

مدل عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان

جعفر بیک زاد^۱، نسرين مظلوم بشیری^۲

^۱ استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب، ایران

^۲ کارشناس ارشد گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تبریز، ایران

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

نسرين مظلوم بشیری

bashiri.saman@yahoo.com

چکیده

هدف کلی تحقیق حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد به منظور ارائه مدل عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین کارکنان و مدیران شرکت گاز تبریز می باشد. برای این منظور عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد با مطالعه کتب و مقالات و تحقیقات پیشین در ۶۳ عامل به صورت اولیه شناسایی گردید. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان پنج ناحیه شرکت گاز تبریز می باشد که تعداد آنها ۱۳۰ نفر است. به دلیل محدود بودن حجم جامعه آماری، کل آن لحاظ گردید. ابزار جمع آوری اطلاعات دو پرسشنامه؛ پرسشنامه اعتماد استیفن پی رابینز و پرسشنامه عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی است که پس از سنجش روایی و پایایی و اطمینان در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است بدین ترتیب که برای سنجش میزان اعتماد، از آزمون نسبت و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد به منظور ارائه مدل از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و جهت اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد از آزمون فریدمن با نرم افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که میزان اعتماد بین کارکنان شرکت گاز تبریز بالاتر از حد متوسط می باشد. همچنین با توجه به نتایج حاصل از پایایی مقیاس و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی از ۶۳ عامل اولیه شناسایی شده مؤثر بر توسعه اعتماد، ۳۷ عامل شناسایی و در ۸ دسته؛ کار گروهی، فردی، ویژگی های شخصیتی، سازمانی، شغلی، مدیریتی، توانمندی و ارتباطی دسته بندی گردیده و در نهایت مدلی برای عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد ارائه گردید.

واژگان کلیدی: اعتماد، کارکنان، مدیران، توسعه اعتماد.

مقدمه

اعتماد به معنی داشتن اطمینان به نیت و اعمال دیگران و عاملی کلیدی در روابط متقابل نوین است. اعتماد نوعی ساز و کار انسجام دهنده است که وحدت را در نظام اجتماعی ایجاد و حفظ می کند. در حقیقت اعتماد بزرگترین تسهیل گر کارایی سازمان است.

اعتماد را می توان در سطوح تحلیلی مختلفی مفهوم سازی کرد که بیانگر آرایه ای از روابط موجودیت ها، افراد، گروه ها، سیستم ها و توافق بین شرکت ها هستند و اعتماد و فرایندهای مربوطه در آن نقش دارند (روسیان، استکین، برت و کامرز، ۱۹۹۸). اگر قرار باشد نتایج در رشته های گوناگون، تفسیر و مقایسه شود؛ فهم روشنتری از واژه اعتماد مورد نیاز است. نخست باید نظریه اعتماد را ساخت و سپس در مورد هر برداشت در دنیای واقعی مورد مذاکره شد (کلی، ۲۰۰۳).

اعتماد یک پدیده ساده نیست، بلکه زمینه های به هم وابسته ای را مانند امنیت، محرمانه بودن، اقتصاد و رفتار سازمانی را در بر دارد. [۱]

اعتماد مفهومی چند سطحی بوده، به تعاملات سطوح گوناگون همکاران، تیم ها و سطوح درون سازمانی مربوط می شود. [۲]
فوکویاما ۱ معتقد است که اعتماد، عملکرد همه سازمان ها و سبک و کارها را متأثر می کند. [۳]

اعتماد یک عنصر برای تغییر اثر بخش سازمان است. (حسن زاده، ۱۳۸۳، ۷۰؛ خنیفر و زروندی، ۱۳۸۹، ص ۲۲).
به نظر می رسد کلیه متخصصان در زمینه ادبیات اعتماد بر این باورند که اعتماد حالت روحی خاصی است که دارنده آن مشتاقانه به فرد دیگری اجازه می دهد تا در وی نفوذ کند. برخی از دانشمندان اعتماد را به عنوان رفتاری که بر اساس آن میل به همکاری ایجاد می شود، فرض می کنند. [۴]

کیمیری ۲ و مک کرد ۳ (۲۰۰۲)، اعتماد را به معنی قصد پذیرش داوطلبانه فرد در یک وضعیت روانشناسانه بر مبنای انتظارات مثبتی که از قصد و یا رفتار دیگران دارد، تعریف می کند. همچنین مارش ۴ (۱۹۹۴)، اعتماد را به عنوان پذیرش و تأیید و یا به عنوان ابزاری که منجر به کاهش پیچیدگی می گردد، تعریف می نماید. در تعریف دیگری، اعتماد به عنوان یک نگرش، همانند انتظارات و یا اطمینان فرد است که مستقیماً در راستای یک موضوع خاص می باشد. [۵]

یکی از مهمترین نیازهای کارکنان در سازمان، برقراری اعتماد میان آنها و مدیر می باشد. وجود سطوح بالای اعتماد در سازمان باعث ایجاد هزینه های پایین ارزیابی و دیگر مکانیزم های کنترل خواهد بود و کارکنان خود را کنترل و دارای انگیزه های درونی خواهند بود. با توجه به اینکه ایجاد اعتماد، موجب اثر بخشی سازمان و کاهش هزینه های ارزیابی و کنترل می شود، بنابراین ضرورت شناسایی عواملی که باعث ایجاد اعتماد می شود، قابل احساس است. [۶]

استنلی ۵ (۲۰۰۵) بیان می کند که اعتماد، یک ارتباط است. کارکنان می خواهند که یک رابطه مبتنی بر اعتماد با مدیران داشته باشند. باتلر ۶، کانترل ۷ و جنینگ ۸ بیان می کنند که اعتماد، یک رفتاری است که شامل ثبات قابلیت اعتماد و قابلیت پیش بینی فرد اعتماد کننده به دیگری است تا انتظار او را بر آورده سازد. پیلا و همکاران استدلال می کنند که موقعی که توزیعات پیامدهای سازمانی به طور منصفانه انجام گرفته است سطوح بالاتری از اعتماد وجود خواهد داشت. تیلور و دگوی بیان می کنند که اعتماد از تصمیم کارکنان و اختیار آن ها در سازمان تاثیر می پذیرد (خنیفر و زروندی، ۱۳۸۹، صص ۳۳۹-۳۴۰).

اعتماد افراد و گروهها یک عنصر با اهمیت در ثبات سازمان و نیز به عنوان یک عنصر تعیین کننده در ارتباطات صحیح بین افراد است.

اعتماد دربرگیرنده مفاهیم مهمی برای مطالعه است و کلید اصلی برای توسعه روابط بین فردی به شمار می رود.

1. Fokuyama

2. Kimery

3. mccord

4. marsh

5. stanly

6. butler

7. contrel

8. jenning

مقوله اعتماد در خلال سال های ۱۹۸۰ شکل گرفته است. در سال ۱۹۶۷، گیفن^۱ گفت که «به اعتماد تا حدودی به عنوان عامل عرفانی و نا مشهود نگریته شده است» (گیفن، ۲۰۰۳). احتمالاً این برداشت ضرورت تعریف دقیق این مفهوم را آشکارتر می سازد. بیست و دو سال بعد، تیلور^۲ (۱۹۸۹:۸۵) دریافت که اگر در یک کتابخانه پژوهش پیرامون اعتماد مورد بررسی قرار گیرد. «شاهد صف طولانی مفاهیم و معانی ضمنی فراهم شده برای اعتماد خواهیم بود». دیدگاه های پژوهشگران درباره مفهوم اعتماد هنوز پراکنده و با اتفاق نظر فاصله بسیار دارد. در واقع، آنان تعریف های موجود از اعتماد را «آشفته و گیج کننده»، گرفتار «سردرگمی مفهومی» و گرفتار باطلاق مفهومی یافته اند. [۷]

رابینز^۳ (۱۳۸۲: ۱۴۳) اعتماد را به این صورت تعریف می کند: توقع صریح از دیگری به احتراز از فرصت طلبی، در گفتار و در کردار کردار و یا تصمیم گیریها. بنا بر نظر رابینز اعتماد برای ایجاد شدن وقت زیادی می طلبد. [۸]

عوامل بسیاری بر توسعه اعتماد مؤثر بوده و با آن مرتبط می باشد که در تحقیق حاضر سعی گردیده است عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد به منظور ارائه مدلی در شرکت گاز تبریز مورد بررسی قرار گیرد.

در راستای توسعه اعتماد متقابل اعضا، توجه به فاکتورهایی مانند: مشخص و شفاف بودن دیدگاه ها و ارزش ها، بالا بردن عزت نفس افراد سازمان، ایجاد و حفظ سطوح محرمانگی در ساختار امنیت سازمانی، عدالت سازمانی، بهبود وضعیت شغلی کارکنان، مشروعیت مدیران، برقراری سیستم مناسب ارتباطی، تعیین جایگاه توسعه اعتماد در طراحی فرایندهای اجرایی سازمان، توجه به نظام پاداش و کاهش بوروکراسی زاید می تواند از اهمیت ویژه ای برخوردار باشد.

۱. بیان مسئله

رفتار سازمانی در هزاره سوم با پیچیدگی های روزافزونی مواجه است. آشنایی مدیران و کارکنان با این پیچیدگی ها و شناختن راهکارهای مناسب برخورد با آنها ضرورتی اجتناب ناپذیر می باشد.

رفتار سازمانی نوین نیازمند به کارگیری تکنیک ها و ابزارهای نوینی است که بتواند به موقع به تحولات و پیچیدگی های امروزی پاسخ مناسب دهد. یکی از این ابزارها «اعتماد» می باشد. به کارگیری درست و بجای این ابزار می تواند در اثربخشی و توسعه فردی و سازمانی نقش به سزایی داشته باشد. از طرف دیگر اعتماد رفتار پیچیده است که در آن جنبه های مختلف رفتاری فرد اعتماد شونده، مورد قضاوت فرد اعتماد کننده قرار می گیرد. بنابراین شناخت این تکنیک عملی و ابعاد آن یک امر حیاتی در رفتار سازمانی می باشد.

اعتماد می تواند اثرات درون فردی و بین فردی داشته باشد و بر روابط داخل و خارج سازمان نیز تاثیر گذار باشد. از آنجا که اعتماد یک پدیده حساس و شکننده است، برای به وجود آمدن آن زمان مدیدی مورد نیاز است، اما همین اعتماد به راحتی می تواند از بین برود و دستیابی مجدد به آن کار چندان ساده ای نخواهد بود. همچنین از آنجا که اعتماد متقابل به مرور زمان موجب افزایش سطح اعتماد می شود، باید گفت که بی اعتمادی نیز موجب تشدید بی اعتمادی می شود. بنابراین تمرکز مدیریت باید بر این باشد که اعتماد بین اعضا حفظ شود. بسیاری از کارشناسان معتقدند که اعتماد یکی از مهمترین عوامل در ایجاد محیط کاری یکپارچه، هم افزا و اثربخش به شمار می رود. پس برای مدیران چگونگی ایجاد اعتماد و چگونگی جلوگیری از بی اعتمادی از اهمیت خاصی برخوردار است (عبد الباقی و دلو، ۱۳۸۶، صص ۲۷-۲۸).

یکی از مسائل و مشکلات سازمان های امروزی، کمبود اعتماد بین کارکنان و مدیران می باشد. در سازمان های ما بخصوص، سازمان های دولتی، شکاف قابل توجهی بین کارکنان و مدیریت و خواسته های این دو وجود دارد. در نتیجه این شکاف، تصمیمات معمولاً با مشکلات اجرایی روبرو می شوند زیرا کارکنان در اجرای تصمیمات سرسختی نشان می دهند و در مقابل مدیران نیز به کارکنان اعتماد نمی کنند و آنها را در جریان تصمیم گیری مشارکت نمی دهند و اینها همه باعث ایجاد فضای بی اعتمادی در سازمان می شود. تحقق اهداف سازمان مستلزم همکاری اعضای آن با یکدیگر است و مهمترین راه تسهیل همکاری، اعتماد متقابل کارکنان به یکدیگر و نیز اعتماد میان کارکنان و مدیران سازمان ها می باشد (سید محمد حسین چاوشی، ۱۳۸۶).

¹. Gefen

². Taylor

³. Robbins, S.P

در حقیقت اعتماد به مدیریت از یک جریان تبادل اجتماعی ناشی می شود که در آن کارمندان اقدامات مدیریت را به عنوان آذوقه رسان اصلی کارهای سازمانی اشخاص تلقی می کنند.[۹]

۲. اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق حاضر شناسائی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز می باشد و در راستای این هدف، اهداف زیر دنبال می شود؛

۱. تعیین میزان اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز؛
 ۲. تعیین عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز؛
 ۳. تعیین اولویت عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز؛
 ۴. تعیین مدل مناسب عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز چیست؟
- وهدف کاربردی تحقیق حاضر عبارت است از:
- ارائه پیشنهادهایی به منظور توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز با توجه به عوامل مؤثر نهایی و احصاء شده با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی.

۳. سؤالات تحقیق

۱. میزان اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز در چه حدی است؟
۲. عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز کدامند؟
۳. اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز چگونه است؟
۴. مدل مناسب عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز چیست؟

۴. پیشینه تحقیقات انجام یافته : گزیده ای از پیشینه تحقیقات انجام یافته عبارت است از:

۱. پژوهشی با عنوان مدلی یکپارچه از اعتماد و مدل پذیرش فناوری در خرید الکترونیکی توسط گیفن و همکاران در سال ۲۰۰۳ انجام شده است. در تحقیق حاضر متغیرهای اعتماد مبتنی بر محاسبات و اطمینان ساختاری، بهنجاری موقعیتی، آشنایی، اعتماد، سودمندی، سهولت ادراک شده و قصد استفاده را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که متغیرهای اطمینان ساختاری، بهنجاری موقعیتی و اعتماد مبتنی بر محاسبات بر اعتماد تأثیر می گذارند.[۱۰]
۲. یوسفزای، پالیستر و فوکسال(۲۰۰۳) در پژوهشی مدلی مفهومی از اعتماد را در بانکداری الکترونیک ارائه کردند. در این مدل دو متغیر اصلی(امنیت ادراک شده و ریسک ادراک شده) که اعتماد مشتریان را تحت تأثیر قرار می دهند با ویژگی های قابلیت اعتماد بانک(نیک خواهی، راستی و شایستگی)تعدیل می شوند. [۱۱]
۳. زیگی(۲۰۰۵) در مطالعه خود به طور تجربی در جستجوی بررسی اعتماد مشتریان در بانکداری الکترونیکی بر پایه یک مدل پژوهش با متغیرهایی چون اطمینان ساختاری، شهرت درک شده بانک، کیفیت وب سایت بانک و تمایل به اعتماد بود. یافته های زیگی نشان داد که متغیرهای فوق با عقاید اعتمادساز و تمایل مشتری به استفاده از بانکداری الکترونیکی که هر دو تأثیر مثبتی بر ایجاد اعتماد در کاربر بانکداری الکترونیکی دارند، رابطه معناداری دارند. همچنین اعتمادسازی نیز باید اطمینان مشتریان را در بانکداری الکترونیکی افزایش داده و توسعه مستمر خدمات بانکداری الکترونیکی را تسهیل بخشد. [۱۲]
۴. فوتیس و همکاران(۲۰۰۹) بیان کردند که اعتماد به عنوان یک پیش بینی کننده مهم از عملکرد مثبت در روابط کسب و کار شناخته شده است. آنها به بررسی تأثیر اعتماد بر عملکرد زنجیره تأمین و نوآوری می پردازند. مدل فرض شده با داده های نظر سنجی کاربردی می شود(عملیاتی می شود) و با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل می شود. یافته ها اثرات مثبت اعتماد را نشان می دهند، همچنین اعتماد و نوآوری را به عنوان مقدماتی برای رسیدن به عملکرد بالاتر در زنجیره تأمین شناسایی می کنند. [۱۳]

۵. تحقیقی با عنوان ارائه مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر اعتماد در بانکداری الکترونیکی: پیمایشی پیرامون بانک ملی استان آذربایجان غربی توسط جمشید سالار و ابوالقاسم ابراهیمی در سال ۱۳۹۳ انجام شده است. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد اعتماد در بانکداری الکترونیکی در چارچوب ارائه یک مدل مفهومی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل مشتریان شعب بانک ملی استان آذربایجان غربی است. یافته ها نشان می دهند که متغیر های مستقل پژوهش، شامل آشنایی با بانکداری الکترونیکی، تمایل به اعتماد، اطمینان ساختاری و شهرت بر متغیر واسطه ای عقاید اعتمادساز و متغیر عقاید اعتمادساز بر متغیر وابسته اعتماد به بانکداری الکترونیکی تأثیر می گذارند [۱۴]

۶. ارائه یک مدل افزایش اعتماد و شهرت حساس به زمینه در سیستم های تجارت الکترونیک توسط اعظم قاسمی و غلامرضا فراهانی در سال ۱۳۹۴ انجام شده است. در این پژوهش با تعاریف مفاهیم اعتماد، آنتولوژی زمینه و چگونگی مدل نمودن اطلاعات زمینه، فضای انجام تراکنش بهتر و مطابق با پیچیدگی های محیط مدل شده است تا محاسبه ارزشی اعتماد با دقت بیشتری انجام پذیرد. مدل اعتماد و شهرت با در نظر گرفتن زمینه به عنوان سرویس و زمان و مشخصه های مختلف دیگر مانند وزن رتبه توسعه داده شده است. در مدل ارائه شده پارامترهای زمان، وزن رتبه و شباهت معنایی جهت محاسبه ارزش اعتماد مورد استفاده قرار گرفته است. [۱۵]

۷. سحر قادری و سید محمود زنجیرچی در سال ۱۳۹۲ تحقیقی با عنوان ارائه مدل اعتماد و عملکرد (زنجیره تأمین) مبتنی بر مؤلفه های اطلاعات (مطالعه موردی: خوشه کنجند استان یزد) را انجام دادند. هدف اصلی این مطالعه، بررسی نقش تسهیم اطلاعات، کیفیت اطلاعات و در دسترس بودن اطلاعات در توسعه اعتماد در روابط زنجیره تأمین می باشد. جامعه آماری تحقیق را مدیران کارخانه های (یا کارگاه های) خوشه کنجند استان یزد تشکیل می دهند که به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهند که تسهیم اطلاعات، کیفیت اطلاعات بر روی اعتماد در زنجیره تأمین تأثیر معناداری دارند و همچنین اعتماد در زنجیره تأمین منجر به افزایش عملکرد در روابط زنجیره تأمین می شود. اما در دسترس بودن اطلاعات بر روی اعتماد در زنجیره تأمین تأثیر معناداری ندارند. [۱۶]

۸. تحقیقی با عنوان ارائه مدلی جهت شناسایی رابطه اعتماد به مدیریت و تسهیم دانش در داخل و میان تیم کاری در سال ۱۳۹۱ توسط یوسف رضائی، امیر حسین باقری مشهدی انجام شده است. این پژوهش چگونگی رابطه بین اعتماد به مدیریت و تسهیم دانش در داخل و میان تیم کاری را با استفاده از دو متغیر میانجی ترس از دست دادن اعتبار و مستند سازی دانش مورد ارزیابی قرار می دهند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و به لحاظ روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان شهرداری منطقه ۹ مشهد تشکیل می دهند. به طور خلاصه نتایج تحقیق نشان می دهند اعتماد به مدیریت با واسطه مستند سازی دانش و بدون واسطه بر تسهیم دانش در داخل و بین تیم های کاری تأثیرگذار می باشد. [۱۷]

۹. تحقیقی با عنوان ارائه چارچوبی برای فرآیند ایجاد اعتماد الکترونیک و توسعه تجارت الکترونیک در سال ۱۳۹۰ توسط فریبرز رحیم نیا، مرجان امینی و طاهره نبی زاده انجام شده است. این مقاله درصدد ارائه یک چارچوب نظری برای فرآیند ایجاد اعتماد الکترونیک در مشتری و نقش آن در توسعه تجارت الکترونیک است. بر این اساس، یک مدل مفهومی به منظور فرآیند ایجاد اعتماد الکترونیک بر توسعه تجارت الکترونیک ارائه می گردد: مدل ارائه شده می تواند بینش جدیدی را برای محققان به منظور توسعه استراتژی های ایجاد اعتماد الکترونیک در مشتریان فراهم آورد و مبنایی جهت بررسی بیشتر در مطالعات آتی باشد. [۱۸]

۱۰. مهدی یادگاری، شهریار محمدی و پیمان یار محمدی سامانی در سال ۱۳۹۴ تحقیقی را با عنوان الگوی اعتماد در گردشگری الکترونیکی را انجام دادند. هدف این پژوهش نگاهی جدید به عوامل تأثیرگذار بر اعتماد گردشگران الکترونیکی و تبیین این عوامل می باشد. به این منظور با تعریف پنج نوع اعتماد که منجر به اعتماد گردشگر در فضای تارنما می شود و مدلی مفهومی بر پایه تجمیع مدل های گذشته ارائه گردیده است. [۱۹]

۱۱. طراح و تبیین مدل اعتماد افراد متقاضی تحصیل به دانشگاه های مجازی توسط حسن عابدی جعفری و محمدعلی سرلک در سال ۱۳۸۶ انجام شده است. این تحقیق با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر اعتماد افراد به دانشگاه های مجازی و مشخص کردن وجود رابطه یا فقدان رابطه بین اعتماد افراد به دانشگاه های مجازی و تمایل آن ها به انتخاب این دانشگاه ها شکل گرفت. در این راستا مدل مفهومی تحقیق به کمک روش دلفی با ۹ مؤلفه طراحی شد. ۵ مؤلفه؛ شهرت علمی دانشگاه مجازی، کارآمدی اداری دانشگاه مجازی، اندازه دانشگاه مجازی، اقتصادی بودن تحصیل در دانشگاه مجازی و شرایط محیطی مساعد برای فعالیت دانشگاه مجازی از جمله عوامل مؤثر بر اعتماد افراد به این دانشگاه ها هستند. [۲۰]

۵. روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش توصیفی و اکتشافی است. منظور از تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. پژوهش حاضر در واقع به دنبال کاربرد علمی عوامل تأثیرگذار بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان ۵ ناحیه شرکت گاز تبریز و در جهت شناسائی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز قابل استفاده می باشد.

جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان رسمی پنج ناحیه شرکت گاز تبریز می باشد که تعداد آنها ۱۳۰ نفر است. با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری، کل جامعه آماری به عنوان جامعه مورد بررسی در نظر گرفته شد.

برای جمع آوری اطلاعات از جامعه آماری و به منظور پاسخگویی به سؤالات تحقیق حاضر، از پرسشنامه ای که با توجه به متغیرهای تحقیق و عملیاتی نمودن آنها تنظیم شده، استفاده گردیده است. پرسشنامه تحقیق متشکل از دو دسته سؤال است. دسته اول که با حروف الفبا کدگذاری شده است به منظور تعیین و مشخص شدن مشخصات جامعه آماری از لحاظ جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سن و سابقه خدمت؛ و دسته دوم که شامل دو بخش است و به منظور پاسخگویی به سؤالات تحقیق حاضر تنظیم گردیده است. بخش اول شامل سؤالات عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد در بین کارکنان و مدیران با توجه به تکنیک تحلیل عاملی است که دارای ۶۳ سؤال می باشد و با توجه به نظریه ها و تحقیقات گوناگون جمع آوری گردیده است.

بخش دوم شامل سؤالات مربوط به اعتماد بین کارکنان و مدیران براساس نظریه استیفن پی رابینز است که در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت مورد استفاده قرار گرفته است. این بخش از پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال می باشد.

در این تحقیق برای تعیین روایی ابزار جمع آوری اطلاعات از روایی نمادی یا صوری استفاده گردید. بدین ترتیب که پرسشنامه اولیه تنظیم شده در اختیار اساتید و صاحب نظران قرار گرفت تا در رابطه با اینکه سؤالات مطرح شده، آنچه را که مد نظر است، اندازه گیری می کند یا خیر؟ اظهار نظر نمایند. سپس نظرات اساتید و صاحب نظران در پرسشنامه لحاظ و تغییرات لازم در سؤالات به وجود آمد.

برای آزمون پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس این روش با یک مطالعه مقدماتی روی ۱۳۰ کارمند، جامعه مورد بررسی و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS میزان پایایی سؤالات اعتماد بین کارکنان و مدیران و عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین کارکنان و مدیران به ترتیب ۰/۷۶۴ و ۰/۸۹۵ بدست آمد. مقدار این آماره ها نشان می دهد که اولاً سؤالات پرسشنامه همبستگی بالایی با یکدیگر دارند و ثانیاً پرسشنامه تحقیق، از پایایی بالایی برخوردار می باشد.

۶. روش تجزیه و تحلیل داده های آماری

به منظور تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از پرسشنامه های جمع آوری شده از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای توصیف پاسخ های جامعه آماری به سؤالات، از جدول های توزیع فراوانی و درصد پاسخ های مربوط به سؤالات استفاده شد. و برای نشان دادن داده های آماری سؤالات عمومی به صورت مجسم، از نمودارهای ستونی استفاده گردیده است. در سطح استنباطی برای سنجش میزان اعتماد بین کارکنان و مدیران از آزمون نسبت (دو جمله ای) و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین کارکنان و مدیران در شرکت گاز تبریز به منظور ارائه مدل تحلیلی عاملی اکتشافی و تأییدی و جهت اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین کارکنان و مدیران از آزمون فریدمن استفاده گردیده است.

۶-۱. تجزیه و تحلیل آمار استنباطی داده های آماری

سؤال ۱: میزان اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز در چه حدی است؟

برای بررسی این سوال پژوهشی از آزمون دو جمله ای (نسبت) بهره گرفته شده است. بدین منظور افرادی که کاملاً موافق و موافق بودند در یک نقطه (گروه ۲) و افرادی که کاملاً مخالف و مخالف بودند در طبقه دیگر (گروه ۱) و نقطه برش برای جداسازی دو گروه نیز عدد ۳ در نظر گرفته شد. که مربوط به گزینه نظری ندارم می باشد.

این آزمون زمانی بکار می رود که می خواهیم نسبت خاصی را در جامعه مورد بررسی قرار دهیم:

$$(۱) H_0: p=50\%$$

$$(۲) H_1: p \neq 50\%$$

جدول شماره ۱: نتایج آزمون نسبت مربوط به اعتماد بین مدیران و کارکنان

شاخص گروه	فراوانی	نسبت مشاهده شده		آزمون نسبت	سطح معنی داری	
		۶۰	۰/۴۶		۰/۵۰	۰/۰۰۰
گروه ۱						
گروه ۲		۷۰	۰/۵۴			

با توجه به نتایج جدول شماره ۱، آزمون نسبت با احتمال ۹۵٪ بین دو گروه جامعه متفاوت است در نتیجه فرض تساوی اعتماد بین مدیران و کارکنان با ۵۰٪ درصد رد می شود بطوری که در گروه دوم نسبت اعتماد بین مدیران و کارکنان بیشتر از گروه اول است. چون نسبت مشاهده شده در گروه دوم ۵۴٪ است و این میزان براساس نظر کارکنان که پاسخ های کاملاً موافقم و موافقم را انتخاب کرده اند، زیاد است. لذا می توان ادعا کرد که اعتماد بین مدیران و کارکنان در جامعه مورد بررسی در سطح بالاتر از متوسط است.

سؤال ۲: عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز کدامند؟

پایایی مقیاس

برای بر آورد پایایی اولیه از روش آلفای کرونباخ استفاده و ضریب آن برای ۶۳ سؤال، عدد ۰/۸۹۵ بدست آمده است.

جدول شماره ۲: پایایی اولیه پرسشنامه

تعداد	آلفا
۶۳	۰/۸۹۵

جدول شماره ۳: نقش هریک از سؤالات توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در پایایی کل مقیاس

سؤالات	ضریب همبستگی دورشته ای نقطه ای	ضریب پایایی در صورت حذف سؤال	سؤالات	ضریب همبستگی دورشته ای نقطه ای	ضریب پایایی در صورت حذف سؤال	سؤالات	ضریب همبستگی دورشته ای نقطه ای	ضریب پایایی در صورت حذف سؤال
۱	۰/۵۷۰	۰/۸۹۱	۲۲	۰/۶۳۷	۰/۸۹۱	۴۳۴۳۳۳	۰/۲۷۲	۰/۸۹۴
۲	۰/۵۴۵	۰/۸۹۱	۲۳	۰/۳۶۶	۰/۸۹۳	۴۴	۰/۲۶۱	۰/۸۹۷
۳	۰/۵۶۸	۰/۸۹۱	۲۴	۰/۰۲۲	۰/۸۹۶	۴۵	۰/۲۷۸	۰/۸۹۴
۴	۰/۵۱۱	۰/۸۹۲	۲۵	۰/۴۷۵	۰/۸۹۲	۴۶	۰/۰۴۸	۰/۸۹۵
۵	۰/۴۶۴	۰/۸۹۲	۲۶	۰/۴۸۱	۰/۸۹۲	۴۷	۰/۰۰۳	۰/۸۹۶
۶	۰/۲۹۸	۰/۸۹۳	۲۷	۰/۶۱۷	۰/۸۹۱	۴۸	۰/۲۳۶	۰/۸۹۴
۷	۰/۶۲۵	۰/۸۹۱	۲۸	۰/۴۳۱	۰/۸۹۳	۴۹	۰/۱۶۸	۰/۸۹۴
۸	۰/۵۳۹	۰/۸۹۲	۲۹	۰/۱۲۴	۰/۸۹۵	۵۰	۰/۵۰۵	۰/۸۹۲
۹	۰/۵۱۶	۰/۸۹۲	۳۰	۰/۲۰۹	۰/۸۹۳	۵۱	۰/۵۴۳	۰/۸۹۱
۱۰	-۰/۰۰۳	۰/۸۹۶	۳۱	۰/۳۸۷	۰/۸۹۳	۵۲	۰/۳۹۰	۰/۸۹۳
۱۱	۰/۵۵۶	۰/۸۹۱	۳۲	۰/۶۶۷	۰/۸۹۱	۵۳	۰/۴۰۹	۰/۸۹۳
۱۲	۰/۶۶۸	۰/۸۹۰	۳۳	۰/۵۷۱	۰/۸۹۱	۵۴	-۰/۰۷۱	۰/۸۹۶
۱۳	۰/۵۹۱	۰/۸۹۰	۳۴	۰/۳۱۷	۰/۸۹۶	۵۵	۰/۵۱۷	۰/۸۹۲
۱۴	۰/۲۰۷	۰/۶۵۸	۳۵	۰/۵۶۰	۰/۸۹۱	۵۶	۰/۲۰۵	۰/۸۴۳
۱۵	۰/۶۵۸	۰/۸۹۰	۳۶	۰/۵۳۶	۰/۸۹۲	۵۷	۰/۲۵۷	۰/۸۹۴
۱۶	۰/۵۲۷	۰/۸۹۲	۳۷	۰/۶۴۲	۰/۸۹۰	۵۸	۰/۲۳۹	۰/۸۹۴
۱۷	۰/۷۵۲	۰/۸۸۹	۳۸	۰/۴۲۲	۰/۸۹۲	۵۹	-۰/۰۹۲	۰/۸۹۷
۱۸	۰/۰۹۷	۰/۸۹۵	۳۹	۰/۶۱۸	۰/۸۹۱	۶۰	۰/۴۱۰	۰/۸۹۳
۱۹	۰/۷۰۵	۰/۸۹۰	۴۰	۰/۵۹۷	۰/۸۹۱	۶۱	۰/۲۱۰	۰/۸۹۴
۲۰	۰/۲۶۸	۰/۸۹۳	۴۱	۰/۴۳۵	۰/۸۹۲	۶۲	۰/۱۹۴	۰/۸۹۸
۲۱	۰/۴۸۱	۰/۸۹۲	۴۲	۰/۴۲۳	۰/۸۹۳	۶۳	۰/۲۸۶	۰/۸۹۴

طبق جدول بالا، ضریب تعیین (پایایی) سؤالات ۶، ۱۰، ۱۴، ۱۸، ۲۰، ۲۴، ۲۹، ۳۰، ۳۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۴، ۵۶، ۵۷،

۵۸، ۵۹، ۶۱، ۶۲ و ۶۳ کمتر از ۰/۳ می باشد. چنانچه در ستون اول (میزان همبستگی سؤال با کل سؤالات پرسشنامه) میزان بدست

آمده کمتر از ۰/۳ باشد یا در ستون دوم (ضریب پایایی در صورت حذف سؤال) ضریب بدست آمده بیشتر از آلفای کل پرسشنامه باشد سؤال مورد نظر بایستی حذف گردد. که در جدول فوق سؤالات ذکر شده دارای میزان همبستگی کمتر از ۰/۳ می باشند. پس از آزمون پایایی پرسشنامه، ساختار عاملی این مقیاس طی دو مرحله و با دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت.

۲-۶. تحلیل عاملی اکتشافی

در تحلیل عاملی محقق درصدد کشف ساختار زیربنایی مجموعه نسبتاً بزرگی از متغیرها است و پیش فرض اولیه محقق آن است که هر متغیری ممکن است با هر عاملی ارتباط داشته باشد. تحلیل عاملی دارای چهار مرحله است:

- آزمون کفایت نمونه گیری
- تشکیل ماتریسی از ضرایب همبستگی
- استخراج عامل ها از ماتریس همبستگی
- چرخش عامل ها به منظور به حداکثر رساندن رابطه متغیرها و عامل ها که مقدار آن باید بیش از ۰/۵ باشد.

آزمون کفایت نمونه گیری:

در تحلیل عاملی باید اطمینان حاصل شود که آیا داده های موجود برای تحلیل را می توان استفاده کرد؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شده است.

جدول شماره ۴: کفایت نمونه گیری

شاخص KMO	۰/۷۷۰
آزمون بارتلت	۳۸۹۴/۴۳۳
درجه آزادی	۷۸۰
سطح معنی داری	۰/۰۰۰

از آنجا که مقدار شاخص KMO ، ۰/۷۷۰ است (شاخص مناسب بیشتر از ۰/۶ می باشد) تعداد نمونه آماری برای تحلیل عاملی کافی می باشد. همچنین مقدار سطح معنی داری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ درصد می باشد که نشان می دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی مناسب است.

در جدول شماره ۵، اشتراک استخراجی ۱ عامل ها نشان داده شده است که میزان تبیین واریانس سؤالات را نشان می دهد در این مرحله عامل هایی که مقادیر اشتراک استخراجی شان کوچکتر از ۰/۵ است حذف می گردد زیرا کوچک بودن این مقدار بدان معناست که عامل با هیچ یک از عامل ها ارتباط ندارد. و این مرحله را تا آنجا ادامه می دهیم که مقادیر استخراجی بیشتر از ۰/۵ باشد در این تحقیق مقادیر زیر بدست آمد.

جدول شماره ۵: نتایج اشتراک استخراجی

عامل ها	اشتراک استخراجی	عامل ها	اشتراک استخراجی
۱	۰/۷۳۷	۲۷	۰/۷۶۱
۲	۰/۷۶۲	۲۸	۰/۸۷۸
۳	۰/۷۲۳	۳۱	۰/۶۹۶
۴	۰/۷۲۵	۳۲	۰/۷۳۹
۵	۰/۸۰۳	۳۳	۰/۶۹۰
۷	۰/۸۰۵	۳۴	۰/۸۵۰
۸	۰/۷۸۳	۳۵	۰/۷۵۲
۹	۰/۷۹۳	۳۶	۰/۷۷۵

۱۱	۰/۷۹۹	۳۷	۰/۸۳۹
۱۲	۰/۷۵۸	۳۸	۰/۸۳۲
۱۳	۰/۶۹۱	۳۹	۰/۸۶۲
۱۵	۰/۸۳۸	۴۰	۰/۸۲۹
۱۶	۰/۷۵۸	۴۱	۰/۷۲۶
۱۷	۰/۷۷۷	۴۲	۰/۷۶۳
۱۹	۰/۷۲۰	۵۰	۰/۷۹۲
۲۱	۰/۷۸۸	۵۱	۰/۸۱۵
۲۲	۰/۷۴۹	۵۲	۰/۷۷۷
۲۳	۰/۵۳۵	۵۳	۸۲۳
۲۵	۰/۷۸۵	۵۵	۰/۸۳۲
۲۶	۰/۷۴۷	۶۰	۰/۷۴۳

با توجه به نتایج بدست آمده اشتراک عامل ها بزرگتر از ۰/۵ می باشد. بنابراین در این مرحله عاملی حذف نمی شود.

جدول تبیین واریانس

مرحله سوم از تحلیل عاملی اکتشافی تعیین کننده عامل هایی هستند که در تحلیل باقی می ماندند. در این جدول تعداد عوامل شناسایی شده و میزان تبیین واریانس برای هر یک از آنها مشخص می شود. با توجه به نتایج خروجی برآمده از تحلیل SPSS می توان بیان کرد که در اینجا ده عامل اول دارای بردارهای ویژه بزرگتر از یک هستند و در مدل باقی می ماندند.

جدول شماره ۶: تبیین واریانس

طبقات	مقادیر ویژه			مقادیر ویژه عامل استخراجی با چرخش		
	مجموع	درصد	درصد تجمعی	مجموع	درصد	درصد
۱	۱۵/۵۴۰	۳۸/۸۴۹	۳۸/۸۴۹	۵/۲۱۰	۱۳/۰۲۵	۱۳/۰۲۵
۲	۳/۲۲۲	۸/۰۵۶	۴۶/۹۰۵	۴/۱۱۱	۱۰/۲۷۸	۲۳/۳۰۳
۳	۲/۲۲۰	۵/۵۵۰	۵۲/۴۵۶	۳/۹۸۴	۹/۹۶۱	۳۳/۲۶۳
۴	۱/۹۷۲	۴/۹۳۰	۵۷/۳۸۶	۳/۹۱۲	۹/۷۸۱	۴۳/۰۴۴
۵	۱/۵۹۸	۳/۹۹۵	۶۱/۳۸۰	۲/۸۵۸	۷/۱۴۶	۵۰/۱۹۰
۶	۱/۵۰۱	۴/۷۶۸	۶۵/۳۶۶	۲/۲۹۸	۷/۱۸۰	۶۰/۹۳۸
۷	۱/۳۶۵	۳/۴۱۳	۶۸/۵۴۶	۲/۶۸۲	۶/۷۰۵	۵۶/۸۹۶
۸	۱/۱۸۸	۲/۹۷۰	۷۱/۵۱۶	۲/۴۶۲	۶/۱۵۵	۶۹/۴۰۲
۹	۱/۱۳۸	۲/۸۴۴	۷۴/۳۶۰	۱/۵۹۹	۳/۹۹۷	۷۳/۳۹۹
۱۰	۱/۱۱۰	۲/۷۷۵	۷۷/۱۳۵	۱/۴۹۴	۳/۷۳۶	۷۷/۱۳۵

بر اساس جدول شماره ۵، ده عامل دارای بردارهای ویژه بزرگتر از یک هستند، عامل اول حدود ۱۳ درصد، عامل دو حدود ۱۰ درصد، عامل سه حدود ۱۰ درصد، عامل چهار حدود ۱۰ درصد، عامل پنج حدود ۷ درصد، عامل شش حدود ۷ درصد، عامل هفت حدود ۷ درصد، عامل هشت حدود ۶ درصد، عامل نه حدود ۴ درصد و عامل ده حدود ۴ درصد از واریانس را توضیح می دهد. همچنین واریانس تجمعی برابر با ۷۷/۱۳۵ درصد است. این به این معناست که این ده عامل حدود ۷۷ درصد واریانس سؤالات را توضیح می دهد. میزان تبیین واریانس تجمعی باید بزرگتر از ۶۰ درصد باشد.

ماتریس چرخش یافته عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان

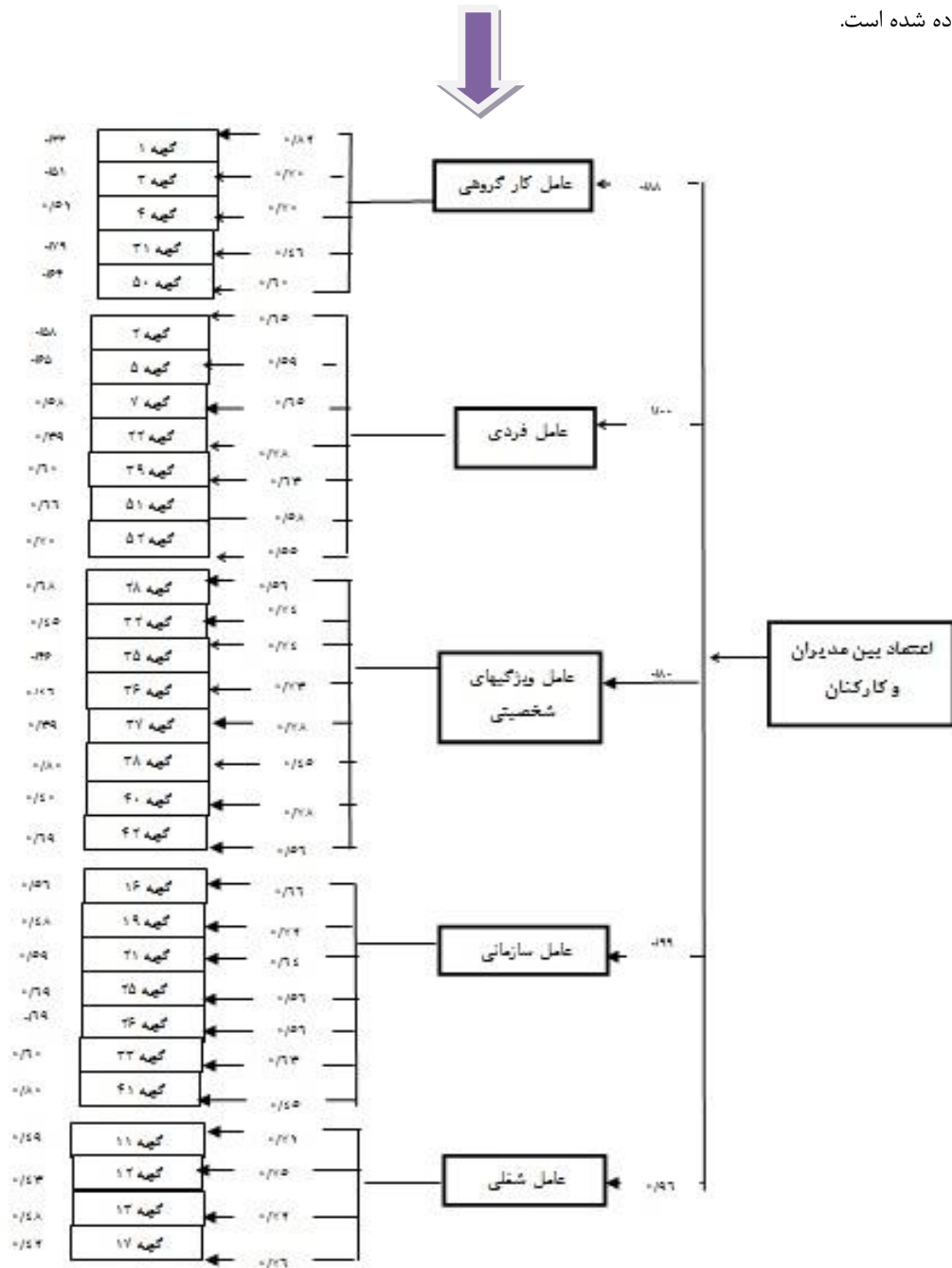
مهمترین خروجی تحلیل عاملی اکتشافی ماتریس چرخش یافته نام دارد. در این ماتریس مشخص می شود که هر یک از عامل ها در کدام دسته قرار می گیرد. برای این منظور بزرگترین عدد هر عامل را در هر سطر مشخص کرده و در دسته مربوطه قرار می دهیم.

جدول شماره ۷: ماتریس چرخش یافته بارهای عاملی سؤالات مقیاس توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان

عامل ها	کار	فردی	ویژگی های	سازمانی	شغلی	مدیریتی	توانمندی	ارتباطی
عامل ۱	۰/۶۰۶							
عامل ۲	۰/۵۵۵							
عامل ۴	۰/۶۹۰							
عامل ۳۱	۰/۷۷۹							
عامل ۵۰	۰/۷۳۴							
عامل ۲	۰/۶۲۱							
عامل ۵	۰/۶۷۳							
عامل ۷	۰/۵۶۳							
عامل ۲۲	۰/۶۲۳							
عامل ۳۹	۰/۵۷۴							
عامل ۵۱	۰/۵۴۰							
عامل ۵۲	۰/۶۸۴							
عامل ۲۸	۰/۶۶۵							
عامل ۳۲	۰/۶۶۴							
عامل ۳۵	۰/۶۵۰							
عامل ۳۶	۰/۵۱۶							
عامل ۳۷	۰/۵۵۵							
عامل ۳۸	۰/۶۳۲							
عامل ۴۰	۰/۶۴۴							
عامل ۴۲	۰/۷۰۰							
عامل ۱۶				۰/۵۸۳				
عامل ۱۹				۰/۵۲۴				
عامل ۲۱				۰/۵۷۹				
عامل ۲۵				۰/۷۶۰				
عامل ۲۶				۰/۶۳۸				
عامل ۳۳				۰/۵۰۶				
عامل ۴۱				۰/۵۳۶				
عامل ۱۱					۰/۵۲۸			
عامل ۱۲					۰/۶۵۹			
عامل ۱۳					۰/۶۶۴			
عامل ۱۷					۰/۵۲۵			
عامل ۲۳						۰/۵۹۵		
عامل ۵۰						۰/۸۲۲		
عامل ۹							۰/۶۴۰	
عامل ۲۷							۰/۵۹۰	
عامل ۵۳							۰/۶۲۹	

طبق جدول بالا، عوامل ۱ مبتنی بر عامل های (۱، ۳، ۴، ۳۱ و ۵۰) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل کارگروهی نام گذاری می شود، عوامل ۲ مبتنی بر عامل های (۲، ۵، ۷، ۲۲، ۳۹، ۵۱ و ۵۲) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل فردی نام گذاری می شود، عوامل ۳ مبتنی بر عامل های (۲۸، ۳۲، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۴۰ و ۴۲) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل ویژگی های شخصیتی نام گذاری می شود، عوامل ۴ مبتنی بر عامل های (۱۵، ۱۹، ۲۱، ۲۵، ۲۶، ۳۳ و ۴۱) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل سازمانی نام گذاری می شود، عوامل ۵ مبتنی بر عامل های (۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۷) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل شغلی نام گذاری می شود، عوامل ۶ مبتنی بر عامل های (۲۳ و ۵۵) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل مدیریتی نام گذاری می شود. عوامل ۷ مبتنی بر عامل های (۹، ۲۷ و ۵۳) می باشد، که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل توانمندی کارکنان نام گذاری می شود. عوامل ۸ مبتنی بر عامل های (۸ و ۱۵) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عامل ارتباطی نام گذاری می شود. عامل ۹ و ۱۰ به دلیل اینکه تنها یک عامل در آن قرار دارد حذف می شود.

۷. مدل مناسب عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز برای پاسخ به این سؤال از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است که در برگیرنده نتایج زیر می باشد که در نمودار (۱-۷) نشان داده شده است.





نمودار شماره ۷-۱: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیر اعتماد بین مدیران و کارکنان بر اساس بار عاملی
جدول شماره ۸: اثر متغیرهای نهفته درون زا بر متغیرهای مشاهده (LAMBDA-Y, λ.y)Y

بارامتر گویه و عامل ها	برآورد بارامتر b	خطای معیار	بارامتر شده	استاندارد t
از عامل کار گروهی بر				
سؤال ۱	۰/۹۶	۰/۳۳	۰/۸۲	-
سؤال ۳	۰/۸۱	۰/۵۱	۰/۷۰	۸/۳۱
سؤال ۴	۰/۸۵	۰/۵۱	۰/۷۰	۸/۲۴
سؤال ۳۱	۰/۴۹	۰/۷۹	۰/۴۶	۵/۰۸
سؤال ۵۰	۰/۶۸	۰/۶۴	۰/۶۰	۶/۸۶
از عامل فردی بر				
سؤال ۲	۰/۶۸	۰/۵۸	۰/۶۵	-
سؤال ۵	۰/۶۷	۰/۶۵	۰/۵۹	۶/۱۱
سؤال ۷	۰/۶۳	۰/۵۸	۰/۶۵	۶/۶۹
سؤال ۲۲	۰/۹۲	۰/۳۹	۰/۷۸	۷/۷۷
سؤال ۳۹	۰/۷۸	۰/۶۰	۰/۶۳	۶/۵۰
سؤال ۵۱	۰/۶۸	۰/۶۶	۰/۵۸	۶/۰۹
سؤال ۵۲	۰/۶۱	۰/۷۰	۰/۵۵	۵/۸۰
از عوامل ویژگیهای شخصیتی بر				
سؤال ۲۸	۰/۵۹	۰/۶۸	۰/۵۶	-
سؤال ۳۲	۰/۷۶	۰/۴۵	۰/۷۴	۶/۱۹
سؤال ۳۵	۰/۹۲	۰/۴۶	۰/۷۴	۶/۱۶
سؤال ۳۶	۰/۷۰	۰/۴۶	۰/۷۳	۶/۱۴
سؤال ۳۷	۰/۹۲	۰/۳۹	۰/۷۸	۶/۳۸
سؤال ۳۸	۰/۵۳	۰/۸۰	۰/۴۵	۴/۳۰
سؤال ۴۰	۰/۸۸	۰/۴۰	۰/۷۸	۶/۳۴
سؤال ۴۲	۰/۵۸	۰/۶۹	۰/۵۶	۵/۱۴

				از عامل سازمانی بر
۰/۷۴	۰/۵۶	۰/۶۶	-	سؤال ۱۶
۰/۸۳	۰/۴۸	۰/۷۲	۷/۳۸	سؤال ۱۹
۰/۷۱	۰/۵۹	۰/۶۴	۶/۶۵	سؤال ۲۱
۰/۵۳	۰/۶۹	۰/۵۶	۵/۸۴	سؤال ۲۵
۰/۵۶	۰/۶۹	۰/۵۶	۵/۸۸	سؤال ۲۶
۰/۷۵	۰/۶۰	۰/۶۳	۶/۵۷	سؤال ۳۳
۰/۵۲	۰/۸۰	۰/۴۵	۴/۸۳	سؤال ۴۱
				از عامل شغلی بر
۰/۸۲	۰/۴۹	۰/۷۱	-	سؤال ۱۱
۰/۸۳	۰/۴۳	۰/۷۵	۸/۳۴	سؤال ۱۲
۰/۹۷	۰/۴۸	۰/۷۲	۷/۹۷	سؤال ۱۳
۰/۹۲	۰/۴۲	۰/۷۶	۸/۴۲	سؤال ۱۷
				از عامل مدیریتی بر
۰/۱۹	۰/۹۷	۰/۱۸	-	سؤال ۲۳
۰/۲۲	۰/۹۵	۰/۲۲	۳/۴۰	سؤال ۵۵
				از عامل توانمندی بر
۰/۷۳	۰/۵۹	۰/۶۰	-	سؤال ۹
۰/۶۵	۰/۶۳	۰/۶۱	۶/۴۹	سؤال ۲۷
۰/۵۲	۰/۷۶	۰/۴۹	۵/۴۲	سؤال ۵۳
				از عامل ارتباطی بر
۰/۸	۰/۴۹	۰/۷۲	-	سؤال ۸
۰/۸۵	۰/۴۹	۰/۷۱	۸/۱۷	سؤال ۱۵

سؤالهای ۱، ۲، ۸، ۹، ۱۱، ۱۶، ۲۳، ۲۸ در این اندازه گیری به عنوان متغیر مقیاس ثابت در نظر گرفته شده و مقادیر t-value آن گزارش نشده است و با توجه به اطلاعات جدول شماره ۴-۱۵، ضرایب برآورد شده کلیه مسیر ها معنادار می باشد. مقادیر پارامتر استاندارد شده برای هر یک از متغیر های مشاهده شده (نشانگر)، نشان دهنده قدرت بار عاملی بر عامل (متغیر مکنون) بوده و مقادیر t بزرگتر از ۱/۹۶ معناداری این سهم را نشان می دهد.

جدول شماره ۹ نشان دهنده اثر متغیرهای نهفته برون زا (توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان)، بر متغیر های نهفته درون زا (گروهی، فردی، ویژگیهای شخصیتی، سازمانی، شغلی، مدیریتی، توانمندی و ارتباطی) می باشد.

جدول ۹: اثر کل متغیرهای نهفته برون زا (KSI، β) بر متغیر های نهفته درون زا (η ، ETA).			
جهت مسیر	پارامتر برآورد	پارامتر استاندارد شده B	t
از سازه توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان بر			
عامل گروهی	۰/۸۸	۱/۰۰	۸/۱۳
عامل فردی	۰/۹۹	۰/۸۸	۹/۳۸
عامل ویژگی شخصیتی	۰/۷۹	۰/۸۰	۵/۹۷
عامل سازمانی	۰/۹۸	۰/۹۸	۸/۲۰

عامل شغلی	۰/۹۸	۰/۹۹	۹/۰۵
عامل مدیریتی	۲/۲۲	۲/۱۶	۴/۴۲
عامل توانمندی	۱/۰۳	۱/۰۵	۸/۳۶
عامل ارتباطی	۱/۰۳	۱/۰۳	۹/۵۴

مقدار t نشان می دهد که اثر اعتماد بین مدیران و کارکنان بر عوامل یک تا هشت و با احتمال ۹۵ درصد معنا دار می باشد.

جدول شماره ۱۰ شاخص های نیکویی برازش الگوی حاصل تحلیل عامل تأییدی را که حاکی از خوبی برازش الگو با داده های مشاهده شده است را نشان می دهد. به عبارت دیگر تعریف اعتماد بین مدیران و کارکنان با هشت مولفه در این تحقیق با داده ها مطابقت دارد.

جدول شماره ۱۰: شاخص های نیکویی برازش الگوی توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان				
مجدور خی	درجه آزادی	سطح معناداری	ریشه خطای میانگین مجذورات	شاخص نیکویی برازش
۱۹/۲۲۷۷	۶۵۷	۰/۰۰۰	۰/۱۳۸	۰/۵۵

مهمترین آماره برازش آماره مجذور خی است. این آماره میزان تفاوت ماتریس مشاهده شده و برآورد شده را اندازه می گیرد. عدم معناداری این آماره برازش مدل را با داده ها نشان می دهد ولی ایراد این آماره حساس بودن نسبت به حجم نمونه است، یعنی در نمونه های با حجم بالا امکان عدم معناداری آن کاهش می یابد. مقدار کمتر از ۰/۰۵ برای شاخص ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب و مقادیر بالاتر از ۰/۹ برای شاخص نیکویی برازش و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش به عنوان ملاکهای انطباق الگو با داده های مشاهده شده در نظر گرفته می شود. در نتیجه این مدل اعتماد بین مدیران و کارکنان با هشت عامل مورد تأیید می باشد.

سؤال ۳: اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز چگونه است؟

برای اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز از آزمون فریدمن استفاده شده است که ابتدا عوامل هشت گانه سپس هر یک از عوامل هشت گانه طی جداولی به صورت مجزا، اولویت بندی گردیده است.

جدول شماره ۱۱: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل هشت گانه مؤثر بر

توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز

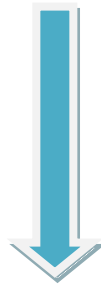
ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	عوامل ویژگی های شخصیتی	۷/۹۸
۲	عوامل سازمانی	۴/۴۳
۳	عوامل توانمندی	۴/۲۹
۴	عوامل کارگروهی	۴/۲۷
۵	عوامل فردی	۴/۱۵
۶	عوامل مدیریتی	۳/۹۵
۷	عوامل ارتباطی	۳/۸۱
۸	عوامل شغلی	۳/۲۷
*درجه آزادی: ۷		*سطح معنی داری ۰/۰۰۰

طبق جدول بالا، چون سطح معنی داری آزمون فریدمن کمتر از ۰/۰۵ است. پس بین میزان تاثیر هر یک از عوامل هشت گانه مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز تفاوت معنی داری وجود دارد. بطوری که از بین عوامل هشت گانه، عوامل ویژگی های شخصیتی بیشترین و عوامل شغلی کمترین تاثیر را بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز دارد.

در هر یک از عوامل هشت گانه زیر که طی جداول مجزا اولویت بندی شده اند:

طبق جداول زیر (۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۵) (عوامل کار گروهی، عوامل فردی، عوامل ویژگی های شخصیتی، عوامل سازمانی، عوامل شغلی و عوامل ارتباطی) به دلیل اینکه سطح معنی داری آزمون فریدمن کمتر از ۰/۰۵ است. پس بین میزان تاثیر هریک از عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز تفاوت معنی داری وجود دارد.

و طبق جداول (۱۳ و ۱۴) (عوامل مدیریتی و عوامل توانمندی) به دلیل اینکه سطح معنی داری آزمون فریدمن بیشتر از ۰/۰۵ است. پس بین میزان تاثیر هریک از عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز تفاوت معنی داری وجود ندارد.



جدول شماره ۱۲: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل

کارگروهی مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان

شرکت گاز تبریز

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	تبادل دیدگاه ها و ارزش ها	۳/۲۱
۲	حمایت از منافع یکدیگر	۲/۹۹
۳	سطح تعاون و همکاری	۲/۹۸
۴	کار تیمی	۲/۹۶
۵	مشارکت کارکنان	۲/۸۷
*درجه آزادی: ۴ *سطح معنی داری: ۰/۰۴۵		

جدول شماره ۱۴: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل ویژگیهای

شخصیتی مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	رازدار بودن	۵/۴۲
۲	صداقت	۴/۹۳
۳	نوع دوستی	۴/۸۱
۴	پرهیز از بهانه تراشی و ملامت	۴/۵۱
۵	قاطعیت	۴/۳۶
۶	خیرخواهی	۴/۲۰
۷	پیروی از وجدان	۴/۱۱
۸	توجه به عامل راستگویی	۳/۶۶
*درجه آزادی: ۷ *سطح معنی داری: ۰/۰۰۰		

جدول شماره ۱۶: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل شغلی

مؤثر بر توسعه اعتماد

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	هویت شغلی کارکنان	۲/۶۴
۲	اهمیت شغل کارکنان	۲/۶۴
۳	شفافیت نقش ها و مسئولیت ها	۲/۴۳
۴	استقلال شغلی	۲/۲۹
*درجه آزادی: ۳ *سطح معنی داری: ۰/۰۱۴		

جدول شماره ۱۸: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل توانمندی

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	بالنده سازی کارکنان	۲/۰۴
۲	مهارتهای ارتباطی	۳/۰۶
۳	احساس توانمندی کارکنان	۱/۹۰
*درجه آزادی: ۳۲ *سطح معنی داری: ۰/۲۷۲		

جدول شماره ۱۳: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل فردی مؤثر بر

توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	عزت نفس	۴/۴۲
۲	روحیه خود کنترلی کارکنان	۴/۳۲
۳	تعهد سازمانی	۴/۳۰
۴	روحیه انتقادپذیری کارکنان	۴/۰۱
۵	کانون کنترل بیرونی کارکنان	۳/۸۹
۶	شایستگی افراد در سازمان	۳/۶۲
۷	در دسترس بودن	۳/۴۳
*درجه آزادی: ۶ *سطح معنی داری: ۰/۰۰۰		

جدول شماره ۱۵: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل سازمانی مؤثر

بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	عدالت سازمانی	۴/۰۶
۲	فرهنگ سازمانی	۳/۷۸
۳	نوآوری سازمانی	۳/۵۸
۴	سیستم مناسب ارزیابی	۳/۴۴
۵	سیستم مناسب پاسخ گویی	۳/۱۹
۶	کوچک سازی سازمانی	۳/۱۹
۷	ساختار سازمانی ارگانیکی	۳/۱۸
*درجه آزادی: ۵ *سطح معنی داری: ۰/۰۰۰		

جدول شماره ۱۷: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل مدیریتی مؤثر بر

توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	مشروعیت مدیران	۱/۵۵
۲	تفویض اختیار به کارکنان	۱/۴۵
*درجه آزادی: ۳ *سطح معنی داری: ۰/۱۵۴		

جدول شماره ۱۹: نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل ارتباطی مؤثر

بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	سیستم مناسب ارتباطی در سازمان	۱/۶۰
۲	استقرار سیستم مناسب اطلاع رسانی	۱/۴۰
*درجه آزادی: ۱ *سطح معنی داری: ۰/۰۰۱		

۸. بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فریدمن، در بین عوامل کار گروهی عامل تبادل دیدگاهها و ارزش ها بیشترین و عامل مشارکت کارکنان کمترین، در بین عوامل فردی عامل عزت نفس بیشترین و عامل در دسترس بودن کمترین، در بین عوامل ویژگیهای شخصیتی عامل رازدار بودن بیشترین و عامل توجه به راستگویی و ترویج آن در سازمان کمترین، در بین عوامل سازمانی عامل عدالت سازمانی بیشترین و عامل ساختار سازمانی ارگانیک کمترین، از بین عوامل شغلی عامل هویت شغلی کارکنان بیشترین و عامل استقلال شغلی کمترین، در بین عوامل ارتباطی عامل سیستم مناسب ارتباطی در سازمان بیشترین و عامل استقرار سیستم مناسب اطلاع رسانی در سازمان کمترین تأثیر را بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز دارند. با توجه به نتایج حاصل از آزمون نسبت، میزان اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز در حد بالاتر از متوسط است. باتوجه به نتایج حاصل از پایایی مقیاس و تحلیل عاملی و اکتشافی و تأییدی از ۶۳ عامل اولیه شناخته شده مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز، ۳۷ عامل شناسایی و در ۸ دسته؛ عوامل کار گروهی، عوامل کار فردی، عوامل ویژگیهای شخصیتی، عوامل سازمانی، عوامل شغلی، عوامل مدیریتی، عوامل توانمندی و عوامل ارتباطی دسته بندی گردید. - با توجه به نتایج حاصل از آزمون فریدمن، در بین عوامل کار گروهی عامل تبادل دیدگاهها و ارزشها، عوامل فردی عامل عزت نفس، عوامل ویژگیهای شخصیتی عامل رازدار بودن، عوامل سازمانی عامل عدالت سازمانی، عوامل شغلی عامل هویت شغلی کارکنان، عوامل ارتباطی عامل سیستم مناسب ارتباطی در سازمان بیشترین تأثیر را بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز دارند. باتوجه به نتایج حاصل از آزمون فریدمن، در بین عوامل مدیریتی هر دو عامل مشروعیت مدیران و عامل تفویض اختیار به کارکنان و در بین عوامل توانمندی عامل های بالنده سازی کارکنان، مهارتهای ارتباطی و احساس توانمندی کارکنان بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز تأثیر یکسان دارند به عبارتی میزان تأثیر هر یک از عوامل مدیریتی و عوامل توانمندی مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز تفاوت معنی داری وجود ندارد. همچنین در بین عوامل هشتگانه (کار گروهی، کار فردی، ویژگیهای شخصیتی، سازمانی، شغلی، مدیریتی، توانمندی، ارتباطی) مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان شرکت گاز تبریز عوامل ویژگیهای شخصیتی بیشترین و عوامل شغلی کمترین تأثیر را دارند. در نهایت بر اساس نتایج حاصله، مدل مناسب عوامل مؤثر بر توسعه اعتماد بین مدیران و کارکنان در شرکت گاز تبریز با ۳۷ عامل در ۸ دسته ارائه گردید.

۹. پیشنهادها

• تبادل دیدگاهها و ارزشها

۱. مشخص بودن و شفاف کردن دیدگاهها و ارزشها (تعیین ارزشها) ۲. گفتگو کردن در مورد ارزشها به هنگام وقوع رخدادها در سازمان ۳. همسو کردن کارهای روزانه با ارزشهای سازمان ۴. مطابقت عملکردها و رفتارهای سازمانی با مقاصد اعلام شده، اولویتها و اهداف جنبی ۵. سهیم بودن در تغییر سازمانی، تصمیم به شروع تغییرات در ارزشهای سازمان ۶. تقویت گفتمان سازمانی و مشترک ساختن ارزشهای سازمانی ۷. برقراری ارتباط مؤثر با رفع موانع ارتباطی مؤثر از جمله موانع کلامی و موانع ادراکی.

• عزت نفس

۱. توانا ساختن و اختیار دادن ۲. رفتار مطابق ارزشهای سازمانی ۳. ایجاد امنیت در محیط کار ۴. مشخص کردن حد و مرزهای فردی در سازمان ۵. اعتماد به گروه ۶. واکنش کاربردی دقیق مدیران در مورد تواناییهای اجرایی کارکنان ۷. تقویت استعدادهای بالقوه و شناسایی کارکردها ۸. همکاری و مشارکت.

• رازدار بودن

۱. احساس مسئولیت کارکنان در قبال اطلاعات ۲. دادن اطمینان به مراجعه کنندگان برای محرم راز بودن ۳. ایجاد و حفظ سطوح محرمانگی در ساختار امنیت سازمان ۴. انتخاب افراد امین و درستکار ۵. متوجه ساختن افراد به ارزش رازداری و خسارت های ناشی از فاش آن ۶. اعتماد به افرادی که به اسرار طبقه بندی شده و محرمانه دسترسی دارند.

• عدالت سازمانی

۱. عدالت در مدیریت ۲. عدالت در استخدام افراد سازمان ۳. عدالت در طراحی نظام جبران خدمات ۴. عدالت در آموزش کارکنان ۵. عدالت در طراحی نظام ارزیابی کارکنان ۶. عدالت در تخصیص شایستگی ستاده ها در سازمان.

• هویت شغلی کارکنان

۱. بهبود وضعیت و ویژگی های شغلی به طوری که موجبات رضایت شاغل را فراهم آورد ۲. میزان مسئولیت ناشی از شغل ۳. تنوع عملیاتی که شغل ایجاد می کند ۴. معنی دار بودن و مهم بودن شغل ۵. بهبود شرایط مالی شغل، شامل نظام جبران کار، حقوق و دستمزد ۶. مهم بودن خصوصیات مدیران در محیط کار ۷. تغییرپذیری شغل و وجود آزادی عمل ۸. هویت دادن و شخصیت دادن به افراد ۹. افزایش آگاهی مدیران و اداره کنندگان سازمان ها ۱۰. عملکرد متعهدانه کارکنان ۱۱. افزایش امنیت شغلی ۱۲. بهبود شرایط محیط کاری.

• مشروعیت مدیران

۱. بهبود عملکرد ۲. مشارکت کارکنان ۳. تعیین اهداف ۴. حمایت از گروه ۵. تزریق انگیزش ۶. ایجاد اعتماد ۷. تفویض اختیار ۸. تقسیم وظایف و تعیین مسئولیت ها.

• بالنده سازی کارکنان

۱. آموزش ضمن خدمت ۲. سهیم نمودن کارکنان در اطلاعات ۳. بازخورد ۴. اعمال حمایت های اجتماعی و عاطفی ۵. الگوسازی یا نمایش الگوی رفتاری صحیح ۶. کار تیمی ۷. ایجاد اعتماد ۸. پرورش تجارب تسلط شخصی (تجربه کردن برتری شخصی کارکنان در مورد چالش ها و مشکلات).

• سیستم مناسب ارتباطی

۱. برقراری روابط مناسب بین کارکنان با ایجاد اعتماد و اطمینان ۲. صریح و صادق بودن ۳. همدلی و همدردی ۴. حفظ آرامش و احترام به طرف مقابل ۵. مخالفت نمودن به شیوه مناسب ۶. خودشناسی و افزایش آگاهی ۷. شناسایی افکار تحریف شده ۸. در نظر گرفتن شخصیت افراد.

منابع و مراجع

- [1] Kasper- Furher, E.C. and Ashkenazy, N.M., "Communicating trustworthiness and building trust is iterorganizational virtual organizations", Journal Of Management, vol, 2001.
- [2] Dennis, R.S., "Servant leadership theory: Development of theservsnt leadership theory assessment instrument", A Dissertaion presented for the degree Doctor of philosophy, 2004.
- [3] Fukuyama, F., Trust, NEW YORK, FREE PRESS, 1995.
- [4] Hillc, O., and Hava, E., [2006], "A Cognitive theory of trust', working paper, www.ssm.com.
- [5] Chen, y.h., and Barnes, S., "Initial trust and online buyer behavior, Industrial management & Data System", vol. 107, pp 21-36, 2007.
- [۶] حسن زاده، ح.، "شناسایی عوامل مؤثر بر اعتمادسازی بین کاکنان و مدیران و بررسی وضعیت موجود سازمان های اجرایی کشور"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، پردیس قم، ۱۳۸۳.
- [۷] احمدآبادی، س.، راستگو، ف. و طهماسبی، م.، "ارائه مدل مفهومی برای بررسی نقش اعتماد در تجارت الکترونیک"، اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار، همدان، ۱۳۹۲.
- [8] Robbins, S.P., Organizational Behavior, New Dehli; practice, Hall Of India, 2003.
- [9] Whitener, E.M., "Do "high commitment" human resource practices affect employee commitment? A cross-level analysis using hierarchical linear modeling", journal of management, vol. 27, pp. 35-515, 2001.
- [10] Gifen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W., "Trust and TAM in online shopping: An Integrated model. Mis Quarterly, vol. 27, pp. 51-90, 2003.
- [11] Yousafzai, S.Y., Pallister, J.G., and Foxall, G.R., "A Proposed Model of E-Trust for electronic banking. Technovation", vol. 23, pp 847-860, 2003.
- [12] Zigi, l., "Trust building and sustainable interment banking". AMCIS [2005], proceeding, Americas Conferene On Information System, follow this and additional works at: <http://aisnet.org/amcis>.
- [13] PHotis, M., Panayides, Y.H.,and Venuslun, "The impact of trust on innovativeness and supply chain performance", Int, J,Production Economics, vol. 122, pp. 35-46, 2009.
- [۱۴] سالار، ج. و ابراهیمی، ا.، "ارائه مدلی برای تبیین عوامل مرثر بر اعتماد در بانکداری الکترونیکی: پیمایشی پیرامون بانک ملی استان آذربایجان غربی"، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۶، شماره ۱، صص ۹۱-۱۰۶، ۱۳۹۳.
- [۱۵] قاسمی، ا. و فراهانی، غ.، "ارائه یک مدل افزایش اعتماد و شهرت حساس به زمینه در سیستم های تجارت الکترونیک"، هفتمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات و دانش، دانشگاه ارومیه، ۱۳۹۴.
- [۱۶] قادری، س. و زنجیرچی، س.م.، "ارائه مدل اعتماد(در زنجیره تأمین) مبتنی بر مؤلفه های اطلاعات(مطالعه موردی: خوشه کنجد استان یزد)"، اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، ۱۳۹۲.
- [۱۷] رضائی، ی. و باقری مشهدی، ا.ح.، "ارائه مدلی جهت شناسایی رابطه اعتماد به مدیریت و تسهیم دانش در داخل و میان تیم کاری"، پنجمین کنفرانس ملی مدیریت دانش، سالن همایشهای بین المللی رازی، تهران، ۱۳۹۱.
- [۱۸] رحیم نیا، ف.، امینی، م. و نبی زاده، ط.، "ارائه چارچوبی برای فرآیند ایجاد اعتماد الکترونیک و توسعه تجارت الکترونیک"، ششمین همایش ملی اقتصاد، تجارت الکترونیکی، تهران، ۱۳۹۰.
- [۱۹] یادگاری، م.، محمدی، ش. و یارمحمدی سامانی، پ.، "الگوی اعتماد در گردشگری الکترونیکی"، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۲۹، صص ۱۲۹-۱۴۸، ۱۳۹۴.
- [۲۰] عابدی جعفری، ح. و سرلک، م.ع.، "طراحی و تبیین مدل اعتماد افراد متقاضی تحصیل به دانشگاههای مجازی"، نشریه علوم انسانی، دوره ۱۵، شماره ۱، صص ۹۷-۱۱۷، ۱۳۸۶.