4	Group 2	

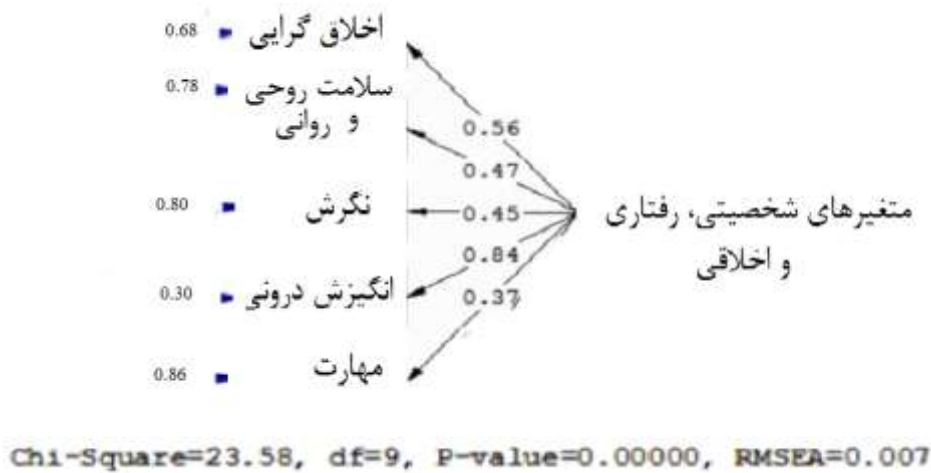
با توجه به دو جدول بالا سطح معنی داری همه شاخص ها (0/000) کوچکتر از میزان خطا 0/05 می باشد، بنابراین فرض صفر برای تمام شاخص ها رد شده و فرض مقابل تایید می شود. بنابراین می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان 95 درصد تمامی شاخص های ذکر شده در مدل باقی می مانند.

3-6-4) متغیر ویژگی‌های شخصیتی، رفتاری، اخلاقی

قبل از انجام آزمون‌های مرتبط در خصوص معتبر بودن متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می‌پردازیم.



شکل 4-7. متغیرهای شخصیتی، رفتاری و اخلاقی در حالت ظریب معناداری



شکل 4-8. متغیرهای شخصیتی، رفتاری و اخلاقی در حالت تخمین استاندارد

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مدل اندازه گیری مناسبی برای بررسی متغیر ویژگی‌های شخصیتی در الگوی اعتماد سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$$\chi^2 = 24 \text{ و } df = 9 \text{ و } p - \text{Value} = 0.000$$

$$\text{Goodness of Fit Index (GFI)} = 0.97$$

$$\text{Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)} = 0.94$$

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری ویژگی‌های شخصیتی مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به df کوچکتر از 3 بوده و مقدار GFI و $AGFI$ بالای 90 درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از 0.2 می باشد بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می شود.

4-6-4) رتبه بندی شاخص‌های متغیر ویژگی‌های شخصیتی

به منظور رتبه بندی شاخص‌های متغیر ویژگی‌های شخصیتی از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین نمره ها استفاده شده است. در این آزمون فرضهای H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین ها برابر نمی باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

جدول 4-13. رتبه بندی شاخص‌های متغیر ویژگی‌های شخصیتی

تعداد	کای - اسکوار	درجه آزادی	سطح خطا	P	نتیجه
176	74/923	5	0.05	0/000	پذیرش H_1

چون مقدار سطح معنی داری 0.000 و کوچکتر از مقدار خطا 0.05 می باشد به ازای حداقل یکی از عوامل میانگین ها با یکدیگر برابر نمی باشند، بنابراین رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین رتبه ای به شرح زیر می باشد.

جدول 4-14. نتایج رتبه بندی متغیر ویژگی های شخصیتی

رتبه ای	میانگین	شاخص	رتبه
98/3		مهارت	1
3/41		نگرش	2
3/21		سلامت روحی و روانی	3
3/19		اخلاق گرایی	4
2/85		انگیزش درونی	5

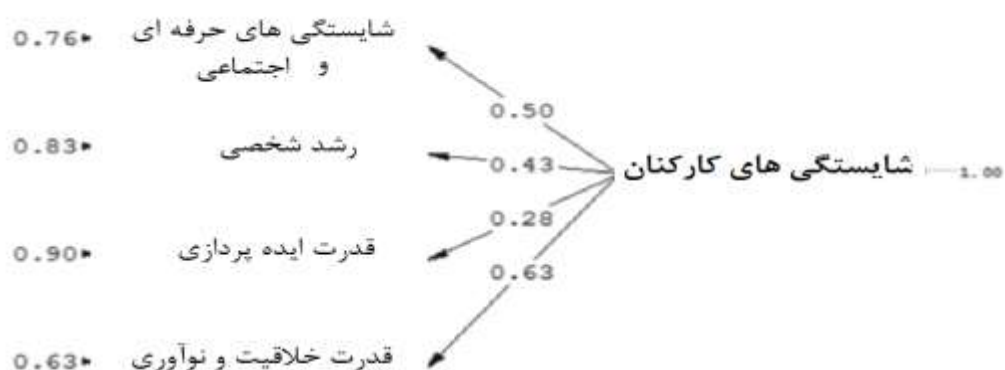
4-6-5) متغیر شایستگی های کارکنان

قبل از انجام آزمون های مرتبط درخصوص معتبر بودن متغیرهای شایستگی های کارکنان، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می پردازیم.



Chi-Square=4.53, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.009

شکل 4-9) شکل شایستگی های کارکنان در حالت ضرایب معناداری



Chi-Square=4.53, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.009

شکل 4-10. شکل شایستگی های کارکنان در حالت تخمین استاندارد

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مدل اندازه گیری مناسبی برای بررسی متغیر شایستگی های کارکنان در مدل اعتماد سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$\chi^2 = 4$ و $df = 2$ و $p - Value = 0.000$

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.96

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.91

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری شایستگی های کارکنان مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به df کوچکتر از 3 بوده و مقدار GFI و $AGFI$ بالای 90 درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از 0.2 می باشد بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می شود.

4-6-6) رتبه بندی شاخص‌های متغیر شایستگی‌های کارکنان

به منظور رتبه بندی شاخص‌های متغیر شایستگی‌های کارکنان از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین نمره‌ها استفاده شده است. در این آزمون فرض‌های H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین‌ها برابر نمی‌باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می‌گیریم.

جدول 4-15. رتبه بندی شاخص‌های متغیر شایستگی‌های کارکنان

نتیجه	P	سطح خطا	درجه آزادی	کای - اسکووار	تعداد
پذیرش H_1	0/000	0/05	3	23/540	176

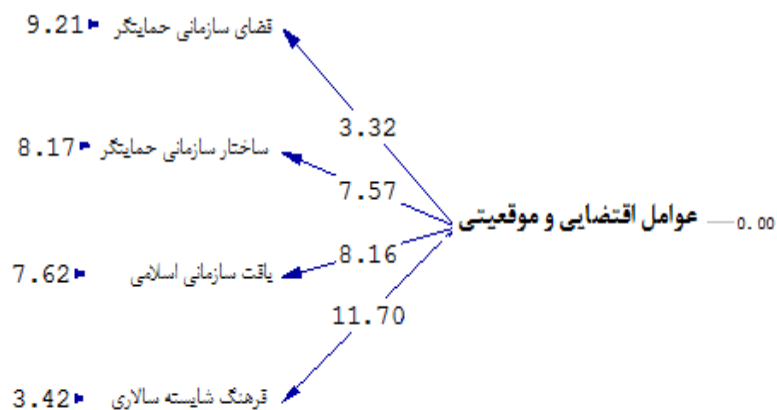
چون مقدار سطح معنی داری 0.000 و کوچکتر از مقدار خطا 0.05 می‌باشد به ازای حداقل یکی از عوامل میانگین‌ها با یکدیگر برابر نمی‌باشند، بنابراین رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین رتبه‌ای به شرح زیر می‌باشد.

جدول 4-16. نتایج رتبه بندی شاخص‌های متغیر شایستگی‌های کارکنان

رتبه	شاخص	میانگین رتبه‌ای
1	خلاقیت و یادگیری	2/75
2	قدرت ایده پردازی	2/72
3	شایستگی‌های حرفه‌ای و اجتماعی	2/38
4	رشد شخصی	2/16

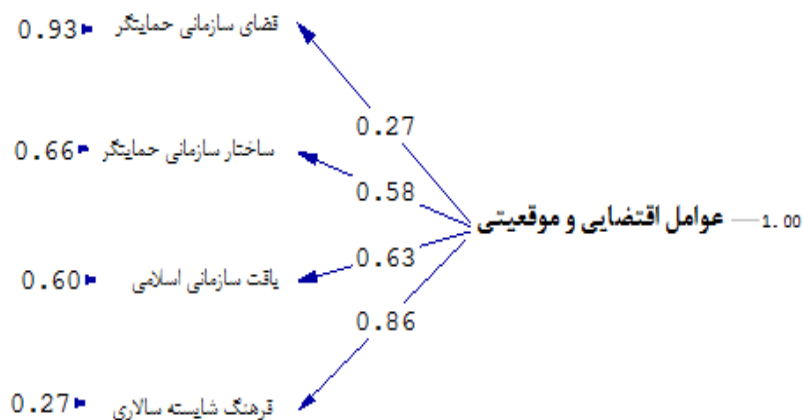
4-4-7) عوامل اقتضایی و وضعیتی

قبل از انجام آزمون‌های مرتبط درخصوص معتبر بودن عوامل اقتضایی و وضعیتی، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می‌پردازیم.



Chi-Square=11.58, df=5, P-value=0.00000, RMSEA=0.003

شکل 4-11. شکل عوامل اقتضایی و وضعیتی در حالت ضرایب معناداری



Chi-Square=11.58, df=5, P-value=0.00000, RMSEA=0.003

شکل 4-12. شکل عوامل اقتضایی و وضعیتی در حالت تخمین استاندارد

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مدل اندازه گیری مناسبی برای بررسی متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی در مدل اعتماد سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$\chi^2 = 24$ و $df = 9$ و $p - Value = 0.000$

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.97

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.94

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری ویژگی‌های شخصیتی مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به DF کوچکتر از 3 بوده و مقدار GFI و AGFI بالای 90 درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از 0.2 می باشد؛ بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می شود.

4-4-8) رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی

به منظور رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین نمره ها استفاده شده است. در این آزمون فرضهای H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین ها برابر نمی باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

جدول 4-17. رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی

تعداد	کای - اسکوار	درجه آزادی	سطح خطا	P	نتیجه
176	12/314	4	0/05	0/015	پذیرش H_1

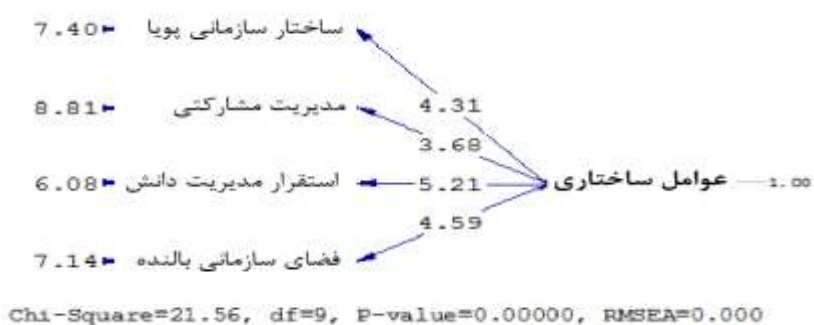
چون مقدار سطح معنی داری 0.015 و کوچکتر از مقدار خطا 0.05 می باشد به ازای حداقل یکی از عوامل میانگین‌ها با یکدیگر برابر نمی باشند، بنابراین رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین رتبه ای به شرح زیر می باشد.

جدول 4-18. نتایج رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل اقتضایی و وضعیتی

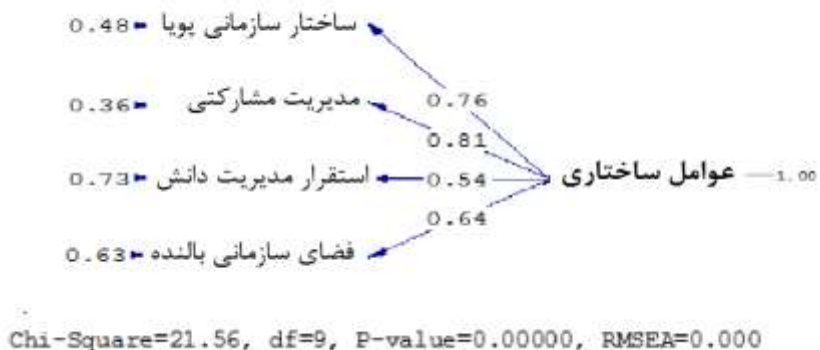
رتبه	شاخص	میانگین رتبه ای
1	فضای سازمانی حمایتگر	3/36
2	ساختار سازمانی حمایتگر	3/00
3	بافت سازمانی اسلامی	2/92

9-4-4 متغیر عوامل ساختاری

قبل از انجام آزمون‌های مرتبط درخصوص معتبر بودن متغیرهای عوامل ساختاری، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می‌پردازیم.



شکل 13-4. شکل متغیرهای ساختاری در حالت ضرایب معناداری



شکل 14-4. شکل متغیرهای ساختاری در حالت تخمین استاندارد

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه‌گیری؛ مدل اندازه‌گیری مناسبی برای بررسی متغیر عوامل ساختاری در مدل اعتماد سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$$\chi^2 = 22 \text{ و } df = 9 \text{ و } p - \text{Value} = 0.000$$

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.96

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.92

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری عوامل ساختاری مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به DF کوچکتر از 3 بوده و مقدار GFI و AGFI بالای 90 درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از 0.2 می باشد بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می شود.

4-4-10) رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل ساختاری

به منظور رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل ساختاری از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین نمره ها استفاده شده است. در این آزمون فرضهای H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین ها برابر نمی باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

جدول 4-19. نتایج رتبه بندی شاخص های متغیر عوامل ساختاری

تعداد	کای - اسکوار	درجه آزادی	سطح خطا	P	نتیجه
186	5/684	2	0/05	0/058	پذیرش H_1

چون مقدار سطح معنی داری 0/058 . و بزرگتر از مقدار خطا 0.05 می باشد، بنابراین بین متغیرها تفاوتی وجود ندارد و نمی توان آن ها رتبه بندی کرد.

4-4-11) متغیر عوامل انگیزاننده

قبل از انجام آزمون های مرتبط درخصوص معتبر بودن متغیرهای عوامل انگیزاننده، به بررسی روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و نشان دادن نحوه توزیع داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف می پردازیم.



Chi-Square=3.77, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.000

شکل 4-15. شکل متغیرهای انگیزاننده در حالت ضرایب معناداری



Chi-Square=3.77, df=2, P-value=0.00000, RMSEA=0.000

شکل 4-16. شکل متغیرهای انگیزاننده در حالت تخمین استاندارد

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مدل اندازه گیری مناسبی برای بررسی متغیر عوامل انگیزاننده در مدل اعتماد سازمانی است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$$\chi^2 = 4 \text{ و } df = 2 \text{ و } p - \text{Value} = 0.000$$

$$\text{Goodness of Fit Index (GFI)} = 0.97$$

$$\text{Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)} = 0.95$$

با نگاهی با نتایج خروجی لیزرل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری عوامل انگیزاننده مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به df کوچکتر از 3 بوده و مقدار GFI و $AGFI$ بالای 90 درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از 0.2 می باشد بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می شود.

4-4-11) رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل انگیزاننده

به منظور رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل انگیزاننده از آزمون فریدمن برای رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین نمره ها استفاده شده است. در این آزمون فرضهای H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف شده است:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

H_1 : حداقل یکی از میانگین‌ها برابر نمی باشد.

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم.

جدول 4-20. رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل انگیزاننده

نتیجه	P	سطح خطا	درجه آزادی	کای - اسکوار	تعداد
پذیرش H_1	0/000	0/05	2	26/843	176

چون مقدار سطح معنی داری 0.000 و کوچکتر از مقدار خطا 0.05 می باشد به ازای حداقل یکی از عوامل میانگین‌ها با یکدیگر برابر نمی باشند، بنابراین رتبه بندی عوامل با توجه به میانگین رتبه ای به شرح زیر می باشد.

جدول 4-21. نتایج رتبه بندی شاخص‌های متغیر عوامل انگیزاننده

رتبه	شاخص	میانگین رتبه ای
1	فضای آزاد اندیشی	2/25
2	نظام انگیزش و پاداش	1/99
3	شایسته سالاری	1/76

4-5) تحلیل معادلات ساختاری

بررسی اعتبار مدل اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی سؤال اساسی

مطرح شده این است که آیا این مدل اندازه گیری؛ مناسب است؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2 و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

با توجه به خروجی لیزرل مقدار χ^2 محاسبه شده برابر با 2.79 می باشد وجود χ^2 پایین نشان دهنده برازش مناسب مدل است. زیرا هر چه مقدار χ^2 کمتر باشد، مدل ارائه شده مدل مناسب تری می باشد با توجه به نتایج ذیل که از خروجی نرم افزار لیزرل بدست آمده اند.

$\chi^2=2.79$ و $df = 2$ و $p - Value = 0.24757$ و $RMSEA = 0.043$

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.99

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.97

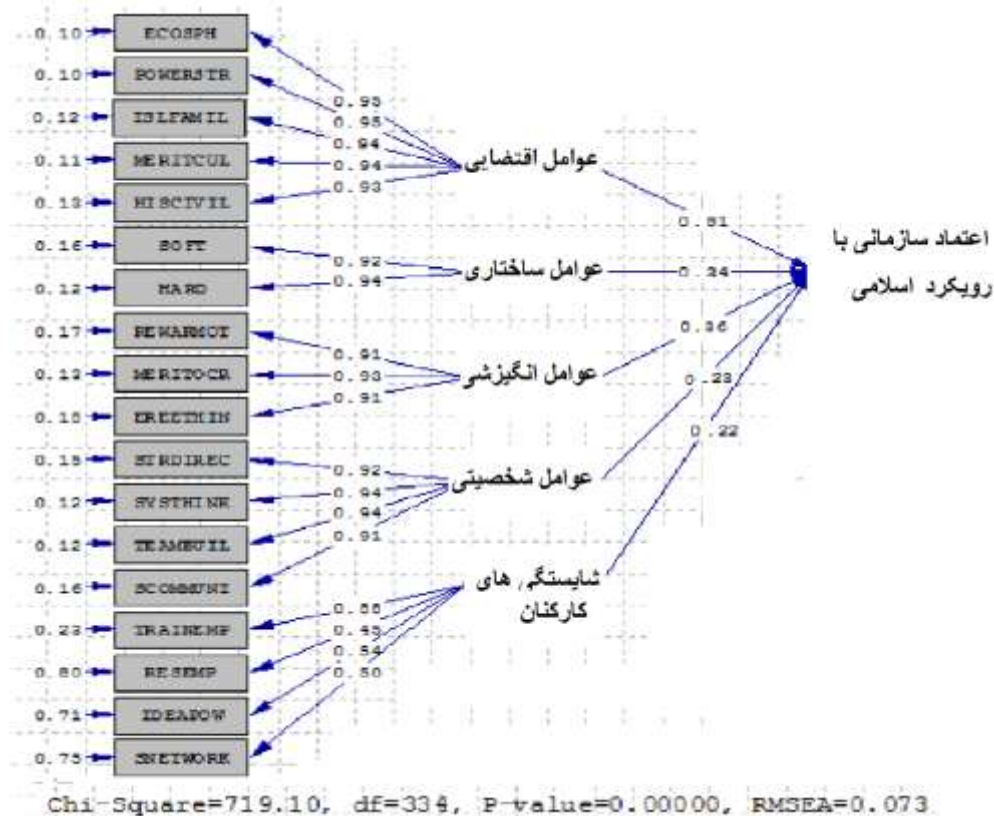
با توجه به نتایج خروجی لیزرل قسمت تخمین استاندارد مدل متوجه می شویم که مدل اندازه گیری تقریباً مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو آن و مقدار RMSEA کم بوده و مقدار GFI و AGFI بالای 90 درصد است.

جدول 4-22. نتایج اجرای مدل ساختاری میان متغیرهای مدل مفهومی تحقیق

فرضیه	کای دو	RMSEA	Df	GFI	AGFI	روابط علی	میزان اثر (حالت استاندارد)	عدد معنی داری	نتیجه فرضیه
1	4/16 85	0/068	2 4 4	0/94	0/92	عوامل انگیزاننده ← منجر به اعتماد سازمانی	0/60	9/20	تایید
2	4/16 85	0/068	2 4 4	0/94	0/92	عوامل اخلاقی، رفتاری ← اعتماد سازمانی	0/36	6/96	تایید
3	4/16 85	0/068	2 4 4	0/94	0/92	عناصر ساختاری ← اعتماد سازمانی	0/49	6/86	تایید
4	4/16 85	0/068	2 4 4	0/94	0/92	عوامل اقتضایی ← اعتماد سازمانی	0/32	6/33	تایید
5	4/16 85	0/068	2 4 4	0/94	0/92	شایستگی های کارکنان ← اعتماد سازمانی	1/00	7/98	تایید

همانطور که مشاهده می شود، اولاً با توجه به معنی دار بودن ارزش t ، اعتبار و برازندگی مناسب مدل تأیید می شود، چرا که مقدار کای دو، مقدار RMSEA و نسبت کای دو به درجه آزادی کم و مقدار GFI و AGFI نیز بالای 90 درصد است. لذا تمامی فرضیات (پنج فرضیه اصلی مدل تحقیق) تأیید می شوند.

شکل شماره 22 نتیجه مدل سازی معادلات ساختاری را نشان می دهند. همانطور که پیش تر ذکر شد، اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کوچکتر از 3، RMSEA¹ کوچکتر از 0.1، و نیز GFI² و AGFI³ بزرگتر از 90٪ باشند، می توان نتیجه گرفت که مدل اجرا شده برازش مناسبی دارد. ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتیکه ارزش t، از 2 بزرگتر یا از -2 کوچکتر باشد، در سطح اطمینان 99 درصد معنی دار خواهد بود.



شکل 4-18. نتیجه مدل سازی معادلات ساختاری

¹ Root Mean Square Error of Approximation

² Goodness of Fit Index

³ Adjusted Goodness of Fit Index

فصل پنجم

نتیجه گیری و پیشنهادات

Sharifiyar.com

5-1) مقدمه

در این پژوهش در فصل اول به بررسی مساله پژوهش پرداخته شد. عدم توجه به دین مبین اسلام با توجه به گستردگی ابعاد این مذهب در کشور منجر به تعریف مسئله پژوهش شد، در فصل دوم به بررسی نظریات و مدل‌های پژوهش پرداخته شد، در فصل سوم بر اساس مدل طراحی شده، پرسشنامه‌ای تدوین شد که روائی و پایایی پرسشنامه اندازه‌گیری شد. در فصل چهارم متغیرهای مدل اصلی بررسی شده و نتایج آنها نیز ارایه گردید. در فصل چهارم پس از گردآوری اطلاعات و آزمون نرمال بودن داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS و LISREL و به بررسی نتایج پژوهش پرداخته شد، در فصل پیشرو به بررسی نتایج پژوهش پرداخته خواهد شد.

5-2) نتیجه‌گیری

5-2-1) عوامل انگیزاننده

شرایط انگیزاننده که تحت عنوان عوامل علی محسوب می‌شوند. مجموعه شرایط و وقایعی هستند که با وقوع خود موجب تحقق و شکل‌گیری اعتماد سازمانی می‌شوند. در حقیقت شرایط و عوامل انگیزاننده به چرایی و علل و عوامل شکل‌گیری اعتماد سازمانی پاسخ می‌دهد. عوامل انگیزاننده دیدگاه و توجه ما را به اتفاقات وقایع و مجموعه شرایط خاصی که موجب شکل‌گیری اعتماد سازمانی می‌شود، هدایت می‌کنند. در این پژوهش برای عوامل انگیزاننده سه مشخصه یا مولفه اصلی شامل نظام انگیزش و پاداش، نظام شایسته‌سالاری و فضای آزاد اندیشی شناسایی شده است.

نتایج دیدگاه و نظرات بسیاری از صاحب‌نظران بر نقش کلیدی این عوامل در دستیابی به اهداف سازمانی می‌باشد از جمله: انگیزاننده‌ها موجب تشویق فرد به انجام کاری می‌شوند. درحالی‌که انگیزش، واکنش فرد در برابر خواست‌های اوست. انگیزاننده‌ها، پاداش‌ها یا به گونه کلی محرک‌هایی هستند که برای ارضاء این

نیازها کشش به وجود می آورند. همچنین انگیزاننده ها وسیله سازگاری میان نیازهای مختلف و حتی در اولویت قرار دادن یک نیاز از میان نیازهای دیگر خواهد بود.

بنابراین، یک عامل انگیزش یا «انگیزاننده» چیزی است که بر رفتار فرد تاثیر می گذارد. بود یا نبود این عامل است که در رفتار فرد تفاوت پدید می آورد. افراد غالباً می توانند خواسته‌های خود را به راه‌های گوناگون برآورده سازند. آنچه باید مدیر انجام دهد، استفاده از آن انگیزاننده هایی است که موجب شود افراد برای موسسه خودشان که آنها را به خدمت گرفته است، به نحو موثر فعالیت کنند (سید جولاین، 1380؛ آرمسترانگ، 2005). در زمینه استراتژی پاداش بیان می دارد که سیاست ها و اقدامات مدیریت در زمینه پاداش باید با استراتژی‌های منابع انسانی و شرکت، فرهنگ و محیط سازمانی همسو باشد. همچنین این پاداش باید اهداف، مقاصد و خواسته‌های سازمان را در خود متجلی سازد.

2-2-5) عنوان عوامل ساختاری

ساختار سازمانی، شیوه ای را که فرایند تصمیم گیری اتفاق می افتد و همچنین مسئولیت برای مواد و منابع و فرایندهای انسانی را تعیین می کند. ساختار سازمانی بایستی منعطف باشد تا پخش دانش و همکاری بین مرزهای سنتی سازمان را به طرف مرزهای خلاق دانشی افزایش دهد (والزاک¹، 2005).

بطور کلی شرایط زمینه ای نشان دهنده سلسله خصوصیات ویژه ای است که این سلسله خصوصیات یا شرایط خاص معمولاً راهبردهای کلی را تحت تاثیر قرار می دهند و یا به عبارتی محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده اصلی است. در این پژوهش شرایط زمینه ای تحت عنوان عناصر ساختاری شامل فضای سازمانی بالنده، ساختار سازمانی پویا، استقرار مدیریت دانش، مدیریت مشارکتی می باشد. عناصر ساختاری حاکم بر توسعه منابع انسانی جهت دستیابی به اعتماد سازمانی موجب شکل گیری یک مدل و الگوی پایدار در جهت تحقق این در سازمان می شود. عناصر ساختاری در این پژوهش یک حالت ذهنی و انتزاعی دارند و بصورت منظم و منسجم بر دانش پژوهان شایسته اثرگذار هستند و نقش هدایت گر و تسهیل کننده دارند.

3-2-5) عوامل و عناصر اقتضایی

این عناصر تحت عنوان عناصر میانجی، شرایط کلی و وسیع تری هستند مانند زمان، مکان، فرهنگ، اقتصاد و... که بر راهبردهای اصلی اثرگذار هستند. از بعد نظری عناصر اقتضایی و وضعیتی حاکم بر اعتماد سازمانی

¹ walczak

در نظام اسلامی شرایطی را پدید می آورند که در طی آن جویندگان مسیر اعتماد سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهند. ماهیت این عناصر به گونه ای است که نحوه پاسخگویی و عکس العمل به آنها بسته به موقعیت و وضعیت صورت می پذیرد. این عوامل بیشترین تاثیر را روی اعتماد سازمانی داشته و ماهیت آنها به گونه ای که در طول زمان دچار تغییر می شوند. در این پژوهش عناصر احصاء شده شامل فضای سازمانی حمایتگر، ساختار سازمانی حمایتگر، بافت سازمانی اسلامی، فرهنگ شایسته سالاری می باشند.

5-2-4) شایستگی کارکنان

این پیامدها در واقع عمل و عکس العمل ها که در مقابله، یا جهت اداره کردن و یا کنترل کردن پدیده اصلی به وقوع می پیوندد. داشتن آموزش و پژوهش مبتنی بر تولید دانش بدون شک مزیت رقابتی را برای سازمان ها ایجاد می کند که توان رقابت پذیری و پاسخ به چالش های فراملی را ممکن می سازد و این همان شایستگی هایی است که در چشم انداز، نقشه جامع علمی ... نظام آموزش عالی دنبال می کنند که در نهایت می تواند به اعتماد سازمانی منجر شود.

در این پژوهش پیامدهای احصاء شده شامل خلاقیت و یادگیری، شایستگی های حرفه ای و اجتماعی، قدرت ایده پردازی و رشد شخصی می باشند. نتایج بسیاری از تحقیقات نشان دهنده اهمیت این مولفه می باشد. شایستگی یا صلاحیت، اعتقاد فرد به توانایی و ظرفیت خود برای انجام کارهای مهارتی است. سرمایه انسانی مشتمل بر دانش و مهارت، توانایی ها، روحیه کاری، وفاداری، یادگیری، تجربه کاری، لیاقت شخصی، انعطاف پذیری، رضایت، خلاقیت، استعداد و دانش ضمنی موجود در ذهن افراد و... (لیترال¹، 2008).

سرمایه انسانی را به عنوان دانش، مهارت ها و توانایی های نیروی کار یک شرکت تعریف می کند. اغلب محققان در تعریف سرمایه انسانی سازه هایی نظیر تحصیلات، آموزش و تجربه را در نظر می گیرند که معتقدند به ظرفیت تولیدی فرد کمک می کند (کرینگ و رایت²، 2006). افزایش رقابت و سریع شدن نرخ تغییرات تکنولوژیکی، انتقال بهتر دانش را در بین مرزهای وظیفه ای سازمان ایجاب می کند که ساختار سازمانی یک عامل مهم در بکارگیری فن آوری های جدید است (بروک³، 2006: 45).

¹ littrall

2- Carrig & Wright

3- Brook

5-3) محدودیت‌های پژوهش

برخی از محدودیت‌های پژوهش به شرح ذیل هستند:

- دسترسی به متخصصین مدیریت اسلامی و توزیع پرسشنامه بین آنان،
- محدودیت زمانی تحقیق به عنوان یکی از محدودیت‌های اصلی تحقیق حاضر به شما می‌رود.
- عدم پیشینه تحقیق در ارتباط با رویکرد اسلامی در اعتماد و رفتار سازمانی در ایران
- عدم رضایت جامعه هدف از حجم زیاد پرسشنامه‌ها و همچنین عدم تمایل آنها برای اختصاص زمان مناسب در تکمیل پرسشنامه.

5-4) پیشنهادات برای پژوهش‌های آینده

برخی از پیشنهادات برای پژوهش‌های آینده به شرح ذیل است:

- 1- بررسی تاثیر سایر متغیرهای کلان اجتماعی بر تحقق اعتماد سازمانی اسلامی.
- 2- بررسی پایایی مدل ارائه شده در سایر محیط‌ها دانش بنیان.
- 3- به دلیل وجود تعداد زیاد مشخصه‌ها در مدل پژوهش، پرسشنامه طراحی شده برای سنجش شاخص‌های مذکور با حداقل سوال طراحی شد. بطور کلی طراحی سازه‌های بیشتر برای اندازه‌گیری شاخص‌ها می‌تواند اعتبار و دقت ابزار را افزایش دهد.
- 4- بررسی تاثیر ابعاد مختلف اعتماد سازمانی با رویکرد اسلامی بر امکان افزایش تحقق مسیر تعالی سازمان‌ها.
- 5- بررسی عوامل پشش برنده و بازدارنده مرجعیت علمی در کشور.
- 6- بررسی شکاف موجود میان وضعیت موجود اعتماد سازمانی و وضعیت مطلوب آن برای حصول به تعالی سازمان.

5-5) پیشنهادات اجرایی و کاربردی

- 1- اختصاص بودجه ویژه برای پژوهش در این رابطه و انجام پژوهش‌های تکمیلی.
- 2- تدوین شاخص‌های مربوط به نظام اعتماد سازمانی اسلامی.
- 3- ایجاد سازوکارهای انگیزش برای افرادی که در مسیر اعتماد سازمانی اسلامی علمی قدم برمی‌دارند.

4- پیشنهاد می گردد، پژوهش تحت عنوان نقش استراتژیک اعتماد سازمانی اسلامی در سطح سازمانی و تاثیر آن در سطح ملی صورت پذیرد.

Sharifiyar.com

منابع و مأخذ

- ابطحی، (1383)، مدیریت منابع انسانی، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ سوم
- ازکیا، مصطفی و علیرضا دربان آستانه، (1382). روش های کاربردی تحقیق، جلد اول، انتشارات کیهان، تهران.
- اورعی، 1381. نگرش بر توانمندسازی، مطالعات بازرگانی، تهران، چاپ.
- بودلایی. ح و دیگران، "1388"؛ یادگیری و اعتماد سازمانی به عنوان حلقه های میانجی بین توانمندسازی روانشناختی و تعهد سازمانی، فصلنامه علمی- پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه، سال سوم، شماره 20.
- بودلایی. ح، (1389)؛ یادگیری و اعتماد سازمانی، حلقه های میانجی بین توانمندسازی روانشناختی و تعهد سازمانی، فرایند مدیریت و توسعه، شماره 75، بهار 90
- پناهی. ب؛ (1387)، اعتماد و اعتماد سازی در سازمان، پیک نور سال هفتم، شماره 4.
- جوادی آملی، & حضرت آیت الله عبدالله. (2005). قرآن در نهج البلاغه. پژوهشهای فقهی، 1(2).
- حسن زاده، (1383)، شنا سایی عوامل مؤثر بر اعتماد سازی بین کارکنان و مدیران و بررسی وضعیت موجود سازمان های اجرایی کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم.
- حسنزاده، (1384)، «شناسایی عوامل مؤثر بر اعتماد سازی در سازمان و بررسی آن در سازمانهای اجرایی کشور»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم؛
- خدایاری، ع. ن.، دانشگاه، ا. ص. ع.، دوم-تعیین، و. ت. م. ت.، یعنی، ا. م.، کلیات، ن. ا. د. خ. ر.، از، ق. و. س. ب.، ... & کلید، و. نقش احادیث معصومان در تفسیر قرآن.
- خرم، ش. م.، ساوه، د. م.، & دانشگاه، ع. ط. عدالت در اندیشه متفکرین اسلامی مقایسه تطبیقی آراء رهبر انقلاب اسلامی و شهید مطهری.
- رحیم نیا، فریبرز، امینی، مرجان، نبی زاده، & ظاهره. (2011). ارائه چارچوبی برای فرآیند ایجاد اعتماد الکترونیک و توسعه تجارت الکترونیک. *Journal of Mathematics*.
- زارعی متین. ح، (1383)، اعتماد درون سازمانی و بررسی وضعیت موجود سازمانهای اجرایی کشور، فرهنگمدیریت سال دوم، شماره هفتم، صفحه 126-79

- ساروخانی، باقر، (1378). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، جلد اول، انتشارات سمت، تهران.
- سرمد. ز، بازرگان.ع، حجازی، ا، (1376)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، موسسه نشر آگه، تهران
- شیرازی.ع، (1391)، تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان خراسان شمالی)، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال چهارم، شماره 7، بهار و تابستان 1391
- غفاری، & ابوالفضل. (May, 2014). بررسی انتقادی دیدگاه ارتباطی دل مشغولی نادینگز در اخلاق با تاکید بر کتاب مفاتیح الحیات علامه جوادی آملی. In پنجمین همایش انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران.
- کرلینجر، (1382). مبانی پژوهش در علوم رفتاری، جلد دوم، ترجمه حسن پاشا شریفی، انتشارات آوای نور، تهران.
- کرلینجر، فردان، (1382). مبانی پژوهش در علوم رفتاری، جلد دوم، ترجمه حسن پاشا شریفی، انتشارات آوای
- کاظمی، عالیه، مدرس، & مهرگان. (2011). پیش‌بینی تقاضای انرژی بخش حمل و نقل با استفاده از مدل زنجیره مارکوف خاکستری: مطالعه‌ی موردی در ایران. نشریه مدیریت صنعتی، 3(7)، 117.
- کوهکن.ع، "1388" مولفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی، راهبرد یاس، شماره 17، سال 1388
- گریفین، 1377، رفتار سازمانی، ترجمه: الوانی، سید مهدی و معمار زاده، غلامرضا، انتشارات مروارید.
- لگزیان، م، (1387)، مدل مفهومی روابط ساسمانی مبتنی بز اعتماد و شفافیت و ساز و کارهای کنترلی متناسب، پیام مدیریت، شماره 28، صص 185-221
- مستقیمی، م. ا.، نظریه، ع. گ. ع. ج. آ.، در، ت. ب. ن. ه. ر. ب. ا. و. ن. ا.، که، ب. ن. م. ی. م.، & تمایز، گ. ج. د. ح. ت. تحلیل رابطه تربیت اخلاقی و جنسیت مبتنی بر انسان شناسی از دیدگاه آیت الله جوادی آملی.
- نادى. م، (1388)، شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر وعاطفی به منظور ارائه یک مدل معادلات ساختاری مناسب درآموزش وپرورش اصفهان، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلام ی واحدگرمسار سال سوم، شماره 4، زمستان 1388 - صص 155-174

- نادى، م، "1388"، شناخت ادراك معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانى با تعهد مستمر و عاطفى به منظور ارائه يك مدل معادلات ساختارى مناسب درآموزش و پرورش اصفهان، فصلنامه رهبرى و مديريت آموزشى دانشگاه آزاد اسلامى واحد گرمسار سال سوم، شماره 4، زمستان 1388، 155 - 174 صص.
- نويسنده، م، پورحسن، ق، قائدشرف، م، & دانشگاه، ع. ط. عنوان مقاله: تشكيك در وجود و بررسى مناقشات نو صدر اريان علامه طباطبايى، آيت اله مصباح و آيت اله جوادى آملى.
- نويسنده، م، تقوى، س، دانشگاه، آ. ا، & واحد، س. عنوان مقاله: تاملى پيرامون فهم نوين تفسير قرآن و نقد ديده گاه تحول پذيرى.
- نويسنده، م، خامه، گ. م، پژوهشگاه، ع. و. ف. ا، چكيده، ف، پيش، ا. ا. و. ب. ك، گونه، م. ر. د. ت، & قرآن، ب. ب. ك. ه. و. عنوان مقاله: عنوان فارسى: آسيب شناسى روايات تفسيرى (با تاكيد بر ديده گاه علامه طباطبايى) (عنوان عربى: دراسه سلبيات الروايات التفسيريه (مركزه على وجهه نظر العلامة الطباطبائي)).
- نويسنده، م، خداياري، ع. ن، دانشگاه، ا. ص. ع، دوم-تعيين، و. ت. م. ت، يعنى، ا. م، كليات، ن. ا. د. خ. ر، ... & كليد، و. عنوان مقاله: نقش احاديث معصومان در تفسير قرآن.
- نويسنده، م، دهقان، پ. ع، حوزه، ع، دانشگاه، ب. ع، گرچه، ه. آ. ص. ح. ا، ارتباط، ت. ق. و. ب. ا، ... & اين، ن. چ. ر. ح. ص. عنوان مقاله: رويکرد حكمت صدر ايبى به تفسير قرآن.
- نويسنده، م، دهقان، پ. ع، حوزه، ع، دانشگاه، ب. ع، گرچه، ه. آ. ص. ح. ا، ارتباط، ت. ق. و. ب. ا، ... & اين، ن. چ. ر. ح. ص. عنوان مقاله: رويکرد حكمت صدر ايبى به تفسير قرآن.
- نويسنده، م، شريعتمدار، آ، شريعتى، ص، دلاور، ع، & دانشگاه، ع. ط. عنوان مقاله: تدوين برنامه آموزش هشياري افزايبى وجودى و هشياري افزايبى مبتنى بر اخلاق اسلامى و مقايسه اثريخشى آنها بر افزايش رضائت از زندگى.
- نويسنده، م، غلامى، ل، علوى، م. ح، يكى، ا. ر. ه. ت. ق، كه، د. د. ه. ا. م، توجه، ب. ن. ب. گ. ق، & گرفته، ا. عنوان مقاله: چيستى تفسير موضوعى و تفاوت آن با تفسير قرآن به قرآن.
- نويسنده، م، معماری، د، گروه، ع. ق. و. ح، & دانشگاه، ب. ا. ا. خ. ق. عنوان مقاله: مفسران شيعه و نقد روايات تفسيرى با تاكيد بر الميزان.
- نويسنده، م، واعظى، ا، & دانشگاه، ب. ع. عنوان مقاله: علم دينى از منظر آيت اله جوادى آملى.

- هادوی، ن.ع.ا.، پژوهشگاه، ف. و.ا.ا.، حجم، و.ا.گ.ت.، خود، ر.ب.ا.ت.ت.، & محدود، ن.ا. علم و دین در پرتو روش تفسیر موضوعی-علمی قرآن کریم (کاربرد آن در اقتصاد).
- وزیری.ع، "1391"، بررسی هوش فرهنگی، مؤلفه‌ها و راهبردهای آن در سازمان با رویکرد اسلامی، سال دوم، شماره اول، پاییز و زمستان 1391، صفحه 53 – 80
- یوسفی.ع، (1391)، بررسی رابطه میان اعتماد سازمانی کارکنان پرستاری با میزان رضایت شغلی ایشان در بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال 1384، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی (ویژه نامه توسعه آموزش) / زمستان 1389

Altinoz.M;(2013); Effects of talent management on organizational trust: a field study; 9th International Strategic Management Conference.

- Arabsalehi, Nasabadi M. (2006) *Influential Factors in Trust Relationships Existing Between Financial*
- Bakry, D., Gentil, I., & Ledoux, M. (2014). *Analysis and geometry of Markov diffusion operators*. Springer.
- Bennis, B., & Nanus W.G.(1997). *Leaders: The strategies for taking charge*. NY: HarperCollins
- Bidarian.S. (2012); The relationship between organizational justice and organizational trust; *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 47 (2012) 1622 – 1626 .
- Boon, S.D.& Holmes, J.G. (1991), The dynamics of interpersonal trust: resolving uncertainty in the face of risk, in Hinde, R.A., Groebel, J. (Eds), *Cooperation and Pro-social Behaviour*, Cambridge University Press, Cambridge, MA.
- Bowman, G. R., Pande, V. S., & Noé, F. (2013). *An introduction to markov state models and their application to long timescale molecular simulation* (Vol. 797). Springer Science & Business Media.

- Chatrchyan, S., Hmayakyan, G., Khachatryan, V., Sirunyan, A. M., Adam, W., Bauer, T., & Marfin, I. (2008). The CMS experiment at the CERN LHC. *Journal of Instrumentation*, 3(08), S08004.
- Chodera, J. D., & Noé, F. (2014). Markov state models of biomolecular conformational dynamics. *Current opinion in structural biology*, 25, 135-144.
- *Commerce*, 6 (2): 35-59.
- Cook, J. & Wall, T.D. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment. *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 53.
- Currie, T. E., & Meade, A. (2014). Keeping Yourself Updated: Bayesian Approaches in Phylogenetic Comparative Methods with a Focus on Markov Chain Models of Discrete Character Evolution. In *Modern Phylogenetic Comparative Methods and Their Application in Evolutionary Biology* (pp. 263-286). Springer Berlin Heidelberg.
- David Schoorman, Roger C. Mayer, and James H. Davis. "2013", An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future, *ACAD MANAGE REV* April 1, 2013, 32:2344-354;
- Dean, T. A., Singh, S. S., Jasra, A., & Peters, G. W. (2014). Parameter estimation for hidden Markov models with intractable likelihoods. *Scandinavian Journal of Statistics*.
- Dyer, J. H. and W. Chu (1997) "The Economic Value of Trust in Supplier-Buyer Relationship".
- Eaves, B. C., & Veinott Jr, A. F. (2014). Maximum-stopping-value policies in finite Markov population decision chains. *Mathematics of Operations Research*.
- Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

- Ergenli, A. Saglam, G & Selin, M 2007. 'Psychological empowerment and its relationship to trust in immediate managers'. *Journal of Business Research*, vol. 60, pp. 41-9.
- Flanagin, A. J., Metzger, M. J., Pure, R., Markov, A., & Hartsell, E. (2014). Mitigating risk in ecommerce transactions: perceptions of information credibility and the role of user-generated ratings in product quality and purchase intention. *Electronic Commerce Research*, 14(1), 1-23.
- Gabarro, J. J. (1978) "The Development of Trust, Influence, and Expectation", in A. G. Athos and J.
- Gene Smith." How to achieve organizational trust within an accounting department ". *Managerial Auditing Journal*, Volume: 20, Issue: 5.2005, 2005.PP 520 – 523
- Greenberg, J & Baron, RA 2000, *Behavior in organizations*, 7th ed, upper Saddle River, NJ: Prentice, Hall.
- Greenberger, DB, Stasser, S, Cummings, LL & Dunham, RB 1989. 'The impact of personal control on performance & satisfaction', *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, vol. 43.
- Huang, X., & Tang, C. (2014, September). Grey Markov Model Railway Overload Predictions. In *2014 International Conference of Logistics Engineering and Management (ICLEM)*.
- Gabarro (eds.) *Interpersonal Behavior: Communication and Understanding in Relationships*.
- Kang, H. W., Kurtz, T. G., & Popovic, L. (2014). Central limit theorems and diffusion approximations for multiscale Markov chain models. *The Annals of Applied Probability*, 24(2), 721-759.
- Khodaparast Mashhadi, Mahdi (2010) *Strategies for Trust Enhancement in Mashhad Municipality*.

- Lewicki, R. J., D. J. McAllister and R. J. Bies (1998) “Trust and Distrust: New Relationships and
- Luis R. Izquierdo, Segismundo S. Izquierdo, José Manuel Galán and José Ignacio Santos (2009). Techniques to Understand Computer Simulations: Markov Chain Analysis. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation* vol. 12, no. 16.
- Mansour, N. (2012); Investigating possible contributors towards “Organizational Trust” in effective “Virtual Team” collaboration context; *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (2012) 283 – 289
- Martins, N. (2002). (a model for managing trust). *International Journal of manpower*. Vol. 23, No. 8;
- Mashhad Municipality.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Mc Kenna, S. (2005). Organizational commitment in the small entrepreneurial business in Singapore. *Cross Cultural Management*. Vol. 12, No. 2 .
- McKnight, D. H. & N. L. Chervany (2001-2002) “What Trust Means in E-Commerce Customer
- Mink, Esterhuysen, Mink and Owen (1993) “Managing and Developing Open Organizations”, refined
- model in Arabsalehi (2006).
- Möllering, G., Bachmann, R., & Lee, S. H. (2004). Introduction: Understanding organizational trust??—foundations, constellations, and issues of operationalisation. *Journal of Managerial Psychology*, 19(6), 556-570.

- Nedialkova, L. V., Amat, M. A., Kevrekidis, I. G., & Hummer, G. (2014). Diffusion maps, clustering and fuzzy Markov modeling in peptide folding transitions. *The Journal of chemical physics*, 141(11), 114102.
- O'Reilly, C & chatment, J 1986. 'Organizational commitment and Psychological attachment. The effects of compliance, identification and internalization on prosocial behavior', *Journal of Applied Psychology*, Vol. 71, no.2.
- Peersman, G., Jak, W., Vandenlangenbergh, T., Jans, C., Cartier, P., & Fennema, P. (2014). Cost-effectiveness of unicondylar versus total knee arthroplasty: a Markov model analysis. *The Knee*, 21, S37-S42.
- Porter, LW, Steers, RM, Mowday, R.T & Boulian, PV 1974, 'Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians', *Journal of Applied Psychology*, vol. 59 , no. 5, pp. 603-9
- Puterman, M. L. (2009). *Markov decision processes: discrete stochastic dynamic programming* (Vol. 414). John Wiley & Sons.
- Putnam,R.D.," Bowling alone :America's declining Social Capital"; *Journal of Democracy* ,Vol 6.No10.1995.PP 65 – 78.
- Ranca, C. A., & Iordănescu, E. (2013). Assessment of Organizational Trust: Preliminary Data for Romanian Adaptation of the Organizational Trust Inventory Short Form. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 78, 436-440.
- Realities” *The Academy of Management Review*, 23 (3): 438-458.
- Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology” *International Journal of Electronic*
- research project in. Ferdowsi University of Mashhad & Islamic Council Research Center of
- Ring, P. S. & H. Van de Ven (1992) “Structuring Cooperative Relationships between Organizations”

- Robbins, S. P., (2003), "organizational Behavior», New Dehli: practice, Hall of India.
- Roger C. Mayer, James H. Davis, and F. David Schoorman, "2003"; An Integrative Model Of Organizational Trust, *ACAD MANAGE REV* July 1, 2003, 20:3709-734;
- Roger C. Mayer & James H. Davis, "An Integrative Model Of Organizational Trust", *Academy of Management Review*, vol 20, no 3, 1995, pp 709 – 734
- Sachs, F. (2014). QUANTITATIVE ANALYSIS OF ION CHANNEL KINETICS USING HIGHER ORDER HIDDEN MARKOV MODELS.
- Singh, R. S., Patel, C., Yadav, M. K., Singh, P. K., & Singh, K. K. (2014). Weekly rainfall analysis and Markov Chain Model probability of dry and wet weeks at Varanasi in Uttar Pradesh. *Environment and Ecology*, 32(3), 885-890.
- Stone, W., "Measuring social capital, toward a theoretically informed measuring framework for researching social capital in family and community life", Australian Institute of Family Studies, Research Paper No. 24, 2001
- *Strategic Management Journal*, 18: 483-498.
- Trust", *The Academy of Management Review*, 20 (3): 709-734.
- Trustees and Investment Managers an Indonesian Case Study, School of Accounting and Finance, University of Wollongong.
- Utami, A. F., Bangun, Y. R., & Lantu, D. C. (2014). Understanding the Role of Emotional Intelligence and Trust to the Relationship between Organizational Politics and Organizational Commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 115, 378-386.
- Vergara-Galicia, J., Prado-Prado, F. J., & Gonzalez-Diaz, H. (2014). Galvez-Markov Network Transferability Indices: Review of Classic Theory and New Model for Perturbations in Metabolic Reactions. *Current drug metabolism*.

- Wintoro. D. (2000) An Investigation of the Role of Trust in the Relationship between Pension Fund

پیوست

مشخصات فردی

جنسیت: مرد زن

سن: 20 تا 30 سال 31 تا 40 سال 41 تا 50 سال 51 سال و بالاتر

تحصیلات: کارشناسی ارشد دکتری

سابقه کاری: 5 سال و کمتر 6 تا 10 سال 11 تا 15 سال 16 تا 20 سال 21 سال و

بالاتر

بخش اول: ویژگیهای شخصیتی، رفتاری و اخلاقی مرجعیت علمی (پدیده اصلی: همان قالب و نمای اصلی پژوهش است)									
توضیحات: بعد اول پژوهش شامل 6 شاخص اصلی می باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص ها، گویه هایی به شکل آنچه در ادامه می آید طراحی شده است. هر یک از گویه ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
رد گویه	بیشترین میزان تا کمترین میزان							گویه ها	شاخص ها
0	1	2	3	4	5	6	7	• تعهد و مسئولیت پذیری	اخلاق گرایی
0	1	2	3	4	5	6	7	• تواضع و صداقت	
0	1	2	3	4	5	6	7	• صلاحیت و امانت داری	
0	1	2	3	4	5	6	7	• نعدوستی و ایثار	
0	1	2	3	4	5	6	7	• اعتقاد و عمل به اخلاق حرفه ای	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تسلط به زبان علمی (انگلیسی و)	مهارت
0	1	2	3	4	5	6	7	• مهارت کلامی / قدرت بیان	
0	1	2	3	4	5	6	7	• مهارت نوشتاری / توان نگارش	
0	1	2	3	4	5	6	7	• مهارت حل مسئله / حل مسئله	
0	1	2	3	4	5	6	7	• نگاه مثبت به اهداف و ارزشها	نگرش
0	1	2	3	4	5	6	7	• رضایتمندی از فضای حاکم	
0	1	2	3	4	5	6	7	• کمال گرا	
0	1	2	3	4	5	6	7	• مطلوب دانستن فضای علم و تحقیق	
0	1	2	3	4	5	6	7	• احساس عدالت	انگیزش
0	1	2	3	4	5	6	7	• میل به موفقیت	
0	1	2	3	4	5	6	7	• احساس شان و منزلت اجتماعی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• ارزش یا اهمیت کار	
0	1	2	3	4	5	6	7	• داشتن ایده های جدید بطور مستمر	خلاقیت و نوآوری
0	1	2	3	4	5	6	7	• خودباوری	
0	1	2	3	4	5	6	7	• آزادی عمل	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توانایی درک فرصت ها (کنجکاوی و پرسشگر)	

0 1 2 3 4 5 6 7								• توان نقادی و تفکر خلاقانه	
بخش دوم: مولفه ها									
بعد اول: شایستگی های علمی و پژوهشی (پیامدها: پیامد اصلی پژوهش چیست؟ واز چه چیز تبعیت می کند و تحت تاثیر چه اقدامات و تعاملاتی است).									
توضیحات: بعد اول پژوهش شامل 4 شاخص اصلی می باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص ها، گویه هایی به شکل آنچه در ادامه می آید طراحی شده است. هر یک از گویه ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
رد گویه	تا	بیشترین میزان..... کمترین میزان						گویه ها	شاخص ها
0	1	2	3	4	5	6	7	• قدرت پاسخگویی	توانمندی آموزشی
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان فراهم آوردن دانش و مهارت اساسی برای مخاطبین	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان بکارگیری ابزارهای آموزشی کمک آموزشی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• درک عمیق از مبانی نظری و علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تسلط بر متدولوژی	توانمندی های پژوهشی
0	1	2	3	4	5	6	7	• توانمندی مسئله-محوری	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توانمندی نقادی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توانمندی پژوهش بنیادی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان تولید دانش	
0	1	2	3	4	5	6	7	• جسور و با اراده	قدرت ایده پردازی
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان مرزکنی دانش	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان تحلیل و پردازش	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توان درهم آمیختگی الگوهای ذهنی-مهارتی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• شکل گیری انجمن های علمی	شبکه سازی علمی
0	1	2	3	4	5	6	7	• پیوندهای علمی بین دانشگاهی و درون دانشگاهی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• شکل گیری شبکه های بین المللی علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تعاملات شبکه و جامعه پذیری دانش	
بعد دوم: عوامل اقتضایی و وضعیتی (شرایط واسطه ای: عوامل اقتضایی و مداخله گر کدامند؟)									
توضیحات: بعد دوم پژوهش شامل 6 شاخص اصلی می باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص ها، گویه هایی به شکل آنچه در ادامه می آید طراحی شده است. هر یک از گویه ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
رد گویه	تا	بیشترین میزان..... کمترین میزان						گویه ها	شاخص ها
0	1	2	3	4	5	6	7	• سرمایه گذاری اقتصادی هدفمند در حوزه دانش	فضای سازمانی حمایتگر
0	1	2	3	4	5	6	7	• تخصیص بودجه متناسب و کاملاً حمایتی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• رشد اقتصادی سالم در جامعه	

0	1	2	3	4	5	6	7	• تخصیص بودجه مبتنی بر حفظ استقلال مراکز علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• پرهیز از سیاست زدگی در فضای علمی دانشگاه	بافت سازمانی اسلامی
0	1	2	3	4	5	6	7	• حمایت از کرسی‌های نظریه پردازی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تدوین قوانین و مقررات تسهیل گر برای دانش پژوهان و نخبگان	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تکریم به دیدگاه اندیشمندان و نخبگان	
0	1	2	3	4	5	6	7	• حاکمیت ارزشهای دینی در فضای خانواده	فرهنگ شایسته خواهی
0	1	2	3	4	5	6	7	• الگو برداری از بزرگان دین توسط فرزندان	
0	1	2	3	4	5	6	7	• شکل گیری و تقویت باورها و نگرشهای دینی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• جهت گیری مناسب دینی در فضای خانواده	
0	1	2	3	4	5	6	7	• بالا بودن کرامت اجتماعی نخبگان علمی	بستر و تمدن تاریخی
0	1	2	3	4	5	6	7	• توجه به نظام شایسته سالاری در جامعه	
0	1	2	3	4	5	6	7	• استقرار نظام عدالت آموزشی و پژوهشی در کشور	
0	1	2	3	4	5	6	7	• پیشینه علمی کشور (داشتن مراجع علمی در گذشته)	بستر و تمدن تاریخی
0	1	2	3	4	5	6	7	• خودباوری و احساس افتخار ناشی از گذشته علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• هویت تمدنی و تاریخی علمی مناسب	
بعد سوم: تفکر استراتژیک و تفکر سیستمی (راهبردها: چه راهبرد، اقدامات و تعاملاتی ما را به هدف اصلی می رساند).									
توضیحات: بعد سوم پژوهش شامل 2 شاخص اصلی می باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص ها، گویه هایی به شکل آنچه در ادامه می آید طراحی شده است. هر یک از گویه ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
شاخص ها		گویه ها		بیشترین میزان.....		تا		رد گویه	
				کمترین میزان.....					
0	1	2	3	4	5	6	7	• داشتن چشم انداز و رسالت	جهت استراتژیک
0	1	2	3	4	5	6	7	• داشتن اهداف و استراتژی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• برنامه های بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت	
0	1	2	3	4	5	6	7	• دیدگاه کل نگر داشتن	تفکر سیستمی
0	1	2	3	4	5	6	7	• دیدگاه فرآیند نگر داشتن	
0	1	2	3	4	5	6	7	• نظام مندی در اجزاء برنامه علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• حداکثر توافق برای کار با افراد و داشتن دیدگاه جمعی	تیم سازی
0	1	2	3	4	5	6	7	• همکاری و سازگاری بالا در جهت حل تعارض افراد تیم	
0	1	2	3	4	5	6	7	• وجود تبادل نظر در بین اعضای تیم	

0	1	2	3	4	5	6	7	تبادل اطلاعات و تعامل با اندیشمندان	ارتباطات علمی
0	1	2	3	4	5	6	7	شرکت در همایش‌های ملی و فراملی	
0	1	2	3	4	5	6	7	فعالیت و عضویت در مجامع علمی	
بعد چهارم: عوامل ساختاری (شرایط زمینه‌ای: شرایط، بستر و زمینه‌ای که در آن پدیده اصلی آشکار می‌گردد).									
توضیحات: بعدچهارم پژوهش شامل 2 شاخص اصلی می‌باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص‌ها، گویه‌هایی به شکل آنچه در ادامه می‌آید طراحی شده است. هر یک از گویه‌ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص‌های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه‌ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
رد گویه	تا	بیشترین میزان کمترین میزان						الف: ساختار نرم	شاخص‌ها
0	1	2	3	4	5	6	7	ارزشها و اخلاقیات روشن و توسعه یافته	فضای سازمانی بالنده
0	1	2	3	4	5	6	7	وجود جو دوستی و حمایتی	
0	1	2	3	4	5	6	7	ارزش گذاشتن به انسانهای سخت کوش و تلاشگر	
0	1	2	3	4	5	6	7	حاکم بودن فضای تشویق و حمایت در تمامی سطوح سازمانی برای پیشرفت	
0	1	2	3	4	5	6	7	حاکم بودن اطمینان و اعتماد در سازمان	مدیریت تحول آفرین
0	1	2	3	4	5	6	7	تحلیل درست از وضعیت سازمان(فرصتها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌ها)	
0	1	2	3	4	5	6	7	حمایت از استقلال عمل	
0	1	2	3	4	5	6	7	ایفای نقش تسهیلگر در توسعه حرفه‌ای	
0	1	2	3	4	5	6	7	تسهیل تعاملات(دانشمندان، مراکز آموزشی، پژوهشی و	
0	1	2	3	4	5	6	7	محیط چالشی و متغیر	فضای رقابت علمی
0	1	2	3	4	5	6	7	وجود فرصت‌های مناسب جهت پیشرفت علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	ورود نیروهای جوان کارآمد به عرصه علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	وجود رقابت برای آینده‌سازی و آینده‌نگاری	
رد گویه	تا	بیشترین میزان کمترین میزان						ب: ساختار سخت	شاخص‌ها
0	1	2	3	4	5	6	7	کاهش بوروکراسی و سلسله مراتب سازمانی	ساختار سازمانی پویا
0	1	2	3	4	5	6	7	حداکثر انعطاف پذیری(در ارتباطات، تصمیم‌گیری، نظام ارتقاء)	
0	1	2	3	4	5	6	7	حداقل تمرکزگرایی و حداکثر تفویض اختیار	
0	1	2	3	4	5	6	7	مسئولیت پذیری و قابلیت پاسخگویی	
0	1	2	3	4	5	6	7	داشتن فرآیند استفاده از دانش	استقرار تسهیم دانش
0	1	2	3	4	5	6	7	تولید، خلق دانش و تسهیم دانش	
0	1	2	3	4	5	6	7	ذخیره و توزیع دانش	
0	1	2	3	4	5	6	7	هم‌افزایی اطلاعاتی و جریان‌سازی علمی	
0	1	2	3	4	5	6	7	فراهم بودن زیرساخت مناسب IT	فضای فناوری
0	1	2	3	4	5	6	7	فراهم بودن زیرساخت نرم افزاری	
0	1	2	3	4	5	6	7	وجود امکانات و تجهیزات پیشرفته جهت تبادل اطلاعات	

بعد پنجم: عوامل انگیزاننده (شرایط علی: حوادث و وقایعی که در گسترش پدیده اصلی نقش دارند.)									
توضیحات: بعد پنجم پژوهش شامل 3 شاخص اصلی می باشد. برای سنجش هر یک از این شاخص ها، گویه هایی به شکل آنچه در ادامه می آید طراحی شده است. هر یک از گویه ها را در نظر بگیرید و با توجه به میزان اهمیتی که هر یک از آنها در تعیین یا سنجش شاخص های مورد نظر دارند، از طیف 7 گزینه ای زیرگزینه مورد نظر را انتخاب نموده و علامت بزنید.									
رد گویه	بیشترین میزان تا کمترین میزان							گویه	شاخص
0	1	2	3	4	5	6	7	• جبران خدمات پیشرفته در سازمان	نظام انگیزش و پاداش
0	1	2	3	4	5	6	7	• رضایت نسبت به پرداخت های مالی	
0	1	2	3	4	5	6	7	• داشتن استراتژی پاداش اثربخش و کارآمد	
0	1	2	3	4	5	6	7	• پرداخت مبتنی بر عدالت	
0								• توجه به مهارت و تجربه افراد در تصمیم گیری	شایسته سالاری
0	1	2	3	4	5	6	7	• توجه به تخصص، دانش افراد در تصمیم گیری	
0	1	2	3	4	5	6	7	• توجه به قابلیت و صلاحیت ها	
0	1	2	3	4	5	6	7	• پذیرش تفکر انتقادی	فضای آزاد اندیشی
0	1	2	3	4	5	6	7	• حاکم بودن فضای منطق و استدلال	
0	1	2	3	4	5	6	7	• تحمل ایده های مخالف	

Abstract

Knowledge era and transition to globalization have transformed the concept of social capital. One of the most original and most complex concepts of social capital concept is organizational trust. This study is based on the belief that Islam's best practices are in management and provides confidence. This study aims to provide a model of organizational trust with the Islamic approach. Organizational trust in the Islamic concepts were evaluated in terms of trusting others and a model which contains motivators, structural, contingency, ethical and behavioral and staff's competency factors was considered. The research methodology combines two stages. The first stage conducted through grounded theory and the second stage was qualitative (descriptive) method. The direction of the research is fundamental and research approach in the first stage is inductive and the second stage is deductive. The statistic population at the first stage used via the snowball sampling method to obtain the initial model through expert and professionals. Cronbach's alpha coefficients were calculated to assess the validity of the questionnaire, which indicate the suitability of the used instrument. Validity of the questionnaires was confirmed through the expert's opinions as well as supervisor and advisors. The statistical method used in the second stage of data collection, analyzed using SPSS software. Descriptive statistics and confirmatory factor analysis were used to confirm the dimensions of the model and also SPSS and LISREL softwares were used to analyse the final model. The findings of the research confirmed the correlation between five factors with organization trust.

Key Words: Organizational Trust, Eslamic Approach, Grounded Theory, Staff Competency, Lisrel