

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده مدیریت و حسابداری

رساله دکتری رشته مدیریت دولتی

عنوان پایان نامه:

طراحی مدل بومی ارزیابی اعتماد داوطلبان ورود به دانشگاهها نسبت به
سازمان سنجش آموزش کشور

نگارش:

سیدصمد حسینی

استاد راهنما:

دکتر سیدمهدی الوانی

استادان مشاور:

دکتر میرعلی سیدنقوی

دکتر احسان جمالی

استاد داور:

دکتر

بهار ۱۳۹۳

تشکر و سپاسگزاری:

در آغاز، حمد و سپاس بیکران خداوند بزرگی را سزااست که با قدرت نامتناهی و حکمت ربانی خویش، فرصت زیستن، اندیشیدن و بالیدن را به ما عطا فرمود و سپس، به مصداق «من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق» و به استناد آیه شریفه ۱۰ سوره مبارکه فاطر، در کمال امتنان و افتخار و به رسم تعظیم و تکریم، فرصت را مغتنم شمرده، بر خود لازم می‌دانم مراتب سپاس و قدردانی‌ام را از اساتید و عزیزانی که اینجانب را در طول مسیر تحقیق یاری نمودند اعلام نمایم:

استاد دانشمند و فرزانه، پدر علم مدیریت ایران جناب آقای دکتر سید مهدی الوانی، استاد محترم راهنما، که با دقت خاص و راهنمایی‌های ارزشمند خود، مرا در انجام این تحقیق علمی یاری فرمودند.
استاد فرهیخته جناب آقای دکتر میرعلی سیدنقوی، استاد محترم مشاور، که حقیر را از ارشادات ارزنده خود بی‌بهره نمودند.

استاد گرانقدر جناب آقای دکتر احسان جمالی، استاد محترم مشاور آماری، که به اینجانب در طول مسیر تحقیق مشاوره‌های لازم را مرقوم فرمودند.

استادان محترم داور آقایان که با مطالعه این رساله و ارائه نقدها و رهنمودهای لازم در تقویت و بهبود این پژوهش، اینجانب را یاری فرمودند از جمله: دکتر مجتبی حبیبی، دکتر رضا محمدی، دکتر محمد عباس زاده، دکتر بهروز کاوه‌ئی، دکتر اسداله آسرای، دکتر ساعی، مهندس فرشاد فرهادنیا.

همکارانی که در فرآیند رساله ما را کمک و یاری نمودند: حسین یوسفی، مهندس مقیمی، حمید شعبانی، حمزه حسنعلی‌زاده، سرکار خانم‌ها آهوپی، حمیده سلمانی‌زاده‌گان، طاهره ضفری‌پور.
کارشناس محترم گروه مدیریت سرکار خانم خداپرست که همواره زحمات مربوط انجام کلیه تشریفات مربوط به دفاع از این رساله را متقبل شدند.

همسر عزیزم و فرزندان خوبم سیدعلی و سیدمهدی که با شکیبایی مرا در این مسیر یاری رساندند.
ضمن مسئلت توفیقات الهی برای این عزیزان، از درگاه پروردگار یکتا حسن عاقبت، سلامت و سعادت را برایشان آرزو می‌کنم.

تقدیم به:

این رساله تقدیم به هر چند ناقابل و کم پایه است لیکن بنا بر قدردانی و مددجویی و با عشق و ارادت قلبی تقدیم می دارم به سرسلسله خوبان عالم، حضرت ختمی مرتبت محمد مصطفی (ص) و دردانه علی (ع) زهرا (س)، حضرت بقیة الله الاعظم که هر چه داریم به یمن و برکت وجود و دعای خیر حضرتشان است و همینطور به همه شهیدان والامقام از صدر اسلام تاکنون و به آن یار سفر کرده، پیر جماران حضرت امام خمینی (ره) و جانشین برحقشان عزیز دوران حضرت آیت الله خامنه ای (مدضله العالی) و همه رهپویان جاده صراط و نیک اندیشان جهان؛ باشد که زندگی مان همواره در سایه یاد و نام این عزیزان برکت و قوام گیرد.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

چکیده..... ۱

فصل اول - طرح و کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه..... ۳

۱-۲- بیان مسئله..... ۵

۱-۳- اهمیت و ضرورت موضوع..... ۸

۱-۴- اهداف تحقیق..... ۹

۱-۵- پرسش‌های اصلی و فرعی..... ۱۰

۱-۵-۱- پرسش‌های اصلی..... ۱۰

۱-۵-۲- پرسش‌های فرعی..... ۱۰

۱-۶- واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق..... ۱۰

فصل دوم - مبانی نظری پژوهش و مروری بر تحقیقات پیشین

مقدمه..... ۱۲

۲-۱- مروری بر مفهوم اعتماد..... ۱۲

۲-۱-۱- تعریف اعتماد..... ۱۲

۲-۱-۲- موضوع (سطوح) اعتماد..... ۱۵

۲-۱-۳- مبنای اعتماد..... ۱۶

۲-۱-۴- دولت الکترونیک و اعتماد..... ۱۸

۲-۱-۵- متغیرهای اعتماد..... ۲۰

۲-۱-۶- ویژگی‌های اعتماد..... ۲۲

۲-۱-۷- اعتماد از منظر نظریه‌های سازمانی..... ۲۷

۲-۱-۷-۱- اعتماد به‌عنوان یک حالت روان‌شناختی..... ۲۷

۲-۱-۷-۲- اعتماد به‌عنوان رفتار انتخابی..... ۲۸

۳۳ ۸ - ۱ - ۲ - مدل‌های اعتماد
۳۷ ۹ - ۱ - ۲ - انواع اعتماد
۳۸ ۱ - ۹ - ۲ - اعتماد شخصی
۳۹ ۲ - ۹ - ۱ - ۲ - اعتماد سیستمی
۴۰ ۳ - ۹ - ۱ - ۲ - اعتماد نهادی
۴۳ ۴ - ۹ - ۱ - ۲ - اعتماد سیاسی
۴۴ ۵ - ۹ - ۱ - ۲ - اعتماد عمومی
۴۴ ۱۰ - ۱ - ۲ - اعتمادسازی
۴۸ ۱۱ - ۱ - ۲ - عدالت سازمانی و اعتماد نهادی
۵۰ ۱۲ - ۱ - ۲ - رضایت از کیفیت خدمات دولتی و اعتماد نهادی
۵۲ ۱۳ - ۱ - ۲ - مدل‌های مدیریت کیفیت خدمات بخش دولتی
۵۶ ۱۴ - ۱ - ۲ - اعتماد از منظر آموزه‌های اسلامی
۵۶ ۱ - ۱۴ - ۲ - مؤلفه‌های ایجاد اعتماد
۵۸ ۲ - ۱۴ - ۱ - ۲ - ویژگی‌های حکومت اسلامی
۶۱ ۳ - ۱۴ - ۱ - ۲ - ویژگی‌های فرد مورد اعتماد از منظر احادیث
۶۱ ۲ - ۲ - معرفی سازمان سنجش
۶۱ ۱ - ۲ - ۲ - روند شکل‌گیری سازمان سنجش آموزش کشور
۶۲ ۲ - ۲ - ۲ - مأموریت و اهداف سازمان سنجش
۶۳ ۳ - ۲ - ۲ - ساختار تشکیلاتی سازمان سنجش
۶۴ ۳ - ۲ - بررسی پژوهش‌های گذشته
۶۵ ۱ - ۳ - ۲ - زمینه مطالعات
۶۸ ۲ - ۳ - ۲ - محدودیت مطالعات یادشده
فصل سوم - روش اجرای تحقیق	
۷۲ ۱ - ۳ - نوع تحقیق
۷۳ ۲ - ۳ - روش کلی تحقیق

۳-۳-۳	شرحی بر روش فراترکیب	۷۵
۳-۳-۱	فراترکیب	۷۵
۳-۳-۲	تاریخچه فرا ترکیب	۷۵
۳-۳-۳	اهداف فراترکیب	۷۶
۳-۳-۴	روش فراترکیب	۷۸
۳-۳-۵	گام‌ها و روش انجام کار در فرا ترکیب	۷۹
۳-۳-۶	نقشه راه	۱۱۶
۳-۳-۷	روش گردآوری اطلاعات	۱۱۷
۳-۳-۸	جامعه آماری و نمونه آماری	۱۲۲
۳-۳-۸-۱	جامعه آماری	۱۲۲
۳-۳-۸-۲	نمونه آماری	۱۲۳
۳-۳-۹	قلمرو تحقیق	۱۲۵
۳-۳-۹-۱	قلمرو موضوعی	۱۲۵
۳-۳-۹-۲	قلمرو مکانی تحقیق	۱۲۵
۳-۳-۹-۳	قلمرو زمانی تحقیق	۱۲۵
۳-۳-۱۰	روایی و پایایی پرسشنامه	۱۲۵
۳-۳-۱۱	اعتبار (روایی) پرسشنامه	۱۲۵
۳-۳-۱۱-۱	پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه	۱۲۶
۳-۳-۱۲	روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها	۱۲۸

فصل چهارم - تجزیه و تحلیل آماری یافته‌های تحقیق

	مقدمه	۱۳۰
۴-۱	قسمت اول اطلاعات جمعیت شناختی	۱۳۰
۴-۲	قسمت دوم مدل اندازه گیری عوامل اعتماد به سازمان سنجش (ارزشها، تصویر بیرونی، خدمات، کارکنان و ویژگی های مدیریتی)	۱۳۳
۴-۳	بررسی مفروضهها	۱۳۴

۱۳۵.....	۴-۴- مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش.....
۱۵۱.....	۴-۵- پرسش فرعی ۱.....
۱۵۶.....	۴-۶- پرسش فرعی ۲.....
۱۵۷.....	۴-۷- پرسش فرعی ۳.....
۱۵۷.....	۴-۸- پرسش فرعی ۴.....
۱۶۰.....	فصل پنجم - بحث و نتیجه‌گیری
۱۶۳.....	۵-۱- خلاصه تحقیق.....
۱۶۳.....	۵-۲- یافته‌های تحقیق.....
۱۶۹.....	۵-۳- مقایسه یافته‌های تحقیق با مطالعات پیشین.....
۱۷۲.....	۵-۴- تحلیل شکاف وضع موجود.....
۱۷۳.....	۵-۵- پیشنهادات به سازمان سنجش آموزش کشور.....
۱۷۷.....	۵-۶- محدودیت‌های تحقیق.....
۱۷۷.....	۵-۷- پیشنهادات به محققان آتی.....
۱۷۹.....	فهرست منابع.....
۱۸۶.....	پیوست‌ها

فهرست جداول

صفحه

عنوان

فصل اول

جدول ۱-۱-۱ ۴

فصل دوم

جدول ۲-۱-۲- تعاریف مختلف اعتماد ۱۳

جدول ۲-۲- ویژگی‌های متغیرهای اعتماد ۲۲

جدول ۲-۳- ابعاد اعتماد سازمانی (Svensson, 2005, pp. 414-415) ۲۶

جدول ۲-۴- ارزش‌های اعتماد آفرین نهادها ۴۲

جدول ۲-۵- ابزارهای ایجاد اعتماد (خنیفر و زروندی، ۱۳۸۹، ۲۷۵) ۴۷

جدول ۲-۶- ابعاد کیفیت در بخش دولتی ۵۵

فصل سوم

جدول ۳-۱- سؤالات پژوهش ۸۰

جدول ۳-۲- واژه‌های جستجو ۸۱

جدول ۳-۳- منابع جستجو ۸۲

جدول ۳-۴- ابزار CASP، ارزیابی کیفیت مطالعات اولیه تحقیق کیفی ۸۵

جدول ۳-۵- امتیازات داده شده به مقالات نهایی پذیرفته شده ۸۶

جدول ۳-۶- مطالعات مشمول در تحقیق ۸۹

جدول ۳-۷- مقولات استخراجی، منابع و فراوانی ۱۰۱

جدول ۳-۸- شاخص‌ها ۱۰۵

جدول ۳-۹- مفاهیم و مقولات ۱۱۰

جدول ۳-۱۰- ترکیب سؤالات پرسشنامه ۱۲۰

جدول ۳-۱۱- آلفای کرونباخ ۱۲۷

فصل چهارم

جدول ۴-۱- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب جنس ۱۳۰

جدول ۴-۲- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب رشته تحصیلی مقطع متوسطه ۱۳۰

جدول ۴-۳- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب سطح تحصیلات ۱۳۱

جدول ۴-۴- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب وضعیت تاهل ۱۳۱

- جدول ۴-۵- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب مقطع تحصیلی در آزمون..... ۱۳۱
- جدول ۴-۶- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب سابقه شرکت در آزمون سراسری ۱۳۲
- جدول ۴-۷- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب شغل پدر..... ۱۳۲
- جدول ۴-۸- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب تحصیلات پدر..... ۱۳۲
- جدول ۴-۹- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب شغل مادر..... ۱۳۳
- جدول ۴-۱۰- توزیع فراوانی داوطلبان بر حسب تحصیلات مادر..... ۱۳۳
- جدول ۴-۱۱- نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص های پنج مقوله مربوط به مفهوم ارزش ها..... ۱۳۶
- جدول ۴-۱۲- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی عامل ارزشها..... ۱۳۷
- جدول ۴-۱۳- نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص های چهار مقوله مربوط به مفهوم تصویر بیرونی ۱۳۹.....
- جدول ۴-۱۴- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی شاخص های مفهوم تصویر بیرونی ۱۴۰
- جدول ۴-۱۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص های هفت مقوله مربوط به مفهوم خدمات..... ۱۴۱
- جدول ۴-۱۶- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی مفهوم خدمات..... ۱۴۲
- جدول ۴-۱۷- نتایج تحلیل عاملی تأییدی پنج مقوله مربوط به مفهوم کارکنان..... ۱۴۵
- جدول ۴-۱۸- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی عوامل کارکنان..... ۱۴۶
- جدول ۴-۱۹- نتایج تحلیل عاملی تأییدی هفت مقوله مربوط به مفهوم ویژگی های مدیریتی..... ۱۴۷
- جدول ۴-۲۰- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی عوامل ویژگی های مدیریتی..... ۱۴۹
- جدول ۴-۲۱- نتایج آزمون t یکطرفه جهت بررسی میانگین ۱۵۲
- جدول ۴-۲۲- نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل مرتبه اول اعتماد..... ۱۵۲
- جدول ۴-۲۳- نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل مرتبه دوم اعتماد..... ۱۵۳
- جدول ۴-۲۴- شاخص های تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم اعتماد..... ۱۵۳
- جدول ۴-۲۵- ماتریس همبستگی بین مولفه های اعتماد..... ۱۵۵
- جدول ۴-۲۶- الویت بندی مولفه های اعتماد به سازمان سنجش..... ۱۵۶
- جدول ۴-۲۷- مقایسه آمار توصیفی وضعیت گروه زنان و مردان در مولفه های اعتماد..... ۱۵۷
- جدول ۴-۲۸- مقایسه آمار توصیفی وضعیت رشته تحصیلی در مولفه های اعتماد..... ۱۵۸
- جدول ۴-۲۹- مقایسه آمار توصیفی وضعیت مقطع تحصیلی در مولفه های اعتماد..... ۱۵۹
- فصل پنجم**
- جدول ۵-۱- اولویت بندی مولفه های اعتماد به سازمان سنجش..... ۱۶۸
- جدول ۵-۲- مقایسه نتایج تحقیقات..... ۱۷۱

فهرست اشکال

عنوان

صفحه

فصل دوم

- شکل ۲-۱- مدل پیشنهادی مایر و دیگران (Mayer et al,1995,P.715)..... ۳۴
- شکل ۲-۲- الگوی اعتماد بر مبنای نظر بایرد و آماند (حسن زاده، ۱۳۸۳)..... ۳۵
- شکل ۲-۳- مدل راهنمای تعیین سطح اعتماد..... ۳۶
- شکل ۲-۴- ساختار اعتماد (عوامل تشکیل دهنده اعتماد) ۳۶
- شکل ۲-۵- مدل شاخص رضایت مشتری آمریکا ACSI برای بخش‌های دولتی..... ۵۲
- شکل ۲-۶- الگوی بومی کیفیت در سازمانهای دولتی ۵۶
- شکل ۲-۷- مدل برگرفته از ادبیات و تجربه سایر کشورها..... ۵۶

فصل سوم

- شکل ۳-۱- گام‌های فرا ترکیب..... ۷۹
- شکل ۳-۲: خلاصه‌ای از نتایج جستجو و انتخاب مقالات مناسب..... ۸۸
- شکل ۳-۳- طیف لیکرت..... ۱۱۹

فصل چهارم

- شکل ۴-۱- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی عامل ارزشها..... ۱۳۸
- شکل ۴-۲- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های مفهوم تصویر بیرونی..... ۱۴۰
- شکل ۴-۳- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی مفهوم خدمات..... ۱۴۳
- شکل ۴-۴- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی عوامل کارکنان..... ۱۴۶
- شکل ۴-۵- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی عوامل ویژگی‌های مدیریتی..... ۱۵۰
- شکل ۴-۶- نمودار شاخص‌های تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم اعتماد..... ۱۵۴

فهرست نمودارها

عنوان

صفحه

فصل دوم

- نمودار ۱-۲- متغیرهای اعتماد (Powers, 2001, 389) ۲۱
- نمودار ۲-۲- جهش شناختی اعتماد (رضایان، ۱۳۸۹: ۴۶) ۲۱
- نمودار ۳-۲- مدل اعتماد مارتینز (Martins, 2002: 765) ۲۵
- نمودار ۴-۲- مدل مفهومی نظریه عمل عقلایی ۳۰
- نمودار ۵-۲- مدل مفهومی نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده ۳۰
- نمودار ۶-۲- تصویر اعتماد در ادبیات سازمانی ۳۳
- نمودار ۷-۲- ۳۷
- نمودار ۸-۲- تشکیلات سازمانی سازمان سنجش ۶۴

فصل پنجم

- نمودار ۱-۵- مدل اولیه پنج وجهی اعتماد ۱۶۴
- نمودار شماره ۲-۵- مدل نهایی اعتماد ۱۶۵
- نمودار ۳-۵- اهمیت مفهوم ۱۷۳

چکیده:

مفهوم اعتماد ریشه در ادبیات دوره ارسطو دارد و از جمله مفاهیمی است که از سوی صاحب نظران رشته‌های علمی مختلف از جمله مدیریت، روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و... مورد توجه و بررسی قرار گرفته است با این اشتراک که توافق واحدی برای تعریف آن وجود نداشته است (Dirks, 2001) در دهه اخیر، یکی از مقولات بسیار مهمی که ذهن بسیاری از اندیشمندان را به خود جلب کرده است. بحث عاملیت مداری، مشتری‌گرایی و ارباب رجوع محوری در سازمان‌ها است؛ به طوری که توجه به نیازهای عاملان و تکریم ارباب رجوع، جزء ویژگی‌های مقوم بقای سازمان‌ها تلقی شده و تضمین‌کننده‌ی کارایی و اثر بخشی سازمانی است. در این راستا، یکی از نیازهای اساسی عاملان در کلیه‌ی دستگاه‌های اجرایی جلب اعتماد آنان به سازمان می‌باشد. امروزه توجه به اعتماد عاملان به سازمانها خصوصاً سازمان سنجش به عنوان مصادیقی از مشتری‌گرایی و ارباب رجوع محوری و عاملیت‌گرایی مورد توجه کلیه‌ی دستگاه‌های اجرایی قرار گرفته و سازمان سنجش کشور که متولی اصلی برگزاری کلیه‌ی آزمون‌های سراسری دانشگاهیان هست مستثنی از این قاعده نیست. چراکه ارتقای بهره‌وری سازمانی و اثر بخشی سازمان یاد شده منوط به اعتماد مخاطبان به آن است. اعتماد شالوده‌ی زندگی و بی‌اعتمادی سرچشمه‌ی بسیاری از رفتارها و نابسامانی‌هاست. بی‌ثباتی، نارضایتی عمومی، رواج دروغ و نادرستی و در کل عدم رعایت اخلاق در جامعه ناشی از بی‌اعتمادی است (امیر کافی، ۱۳۷۰ به نقل از عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

آنچه در این رساله مورد بررسی قرار گرفت طراحی مدلی برای ارزیابی اعتماد داوطلبان ورود به دانشگاه‌ها نسبت به سازمان سنجش آموزش کشور، بود. روش این تحقیق در حالت کلی (از حیث نحوه تدوین، پیاده‌سازی و آزمون مدل) روش علم طراحی (Design Science) و همچنین از لحاظ رویکرد تحقیق، روش ترکیبی یعنی تحقیق آمیخته اکتشافی می‌باشد. در این تحقیق سعی شد دیدگاهی جامع‌تری از پژوهش‌های قبلی به تمامی بسترهای تأثیرگذار بر اعتماد از جمله مسئولیت‌پذیری سازمانی، عدالت سازمانی، قانون‌گرایی، شفافیت، پاسخگویی، انعطاف‌پذیری، شایستگی، تعهد و... که همگی تسهیل‌کننده‌ی اعتماد نهادی می‌باشند و متأسفانه در پژوهش‌های قبلی مورد اغفال واقع شده بود مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نقش اعتماد به سازمان سنجش در عملکرد و بهره‌وری سازمانی و همچنین اهمیت داشتن دید جامع، همه جانبه و همچنین بومی به مقوله اعتماد (از لحاظ ویژگی‌های خاص سازمان مورد بررسی) در تحقیق حاضر با جستجو و بررسی پایگاه‌های داده، ژورنال‌ها، و موتورهای جستجو معتبر خارجی و داخلی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۳ و منابع اسلامی، بیش از ۲۰۴ مقاله یافت شد که با استفاده از روش فراترکیب عوامل مؤثر بر ایجاد اعتماد استخراج و نقاط قوت این مدل‌ها و ترکیب مدل‌های مختلف اعتماد، به تدوین مدلی پرداخته شد که جامعیت لازم برای ارزیابی اعتماد به سازمان سنجش آموزش کشور را داشته باشد. سپس بعد از اخذ نظر ۳۲ نفر از نخبگان، مدل حاصل شده از تحقیق (فراترکیب)، مورد اصلاح و تأیید قرار گرفته و بومی گردید. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن و اخذ نظر داوطلبان در مورد مدل بومی تأیید شده میزان اعتماد داوطلبان به سازمان سنجش آموزش کشور، یک پرسشنامه الکترونیکی حاوی ۱۱۵ سؤال از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از نمونه آماری که به صورت نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شده بودند از طریق ایجا وب سایت نظرات داوطلبان اخذ گردید. روش‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق شامل سه بخش می‌باشد بخش اول مربوط به قسمت فراترکیب که شامل تحلیل محتوا می‌باشد، بخش دوم شامل تحلیل عاملی مربوط به مؤلفه‌های اعتماد داوطلبان به سازمان است. در بخش سوم برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش از آزمون تحلیل واریانس چند متغیره، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون فریدمن و MANOVA استفاده شد. نتیجه کلی این تحقیق نمایانگر این مهم است که مدل اندازه‌گیری عوامل اعتماد به سازمان سنجش که از ۵ مفهوم (۱- ارزش‌ها ۲- تصویر بیرونی ۳- خدمات ۴- کارکنان ۵- ویژگی‌های مدیریتی)، ۲۸ مقوله و ۱۱۵ شاخص تشکیل شده بود با توجه به نتیجه تحلیل عاملی تاییدی در بین داوطلبان از روایی مناسبی برخوردار می‌باشند. در ضمن بین مفاهیم مدل رابطه مثبت معنی‌داری به لحاظ آماری وجود دارد. از طرفی مولفه‌ها براساس متوسط رتبه به صورت زیر اولویت بندی شدند " ۱- ویژگی‌های مدیریتی (۴,۶۸) ۲- خدمات (۴,۲۸) ۳- ارزش‌ها (۲,۹۹) ۴- کارکنان (۱,۷۵) ۵- تصویر بیرونی (۱,۳۰). در پایان این تحقیق پیشنهادهای برای محققان و تحقیقات آتی ارائه شده است.

کلید واژه: اعتماد، ابعاد اعتماد، ارزیابی اعتماد، مدل‌های ارزیابی اعتماد، اعتماد نهادی، ابعاد اعتماد نهادی

فصل اول

طرح و کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

مفهوم اعتماد ریشه در ادبیات دوره ارسطو دارد و از جمله مفاهیمی است که از سوی صاحب نظران رشته‌های علمی مختلف از جمله مدیریت، روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و... مورد توجه و بررسی قرار گرفته است با این اشتراک که توافق واحدی برای تعریف آن وجود نداشته است (Dirks, ۲۰۰۱). اما به طور کلی اعتماد یک انتظار مثبت است، در رابطه با این که طرف مقابل، در گفتار، کردار و تصمیمات خود به گونه‌ای فرصت طلبانه رفتار نمی‌کند (Robbins, 2001). محققان موضوع اعتماد را در سطوح مختلفی بررسی می‌کنند (Mc knight and Webster, 2001) و طبقه بندی‌های مختلفی برای آن وجود دارد از جمله اعتماد شخصی، اعتماد اجتماعی، اعتماد سیاسی، اعتماد عمومی، اعتماد سیستمی و اعتماد نهادی که موضوع مورد بحث در فرآیند این تحقیق خواهد بود. اعتماد نهادی مبین اعتماد مابین افراد و مقررات اجتماعی غیر شخصی می‌باشد. اعتماد نهادی در تغییر فاز از کنترل سازمان از سطح فردی به سطح تصمیمات جمعی، ریشه دارد. به زعم اوفه اعتماد به معنای شناختن و معتبر دانستن ارزشها و شکل زندگی موجود در یک نهاد، و استنتاج این فرض است که این اندیشه برای تعداد کافی از مردم آن قدر معنا دار است تا آنها را به حمایت مستمر از آن نهاد و رعایت آن قوانین وادار کند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۵۰). به زعم محقق نیاز سازمان‌های بخش خصوصی جهت جلب اعتماد مشتریان به طور ساده می‌تواند در جلب وفاداری مشتری و تضمین خرید و نهایتاً سود بیشتر خلاصه شود. سازمان‌های دولتی نیز برای جلب رضایت مردم، کسب مشروعیت و نهایتاً تضمین بقای خود است که در پی اعتمادسازی هستند. تحقیقات بیشماری در خصوص اعتماد به سازمان‌های دولتی صورت گرفته است و عوامل متعددی جهت ایجاد اعتماد به این سازمان‌ها معرفی شده است.

برای مثال تولبرت و موسبرگر (۲۰۰۶) در تحقیق خود تحت عنوان نقش دولت الکترونیک در اعتماد و اطمینان به حکومت، استفاده از خدمات دولت الکترونیک را به عنوان راهکاری اساسی جهت افزایش اعتماد به دولت و نهادهای دولتی معرفی می‌کند.

بویس و مارتینز (۲۰۰۲) در تحقیق خود به بررسی تجربی عوامل تسهیل کننده اعتماد پرداخته و با بررسی

¹ Tolbert & Mossberger

² Bews & Martins

ادبیات حوزه اعتماد در مدل خود مولفه‌های خیر خواهی، شایستگی، درستی، ویژگی‌های شخصیتی و تجربه قبلی را به عنوان عوامل تسهیل گر اعتماد لحاظ می‌کنند.

هاینت و ولچ (۲۰۰۲) رابطه اعتماد به دولت الکترونیک و ویژگی‌های شفافیت و متعامل بودن را در تحقیق خود مورد بررسی قرار دادند. مدل این تحقیق بر اساس این فرضیه‌ها استوار بود که رضایت شهروندان از شفافیت شبکه‌های الکترونیکی دولتی و همچنین رضایت آنان از تعاملی بودن این شبکه‌ها منجر به افزایش اعتماد آن‌ها به دولت خواهد شد.

قلی پور و پیران نژاد (۱۳۸۶) در تحقیق خود به بررسی آثار دولت الکترونیک بر نهادهای اولیه و تاثیر آن بر میزان اعتماد به دولت و دموکراسی در جامعه پرداخته اند

زاهدی و خانباشی (۱۳۹۰) با استفاده از استراتژی پیمایشی نقش اعتماد به سازمان‌های دولتی در افزایش اعتماد سیاسی تحقیق خود را طراحی نمودند و بر نقش عواملی چون عدالت، مشکل‌گشایی و سازگاری تاکید کردند. مزایا و معایب این تحقیقات به طور خلاصه در جدول زیر ارائه می‌شود:

جدول ۱-۱

نقاط قوت	نقاط ضعف
عملیاتی ساختن مفاهیم	عدم جامعیت مدل
استفاده از جامعه آماری مرتبط	تاکید صرف بر ابزار پرسشنامه در برخی از تحقیقات
استفاده از چارچوب روش تحقیق پیمایشی	تاکید صرف بر روش‌های کمی در برخی از تحقیقات
وجود روایی و پایایی در تحقیقات	عدم تناسب تعداد نمونه با تعداد اعضای جامعه آماری
لحاظ عوامل موثر بر اعتماد مبتنی بر ادبیات	مشکلات روش شناختی برخی از تحقیقات
توجه به عوامل نوین (دولت الکترونیک)	عدم بومی سازی مدل با توجه به سازمان خاص

با توجه به این مسئله اصلی توجه به ایجاد اعتماد بر اساس مدلی جامع است که به دور از هرگونه یکجانبه نگری تقریباً تمام عوامل موثر در آن لحاظ شده باشد. همچنین بر خلاف مدل‌هایی که بی توجه به ویژگی‌های متفاوت سازمان‌ها قلمرو موضوعی خود را محدود نکرده‌اند و به صورت عمومی برای تمام سازمان‌های دولتی طراحی شده‌اند، مدلی طراحی شود که عوامل آن بر اساس نوع خاص سازمان گردآوری و تعدیل شده باشد و بر خلاف بسیاری از تحقیقات موجود صرفاً بر اساس روش کمی حاصل نشده باشد، جهت گردآوری داده‌ها تنها بر ابزار پرسشنامه که دارای محدودیت‌هایی است تاکید نشده باشد و با توجه به ماهیت تحقیقات اجتماعی دارای حجم نمونه مناسب باشد.

³. Hinnant & Welch

۲-۱- بیان مسئله:

در دهه اخیر، یکی از مقولات بسیار مهمی که ذهن بسیاری از اندیشمندان را به خود جلب کرده است. بحث عاملیت مداری، مشتری گرایی و ارباب رجوع محوری در سازمان‌ها است؛ به طوری که توجه به نیازهای عاملان و تکریم ارباب رجوع، جزء ویژگی‌های مقوم بقای سازمان‌ها تلقی شده و تضمین کننده‌ی کارایی و اثر بخشی سازمانی است. در این راستا، یکی از نیازهای اساسی عاملان در کلیه‌ی دستگاه‌های اجرایی جلب اعتماد آنان به سازمان می‌باشد. چرا که به زعم محقق، سازمان‌های امروزی بدون اعتماد مخاطبان‌ش تا حد زیادی قادر به دوام حیات سازمانی نیست. نه تنها در عرصه‌ی سازمانی حتی در عرصه‌ی اجتماعی نیز، بشر امروزی بدون اعتماد اجتماعی تا حد زیادی قادر به حیات اجتماعی نیست. بنابراین در بستر تعاملات و کنش‌های گروهی اعتماد به منزله‌ی مکانیسمی اجتماعی با کارکردهای متعدد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و روانشناختی، نقش مهمی را در این زمینه ایفا می‌کند. در واقع زندگی انسان‌ها، بدون احساس اعتماد اجتماعی و اعتماد به سازمان‌های پیرامون خود، تحمل ناپذیر خواهد بود. این امر ممکن است، باعث از هم پاشیدگی فرد و نابودی وی شود. اعتماد، رشد انسان و شکوفایی استعدادها و توانایی او را تسهیل می‌کند و رابطه‌ی او را با دیگران و جهان به رابطه‌ی خلاق و شکوفا تبدیل می‌سازد تا فرد بتواند آرامش، امنیت، آزادی و استقلال را در کنار دیگران و با دیگران تجربه کند (پاتنام، ۱۹۹۳ به نقل عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۴).

در رابطه با اعتماد پرواضح است که تعاریف متعددی صورت گرفته است. به طوری که کارال و اینکپن (۲۰۰۲) مطرح نموده که اعتماد، تصمیم اطمینان کردن به دیگری است با این انتظار که او بر اساس یک توافق مشترک، عمل خواهد کرد. در هر سطحی از اعتماد، یک میزان معیار از ریسک به عنوان اینکه دیگری ممکن است براساس توافق عمل نکند، وجود دارد. هوسمر بیان می‌کند اعتماد، اطمینان یک فرد، گروه یا موسسه بر یک وظیفه‌ی داوطلبانه‌ی پذیرفته شده برای فرد، گروه یا موسسه‌ی دیگر جهت شناسایی و حمایت از حقوق و منافع همه‌ی کسانی است که در یک تلاش مشترک یا تبادل اقتصادی درگیراند. اکثر محققان تعریف اعتماد را حالتی شامل اطمینان داشتن به انتظارات مثبت در مورد انگیزه‌های دیگران در موقعیت‌هایی که خطری در پی دارد، می‌دانند، موسسات برای به دست آوردن مزایای اجتماعی و اقتصادی که با روابط بر مبنای اعتماد مرتبط هستند، سطوح بالای خطر را می‌پذیرند (ایرلند و وب^۴، ۲۰۰۷، به نقل از اشجع و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۵).

امروزه توجه به اعتماد عاملان به سازمانها خصوصا سازمان سنجش به عنوان مصادیقی از مشتری گرایی و ارباب رجوع محوری و عاملیت گرایی مورد توجه کلیه‌ی دستگاه‌های اجرایی قرار گرفته و سازمان سنجش کشور که متولی اصلی برگزاری کلیه‌ی آزمون‌های سراسری دانشگاهیان هست مستثنی از این قاعده نیست. چراکه ارتقای بهره‌وری سازمانی و اثر بخشی سازمان یاد شده منوط به اعتماد مخاطبان به آن است. اعتماد شالوده‌ی زندگی و بی‌اعتمادی

⁴.Ireland & Webb

سرچشمه‌ی بسیاری از رفتارها و نابسامانی‌هاست. بی‌ثباتی، نارضایتی عمومی، رواج دروغ و نادرستی و در کل عدم رعایت اخلاق در جامعه ناشی از بی‌اعتمادی است (امیر کافی، ۱۳۷، به نقل از عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع اعتماد یک نگرش مثبت به فرد یا امری خارجی است که با آن مواجه هستیم. اعتماد دارای ابعاد مختلف است و باید آن را یک مقوله‌ی اجتماعی تلقی کرد که در جریان فرآیند جامعه‌پذیری آموخته می‌شود. یکی از ابعاد اعتماد که در تحقیق حاضر به آن پرداخته شده اعتماد به سازمان‌ها (خصوصاً سازمان سنجش کشور) است. سازمان سنجش مثل سایر دستگاه‌های اجرایی کارکرد مرتفع کردن نیازهای ذی‌نفعان را برعهده دارند. اگر آنان در انجام وظایف خود کوتاهی یا سستی نمایند، طبیعی است از حمایت و اعتماد مخاطبان نشان برخوردار نخواهند بود. مهم‌تر از همه طبق دیدگاه زوکر اعتماد به دستگاه‌های اجرایی پیش شرط مهم توسعه سیستم‌های اقتصادی پیچیده است (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

طی چهل سال گذشته آزمون سراسری ورود به دانشگاه‌ها در ایران همواره اصلی‌ترین راه ورود به دوره‌های آموزش عالی بوده است. نمره کسب شده توسط هر شرکت‌کننده، که نشان‌دهنده عملکرد وی در جلسه آزمون چند ساعته، تعیین‌کننده‌ترین و تنها شاخص اولویت هر فرد نسبت به سایر افراد متقاضی برای ورود به دانشگاه بوده است. از این رو آزمون سراسری با حساسیت و اهمیت فراوانی که برای داوطلبان دارد، از جمله آزمون‌های سرنوشت‌ساز محسوب می‌شود.

به عنوان مثال شناخت معیارها و شرایط مطلوب جلسه آزمون، به خصوص برای برگزارکنندگان که در پی استانداردسازی و برگزاری آزمون با شرایط یکسان و هماهنگ در چند هزار حوزه امتحانی در سراسر کشور هستند، بسیار ضروری است. تردیدی نیست که وجود تجربه‌های جهانی در این زمینه و موارد مشابه نباید ما را از ضرورت رسیدن به استانداردهای بومی باز دارد و باید برای رضایت شرکت‌کنندگان در آزمون‌ها موارد مورد نظر مسئولین اجرایی سازمان قرار گیرد.

سؤال اصلی اینجاست که آیا چنین عواملی باعث سلب اعتماد و یا کاهش اعتماد داوطلبان و خانواده آنها به سازمان سنجش نمی‌شود. و یا اقدام چند سال گذشته سازمان در مورد الکترونیکی کردن مراحل مختلف ثبت‌نام چقدر در کاهش اتلاف وقت داوطلبان، کاهش هزینه، کاهش تردهای داخل شهری و... تأثیر داشته است و آیا چنین اقدامی باعث افزایش اعتماد داوطلبان و مردم شریف به سازمان سنجش نمی‌شود و...

در سال ۱۳۹۲ تعداد داوطلبان شرکت‌کننده در آزمون‌های مختلف سازمان سنجش آموزش کشور حدود ۴/۵ میلیون نفر بوده است. آیا اگر سازمان سیستم الکترونیکی قابل اعتماد نداشت امکان ثبت‌نام و برگزاری چنین آزمون بزرگی ممکن بود؟

متأسفانه با وجود سابقه نزدیک به چهل سال برگزاری آزمون ورود به دانشگاه‌ها در ایران و با همه اهمیتی که این آزمون و آزمون‌های مشابه برای قشرهای مختلف جامعه دارد و تأثیر این آزمون‌ها در آینده شغلی جوانان فعال کشور و خانواده‌های آنها، کاملاً مشهود است مورد توجه کارشناسی محققان کشورمان قرار نگرفته است و تصمیمات متناقض،

داوطلبان را دچار مشکل نموده است.

لذا با توجه به مطالب مطروحه و علاقه خود محقق و حساسیت مسأله در بین داوطلبان، مردم، مجلس شورای اسلامی و دولت، ضرورت پرداختن به طراحی مدل ارزیابی اعتماد داوطلبان ورود به دانشگاه‌ها نسبت به سازمان سنجش آموزش کشور احساس و اقدام گردید.

پژوهش حاضر، بر اعتماد مخاطبان به سازمان سنجش و عوامل مرتبط با آن متمرکز گردیده است. یکی از مهمترین دلایل توجه به اعتماد سازمانی بر این اصل استوار است که اگر سازمان مذکور قابل اعتماد مخاطبان نشان نباشد امکان پیشرفت علمی و تحقق نقشه‌ی جامع علمی و توسعه‌ی اقتصادی منبعث از تجاری سازی محصولات علمی دانشگاهیان ممکن و مقدور نخواهد بود، چراکه همان طور که اشاره شد اعتماد به سازمان‌های اجرایی تسهیل‌گر توسعه‌ی همه‌جانبه است. همچنین طبق دیدگاه ساندرز و ثورن هیل (۲۰۰۳) استقرار عدالت و اعتمادسازی در سازمان یکی از ابزارهای ارتقای کیفیت سازمانی است (ساندرز و ثورن هیل^۵، ۲۰۰۳ به نقل از نادى و همکاران؛ ۱۳۸۸: ۲). نتایج مطالعات و تحقیقات انجام گرفته‌ی بیان گر آن است که در جامعه‌ی آماری مورد بررسی در مورد اعتماد به سازمان سنجش تحقیقات جدی صورت نگرفته و تحقیقات انجام گرفته‌ی بیشتر محدود به بررسی نقش متغیرهایی چون آنومی اجتماعی، کنترل اجتماعی، امنیت اجتماعی و عدالت سازمانی است (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۰، اشجع و همکاران، ۱۳۸۸). این در حالی است که جهت انجام ارزیابی جامع و دقیق از میزان اعتماد مخاطبان به سازمان سنجش نیازمند الگویی هستیم که علاوه بر جامعیت و لحاظ مولفه‌های مختلف (عدم محدودیت در مولفه‌های خاص) به بومی بودن و بومی سازی مولفه‌ها با توجه به شرایط خاص سازمان سنجش نیز پرداخته باشد. رسالت این پژوهش این است که ضمن ارج نهادن به یافته‌های علمی و عیان کردن ضعف‌های تحقیقات پیشین با تجمیع نظام مند نتایج این پژوهش‌ها از طریق روش فراترکیب به ارزیابی موضوع اعتماد از نما و زاویه‌ی کلی و جامع‌پرداخته شود. بنابراین، با عنایت به موارد فوق، مبرهن است که اعتماد حداکثری عاملان به سازمان سنجش زمانی محقق می‌گردد که تمامی لوازم ساختاری و شرایط زمینه ساز آن وجود داشته باشد و ترکیب جامع‌ای از مولفه‌های اعتماد لحاظ شود. با توجه به عدم جامعیت و پراکندگی مطالعات انجام شده، به نظر می‌رسد که این مطالعات توانایی ایجاد بسترهای لازم برای تحقق اعتماد را ندارند. در مطالعه حاضر از طریق ترکیب نتایج تحقیقات مختلف به تدوین الگویی جامع و اساسی برای سنجش میزان اعتماد خواهیم پرداخت سپس ضمن بومی سازی مدل با عنایت به نظر خبرگان با استفاده از مدل ایجاد شده میزان اعتماد داوطلبان به سازمان سنجش به صورت کمی ارزیابی خواهد شد. از این رو سئوالات اساسی پژوهش حاضر عبارت خواهند بود از:

اولا مولفه‌های اساسی در ارزیابی میزان اعتماد داوطلبان به سازمان سنجش کدام اند؟ و ثانيا میزان اعتماد به سازمان سنجش در بین دانشجویان ترم اول دانشگاه‌های سراسری به چه میزان است؟ در این رساله، سعی بر این است به سئوالات یاد شده پاسخ علمی ارائه گردد.

⁵. Saunders & Thornhill

۳-۱- اهمیت و ضرورت موضوع:

تغییر و تحولاتی که در ارزش‌ها و فرهنگ‌ها، انتظارات و مطالبات اجتماعی شهروندان ایجاد شده، بر دستگاه‌های اجرایی نیز تاثیر گذاشته است. تغییر سلايق، خواسته‌ها و توقعات مردم سبب شده تا تحول از امری درون‌زا به مسئله‌ی برون‌زا تبدیل شود. ضرورت پاسخگو بودن سازمان‌های دولتی در برابر شهروندان موجب شده تا دولت‌ها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه مشتریان بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند حداکثر رضایتمندی را برای آنان فراهم سازند (محمدی فر و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۴). به یک معنا در عصر عاملیت‌گرایی و تکریم ارباب رجوع، تمامی سازمان‌ها به دنبال اتخاذ ابزارهایی کارآمد برای ارتقای کیفیت مدیریتی و اثر بخشی سازمانی هستند. در این راستا طبق دیدگاه اندیشمندان، یکی از ابزارهای مهم برای تحقق کارآمدی و ارتقای کیفیت مدیریتی سازمان‌ها توجه به مقوله‌ی اعتمادسازی می‌باشد (ساندرز و ثورن هیل^۶، ۲۰۰۳ به نقل از نادى و همکاران؛ ۱۳۸۸: ۲). سازمان‌ها به اعتماد به عنوان راهنمای مدیریت اثر بخش روابط می‌نگرند. اعتماد جزء اساسی و جدا نشدنی روابط اجتماعی است. با افزایش اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری، بحث اعتماد در سازمان‌ها نیز اهمیت بیشتری یافته و مفهوم جدیدی با عنوان مدیریت بازار رابطه‌ای مطرح شده که به معنای ایجاد، توسعه و حفظ تعاملات سودمند با مراجعان است. موفقیت مدیریت رابطه‌ای در گروه اعتماد است. چراکه نقش مهمی را در تکامل روابط ایفا می‌کند. بیشترین ارزش و اهمیت اعتماد در مدیریت به ایجاد روابط دوجانبه باز می‌گردد (محمدی فر و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۴).

اعتماد شاخصی از سرمایه‌ی اجتماعی است که تبادل اجتماعی را در شرایط عدم اطمینان و ریسک تسهیل می‌کند (کوک، ۲۰۰۱). و در تحقق نظم اجتماعی و نیز زندگی روزمره، عنصری ضروری و حیاتی بشمار می‌آید. در جوامعی که اعتماد بالایی وجود دارد، مسئولیت‌پذیری بیشتری در سطوح پایین جامعه دیده می‌شود و در جوامعی که اعتماد کمتری وجود دارد، به نوعی فرار از مسئولیت دیده می‌شود (اردن، ۲۰۰۹).

در دنیای بدون اعتماد، زندگی سخت و نظم اجتماعی شکسته می‌شود. در صورت عدم وجود اعتماد، نهادهایی که نوعاً "مقررات و نظارت اجتماعی را در جامعه تولید و تقویت کرده و شرایط سازمانی را برای همکاری در جامعه مهیا می‌سازند، باید برای برقراری نظم اجتماعی عملکرد خود را به صورتی متصلب و انعطاف‌ناپذیر اجرا کنند (کوک، ۲۰۰۱). اعتماد شالوده‌ی زندگی و بی‌اعتمادی سرچشمه‌ی بسیاری از گرفتاری‌ها و نابسامانی‌ها است (افشانی و همکاران؛ ۱۳۸۹: ۱۸۷). در رابطه با اهمیت اعتماد، انگلهارت خاطر نشان کرده که بدون وجود اعتماد انجام کنش‌های دیگر بشری (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی) غیر ممکن است (هزار جریبی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۰).

به زعم محقق، موفقیت سازمان‌های امروزی در گرو اعتماد سازی است. در این راستا، به فراخور موضوع تحقیق، سازمان سنجش به مثابه سازمان‌دولتی جهت ارتقای احساس اعتماد مخاطبان‌شان به سازمان که سرمایه‌ی اساسی است بایستی به مقوله‌ی اعتماد سازی و ارتقای آن عنایت ورزد و این نیز جز با توجه به اعتماد به سازمان سنجش و عوامل مرتبط با آن از منظر مخاطبان‌ش میسر نیست. همچنین، سازمان سنجش به عنوان دستگاه اجرایی برای افزایش

⁶. Saunders & Thornhill