







دانشگاه اصفهان  
دانشکده علوم اداری و اقتصاد  
گروه مدیریت

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت  
تحول

تعیین تأثیر ابعاد ساختاری سازمان بر اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه  
اصفهان

استاد راهنما:

دکتر علی شائمی برزکی

استاد مشاور:

دکتر مهدی ابزری

پژوهشگر:

شیرین مزرعه

مهر ماه ۱۳۹۰

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از پژوهش موضوع این پایان‌نامه متعلق به دانشگاه اصفهان است.

این پایان نامه تحت حمایت و پشتیبانی اطلاعاتی و مالی  
شرکت فولاد مبارکه اصفهان انجام گردیده است.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه مدیریت

پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت  
تحول

خانم شیرین مزرعه

تحت عنوان

**تعیین تأثیر ابعاد ساختاری سازمان بر اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه  
اصفهان**

در تاریخ ۱۳۹۰/۷/۲۵ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان‌نامه دکتر علی شائمی بزرگی با مرتبه‌ی علمی استادیار امضا

۲- استاد مشاور پایان‌نامه دکتر مهدی ابزری با مرتبه‌ی علمی استاد امضا

۳- استاد داور داخل گروه دکتر علی نصر اصفهانی با مرتبه‌ی علمی استادیار امضا

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر ایرج سلطانی با مرتبه‌ی علمی استادیار امضا

امضای مدیر گروه

## تقدیر و تشکر

با تشکر و قدردانی فراوان از زحمات اساتید گرانقدر؛ جناب آقای دکتر علی شائمی که مسئولیت راهنمایی این پژوهش را تقبل نمودند و جناب آقای دکتر مهدی ابزری که مسئولیت مشاوره این پژوهش را برعهده داشتند.

از شرکت فولاد مبارکه اصفهان که با حمایت‌های خود نقش بسزایی در اتمام این پژوهش ایفا نمود، کمال امتنان را دارم. در پایان از کلیه کارکنان شرکت فولاد مبارکه اصفهان جهت همکاری بی‌دریغ‌شان در پیشبرد این پایان‌نامه سپاسگذارم.

## **تقدیم به:**

تقدیم به پدر و مادرم و آنان که در راه کسب علم و معرفت برای من آنچه در توان داشتند، انجام دادند.



## چکیده

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر ابعاد ساختاری سازمان بر اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه اصفهان انجام شده است. ابعاد ساختاری سازمان در این پژوهش هشت بعد (رسمیت، تخصصی بودن، داشتن استاندارد، سلسله مراتب اختیارات، پیچیدگی، تمرکز، حرفه‌ای بودن، نسبت‌های پرسنلی) در نظر گرفته شد که بر مبنای مدل دفت انتخاب و اعتماد سازمانی در سه سطح (افقی، عمودی و مؤسسه‌ای) بر مبنای مدل کاستیگان انتخاب گردیده است. برای سنجش اعتماد بین فردی (اعتماد افقی و عمودی) در سازمان از سه شاخص (صداقت، تعهد و قابلیت اطمینان) بر مبنای مدل چاتوت و برای سنجش اعتماد غیرشخصی (مؤسسه‌ای) از دو شاخص (اطمینان هنجاری و اطمینان ساختاری) بر مبنای مدل الوون استفاده شده است.

این پژوهش از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی و از نظر ماهیت و روش جزء پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی و مطالعه میدانی می‌باشد. برای سنجش متغیرها جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش، پرسشنامه‌ای بر مبنای پرسشنامه‌های رایینز، کوتنز و دانل در بعد ساختار سازمانی و پرسشنامه‌ای بر مبنای پرسشنامه‌های چاتوت و الوون در بعد اعتماد سازمانی طراحی که ضریب آلفای آن به ترتیب  $0.84/3$  و  $0.97/7$  محاسبه گردید.

جامعه آماری این پژوهش کارکنان و مدیران واحدهای صف و ستاد شرکت فولاد مبارکه اصفهان بود. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای از میان مدیران و کارکنان و از واحدهای صف و ستاد انجام گرفت. از میان پرسشنامه‌های توزیع شده ۱۱۱ مورد برگشت داده شد که به منظور تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. برای توصیف داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و درصدها) و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. نرم افزارهای آماری مورد استفاده در این پژوهش SPSS و AMOS بود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بر اساس میانگین نمرات در هشت بعد ساختار سازمانی و سه بعد اعتماد سازمانی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در سطح اطمینان  $0.95$  نشان داد که فرضیه‌های اول، دوم، سوم، چهارم، ششم، هفتم و هشتم مورد تأیید و فرضیه پنجم رد شدند. به عبارت دیگر ابعاد رسمیت، تخصصی بودن، داشتن استاندارد، سلسله مراتب اختیارات، تمرکز، حرفه‌ای بودن و نسبت نیروی کار در سطح اطمینان  $0.95$  بر اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه تأثیر داشت و ابعاد پیچیدگی و نسبت مدیریت در سطح اطمینان  $0.95$  بر اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه تأثیر نداشت.

**واژگان کلیدی:** ساختار سازمان، ابعاد ساختاری سازمان، اعتماد سازمانی، اعتماد افقی، اعتماد عمودی، اعتماد مؤسسه‌ای.

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

### فصل اول: کلیات پژوهش

۱	مقدمه.....
۲	۱-۱- شرح و بیان مسئله پژوهش.....
۵	۲-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش.....
۶	۳-۱- اهداف پژوهش.....
۶	۴-۱- فرضیه‌های پژوهش.....
۷	۵-۱- کاربرد نتایج پژوهش.....
۷	۶-۱- روش پژوهش.....
۷	۷-۱- قلمرو پژوهش.....
۷	۱-۷-۱- قلمرو موضوعی پژوهش.....
۷	۲-۷-۱- قلمرو زمانی پژوهش.....
۷	۳-۷-۱- قلمرو مکانی پژوهش.....
۸	۸-۱- تعاریف واژه‌ها.....
۸	۱-۸-۱- تعاریف نظری واژه‌ها.....
۸	۲-۸-۱- تعاریف عملیاتی واژه‌ها.....
۹	خلاصه فصل.....

### فصل دوم: مبانی نظری پژوهش

۱۰	مقدمه.....
۱۱	۱-۲- سازمان و ساختار سازمانی.....
۱۴	۲-۲- ابعاد سازمان.....
۱۵	۱-۲-۲- ابعاد محتوایی.....
۱۵	۲-۲-۲- ابعاد ساختاری.....
۱۹	۱-۲-۲-۲- رسمیت.....
۲۲	۲-۲-۲-۲- تخصیصی بودن.....
۲۳	۳-۲-۲-۲- داشتن استاندارد.....
۲۴	۴-۲-۲-۲- سلسله مراتب اختیارات.....

عنوان	صفحه
۵-۲-۲-۲ پیچیدگی	۲۵
۶-۲-۲-۲ تمرکز	۲۸
۷-۲-۲-۲ حرفه‌ای بودن	۳۱
۸-۲-۲-۲ نسبت‌های پرسنلی	۳۱
۳-۲ رویکردهای مدرنیست به ساختار سازمانی	۳۱
۴-۲ رویکردهای نمادین-تفسیری به ساختار سازمانی	۳۳
۵-۲ رویکردهای پست‌مدرنیست به ساختار سازمانی	۳۴
۶-۲ الگوهای طراحی ساختار سازمانی	۳۵
۷-۲ اعتماد به مثابه سرمایه اجتماعی در سازمان	۳۸
۸-۲ تاریخچه و پیشینه اعتماد	۴۰
۹-۲ مفهوم و تعریف اعتماد	۴۱
۱۰-۲ فرآیند اعتماد	۴۷
۱۱-۲ اعتماد سازمانی	۴۹
۱-۱۱-۲ اعتماد بین‌فردی	۵۰
۲-۱۱-۲ اعتماد غیرشخصی	۵۰
۱۲-۲ ابعاد تشکیل‌دهنده اعتماد سازمانی	۵۲
۱-۱۲-۲ ابعاد تشکیل‌دهنده اعتماد بین‌فردی	۵۲
۲-۱۲-۲ ابعاد تشکیل‌دهنده اعتماد غیرشخصی	۵۵
۱۳-۲ گونه‌شناسی اعتماد	۵۶
۱۴-۲ مدل‌های اعتماد سازمانی	۶۰
۱۵-۲ نقش اعتماد در سازمان	۶۲
۱۶-۲ چارچوب پژوهش	۶۴
۱-۱۶-۲ رابطه بین ساختار سازمانی و اعتماد سازمانی	۶۴
۲-۱۶-۲ مدل مفهومی پژوهش	۶۶
۱۷-۲ پیشینه مطالعات انجام شده پیرامون موضوع پژوهش	۶۹
۱-۱۷-۲ مطالعات انجام شده در داخل کشور	۶۹
۲-۱۷-۲ مطالعات انجام شده در خارج کشور	۷۲
۳-۱۷-۲ نتیجه‌گیری حاصل از جمع‌آوری مطالعات انجام شده	۷۴

عنوان	صفحه
۱۸-۲- قلمرو مکانی: معرفی شرکت فولاد مبارکه اصفهان.....	۷۵
۱۸-۲-۱- تاریخچه فولاد مبارکه اصفهان.....	۷۵
۱۸-۲-۲- چشم‌انداز، ارزش‌ها و اهداف سازمانی.....	۷۶
۱۸-۲-۳- ساختار سازمانی.....	۷۷
۱۸-۲-۴- تناسب موضوع پژوهش با چشم‌انداز، ارزش‌ها، اهداف و ساختار سازمانی فولاد مبارکه.....	۷۷
خلاصه فصل.....	۷۸

### فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش

مقدمه.....	۷۹
۱-۳- روش پژوهش.....	۷۹
۲-۳- مدل فرآیندی پژوهش.....	۸۰
۳-۳- جامعه آماری.....	۸۱
۴-۳- حجم نمونه آماری.....	۸۲
۵-۳- نمونه‌گیری.....	۸۲
۶-۳- نحوه جمع‌آوری داده‌ها.....	۸۳
۷-۳- روایی و پایایی ابزار پژوهش.....	۸۵
۱-۷-۳- روایی.....	۸۵
۲-۷-۳- پایایی.....	۸۵
۸-۳- روش و ابزار تجزیه و تحلیل.....	۸۶
۱-۸-۳- آمار توصیفی.....	۸۶
۲-۸-۳- آمار استنباطی.....	۸۶
خلاصه فصل.....	۸۸

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل نتایج

مقدمه.....	۸۹
۱-۴- توصیف نمونه.....	۹۰
۲-۴- تجزیه و تحلیل مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش.....	۹۷
۱-۲-۴- مدل اندازه‌گیری ساختار سازمانی.....	۱۰۱
۲-۲-۴- مدل اندازه‌گیری اعتماد سازمانی.....	۱۰۴
۳-۴- تجزیه و تحلیل مدل معادله ساختاری پژوهش.....	۱۰۵

عنوان	صفحه
۴-۳-۱- تجزیه و تحلیل تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی با استفاده از معادله ساختاری.....	۱۰۵
۴-۳-۲- تجزیه و تحلیل تأثیر ساختار بر اعتماد سازمانی با استفاده از مدل معادله ساختاری.....	۱۱۳
۴-۴- استنباط‌های مربوط به آزمون فرضیه‌های پژوهش.....	۱۱۶
۴-۵- یافته‌های جانبی پژوهش.....	۱۱۹
۴-۵-۱- تعیین سطح ابعاد ساختاری و اعتماد سازمانی.....	۱۱۹
۴-۵-۲- تحلیل واریانس امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی بر مبنای متغیرهای جمعیت-شناختی.....	۱۲۶
۴-۵-۳- همبستگی شاخص‌ها و ابعاد.....	۱۴۰
خلاصه فصل.....	۱۴۲
<b>فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها</b>	
مقدمه.....	۱۴۳
۵-۱- نتیجه‌گیری.....	۱۴۳
۵-۱-۲- نتیجه‌گیری بر اساس یافته‌های پژوهش.....	۱۴۳
۵-۱-۱-۱- نتیجه‌گیری بر اساس یافته‌های حاصل از مدل تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی.....	۱۴۴
۵-۱-۱-۲- نتیجه‌گیری بر اساس یافته‌های حاصل از مدل تأثیر ساختار بر اعتماد سازمانی.....	۱۴۸
۵-۱-۳- نتیجه‌گیری بر اساس یافته‌های جانبی پژوهش.....	۱۴۹
۵-۲- محدودیت‌های پژوهش.....	۱۵۱
۵-۳- پیشنهاد‌های کاربردی.....	۱۵۱
۵-۴- پیشنهاد‌هایی برای پژوهش‌های آینده.....	۱۵۴
خلاصه فصل.....	۱۵۵
پیوست‌ها.....	۱۵۶
منابع و مآخذ.....	۱۸۰

## فهرست شکل‌ها

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲- تعامل ابعاد ساختاری و محتوایی سازمان	۱۴
شکل ۲-۲- متغیرهای محتوایی سازمان که بر ساختار اثر می‌گذارند	۱۵
شکل ۳-۲- بخش‌های پنجگانه سازمان	۳۷
شکل ۴-۲- نمودار شبکه‌های اعتماد از دیدگاه فوکویاما	۳۹
شکل ۵-۲- مدل تعیین سطح اعتماد	۴۲
شکل ۶-۲- نمودار موضوعی تعریف اعتماد در تحقیقات روابط تجاری	۴۵
شکل ۷-۲- چارچوب تعاملات بین اعتمادکننده و اعتمادشونده	۴۸
شکل ۸-۲- زیربنای فردی و سازمانی اعتماد	۵۱
شکل ۹-۲- ابعاد تشکیل‌دهنده اعتماد بین فردی از دیدگاه چاتوت و همکاران	۵۳
شکل ۱۰-۲- مدل مفهومی پژوهش	۶۸
شکل ۱-۳- مدل فرآیندی پژوهش	۸۰
شکل ۱-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه از واحدهای صف و ستاد	۹۰
شکل ۲-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای رده سازمانی	۹۱
شکل ۳-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای سن پاسخ‌دهندگان	۹۲
شکل ۴-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای مقاطع تحصیلی پاسخ‌دهندگان	۹۳
شکل ۵-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای سابقه خدمت در شرکت فولاد مبارکه	۹۴
شکل ۶-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای نوع شیفت کاری	۹۵
شکل ۷-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای وضعیت تأهل	۹۵
شکل ۸-۴- توزیع آماری ترکیب نمونه بر مبنای منطقه محل سکونت	۹۶
شکل ۹-۴- مدل اندازه‌گیری ساختار سازمانی	۱۰۲
شکل ۱۰-۴- مدل اندازه‌گیری اصلاح شده ساختار سازمانی	۱۰۲
شکل ۱۱-۴- مدل اندازه‌گیری اعتماد سازمانی	۱۰۴
شکل ۱۲-۴- مدل معادله ساختاری تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی	۱۰۶
شکل ۱۳-۴- مدل معادله ساختاری اصلاح شده تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی	۱۰۷
شکل ۱۴-۴- مدل معادله ساختاری تأثیر ساختار بر اعتماد سازمانی	۱۱۴

## فهرست جدول‌ها

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲- ابعاد متداول مورد استفاده در ساختار اجتماعی سازمانی.....	۱۶
جدول ۲-۲- ابعاد ساختاری سازمان از دید نظریه‌پردازان مختلف.....	۱۷
جدول ۳-۲- نظریه‌پردازان اصلی در رویکردهای مدرنیست به ساختار سازمانی.....	۳۲
جدول ۴-۲- نظریه‌های اصلی در رویکردهای نمادین-تفسیری به ساختار سازمانی.....	۳۴
جدول ۵-۲- نظریه‌های اصلی در رویکردهای پست‌مدرنیست به ساختار سازمانی.....	۳۵
جدول ۶-۲- انواع ساختارهای سازمانی بر حسب گروه‌بندی دوایر.....	۳۶
جدول ۷-۲- پنج الگوی کارساز ساختاری.....	۳۷
جدول ۸-۲- شاخص‌های اعتماد در برخی مطالعات داخلی و خارجی.....	۵۲
جدول ۹-۲- مدل‌های اعتماد سازمانی.....	۶۰
جدول ۱۰-۲- اثرات مستقیم و یا تعدیلی اعتماد در سازمان.....	۶۲
جدول ۱-۳- تعداد کارکنان فولاد مبارکه به تفکیک معاونت‌های سازمانی.....	۸۱
جدول ۲-۳- واحدهای صف و ستاد فولاد مبارکه.....	۸۱
جدول ۳-۳- تعداد کارکنان و مدیران صف و ستاد فولاد مبارکه.....	۸۲
جدول ۴-۳- تعداد پرسشنامه‌های توزیع شده به تفکیک واحدها و رده‌های سازمانی.....	۸۳
جدول ۵-۳- شماره گویه‌های پرسشنامه.....	۸۴
جدول ۶-۳- ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های پرسشنامه در سایر مطالعات.....	۸۵
جدول ۷-۳- ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های پرسشنامه به تفکیک متغیرهای پژوهش.....	۸۶
جدول ۸-۳- روش‌ها و ابزارهای تجزیه و تحلیل داده‌ها.....	۸۷
جدول ۱-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای واحد سازمانی.....	۹۰
جدول ۲-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای رده سازمانی.....	۹۱
جدول ۳-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای گروه‌های سنی مختلف.....	۹۱
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای مقاطع تحصیلی.....	۹۲
جدول ۵-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای سابقه خدمت در شرکت فولاد مبارکه.....	۹۳
جدول ۶-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای نوع شیفت کاری.....	۹۴
جدول ۷-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای وضعیت تأهل.....	۹۵
جدول ۸-۴- توزیع فراوانی نمونه بر مبنای منطقه محل سکونت.....	۹۶
جدول ۹-۴- تجزیه و تحلیل مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش.....	۹۷

## عنوان

## صفحه

جدول ۱۰-۴- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری اصلاح شده ساختار سازمانی.....	۱۰۳
جدول ۱۱-۴- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری اعتماد سازمانی.....	۱۰۵
جدول ۱۲-۴- شاخص‌های برازش مدل معادله ساختاری تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی.....	۱۰۶
جدول ۱۳-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم رسمیت بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۰۸
جدول ۱۴-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم تمرکز بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۰۹
جدول ۱۵-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم داشتن استاندارد بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۱۰
جدول ۱۶-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم سلسله مراتب اختیارات بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۱۱
جدول ۱۷-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم حرفه‌ای بودن بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۱۲
جدول ۱۸-۴- شاخص‌های برازش مدل ساختاری اصلاح شده تأثیر ابعاد ساختاری بر اعتماد سازمانی.....	۱۱۳
جدول ۱۹-۴- تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ساختار سازمانی بر اعتماد سازمانی و شاخص‌های آن.....	۱۱۴
جدول ۲۰-۴- شاخص‌های برازش مدل ساختاری تأثیر ساختار بر اعتماد سازمانی.....	۱۱۶
جدول ۲۱-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر رسمیت بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۱۹
جدول ۲۲-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر تخصصی بودن بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۰
جدول ۲۳-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر داشتن استاندارد بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۰
جدول ۲۴-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر سلسله مراتب اختیارات بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۱
جدول ۲۵-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر پیچیدگی بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۱
جدول ۲۶-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر تمرکز بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۲
جدول ۲۷-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر حرفه‌ای بودن بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۲
جدول ۲۸-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر نسبت مدیریت بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۳
جدول ۲۹-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها متغیر نسبت نیروی کار بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۳
جدول ۳۰-۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها شاخص‌های اعتماد افقی بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۴



## عنوان

## صفحه

جدول ۴-۳۱- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها شاخص‌های اعتماد عمودی بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۴
جدول ۴-۳۲- نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها شاخص‌های اعتماد مؤسسه‌ای بر مبنای واحدها و رده‌های سازمانی.....	۱۲۵
جدول ۴-۳۳- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک گروه‌های سنی مختلف پاسخ‌دهندگان.....	۱۲۶
جدول ۴-۳۴- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک وضعیت تأهل پاسخ‌دهندگان.....	۱۲۸
جدول ۴-۳۵- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان.....	۱۳۰
جدول ۴-۳۶- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک منطقه محل سکونت پاسخ‌دهندگان.....	۱۳۲
جدول ۴-۳۷- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک رده سازمانی در شرکت فولاد مبارکه.....	۱۳۴
جدول ۴-۳۸- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک نوع شیفت کاری در شرکت فولاد مبارکه.....	۱۳۶
جدول ۴-۳۹- جدول آنوا مقایسه امتیازات ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی به تفکیک سابقه خدمت در شرکت فولاد مبارکه.....	۱۳۸
جدول ۴-۴۰- ماتریس همبستگی خطی دو به دو ابعاد ساختاری سازمان در شرکت فولاد مبارکه.....	۱۴۰
جدول ۴-۴۱- ماتریس همبستگی خطی دو به دو شاخص‌های اعتماد سازمانی در شرکت فولاد مبارکه ...	۱۴۲
جدول ۵-۱- اولویت‌بندی ابعاد ساختاری تأثیرگذار بر اعتماد بر مبنای رده‌ها و واحدهای سازمانی.....	۱۵۴

## پیشگفتار

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر ابعاد ساختاری سازمان بر اعتماد سازمانی شرکت در فولاد مبارکه تدوین گردیده است. لذا جهت دستیابی به این مهم، در فصل اول ضمن شرح و بیان مسئله، اهمیت و ضرورت آن، کاربرد نتایج و تعاریف واژه‌ها؛ طرح کلی پژوهش در قالب اهداف و فرضیه‌ها مطرح گردیده است.

در فصل دوم با مروری جامع بر ادبیات ساختار و اعتماد سازمانی، ارتباط این دو متغیر در قالب ساختار پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است و مدل مفهومی این پژوهش ارائه گردیده است. سپس مطالعات انجام شده در زمینه موضوع پژوهش در داخل و خارج کشور مورد بررسی قرار گرفت و در آخر شرکت فولاد مبارکه به عنوان قلمرو مکانی پژوهش معرفی گردید.

فصل سوم به روش پژوهش، تعیین حجم نمونه، ابزار گردآوری، تجزیه و تحلیل داده‌ها و نیز سنجش پایایی و روایی پرسشنامه پرداخته است. در فصل چهارم، داده‌های به دست آمده با فنون معرفی شده در فصل سوم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. علاوه بر آزمون فرضیه‌های پژوهش در بخش یافته‌های جانبی به تعیین سطح ابعاد ساختاری و شاخص‌های اعتماد سازمانی، تحلیل اثرگذاری متغیرهای جمعیت‌شناختی بر امتیازات ابعاد ساختاری سازمان و اعتماد سازمانی از طریق تحلیل واریانس پرداخته و نیز تعیین همبستگی ابعاد ساختاری و اعتماد سازمانی انجام گرفته است. در نهایت در فصل پنجم به نتیجه‌گیری حاصل از یافته‌های آزمون فرضیه‌ها و یافته‌های جانبی، محدودیت‌های پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی بر مبنای نتایج پژوهش و پیشنهاد‌هایی برای پژوهش‌های آتی پرداخته شده است.

## فصل اول

### کلیات پژوهش

#### مقدمه

برای مدت زمان طولانی، این امر پذیرفته شده‌ای بود که سازمان‌ها از روابط خاصی بین کارگر و کارفرما تشکیل شده‌اند. روابط مبتنی بر اقتدار و روابط اجتماعی بین کارگر و کارفرما بسیار جدی تلقی می‌شدند. رویکرد روابط انسانی مطرح کرد که اتکا به روابط اقتدار کافی نیست و برای افراد، پذیرفته شدن به عنوان فردی مورد قبول در بین دوستان، همکاران و مدیران بسیار ارزشمند است.

یکی از الزامات موفقیت سازمان‌ها در عرصه خصوصی‌سازی و ورود به بازارهای جهانی، بهره‌مندی از اعتماد سازمانی<sup>1</sup> است. اعتماد به عنوان پیش‌نیازی برای همکاری، حائز اهمیت است و از آن به عنوان یک عنصر مهم در روابط شخصی بین افراد و همچنین در روابط جمعی بزرگتر مثل سازمان‌ها یا جوامع نام برده شده است. اعتماد نوعی سازوکار انسجام‌دهنده است که وحدت را در سیستم‌های اجتماعی ایجاد و حفظ می‌کند و از طریق تبادل

---

<sup>1</sup> -Organizational Trust

اطلاعات مرتبط و مناسب بین کارکنان و مدیران باعث بهره‌وری بیشتر و عملکرد اثربخش سازمان‌ها می‌شود. اعتماد یک سازه پویاست و باید همواره در جهت ایجاد و حفظ آن تلاش شود. ساختار سازمانی<sup>۱</sup> نقش بسزایی در ایجاد و حفظ اعتماد سازمانی ایفا می‌نماید، به عبارتی دیگر بهره‌مندی از مزایای اعتماد به ساختار پشتیبانی‌کننده-ی آن بستگی دارد. در این فصل به شرح و بیان مسئله، اهمیت و ضرورت آن، طرح کلی پژوهش در قالب اهداف و فرضیه‌ها، کاربرد نتایج، روش و قلمرو پژوهش و تعاریف واژه‌ها پرداخته شده است.

## ۱-۱- شرح و بیان مسئله پژوهش

با گسترش پدیده‌ی جهانی شدن، اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است، به طوری که اکثر صاحب‌نظران رفتار سازمانی نیز بر اهمیت اعتماد به عنوان پیش‌نیاز اثربخشی سازمانی تأکید داشته‌اند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۸).

یکی از عوامل کلیدی اثرگذار بر اعتماد درون سازمانی، ساختار سازمانی است. ساختار سازمانی یکی از ویژگی‌های درونی سازمان است که باید پشتیبان اعتماد سازمانی باشد. هدف ترویج اعتماد باید در ابعاد ساختاری نمود پیدا کند تا نهادینه شود. دفت<sup>۲</sup> (۱۳۸۵) ابعاد سازمانی را در دو دسته ابعاد محتوایی<sup>۳</sup> و ساختاری<sup>۴</sup> طبقه‌بندی نمود. ابعاد ساختاری یک سازمان شامل هشت بعد می‌باشند:

رسمیت<sup>۵</sup> به میزان حاکمیت اسناد و مدارکی اطلاق می‌شود که در سازمان وجود دارد. تخصیصی بودن<sup>۶</sup> به معنای این است که سازمان تا چه اندازه کارها و فعالیت‌های خود را به وظایف جداگانه و تخصیصی تقسیم کرده باشد. داشتن استاندارد<sup>۷</sup> به مواردی اطلاق می‌شود که بسیاری از کارهای مشابه، به روشی یکسان و همانند انجام شوند. مقصود از سلسله مراتب اختیارات<sup>۸</sup>، مشخص کردن این موضوع است که هر یک از افراد باید گزارش کار خود را به چه کسی بدهد؛ همچنین حیطه‌ی کنترل هر یک از مدیران مشخص می‌شود.

پیچیدگی<sup>۹</sup> عبارت است از تعداد کارها یا سیستم‌های فرعی که در درون یک سازمان انجام می‌شود یا وجود دارد (دفت، ۱۳۸۵). تمرکز<sup>۱۰</sup>، میزانی است که تصمیم‌گیری در یک نقطه‌ی واحد در سازمان متمرکز شده (رابینز<sup>۱۱</sup>،

<sup>۱</sup> -Organization Structure

<sup>۲</sup> -Daft

<sup>۳</sup> -Contextual Dimensions

<sup>۴</sup> -Structural Dimensions

<sup>۵</sup> -Formalization

<sup>۶</sup> -Specialization

<sup>۷</sup> -Standardization

<sup>۸</sup> -Hierarchy of Authority

<sup>۹</sup> -Complexity

<sup>۱۰</sup> -Centralization

<sup>۱۱</sup> -Robbins