

بررسی تأثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر اعتمادسازی بین کارکنان دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان

ندا پسندی پور^{۱*}، اقبال پاک‌طینت^۲، مهدیه خوارزمی^۳، طاهره رضوی کارآموز^۴

۱. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه ولیعصر (عج)، رفسنجان، ایران

۲. استادیار، پردیس دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده علوم انسانی، سیرجان، ایران

۳. دانشجوی دکتری، دانشگاه صنایع و معادن، البرز، ایران

۴. مربی، دانشگاه پیام نور، سیرجان، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۲/۰۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۲/۰۱)

چکیده

این پژوهش، با هدف بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعتمادسازی بین کارکنان دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان انجام گرفته است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش عبارت است از کارکنان دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان که تعداد آن‌ها در سال ۱۳۹۳، ۱۴۰۳ نفر بوده است. از جامعه آماری مزبور براساس جدول کرجسی و مورگان نمونه‌ای به حجم ۳۰۲ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای و به شیوه متناسب سهم هر دستگاه و کارکنان مربوط انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها دو پرسشنامه استاندارد بوده است. برای آزمون فرضیه‌ها، مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos اجرا شد. نتایج نشان داد از میان مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مؤلفه‌های وظیفه‌مداری و حمایت‌مداری تأثیر مثبت و معناداری بر اعتمادسازی ندارند، اما مؤلفه‌های موفقیت‌مداری و قدرت‌مداری تأثیر معکوس و معناداری بر اعتماد سازمانی می‌گذارند.

کلیدواژگان

اعتمادسازی، فرهنگ سازمانی، قدرت‌مداری، موفقیت‌مداری، وظیفه‌مداری.

مقدمه

مفهوم اعتماد و مسائل مربوط به آن در چند سال گذشته، به طور فزاینده محور مطالعه سازمانها شده است. امروزه اهمیت اعتماد در سازمانها به خوبی آشکار شده است، زیرا برقراری ارتباط و تحقق همکاری میان افراد نیازمند وجود اعتماد است. در عصری که روابط بین افراد و گروهها سست تر شده و به سرعت در حال تغییر است، اعتماد که عمدتاً مبتنی بر استنتاجها و تفسیرها درباره انگیزهها، شخصیت و باطن دیگران است، موضوع محوری سازمانها است که رشد و حیات آنها را تضمین می کند. اهمیت اعتماد به این دلیل است که مدیران به دنبال درک و شناخت چگونگی ایجاد همکاری مؤثر در سازمان هستند. اعتماد عامل اصلی است، زیرا همکاری را به وجود می آورد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲). فوکویاما^۱ (۱۹۹۵) بیان می کند که اعتماد ذاتاً در یک جامعه به وسیله فرهنگ سازمانی در آن جامعه شکل می گیرد. بنابراین، تمایل افراد به اعتماد می تواند یکی از کارکردهای فرهنگ باشد. مطالعات رفتار سازمانی نشان می دهد که ارزشها و فرهنگ سازمانی نفوذ قوی در رفتارهای فردی دارند و ابعاد فرهنگ سازمانی ممکن است ادراک افراد از اعتماد را تحت تأثیر قرار دهد (Seleim & Bontis, 2009, p.166).

بیان مسئله

مدیریت بر مبنای اعتماد تکنیکی است که انسانها در روابط خود به کار می گیرند (پناهی، ۱۳۸۹، ص ۹۰). اعتماد شرط اصلی و کلیدی برای موجودیت هر جامعه است. به نظر می رسد در زمانی زندگی می کنیم که در آن وابستگی آتی جامعه بر روی تصمیم گیریها افزایش یافته است (علی پور و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۰). اعتماد موضوعی بین رشته ای است که از رشته هایی مانند روان شناسی و جامعه شناسی نشأت می گیرد. به عقیده تایلر (۲۰۰۳) اعتماد زمینه ساز مشارکت مؤثر درون سازمانهاست، یعنی اعتماد عنصری کلیدی است زیرا مشارکت را می آفریند (پناهی، ۱۳۸۹، ص ۸۹). از اعتماد تعریف های متعدد و گاه متفاوتی بیان شده است. برخلاف تنوع و تفاوت این

1. Fukuyama

تعریف‌ها، وجه مشترک مهمی در همه آن‌ها می‌توان یافت همانا وجود دو عنصر پایه‌ای «امید دستیابی به نتایج مورد انتظار» و «اتکا به صداقت طرف مقابل» تقریباً در همه رویکردهای تعریفی، به‌طور صریح یا ضمنی ملحوظ شده‌اند. لایان اعتماد را باور قوی به اعتبار، صداقت و توان افراد، انتظاری مطمئن و اتکا به ادعا یا اظهار نظر دیگران بدون آزمون آن می‌دانند (علی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۴). از نظر نیهان (۲۰۰۰) اعتماد، اطمینانی است که یک فرد به دیگری دارد که به شیوه‌ای پیش‌بینی‌پذیر، اخلاقی و عادلانه عمل می‌کند. رابینز (۲۰۰۵) بیان می‌کند اعتماد در طول زمان و بر پایه تعداد محدودی تجربه شکل می‌گیرد. زمان زیادی لازم است تا این اعتماد به‌وجود آید و نهادینه شود. هر چه شناخت ما بیشتر و روابط ما گسترده‌تر شود، توانایی خود را در ایجاد یک انتظار مثبت اطمینان بیشتری می‌بخشیم. والز و همکاران (۲۰۰۸) اذعان کردند از زمانی که افراد درباره یکدیگر چیزها می‌آموزند، سطح اطمینان تغییر می‌کند. بدین معنا که اعتماد باید به‌عنوان پدیده‌ای پویا دیده شود نه پدیده‌ای ایستا. همچنین، تکامل آن باید مبتنی بر ادراک ویژگی‌های شخصی اعتمادشونده باشد. سالو و کارژالوتو (۲۰۰۷) معتقدند اعتماد می‌تواند به دو نوع اصلی به نام‌های اعتماد مستقیم و اعتماد شخص سوم تقسیم شود. اعتماد مستقیم رابطه اعتمادی است که به وسیله دو گروه توسط خودشان ایجاد می‌شود. در حالی که اعتماد شخص ثالث اعتمادی است که میان دو گروه که ممکن است یکدیگر را از قبل نشناسند، ولی مایل به اعتماد به یکدیگر باشند، به‌وجود آید (زارعی متین، و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۴۸). آلون و همکاران (۲۰۰۸) معتقدند در سازمان‌ها اعتماد به دو صورت فردی و غیرفردی (نهادی) وجود دارد. اعتماد فردی مبتنی بر تعاملات است و از طریق ارتباطات خاص ایجاد می‌شود. این نوع اعتماد به دو نوع اعتماد جانبی (اعتماد میان کارکنان) و اعتماد عمودی (اعتماد میان کارکنان و مدیران) تقسیم می‌شود.

در محیط رقابتی معاصر، فرهنگ سازمانی یکی از ابزارهای قوی برای سنجیدن کارکردهای سازمانی به شمار می‌رود (راشیدی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۶). در سازمان‌های بالغ، فرهنگ بخشی از سنت موفقیت سازمان است و در روش‌ها و ساختار سازمان بازتاب یافته است (علی‌اکبری، ۱۳۸۹، ص ۲). فرهنگ سازمانی جزئی مهم و بنیادی در پیکره سازمان محسوب

می‌شود. در واقع، فرهنگ سازمانی شناختی از سازمان ایجاد می‌کند و تأثیر مثبتی در عملکرد کارکنان دارد و احساس هویت و تعهد را تسهیل می‌کند و نیز ثبات سازمان را بالا می‌برد (زمینی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۳۰). از سوی دیگر، پژوهشگران به نقش و اهمیت اعتماد سازمانی توجه کرده‌اند. اعتماد سازمان را قادر می‌کند بر فعالیت‌های بلندمدت تمرکز کند و می‌تواند عنصری ضروری برای تغییر اثربخشی سازمان محسوب شود (بودلایی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۶۸). صاحب‌نظران باور دارند اعتماد می‌تواند به همکاری بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها منجر شود. امروزه سازمان‌ها در جست‌وجوی راه‌های جدیدی برای ارتقای مشارکت بین افراد و گروه‌ها، و بهره‌گیری از آثار آن هستند. از این رو، بیش از هر زمان، به اعتماد و چگونگی تقویت و واقعی‌سازی آن توجه دارند (پناهی، ۱۳۸۹، ص ۸۹). شرط تحقق اهداف سازمان، وجود اعتماد بین مدیران و کارکنان است، اعتماد به‌عنوان نیروی مثبت تسهیل‌کننده همکاری در نظر گرفته می‌شود. در دنیای امروز ما نمی‌توانیم یا نمی‌خواهیم هر کاری را که انجام می‌دهیم، به‌تنهایی انجام دهیم، بنابراین، باید به دیگران اعتماد کنیم (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۶). بنابراین، پرسش اصلی این تحقیق به شرح زیر است:

«آیا بین فرهنگ سازمانی با اعتمادسازی در دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان رابطه وجود دارد؟»

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فرهنگ سازمانی

مطالعات اولیه در زمینه فرهنگ سازمانی به اوایل دهه ۱۹۳۰ برمی‌گردد. در آن زمان التون میو^۱ با کمک وارنر^۲ مشاهداتی را در زمینه فرهنگ‌های گروه کاری در شرکت وسترن الکتریک انجام دادند و به دنبال آن جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و انسان‌شناسان به بررسی رفتارهایی نظیر ادراک

1. Elton Mayo
2. Warner

سازمان، نگرش‌های مشترک و یادگیری سازمانی پرداختند. در اوایل دهه ۱۹۸۰، دو کتاب پرفروش در جست‌وجوی تعالی و موفقیت، و تئوری Z، این حوزه عملی و مطالعاتی را احیا کردند (خیراندیش و ابطحی، ۱۳۹۰، ص ۹). فرهنگ سازمانی از دیدگاه فیزی (۱۳۸۴) شامل چهار بعد به شرح زیر است:

۱. فرهنگ مبتنی بر وظیفه

در این فرهنگ وظایف به‌طور شفاف تعیین شده و قابل سنجش است. سهولت انجام‌دادن وظایف در این فرهنگ موجب هماهنگی بخش‌های سازمان می‌شود.

۲. فرهنگ مبتنی بر قدرت

در این فرهنگ افراد معینی بر سازمان مسلط هستند و بقیه افراد فرمانبردارند. رهبری در این سازمان‌ها براساس اجبار و خیرخواهی پدرومانه است.

۳. فرهنگ مبتنی بر موفقیت

در این فرهنگ بیشتر بر انجام‌دادن کار تأکید می‌شود. در این فرهنگ افراد به خود کار علاقه‌مندند و در انجام‌دادن کار مبارزه‌طلبی می‌کنند، زمان و انرژی زیادی صرف انجام‌دادن کار کرده و با علاقه و ذوق در سازمان فعالیت می‌کنند.

۴. فرهنگ مبتنی بر حمایت

در این فرهنگ سعی می‌شود اعضای سازمان راضی نگه داشته شوند. در سازمان‌هایی که به این فرهنگ گرایش دارند، بر روابط متقابل تعلق خاطر و وابستگی افراد تأکید بیشتری می‌شود (فیزی^۱، ۱۳۸۴، ص ۱۷).

اعتماد سازمانی

توجه به مفهوم اعتماد در مدیریت از دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شروع شد و در طول چند دهه

گذشته از زویا و رویکردهای مختلف مطالعه شده است. پژوهش‌های اولیه مربوط به اعتماد به طور عمده در حوزه روان‌شناسی و جامعه‌شناسی انجام گرفته است. تحقیقات مدیریتی از اواسط دهه ۱۹۸۰ با تأکید بر روابط فردی بین خریدار و فروشنده آغاز شد، اما با مطالعات مورمان^۱، دشپاند و زالتمن^۲ (۱۹۹۲)، مورگان و هانت^۳ (۱۹۹۴)، و مک آلیستر^۴ (۱۹۹۵) که اعتماد را به دو بعد شناختی و عاطفی تقسیم کرد، توجه به مفهوم اعتماد در مدیریت افزایش یافت. شاکلی-زالاباک^۵ و همکاران (۲۰۰۰) در تعریف اعتماد سازمانی بیان می‌کنند اعتماد سازمانی ادراک فردی مثبتی است که افراد درباره محتوا و رفتارهای اعضای سازمانی دارد و بر پایه نقش‌ها، ارتباطات، تجارت و وابستگی‌های سازمانی شکل می‌گیرد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۴۷). الون و همکاران (۲۰۰۸)، اعتماد سازمانی را به دو بعد اعتماد بین شخصی (ارتباطی) و غیرشخصی تفکیک کردند. اعتماد شخصی می‌تواند به دو بعد شکسته شود: اعتماد افقی، که به اعتماد بین کارکنان مربوط می‌شود و اعتماد عمودی، که به اعتماد بین کارکنان و مدیرانشان برمی‌گردد. این اعتمادها بر اساس صلاحیت، خیرخواهی یا اعتبار هستند. در این تحقیق، نوع غیرشخصی اعتماد سازمانی، اعتماد نهادی نام گرفته است. اعتماد غیرشخصی در حوزه‌های سازمانی، بسیار کم مورد مطالعه قرار گرفته است. اعتماد نهادی می‌تواند به اعتماد اعضا به استراتژی و چشم‌انداز سازمان، شایستگی تجاری و فناوری آن، ساختارها و فرایندهای منصفانه و سیاست‌های منابع انسانی سازمان اشاره کند (Ellonen et al., 2008, p.172).

فرهنگ و اعتماد

فرهنگ در هر سازمانی نقشی مهم دارد، زیرا موجب تعاملات بین فردی میان اعضای سازمان می‌شود. بنابراین، اعتماد که از طریق برقراری تعامل با دیگران شکل می‌گیرد، در سطح سازمانی

-
1. Moorman
 2. Deshpande & Zaltman
 3. Morgan & Hunt
 4. McAllister
 5. Shockley-Zalabak

(اعتماد سازمانی) و در سطح ملی (اعتماد عمومی) تحت تأثیر ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر جامعه (فرهنگ ملی) و سازمان (فرهنگ سازمانی) قرار دارد. علاقه‌مندی بسیاری از پژوهشگران بر بررسی این مطلب بوده است که آیا فرهنگ ملی و به تبع آن فرهنگ سازمانی بر احتمال اینکه سازمان‌ها در زمینه اعتماد قوی‌تر باشد، مؤثر است. صاحب‌نظران بیان می‌کنند تعریف اعتماد غالباً بین فرهنگی است و ایجاد اعتماد و گرایش به اعتماد از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است (Erturk, 2008, p.465). فوکویاما (۱۹۹۵) بیان می‌کند اعتماد ذاتاً در یک جامعه به وسیله فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد. بنابراین، تمایل افراد به اعتماد می‌تواند یکی از کارکردهای فرهنگ باشد. هوپر و مک اینیس (۱۹۹۷) نیز اهمیت بررسی آثار فرهنگی در ایجاد و توسعه اعتماد و ارتباطات افراد را بیان می‌کنند. تحقیقی که در خلال سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۶ توسط مرکز روان‌شناسی سازمانی و صنعتی در دانشگاه آفریقای جنوبی بر روی عوامل ایجادکننده اعتماد یا بی‌اعتمادی انجام گرفت، به این نتیجه منجر شد که اعتماد در سازمان‌ها، به وسیله عوامل فرهنگی، شخصی و اقدامات مدیریتی ایجاد می‌شود. محققان این پژوهش بیان می‌کنند اگر آثار فرهنگ و ارزش‌های محوری در نظر گرفته شود، مفهوم اعتماد بسیار مهم‌تر می‌شود. مطالعات رفتار سازمانی نشان می‌دهد ارزش‌ها و فرهنگ نفوذ قوی بر رفتارهای فردی دارند و ابعاد فرهنگی ممکن است، ادراک افراد از اعتماد را تحت تأثیر قرار دهد (Seleim & Bontis, 2009, p.166).

زارعی متین و همکاران (۱۳۸۸) پژوهشی با عنوان «نقش مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در اعتمادسازی: بررسی روابط بین ابعاد فرهنگی گلوب و اعتماد» انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد بین اجتناب از عدم اطمینان، جمع‌گرایی بین‌گروهی، برابری جنسی، قاطعیت و نوع‌دوستی با اعتماد رابطه مثبت وجود دارد. از طرفی، میان فاصله قدرت و آینده‌گرایی با اعتماد رابطه منفی وجود دارد و در نهایت، بین جمع‌گرایی گروهی و عملکردگرایی با اعتماد رابطه معناداری مشاهده نشده است. صادقی و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «تبیین ارتباط و تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی» انجام دادند. نتایج پژوهش حاکی از این بود که هنجارهای رفتاری سازنده هم پیش‌بینی‌کننده اعتماد و هم تأثیرگذار بر اعتماد سازمانی است. نتایج حاکی از آن بود که سازمان‌هایی که مایل به ایجاد فرهنگ اعتمادند، ضروری است به هنجارهای فرهنگ توفیق‌مدار،

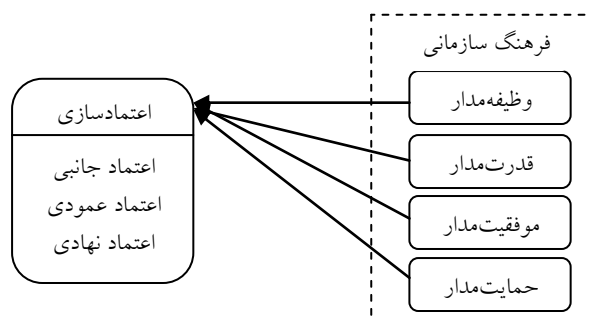
خودشکوفایی، مشوق‌های انسان‌گرا، و رفتارهای پیونددهنده را به تدریج به سازمان خود تزریق کنند.

درویش و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «رابطه فرهنگ سازمانی با درگیری شغلی کارکنان در بیمارستان خاتم‌الانبیای تهران» انجام دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد بین فرهنگ سازمانی و درگیری شغلی در بیمارستان مزبور ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

هندیانی و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه اعتماد سازمانی و اثربخشی کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌های انتظامی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داده است بین ابعاد اعتماد سازمانی و اثربخشی کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌های انتظامی یادشده رابطه معناداری وجود دارد.

بلایس و کاستلیوس (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی» انجام دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داده است بین فرهنگ سازمانی و رضایت شغلی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

الحرابی و الیحیا (۲۰۱۳) در پژوهشی «تأثیر فرهنگ سازمانی بر روی عملکرد کارکنان» را بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد تعیین ابعاد فرهنگ سازمانی در سازمان براساس ارزش و هنجارهایی که بین کارمندان رواج دارد، تعریف می‌شود. هدف اصلی سازمان‌ها، افزایش عملکرد کارکنان براساس برنامه‌های استراتژی طراحی شده است. به وسیله کارت امتیاز متوازن می‌توان به درک و شناخت سازمان از ماهیت فرهنگ حاکم بر سازمان و ارزیابی عملکرد مدیران دست یافت.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (برگرفته از مدل‌های فیزی (۱۳۸۴) و الونن و همکاران (۲۰۰۸))

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان بوده است که تعداد آن‌ها در سال ۱۳۹۳، ۱۴۰۳ نفر بوده است. از جامعه آماری یادشده براساس جدول کرجسی و مورگان^۱ (۱۹۷۰) نمونه‌ای به حجم ۳۰۲ نفر به روش تصادفی طبقه‌ای و به‌طور متناسب با سهم هر دستگاه و کارکنان آن انتخاب شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل دو پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی فیزی (۱۳۸۴) و اعتمادسازی آلونن و همکاران (۲۰۰۸) بوده است. با هدف بومی‌سازی سنجها و نیز حصول اطمینان از روایی محتوایی آن‌ها، پرسشنامه‌ها در اختیار پنج نفر از استادان مدیریت قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد نظر خود را درباره هر یک از گویه‌ها با به‌کارگیری گزینه‌های کاملاً نامناسب، نامناسب، تا حدودی مناسب، مناسب یا کاملاً مناسب (از ۱ تا ۵) ابراز کنند، که در نهایت، تأیید شد. با هدف بررسی روایی سازه^۲ پرسشنامه و در صورت لزوم حذف برخی گویه‌های کاهنده این روایی (گویه‌های با مقادیر اشتراک استخراجی^۳ کمتر از ۰/۵) با فن آماری تجزیه مؤلفه‌های اصلی^۴، تحلیل عاملی اکتشافی^۵ در نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. نتایج به حذف گویه‌ای منجر نشد. مقصود از روایی سازه، توانایی سنج در دریافت پاسخ‌های منطبق با نظریه پذیرفته‌شده مرتبط با متغیرهای مورد سنجش است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۳). از آنجا که همه داده‌های این پژوهش به‌طور همزمان از افرادی مشخص و با ابزاری (پرسشنامه‌ای) واحد جمع‌آوری شده بود، به‌منظور پرهیز از تهدید پژوهشی واریانس روش مشترک^۶ پیش از انجام دادن تحلیل‌های آماری لازم برای آزمون فرضیه‌ها، آزمون یک‌عاملی هارمن^۷ در نرم‌افزار SPSS اجرا شد

1. Krejcie & Morgan
2. Construct Validity
3. Extraction Communalities
4. Principal Component Analysis (PCA)
5. Exploratory Factor Analysis (EFA)
6. Principal Component Analysis (PCA)
7. Harman Single-Factor Test

(Harman, 1967, p.361). واریانس روش مشترک زمانی وجود دارد که فقط یک عامل (نخستین عامل یا عمده‌ترین عامل)، بیشترین میزان واریانس را تبیین کند. نتیجه اجرای تحلیل عاملی اکتشافی از طریق تجزیه مؤلفه‌های اصلی، ۳۷ عامل را با مقادیر ویژه بزرگتر از ۱ شکل داد که عمده‌ترین آن‌ها ۱۲٫۰۰۸ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کرد. بنابراین، با توجه به پایین بودن این مقدار، معلوم شد تهدید واریانس روش مشترک در این پژوهش متوجه روایی سنجه نیست. همچنین، برای تحلیل اکتشافی، آزمون بارتلت انجام گرفت و شاخص KMO نیز محاسبه شد که نتایج این تحلیل در جدول ۱ بیان شده است. شاخص KMO برابر با ۰٫۹۱۹ است که بزرگتر از ۰٫۶ و نزدیک به عدد ۱ می‌باشد و ضریب معناداری آزمون بارتلت کوچکتر از ۰٫۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب است.

جدول ۱. آزمون بارتلت و شاخص KMO

۰٫۹۱۹	شاخص KMO	
۴۸۰۵٫۹۰۱	آماره	
۶۶۶	درجه آزادی	آزمون بارتلت
۰٫۰۰۰	ضریب معناداری	

با هدف بومی‌سازی سنجه‌ها و نیز حصول اطمینان از روایی محتوایی آن‌ها، روایی عاملی و شاخص روایی واگرا (میانگین واریانس استخراج‌شده)^۱ بررسی شد و به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه‌ها ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی^۲ محاسبه شد که با توجه به جدول ۲ شاخص روایی واگرا متغیرهای پژوهش بزرگتر از ۰٫۴ است، که روایی همگرایی سازه تأیید می‌شود (Magner, 1996). مقدار CR و آلفا کرونباخ برای همه متغیرها تأیید می‌شود زیرا مقداری بزرگتر از ۰٫۷ دارند (Harris & Harris, 2007).

1. Average Variance External
2. Composite Reliability

جدول ۲. ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا متغیرهای تحقیق

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا
وظیفه‌مدار	۰٫۸۱	۰٫۸۲	۰٫۴۰
قدرت‌مدار	۰٫۸۵	۰٫۸۴	۰٫۴۰
موفقیت‌مدار	۰٫۸۶	۰٫۸۶	۰٫۴۳
حمایت‌مدار	۰٫۸۰	۰٫۷۹	۰٫۴۴
فرهنگ سازمانی	۰٫۸۵	-	-
اعتمادسازی	۰٫۹۴	۰٫۹۳	۰٫۸۲

جدول ۳. ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

	۱	۲	۳	۴	۵
وظیفه‌مدار	۰٫۶۳				
قدرت‌مدار	۰٫۵۵	۰٫۶۳			
موفقیت‌مدار	۰٫۶۱	۰٫۶۲	۰٫۶۵		
حمایت‌مدار	۰٫۴۸	۰٫۵۹	۰٫۴۷	۰٫۶۶	
اعتمادسازی	۰٫۵۱	۰٫۴۸	۰٫۴۴	۰٫۶۳	۰٫۹۰

همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است، جذر AVE هر سازه از ضریب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر است که این مطلب حاکی از تأیید روایی و اگرایی سازه‌ها است (قطر اصلی جدول ۳ جذر AVE است).

بعد از اطمینان از روایی و پایایی شاخص‌های گردآوری‌شده، مدل پژوهش آزمون شد. همچنین، تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری آزمون شد. در مدل‌سازی معادلات ساختاری بین دو گروه متغیر مکنون و آشکار تمایز وجود دارد. متغیرهای آشکار یا مشاهده‌شده به‌طوری مستقیم به‌وسیله پژوهشگر اندازه‌گیری می‌شود، در حالی که متغیرهای مکنون یا مشاهده‌نشده به‌طور مستقیم اندازه‌گیری نمی‌شود. بلکه براساس روابط همبستگی‌های بین متغیرهای اندازه‌گیری‌شده استنباط می‌شوند (Tinsley & Brown, 2000).

پس از جمع‌آوری اطلاعات، برای مشخص کردن اینکه شاخص‌های اندازه‌گیری تا چه اندازه

برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول هستند، باید ابتدا همه متغیرهای مشاهده شده که مربوط به متغیرهای پنهان هستند به طور مجزا آزمون شوند. شاخص های برازش برای الگوهای اندازه گیری (تحلیل عاملی تأییدی) با نرم افزار Amos21 در جدول ۴ بیان شده است.

جدول ۴. تحلیل عاملی تأییدی الگوهای اندازه گیری مدل

شاخص ها	P	CMIN/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
وظیفه مدار	۰/۰۵۱	۲/۹۶۶	۰/۹۷	۰/۹۳۵	۰/۹۷	۰/۸۹
قدرت مدار	۰/۸۵۱	۰/۱۹۴	۰/۸۹	۰/۶۷	۰/۸۹	۰/۱۵۸
قدرت مدار- پس از اصلاح	۰/۴۸۵	۰/۴۸۸	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
موفقیت مدار	۰/۶۴۶	۰/۴۳۷	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت مدار	۰/۷۰۰	۰/۳۵۷	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰
اعتمادسازی	۰/۰۰۰	۲/۸۹۷	۰/۸۸	۰/۸۶	۰/۸۸	۰/۸۷
اعتمادسازی- پس از اصلاح	۰/۰۰۰	۲/۵۵۷	۰/۹۰۶	۰/۸۹۲	۰/۹۰۵	۰/۷۹

به منظور آزمون مدل ها، شش شاخص مهم برازش بررسی شد. یکی از این شاخص ها، شاخص معناداری کای اسکوتر (P) بود که از جمله شاخص های برازش مطلق^۱ محسوب می شود، این دسته از شاخص ها بر مبنای تفاوت واریانس ها و کوواریانس های مشاهده شده از یک سو، و کوواریانس های پیش بینی شده براساس پارامترهای مدل تدوین شده از سوی دیگر، محاسبه می شوند. مقدار بزرگ تر از ۰/۰۵ معناداری کای اسکوتر مؤید مدل است. شاخص کای اسکوتر هنجار شده^۲ (CMIN/DF) که مقدار بین ۱ تا ۵ آن، و ریشه دوم مربعات خطای برآورد^۳ (RMSEA) که مقدار کوچک تر از ۰/۰۸ آن مدل را تأیید می کنند. دو شاخص دیگر شاخص های برازش مقتصد^۴ محسوب می شوند. شاخص های مزبور برآند تا مهم ترین نقطه ضعف شاخص های برازش

1. Absolute Fit Indices
2. Normed Chi-Square
3. Root Mean Squared Error of Approximation
4. Parsimonious Fit Indices

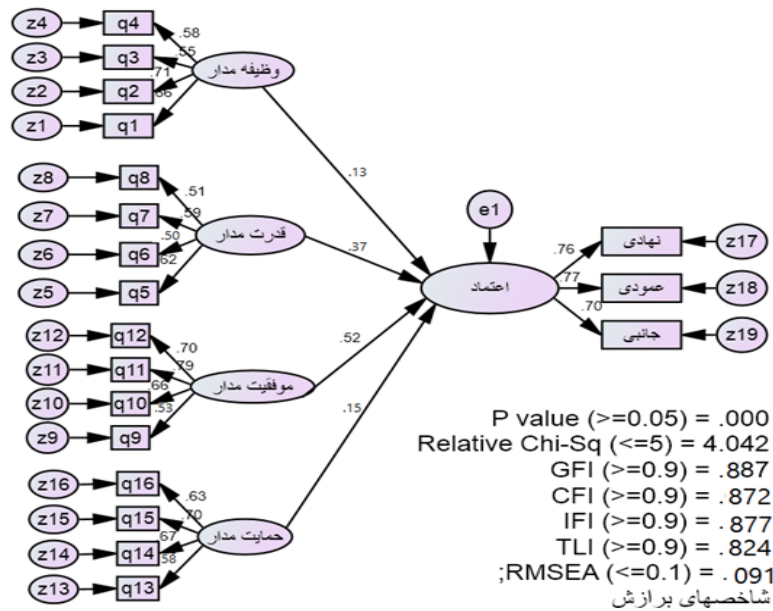
مطلق (بهبود مقدار شاخص‌های برازش با افزایش پارامتر به مدل) جبران شود. بنابراین، بررسی می‌کنند آیا ازدست‌دادن یک درجه آزادی به ازای آزادگذاردن یک پارامتر برای برآورد، سبب بهبود شاخص‌های برازش مطلق شده است، یا خیر. سه شاخص دیگر که برای برازش مدل‌ها به کار گرفته شد، شاخص برازش افزایشی^۱ (IFI)، شاخص توکر- لوئیس^۲ (TLI) و شاخص برازش تطبیقی^۳ (CFI) که مقادیر بزرگتر مساوی ۰/۹ آن‌ها نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است. این سه شاخص از جمله مهم‌ترین شاخص‌های برازش تطبیقی^۴ شمرده می‌شوند. شاخص‌های برازش تطبیقی، در راستای تکمیل شاخص‌های برازش مطلق، با مبنای قراردادن یک یا چند مدل، مدل نظری تدوین‌شده مورد آزمون را با آن مقایسه و بررسی می‌کنند که آیا به لحاظ آماری قابل قبول‌تر، ضعیف‌تر یا بی‌تفاوت با آن است (Byrne, 2001). شایان ذکر است شاخص‌های یادشده در پژوهش‌های گوناگون مدیریت رفتاری به کار گرفته شده است (Kim, 2006, p.726).

یافته‌های پژوهش

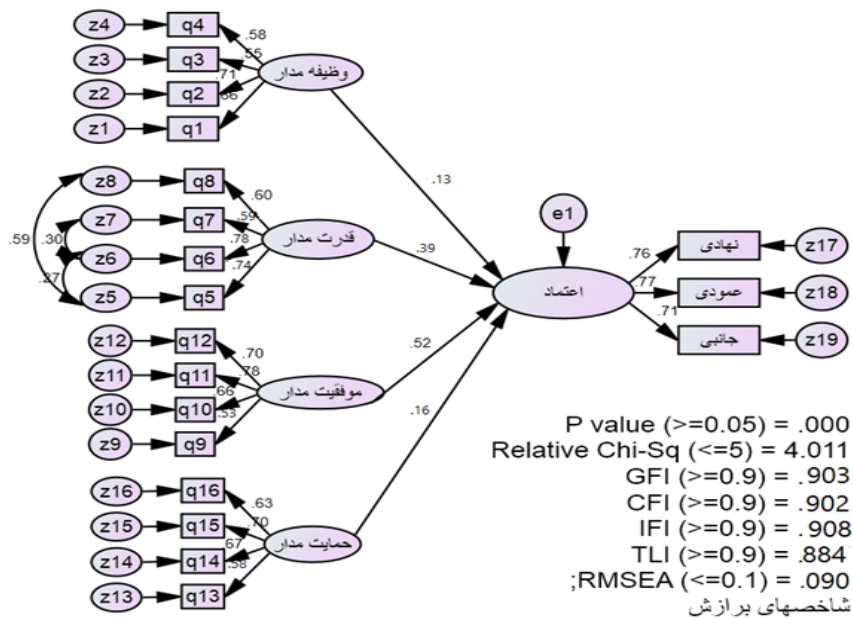
شکل ۲ نشان‌دهنده مدل ساختاری پژوهش است. شایان ذکر است برای ابعاد اعتماد سازمانی پارسلینگ^۵ انجام گرفت.

براساس نتایج برآورد و آزمون مدل‌های اندازه‌گیری مشخص شد مدل توسط داده‌های گردآوری‌شده حمایت می‌شود. به این ترتیب شرط لازم برای برآورد و آزمون مدل معادله ساختاری پژوهش تحقق یافته است. طبق نتایج جدول ۵، شاخص‌های برازش، مدل را در این سطح اطمینان تأیید نمی‌کنند. از این رو مدل اصلاح شد. از میان اصلاحات پیشنهادی نرم‌افزار، ارتباط بین ۳ خطا برقرار شد (شکل ۳).

-
1. Incremental Fit Indices
 2. Tucker-Lewis Index
 3. ComparaFit Index
 4. Comparative Fit Indices
 5. Parcelling



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش پس از اصلاح

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

متغیر	P	CMIN/DF	GFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مدل ساختاری قبل اصلاح	۰,۰۰۰	۴,۰۴۲	۰,۸۸	۰,۸۷	۰,۸۲	۰,۸۷	۰,۰۹۱
مدل ساختاری بعد اصلاح	۰,۰۰۰	۴,۰۱۱	۰,۹۰	۰,۹۰	۰,۸۸	۰,۹۰	۰,۰۹۰
سطح مناسب	>۰,۰۵	<۵	>۰,۹۰	>۰,۹۰	>۰,۹۰	>۰,۹۰	<۰,۱
نتیجه	نامناسب	مناسب	مناسب	مناسب	نامناسب	مناسب	مناسب

طبق نتایج جدول ۵، پس از اعمال اصلاح یادشده، به‌جز شاخص کای اسکوئر، و شاخص برازش توکر- لوئیس، دیگر شاخص‌ها در سطح اطمینان ۹۹ درصد این مدل را تأیید می‌کنند. به‌عبارت دیگر، برآیند شاخص‌ها بر تأیید مدل دلالت داشتند.

پس از بررسی و تأیید مدل، برای آزمون معناداری فرضیه‌ها دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و سطح معناداری محاسبه شد. مقدار بحرانی مقداری است که از حاصل تقسیم تخمین وزن رگرسیونی بر خطای استاندارد به‌دست می‌آید. براساس سطح معناداری ۰,۰۵، مقدار بحرانی باید بیشتر قدر مطلق از ۱,۹۶ باشد. کمتر از این مقدار، پارامتر مربوط در الگو مهم شمرده نمی‌شود. همچنین، مقادیر کوچکتر از ۰,۰۵ برای مقدار سطح معناداری حاکی از تفاوت معنادار محاسبه‌شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۰,۹۵ است.

جدول ۶ نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، فرضیه‌های ۳ و ۴ در سطح اطمینان مورد مطالعه پژوهش تأیید شده، اما سایر فرضیه‌ها رد شدند.

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

ردیف	فرضیه‌ها	تأثیر	تأثیر نسبت کل بحرانی	P	نتیجه
		مستقیم غیرمستقیم			
۱	وظیفه‌مداری بر اعتمادسازی تأثیر مستقیم و معناداری دارد.	۰,۱۳	۰,۱۳	۰,۵۸	رد
۲	قدرت‌مداری بر اعتمادسازی تأثیر مستقیم و معناداری دارد.	۰,۳۹	۰,۳۹	۰,۰۳۷	تأیید
۳	موفقیت‌مداری بر اعتمادسازی تأثیر مستقیم و معناداری دارد.	۰,۵۲	۰,۵۲	۰,۰۰۰	تأیید
۴	حمایت‌مداری بر اعتمادسازی تأثیر مستقیم و معناداری دارد.	۰,۱۶	۰,۱۶	۰,۰۵۱	رد

بنابراین، در سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت قدرت‌مداری با تأثیر مستقیم ۰/۳۹ و موفقیت‌مداری با تأثیر مستقیم ۰/۵۲ بر اعتمادسازی تأثیرگذارند. بنابراین، فرهنگ غالب در این سازمان فرهنگ موفقیت‌مداری است.

بحث و نتیجه

ایجاد و توسعه اعتماد در سازمان، در مرحله اول نیازمند فرهنگی بر مبنای ارزش‌های مشترک بین کارکنان است که به آن معتقد باشند. اعتماد دوطرفه در محیطی می‌تواند توسعه یابد که در آن ارزش‌های مشترک، صداقت و انسجام پایه و اساس اعتماد بین افراد قلمداد می‌شوند. مأموریت‌های رسمی، اختیارات، اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت، سبب‌ها و نشانه‌هایی از فرهنگ سازمان‌ها هستند. وقتی این نشانه‌ها وارد عمل شوند، جوهره و ذات فرهنگ پدیدار خواهد شد. به عبارت دیگر، رفتارهای بین افرادی که باهم در تعاملند، زبان‌های به‌کارگرفته‌شده، تشریفات مختلف و استقرار فیزیکی سازمان باید بر مبنای ارزش‌هایی که هر فرد به آن اعتقاد دارد، ایجاد شود. اگر فرهنگ سازمان با ارزش‌های سازمان در تعارض باشد، اعتماد به سمت نابودی خواهد رفت. نتایج پژوهش حاضر نشان داد فرهنگ سازمانی تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتمادسازی ندارد. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد مؤلفه قدرت‌مدار و مؤلفه موفقیت‌مدار تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتمادسازی دارند. صادقی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود نشان دادند فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت بر اعتماد سازمانی دارد. همچنین، زارعی متین و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهش خود رابطه مثبت و معناداری بین فرهنگ سازمانی و اعتماد سازمانی را تأیید کردند. در حالی که نتایج این پژوهش آثار فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی را تأیید نکرد. بنابراین، به نظر می‌رسد متفاوت بودن جامعه آماری و محدودیت‌های مترتب بر آن از جمله محافظه‌کاری بیش‌ازاندازه کارمندان در پاسخگویی به پرسش‌های پرسشنامه، همکاری نکردن مدیران سازمان‌ها برای توزیع پرسشنامه‌ها، وقت ناکافی کارمندان در پاسخگویی به پرسش‌ها رابطه بین متغیرهای فرهنگ سازمانی و اعتماد سازمانی را تعدیل کرده و نتیجه معکوس حاصل شده است. بنابراین، مدیران

باید برای نهادینه کردن فرهنگ سازمانی و افزایش اعتماد کارکنان نسبت به اهداف سازمان تدابیر لازم را اتخاذ کنند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های اجرایی شهر سیرجان:

- برای ارتقای اعتماد سازمانی، با کمک مؤسسات مشاوره‌ای جلسات آموزش حساسیت برگزار کنند. آموزش حساسیت، روشی برای ارتقای مهارت و توان اجتماعی افراد یا فنی برای بهبود و ارتقای ارتباطات بین افراد است. هدف از این روش، افزایش خودآگاهی، رشد خصوصیات شخصی، افزایش حساسیت و یادگیری روش‌های ارزشیابی رفتار خود و دیگران، و توسعه آگاهی‌های افراد درباره الگوهای رفتاری خود و دیگران است که ممکن است خود یا دیگران نسبت به آن حساسیت داشته باشند. آموزش حساسیت به ارتقای اعتماد کارکنان به یکدیگر و اعتماد متقابل بین کارکنان و مدیران کمک می‌کند.
- از هر گونه کنترل مستقیم و تأکید بر اجرای مقررات خشک و دست‌وپاگیر پرهیز کنند.
- فضای صمیمی را در محیط کار تقویت کنند.
- روحیه همکاری و معاضدت میان کارکنان را ارتقا بخشند.
- بر ترویج فضای فرهنگی مبتنی بر نوع‌دوستی تأکید کنند.

منابع و مأخذ

۱. ارشدی، نسرين، و پیریابی، صالحه (۱۳۹۱). اعتمادپذیری کارکنان، قابلیت اعتماد سرپرست و اعتماد بین فردی به عنوان پیشایندهای رفتارهای انحرافی محیط کار. *مجله علمی و پژوهشی مشاوره شغلی و سازمانی*، شماره ۱۳، صفحات ۸۳-۱۰۰.
۲. الوانی، سید مهدی، عصار، محمدتقی، و عابدینی، لیلا (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین اعتماد با تسهیم دانش در معاونت آموزش ناجا و مراکز تابعه. *فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی*، شماره ۶، صفحات ۳۸۹-۴۰۰.
۳. بودلایی، حسن، کوشکی جهرمی، علیرضا، و ستاری نسب، رضا (۱۳۸۹). یادگیری و اعتماد سازمانی، حلقه میانجی بین توانمندسازی روان شناختی و تعهد سازمانی. *فرایند مدیریت توسعه*، شماره ۷۵، صفحات ۹۳-۶۷.
۴. پناهی، بلال (۱۳۸۹). اعتماد و اعتمادسازی در سازمان. *پیک نور*، سال ۷، شماره ۴، صفحات ۸۸-۱۰۳.
۵. خیراندیش، مهدی، و ابطحی، سید حسین (۱۳۹۰). تبیین عوامل فرهنگی در راستای موفقیت مدیریت دانش در سازمان (مطالعه موردی در شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران). *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صفحات ۲۸-۸.
۶. درویش، حسن، کولیوند، پیرحسن، و کرمانی، بهناز (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با درگیری شغلی در بیمارستان خاتم الانبیای تهران. *فصلنامه علمی و پژوهشی شفای خاتم*، دوره ۲، شماره ۳، ضمیمه دوم، صفحات ۲۷-۱۹.
۷. راشدی، وحید، شمس والا، صفر، و حیدری، علی (۱۳۹۱). فرهنگ سازمانی دانشگاه علوم پزشکی همدان براساس مدل هافستد: دیدگاه اعضای هیئت علمی. *مجله علمی و پژوهشی پژوهان*، دوره ۱۱، شماره ۲، صفحات ۱۹-۱۵.
۸. زارعی متین، حسن، طهماسبی، رضا، و موسوی، سید محمدمهدی (۱۳۸۸). نقش مؤلفه های

- فرهنگ سازمانی در اعتمادسازی: بررسی روابط بین ابعاد فرهنگی گلوب و اعتماد. فصل‌نامه علوم مدیریت ایران، سال ۴، شماره ۱۵، صفحات ۱۷۶-۱۴۵.
۹. زمینی، سهیلا، حسینی‌نسب، داوود، زمینی، سمیرا، و زارعی، پروین (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی و فرسودگی شغلی در میان کارکنان دانشگاه تبریز. فصل‌نامه سلامت کار/ایران، دوره ۸، شماره ۱، صفحات ۴۰-۳۰.
۱۰. سالاری، سعادت، پیله‌ورزاده، مطهره، رفعتی، فوزیه، و قادری، معصب (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با رضایت شغلی در کارکنان بیمارستان: مطالعه موردی. فصل‌نامه مدیریت پرستاری، دوره ۲، شماره ۳، صفحات ۴۳-۵۱.
۱۱. سرمد، زهره، بازرگان، عباس، و حجازی، الهه (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. چاپ نهم، تهران: نشر آگاه.
۱۲. صادقی، مهدی، عماد ملکی‌نیا، و قرونه، داود (۱۳۹۰). تبیین ارتباط و تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی. نهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران، گروه پژوهشی صنعتی آریانا، http://www.civilica.com/Paper-IRIMC09-IRIMC09_027.html
۱۳. صالحی امیری، سیدرضا، کاوسی، و اسماعیل (۱۳۸۷). فرهنگ و مدیریت سازمان‌های فرهنگی. پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، چاپ اول.
۱۴. علی اکبری، فاطمه (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی. فصل‌نامه کیسون، دوره جدید، شماره ۴۵، صفحات ۱-۳.
۱۵. علی‌پور، پروین، زاهدی، محمدجواد، و شیانی، ملیحه (۱۳۸۸). اعتماد و مشارکت (بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در شهر تهران). جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۱۳۵-۱۰۹.
۱۶. فیزی دینا، سی (۱۳۸۴). مدیریت اقتضایی متناسب با فرهنگ سازمانی انواع و تغییر فرهنگ. میرسپاسی، چاپ اول، تهران: انتشارات میر.
۱۷. قهرمانی، محمد، پرداختچی، محمدحسن، و حسین‌زاده، طاهره (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱، صفحات ۳۹-۲۵.

۱۸. هندیانی، عبدالله، درویشی، صیاد، و میرزاخانی، عبدالرحمن (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و اثربخشی کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌های انتظامی. فصل‌نامه منابع انسانی ناجا، سال ۹، شماره ۳۷، صفحات ۹۷-۷۷.

19. Alharabi, M. A., & Alyahya, M. S. (2013). Impact of organizational culture on employee performance. *International Review of Management and Business Research*, 2(1), 168-175.
20. Arbuckle, J. L., & Worthke, W. (1999). *Amos4.0 user's guide*. Chicago: Small Waters Corporation.
21. Belias, D., & Koustelios, A. (2014). Organizational culture and job satisfaction: a review. *International Review of Management and Marketing*, 4(2), pp.132-149
22. Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with Amos: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
23. Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organizational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.
24. Erturk, A. (2008), A trust-based approach to promote employees' openness to organizational change in Turkey. *International Journal of Manpower*, 29(5), 462-483.
25. Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues & the creation of prosperity*. New York: The Free Press.
26. Harman, D. (1967). A single factor test of common method variance. *Journal of Psychology*, 35, 359-378
27. Harris, R. B., & Harris, K. J. (2007). A Test of competing models of the relationships among perceptions of organizational politics, perceived organizational support, and individual outcomes. *The Journal of Social Psychology*, 147, 631-655.
28. Kaneshiro, P. (2008). *Analyzing the organizational justice, trust, and commitment relationship in a public organization*. Doctoral dissertation, North central University.
29. Kim, S. (2006). Public service motivation and organizational citizenship behavior in Korea. *International Journal of Manpower*, 27, 722-740.
30. Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
31. Magner, N., Welker, R. B., & Campbell, T. L. (1996). Testing a model of cognitive budgetary participation-processes in a latent variable structural equations framework. *Accounting and Business Research*, 27(1), 41-50.
32. Salo, J., & Karjaluoto, H. (2007). A conceptual model of trust in the online environment. *Online Information Review*, 31(5), 604-621.
33. Seleim, A. & Bontis, N. (2009) the relationship between culture & corruption: a cross-national study. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 165-184
34. Shomaker, R., & Lomax, R. E. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*, UK, Second Edition, Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey: Mahwah.

35. Tinsley, H. E. A., & Brown, S. D. (2000). *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modeling*. USA: Academic Press.
36. Tyler, T.R. (2003). *Trust within organization*. *Personal Review*, 32(5), 556-568.
37. Velez, L., Sanchez, M., & Alvarez-Dardet, A. (2008). Management control systems as inter-organizational trust builders in evolving relationships: Evidence from a longitudinal case study. *Accounting, Organizations & Society*, 33- 968-999.