

بررسی تأثیر ادراک از سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد سازمانی

رضا عباچیان قاسمی، علی نصر اصفهانی^۱، عباس عباس پور^۲، علی اکبر فرهنگی^۳

چکیده: این پژوهش، با هدف بررسی تأثیر ادراک از سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان صورت پذیرفته است. این پژوهش، توصیفی و از لحاظ هدف، کاربردی است. جامعه آماری آن شامل ۴۰۰ نفر از کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان است که ۱۹۶ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات، از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد تا سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی سنجش شود. روایی این پرسشنامه با نظر پنج تن از متخصصان رفتار سازمانی و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از نرم‌افزارهای SPSS 19، AMOS 18 و EQS6.1 استفاده شد. مطابق نتایج، سیرت نیکوی مدیران با مؤلفه‌های شجاعت، تواضع و فروتنی، حکمت، شور و اشتیاق، غمخواری و شوخ‌طبعی، با اعتماد سازمانی کارکنان در سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان رابطه مثبت و معنادار دارد. به‌عبارت دیگر، هرچه کارکنان، ادراک مطلوب‌تری از سیرت نیکوی مدیران داشته باشند، اعتماد آنها به سازمان متبوعشان افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: اعتماد سازمانی، حکمت، سیرت نیکو، شجاعت، شوخ‌طبعی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی، پردیس میرداماد دانشگاه اصفهان،

اصفهان، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۳. استاد گروه مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۴/۰۸/۱۰

نویسنده مسئول مقاله: علی نصر اصفهانی

E-mail: alin@ase.ui.ac.ir

مقدمه

اعتماد، مفهومی بین‌رشته‌ای است و از رشته‌هایی مانند روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نشئت می‌گیرد. به عقیده تایلر، اعتماد نوعی زمینه‌سازی است برای درک اینکه چگونه مشارکت مؤثر را در سازمان‌ها ایجاد کنیم. صاحب‌نظران معتقدند اعتماد به همکاری بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها منجر می‌شود (تن و لیم، ۲۰۰۹). امروزه سازمان‌ها در جست‌وجوی راه‌های جدیدی برای ارتقای مشارکت بین افراد و گروه‌ها و بهره‌گیری از آثار آن هستند؛ بنابراین، سازمان‌ها بیش از هر زمان، به اعتماد و چگونگی تقویت و واقعی‌سازی آن توجه دارند. وجود و نهادینه‌سازی فضای اعتماد در سازمان، افراد را در کنار یکدیگر نگاه می‌دارد و آنها را قادر می‌سازد به هم اعتماد و به‌طور آشکار فعالیت کنند. یکی از مشکلات سازمان مدرن، نبود اعتماد میان کارکنان و مدیران است. در سازمان‌های ما، به‌خصوص سازمان‌های دولتی، شکاف درخور توجهی میان کارکنان، مدیریت و خواسته‌های این دو وجود دارد. در نتیجه این شکاف، تصمیم‌ها معمولاً با مشکلات اجرایی روبه‌رو می‌شوند؛ زیرا کارکنان در اجرای تصمیم سرسختی نشان می‌دهند. درمقابل، مدیران نیز به کارکنان اعتماد نمی‌کنند و آنان را در تصمیم‌گیری مشارکت نمی‌دهند. اینها همه سبب ایجاد فضای بی‌اعتمادی در سازمان می‌شود. اعتماد در محیط کاری، تا حد زیادی با تعامل، عملکرد و رهبری مرتبط است؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت رهبری و رفتار و برخورد آن با کارکنان، در ایجاد اعتماد در سازمان نقش برجسته‌ای دارد. رهبری، به‌معنای اعتماد دوطرفه بر مبنای ارزش‌ها و دید مشترک است (آگروال، ۲۰۱۳). چگونگی برخورد رهبران و مدیران با رویدادها و پیشامدها، نشانه بارز شخصیت آنهاست. مشکلات و بحران‌ها لزوماً شخصیت انسان را نمی‌سازند، اما آن را آشکار می‌کنند. رشد سیرت در کانون رشد هر انسانی قرار دارد؛ چه آن فرد رهبر باشد و چه نباشد. هر فرد می‌تواند از کمال و تشخص خود حرف بزند، اما سیرتش به عمل اوست. سیرت رهبران را نمی‌توان از رفتار و کردارشان جدا دانست. سیرت نیکو نشان می‌دهد که فرد براساس ارزش‌های سطح بالا زندگی می‌کند. فردی که سیرت نیکو ندارد، بر سر ارزش‌های سطح بالا مصالحه می‌کند (نصرافهانی و همکاران، ۱۳۹۱). پایین‌دستی افراد به ارزش‌ها، ملاک واقعی سنجش سیرت آنهاست. افراد دارای سیرت نیکو، دامنه وسیعی از فضیلت‌ها را پذیرفته‌اند و براساس آنها عمل می‌کنند. سیرت رهبران را نمی‌توان از اعمال و کردارشان جدا دانست؛ بنابراین، سیرت نیکوی مدیران را می‌توان یکی از عوامل تعیین‌کننده رفتارها و نگرش‌های کارکنان در محیط سازمان از جمله اعتماد سازمانی تلقی کرد (لامسا و پوستیت، ۲۰۰۶). از آنجاکه رفتارهای غیراخلاقی، کارکنان را نسبت به مدیران بدبین ساخته و اعتماد آنها به مدیریت و سازمان را از بین برده است، در سال‌های اخیر، سازمان‌ها راهبردهایی مانند تدوین ضوابط اخلاقی را برای هدایت کارکنان در

پیش گرفته‌اند و مدیران نیز تلاش می‌کنند خود را فردی مهم، شایسته و دارای کنترل بر رویدادها جلوه دهند. اگر کارکنان ضعف و خطایی در سیرت مدیر خود مشاهده کنند، اعتماد کمتری به وی خواهند داشت؛ زیرا مهم‌ترین دارایی یک مدیر، سیرت نیکوی اوست. سازمان تأمین اجتماعی، از جمله نهادهایی است که روابط مدیران و کارکنان آن، تأثیر شایان توجهی بر نحوه رفتار پرسنل با مشتریان آن دارد و در این میان، سیرت نیکوی مدیران آن، به شکل‌گیری فضای اعتماد کارکنان به سازمان و در نتیجه، رشد بهره‌وری آنها کمک می‌کند؛ بنابراین، پژوهش حاضر با مطالعه موردی سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان، به بررسی تأثیر سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد سازمانی می‌پردازد.

پیشینه نظری پژوهش

سیرت نیکوی مدیران^۱

سیرت نیکو در مدیریت بسیار پیچیده است و نمی‌توان آن را به راحتی درک کرد و سنجید (میراندا و همکاران، ۲۰۱۰). رهبری و مدیریت صحیح، با جذب و عطف‌ت همراه است. پرداختن به اخلاق عملی در سطح عموم مردم و در گستره زمان و مکان نامحدود، از شخصی برمی‌آید که خود به آن علم حضوری داشته باشد و آن مسیر را به خوبی گذرانده باشد. به عبارت دیگر، به مقدار مطلوبی نیازهای اساسی خود را برآورده کرده و به خودشکوفایی نائل شده باشد (نبی‌لو، ۱۳۹۳). هدف کلام وحی نیز پرورش فرد، هدایت بشر و تکامل انسان است. در ادبیات فارسی، مقوله سیرت نیکو جایگاه ویژه‌ای دارد و دانشمندان و شاعران ایرانی به این موضوع توجه خاصی داشته‌اند. از جمله مسائلی که مورد توجه مولانا شاعر عرفانی ایران بوده است، خوب‌رویی و تهذیب نفس و اخلاق نیکوست. سعدی شیرازی نیز از دیگر شاعرانی است که به موضوع سیرت نیکو در اشعار خود توجه ویژه‌ای داشته است. براین اساس، زیبایی واقعی، ارتباطی با زیبایی صورت و تناسب اندام ندارد؛ بلکه به داشتن صفات و اخلاق نیک بستگی دارد و هراندازه این زیبایی در افراد برجسته‌تر باشد، جذاب‌تر و پرمعناتر است. معرفت، عدالت، سخاوت، شجاعت، عطف‌ت و مهربانی، راستی و درستی، عزت‌نفس و مناعت، هر یک مظهری از مظاهر این زیبایی پدیدارند. در کشف‌الحقایق نیز آمده است: «برو نیکوسیرت باش که آدمی نیکوسیرت را در دنیا و آخرت بد نرسد و نیکوسیرت هرگز از کار خود پشیمان نباشد. با هیچ کس بدی مکن و با همه کس نیکی کن و هیچ کس را بد مخواه و همه کس را نیک خواه که خاصیت نیک‌خواهی و نیک‌نفسی آن است که اول حال و کار نیک‌نفس و نیک‌خواه نیک شود و خاصیت بدنفسی و بدخواهی آن

است که اول حال و کار بدنفس و بدخواه، بد شود. پس هرکه بدی می کند و بدی خلق می خواهد، به حقیقت با نفس خود بد می کند و خبر ندارد.» به اعتقاد کالیگوری (۲۰۰۵)، ویژگی های شخصیتی به عنوان محرکه های سیرت، برای دستیابی به هدف اهمیت دارند. خصوصیات افراد در موقعیت های خاص، به رفتارهای متفاوتی منجر می شوند و سیرت افراد در این زمینه نقش بسزایی دارد. جان ماکسول اظهار می کند: «من به اشتباه فکر می کردم که مهم ترین جنبه رهبری، کاریزماتیکی بودن است؛ چراکه کاریزماتیکی بودن، رهبر را جذاب و دوست داشتنی می کند و رهبر می تواند به کمک آن، بر افراد تأثیر بگذارد، اما به تازگی پی بردم که سیرت مهم ترین جنبه رهبری است، نه کاریزماتیکی بودن.» سانکار نیز نیمی از بحران در سازمان های امروزی را ناشی از نبود سیرت نیکوی مدیران در سازمان ها می داند و اظهار می دارد که سیرت یک رهبر، در عواملی مانند صداقت، اعتماد و کرامت انسانی است که از اخلاق و رفتار یک رهبر تأثیر می پذیرد (سانکار، ۲۰۰۶).

اعتماد سازمانی

اعتماد به معنای اعتقاداتی است که افراد در مورد رفتار آینده طرف مقابل دارند (کانل و مانیون، ۲۰۰۶). هرچه فرد الف، اعتقاد بیشتری داشته باشد که فرد ب در روابط به تعهداتش عمل می کند (که این امر به بروز نیت خوب و صلاحیت گروه ب منجر می شود)، فرد الف به فرد ب بیشتر اعتماد می کند (لی، ۲۰۰۴). اعتماد، پدیده ای پویاست که به کنش متقابل عوامل مختلفی بستگی دارد که ممکن است بر ایجاد یک مدل برای اعتماد تأثیر بگذارند. به باور مولرینگ و همکاران (۲۰۰۴)، توجه فزاینده به اعتماد، واکنش به این واقعیت است که در شرایط کنونی، برای جبران ضعف بی اطمینانی در سیستم، بیشتر به اعتماد و کمتر به صمیمیت وابسته ایم. در سازمان هایی که اعتماد کم است، نوآوری با مشکل مواجه می شود و کارکنان می ترسند که طرح و نقشه آنها با شکست مواجه شود یا اینکه از سوی همکاران تمسخر شوند. در عوض، اگر در سازمان ها اعتماد وجود داشته باشد، قابلیت انعطاف پذیری و سازگاری با محیط بیشتر می شود و راحت تر می توان ساختارهای درون سازمانی و برون سازمانی را اصلاح کرد و فرایند تغییر را اثربخش تر طی کرد. در چنین سازمان هایی، شاهد بهبود عملکرد نیز هستیم. قابل اعتماد بودن در میان صفات یک رهبر بارز است و اعتماد، رهبر و پیروانش را به یکدیگر متصل نگاه می دارد (نادی و مشفق، ۱۳۸۸). اعتماد موجب تسهیم اطلاعات در سازمان، سهیم شدن همه کارکنان در اطلاعات سازمانی، تعهد سازمانی، تعهد به اجرای تصمیم، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، رضایت مدیران، مبادلات رهبر- عضو و توجه به ماندن در سازمان می شود (بیجلسما و کوپمن، ۲۰۰۳). رهبران می توانند سرمایه گذاری سنجیده ای را در زمینه اعتماد انجام دهند. آنها می توانند به افراد

دلایلی را ارائه کنند و زمینه اعتمادشان به دیگران را فراهم آورند، نه دلایلی که سبب شک و تردید آنها شود (خوارزمی و ندایی، ۱۳۹۳). مدیران می‌توانند از پاداش دادن به موفقیت‌هایی که مبتنی بر رفتار غیرقابل اعتماد است، خودداری کنند و اعتماد و ارزش ناشی از آن را در فعالیت‌های شخصی خود به صورت فردی یا بخشی از شرکت نمایان سازند (عباس‌پور و دهقانی، ۱۳۹۱).

پیشینه تجربی پژوهش

میراندا و همکاران (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که سیرت نیکوی مدیران، در شکست و موفقیت آنها نقش بسزایی دارد و در عملکرد شغلی کارکنان، پرورش استعداد آنها، هدایت کارکنان و درک کارکنان شایان توجه است.

ساروس، کوپر و هارتیکن (۲۰۰۶) نشان دادند که رهبران خوب باید دارای سیرت نیکو و جنبه‌های اخلاقی بالایی در اعمال و رفتار خود باشند.

رومن و رویز (۲۰۰۵) تأثیر رعایت اخلاق بر شکل‌گیری روابط مناسب میان فروشندگان و مشتریان در مؤسسات مالی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که رعایت اخلاق، بر اعتماد و تعهد و رضایت مشتری تأثیر مثبت دارد.

پترسون (۲۰۰۴) عناصر سیرت نیکوی مدیران را نگرش مثبت، شهروندی، غمخواری، ملاحظات انسانی، همکاری، شجاعت، ادب، پشتکار، تواضع، خوش بینی، شکیبایی، کاردانی، مسئولیت‌پذیری، خلوص، کار گروهی، تحمل و مدارا و مورد اعتماد بودن معرفی کرد.

داتی (۲۰۰۸) وفاداری، وظیفه‌شناسی، احترام، خدمت بدون احساس غرور، درستکاری، صداقت و شجاعت فردی را مؤلفه‌های سیرت نیکوی مدیران معرفی کرد.

بارکر و کوی (۲۰۰۳) هفت مؤلفه برای سیرت مدیران مشخص کردند که عبارت‌اند از: صداقت، شور و اشتیاق، شجاعت، غمخواری، شوخ‌طبعی، تواضع و فروتنی، حکمت.

- صداقت: فرد صادق با پیروی از کدهای اخلاقی استاندارد، هنگامی که با انتخاب‌های گوناگون مواجه می‌شود، همواره کار صحیح را انتخاب می‌کند (مک‌کنا و کمپبل، ۲۰۱۱).
- شور و اشتیاق: داشتن منبع انرژی در ذات خود که سبب می‌شود فرد نتایج فوق‌العاده کسب کند (داکورت و همکاران، ۲۰۰۷).
- شجاعت: مقاومت در برابر ترس و تسلط بر ترس است (بوربا، کافمن و لتزر، ۲۰۱۴).
- اطمینان فرد برای پیشبرد یا دفاع از آنچه به نظر وی درست است. نمونه‌هایی از صفات افراد دارای این خصوصیت، جسارت، نترس بودن و اعتماد به نفس است (لنتات و ایروینگ، ۲۰۱۰).

- غمخواری: توجه به رنج و ناراحتی یا رفاه دیگران و ارائه کمک و نشان دادن ترحم به دیگران (پترسون و سلیم، ۲۰۰۴).
 - شوخ طبعی: بر لب دیگری لبخند آوردن (برین، ۲۰۰۷) توانایی فرد در خندانیدن، تفریح و شاد کردن افرادی با رفتار و احساسات و نگرش‌های متفاوت.
 - تواضع و فروتنی: ویژگی‌ای که براساس آن، فرد افتادگی نشان می‌دهد و از تکبر دوری می‌کند. تواضع و فروتنی شامل فعالیت‌هایی است که مانع از به‌وجود آمدن مشکلات کاری برای دیگران می‌شود. مانند ضایع نکردن حقوق دیگران در محل کار (میلر، ۲۰۰۹).
 - حکمت: پردازش تجارب و دانش همراه با قدرت به‌کارگیری آنها به‌طور انتقادی یا کاربردی که در آن، افراد به تجزیه و تحلیل و ارزیابی شواهد و وضعیت موجود می‌پردازند و ایده‌ها و راه‌حل‌های خود را گسترش می‌دهند (سینگ، ۲۰۱۲).
- در این تحقیق نیز برای سنجش سیرت نیکوی مدیران از این مؤلفه‌ها استفاده شد (مدل مفهومی پژوهش را ببینید). از سوی دیگر، اگر کارکنان ضعف و خطایی در سیرت مدیر خود مشاهده کنند، اعتماد آنها کاهش می‌یابد؛ زیرا مهم‌ترین دارایی یک مدیر، سیرت زیبای اوست. هویدا و همکاران (۱۳۹۳) دریافتند که سیرت نیکوی مدیران بر کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی کارکنان تأثیر مثبت دارد.
- نتایج مطالعه نادری و اسدی (۱۳۹۳) نشان داد سیرت نیکوی مدیران، بر اعتماد و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان تأثیر دارد.
- نصرافهانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که سیرت نیکوی مدیران رابطه معناداری با شادی کارکنان دارد. لین‌دار (۲۰۱۰) به این نتیجه رسید که اعتماد کم در رفتارهای مقاومتی کارکنان مانند مضایقه عمدی ارائه اطلاعات، امتناع از همکاری کردن و نظارت مکرر همکاران بروز می‌یابد. بعضی از مطالعات، نیت، توانایی، صلاحیت و انگیزه را عوامل اصلی اعتماد معرفی کردند (لی، ۲۰۰۴).
- دایتز و هارتوگ (۲۰۰۶) صداقت، صلاحیت، ثبات، وفاداری و صراحت را عناصر کلیدی اعتماد دانستند. پابن (۲۰۰۳) نیز ده بعد برای اعتماد پیشنهاد کرد که عبارت‌اند از: شایستگی، صداقت، قابلیت اتکا/ قابلیت اعتماد، صراحت و درستکاری، توجه به کارکنان، آسیب پذیری، احساس هویت، نظارت متقابل، رضایت و تعهد. مدیران تلاش می‌کنند در تصویری که از خود ارائه می‌دهند، فردی مهم، شایسته و دارای کنترل بر رویدادها به‌نظر برسند (یوکل، ۲۰۰۶).
- در جدول ۱، خلاصه‌ای از پژوهش‌های قبلی و مؤلفه‌های مورد بررسی آنها در حوزه سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی آمده است.

جدول ۱. خلاصه پیشینه تجربی پژوهش

محقق (محققان)	حوزه پژوهش	متغیرهای مورد بررسی
میراندا و همکاران (۲۰۱۰)	سیرت نیکو	سیرت نیکوی مدیران، عملکرد شغلی کارکنان
داتی (۲۰۰۸)	عناصر سیرت نیکو	وفاداری، وظیفه‌شناسی، احترام، خدمت بدون احساس غرور، درستکاری، صداقت و شجاعت فردی
ساروس و کوپر و هارتیکن (۲۰۰۶)	سیرت نیکو	سیرت نیکوی رهبران
رومن و رویز (۲۰۰۵)	سیرت نیکو و اعتماد	رعایت اخلاق، اعتماد، تعهد، رضایت مشتری
پترسون (۲۰۰۴)	عناصر سیرت نیکو و اعتماد	نگرش مثبت، شهروندی، غمخواری، ملاحظات انسانی، همکاری، شجاعت، ادب، پشتکار، تواضع، خوش‌بینی، شکیبایی، کاردانی، مسئولیت‌پذیری، خلوص، کار گروهی، تحمل و مدارا، مورداعتمادبودن
بارکر و کوی (۲۰۰۳)	عناصر سیرت نیکو	صداقت، شور و اشتیاق، شجاعت، غمخواری، شوخ‌طبعی، تواضع و فروتنی، حکمت
لین دار (۲۰۱۰)	اعتماد سازمانی	اعتماد، رفتارهای مقاومتی کارکنان
دایتز وهارتوگ (۲۰۰۶)	اعتماد سازمانی	صداقت، صلاحیت، ثبات، وفاداری و صراحت
لی (۲۰۰۴)	اعتماد سازمانی	نیت، توانایی، صلاحیت و انگیزه
پاین (۲۰۰۳)	اعتماد سازمانی	شایستگی، صداقت، قابلیت اتکا/ قابلیت اعتماد، صراحت و درستکاری، توجه به کارکنان، آسیب‌پذیری، احساس هویت، نظارت متقابل، رضایت، تعهد
هویدا و همکاران (۱۳۹۳)	سیرت نیکو و اعتماد	سیرت نیکوی مدیران، کیفیت زندگی کاری و رفتار شهروندی کارکنان
نادری و اسدی (۱۳۹۳)	سیرت نیکو و اعتماد	سیرت نیکوی مدیران، اعتماد، رفتار شهروندی سازمانی
نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۱)	سیرت نیکو	سیرت نیکوی مدیران، شادی کارکنان

مدل مفهومی پژوهش

در تدوین چارچوب نظری این پژوهش، از مبانی نظری و تئوری پژوهش‌های برگرفته از اندیشه‌های دانشمندان و صاحب‌نظران علم مدیریت در زمینه متغیر مستقل سیرت نیکوی مدیران استفاده شده است. همچنین در طراحی این متغیر و ابعاد آن، مدل بارکر و کوی (۲۰۰۳) - به‌این دلیل که بیشترین استناد را در پژوهش‌های داخلی و خارجی داشت - استفاده شد. در زمینه

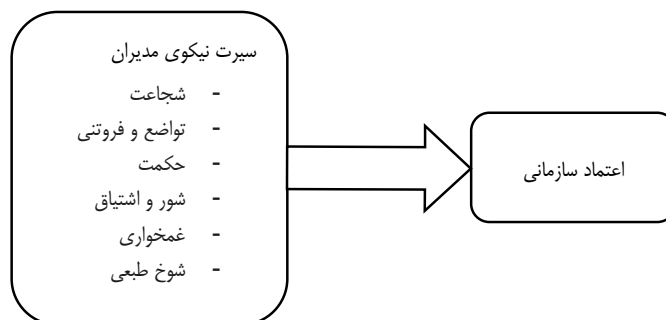
متغیر وابسته اعتماد سازمانی نیز سه بعد از ابعاد پایین (۲۰۰۳) به کار رفت. براین اساس، مدل مفهومی پژوهش که نشانگر رابطه سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی است، طراحی و در پی آن، فرضیه‌های پژوهش تدوین شدند.

فرضیه اصلی

سیرت نیکوی مدیران، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. شجاعت، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.
۲. تواضع، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.
۳. حکمت، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.
۴. شور و اشتیاق، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.
۵. غمخواری، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.
۶. شوخ طبعی، بر اعتماد سازمانی کارکنان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیر دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

منبع: بارکر و کوی (۲۰۰۳)

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی است و از آنجاکه قصد توصیف سیرت نیکوی مدیران و رابطه آن اعتماد سازمانی را دارد، توصیفی به‌شمار می‌رود. همچنین به این دلیل که عوامل مؤثر بر این رابطه را شناسایی می‌کند، پیمایشی است. به دلیل اینکه داده‌ها در یک مقطع زمانی خاص از یک جامعه آماری مشخص جمع‌آوری شده‌اند، از نوع مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش،

تمامی کارکنان دارای مدرک بالاتر از دیپلم صف و ستادی قسمت بیمه‌ای سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان در سال ۱۳۹۴ هستند که ۴۰۰ نفرند. با توجه به اینکه حجم نمونه به دست آمده از فرمول کوکران باید با حجم نمونه همه کارکنان شعب متناسب باشد، نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای از هر شعبه انجام گرفت. برای تعیین حجم نمونه نهایی، ابتدا با انجام مطالعه‌ای مقدماتی روی ۳۰ نفر از کارکنان سازمان تأمین اجتماعی، انحراف معیار محاسبه شد و سپس با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۱۹۶ نفر تعیین شد. باید توجه داشت که براساس تعداد پارامترهای مدل (حداقل ۱۹۰ و حداکثر ۳۸۰) نیز می‌توان حجم نمونه را تعیین کرد. با توجه به نتایج مطالعه مقدماتی (۱۹۶ نفر) و حداقل حجم نمونه (۱۹۰ نفر)، در این مطالعه ۱۹۶ به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. جمع‌آوری اطلاعات، به وسیله پرسشنامه صورت گرفت. سپس پرسشنامه براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت نمره‌گذاری و روایی آن با نظر پنج تن از متخصصان رفتار سازمانی تأیید شد. پرسشنامه شامل ۳۸ سؤال است که ۲۶ سؤال آن مربوط به سیرت نیکوی مدیران و ابعاد آن و ۱۲ سؤال مربوط به اعتماد سازمانی و ابعاد آن است. پایایی پرسشنامه به کمک نرم‌افزار SPSS 19، و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد. مقدار این آماره نشان می‌دهد که پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است. آزمون‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش، شامل آزمون همبستگی پیرسون برای تعیین میزان همبستگی بین متغیر مستقل سیرت نیکوی مدیران و ابعاد آن و متغیر وابسته اعتماد سازمانی است. برای تعیین این موضوع که هر دسته از سؤالات پرسشنامه متغیر پنهان واحدی را اندازه‌گیری می‌کنند یا خیر، از آزمون‌های تحلیل ایتمی استفاده شد. همچنین برای مشخص کردن تأثیر ابعاد مختلف سیرت نیکوی مدیران بر اعتماد سازمانی و الگوی معادلات ساختاری، تحلیل عاملی به کار رفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، هردو روش آمار توصیفی و استنباطی به کمک نرم‌افزارهای SPSS ۱۹ و EQS6.1 و AMOS18 به کار گرفته شدند.

یافته‌های پژوهش

در نمونه آماری، از نظر مشخصات جمعیت‌شناختی، ۴۵ درصد از پاسخگویان زن و ۵۵ درصد از آنها مرد هستند. ۱۹ درصد آنها تحصیلات دیپلم، ۲۱ درصد فوق دیپلم، ۵۷ درصد لیسانس و ۳ درصد از آنها تحصیلات فوق لیسانس دارند. از نظر سنی نیز تنها ۱۰ درصد آنها بیشتر از ۵۰ سال دارند. میانگین سابقه کار پاسخگویان نیز ۱۴ سال است. شاخص‌های آمار توصیفی برای متغیرهای سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی کارکنان و ابعاد آن، در جدول ۲ ارائه شده است. می‌توان دریافت که بیشتر پاسخگویان، وضعیت مؤلفه‌های سیرت نیکو، صداقت، تواضع و

فروتنی، شور و اشتیاق، غمخواری، شوخ طبعی، اعتماد سازمانی، قابلیت اتکا، شایستگی و تعهد را نامطلوب می‌دانند و در این بین، مؤلفه شوخ طبعی، کمترین میزان را دارد. همچنین بیشتر پاسخگویان مؤلفه‌های شجاعت و حکمت را در این سازمان متوسط می‌دانند. مؤلفه حکمت در این سازمان، در مقایسه با سایر عوامل وضعیت بهتری دارد.

برای تعیین رابطه، هریک از هفت عامل (متغیر پنهان) موجود در شکل ۱ با استفاده از تحلیل آیتمی بررسی شدند و نتایج در جدول ۳ ارائه شد. همان‌گونه که در جدول ملاحظه می‌شود، با استفاده از تحلیل آیتمی، ضرایب آلفای کرونباخ برای هریک از ابعاد پرسشنامه آمده است. با توجه به ضرایب می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات مربوط به هریک از مؤلفه‌های پرسشنامه، متغیر واحدی را بررسی می‌کنند.

برای بررسی فرضیه نرمال بودن متغیرهای مورد مطالعه، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ آمده است. از آنجاکه مقدار سطح معناداری متغیرها از ۰/۰۵ بزرگ‌تر است، تمامی متغیرها توزیع نرمال دارند.

جدول ۲. شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	میانۀ	انحراف استاندارد
سیرت نیکو	۲/۵۴۱۹	۲	۰/۴۴۴
صداقت	۲/۳۷۶	۲	۰/۶۲۳
شجاعت	۳/۰۰۹	۳	۰/۸۴۴
تواضع	۲/۲۵۵	۲	۰/۷۳۵
حکمت	۳/۲۰۲	۳	۰/۹۵۹
شور و اشتیاق	۲/۴۳۹	۲	۰/۷۷۶
غمخواری	۲/۳۱۰	۲	۰/۷۹۵
شوخی طبعی	۲/۱۶۲	۲	۰/۵۴۰
اعتماد سازمانی	۲/۳۷۲	۲	۰/۸۵۷

جدول ۳. ضرایب آلفای کرونباخ پرسشنامه پژوهش

عامل	آلفای کرونباخ	عامل	آلفای کرونباخ
سیرت نیکوی مدیران	۰/۹۰	شور و اشتیاق	۰/۹۳
صداقت	۰/۸۲	غمخواری	۰/۹۲
شجاعت	۰/۹۲	شوخی طبعی	۰/۹۴
تواضع و فروتنی	۰/۸۵	اعتماد سازمانی	۰/۸۸
حکمت	۰/۹۰	قابلیت اتکا	۰/۹۱
شایستگی	۰/۸۵	تعهد	۰/۹۰

جدول ۴. نتیجه آزمون نرمال بودن توزیع داده‌های گردش شغلی و کیفیت زندگی کاری

متغیر	Z	سطح معناداری	متغیر	Z	سطح معناداری
سیرت نیکو	۰/۸۱	۰/۰۱	غمخواری	۰/۶۲۵	۰/۰۱
صداقت	۰/۹۷۲	۰/۰۱	شوخی طبیعی	۰/۹۰۵	۰/۰۱
شجاعت	۰/۵۷۵	۰/۰۱	اعتماد سازمانی	۰/۷۸۱	۰/۰۱
تواضع و فروتنی	۰/۴۹۱	۰/۰۱	قابلیت اتکا	۰/۶۲۵	۰/۰۱
حکمت	۰/۲۷۹	۰/۰۱	شایستگی	۰/۵۷۸	۰/۰۱
شور و اشتیاق	۰/۳۹۴	۰/۰۱	تعهد	۰/۶۲۵	۰/۰۱

در این مرحله، با کمک گرفتن از تحلیل آیتمی، تحلیل مسیر، شاخص‌های مورد بررسی، سطح معناداری و سایر شاخص‌های برازش مدل - که در ادامه توضیح داده می‌شوند - به بررسی هم‌زمان تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته پرداخته می‌شود و نشان داده می‌شود که کدام یک از متغیرها بیشترین تأثیر را داشته است. برای بررسی رابطه بین سیرت نیکوی مدیران و ابعاد آن با اعتماد سازمانی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی، در جدول ۵ مشاهده می‌شود.

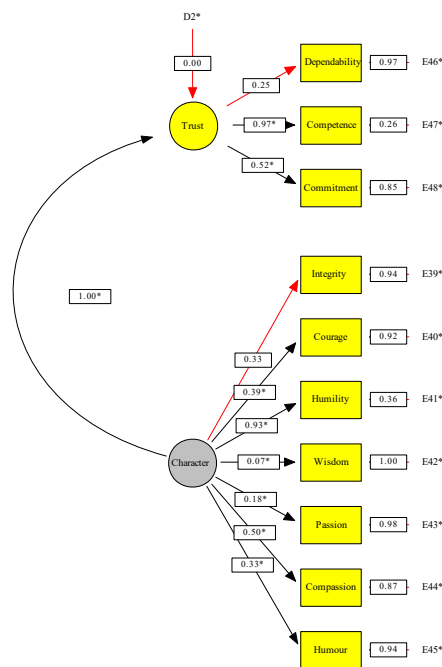
جدول ۵. نتایج آزمون پیرسون بین سیرت نیکوی مدیران و ابعاد آن با اعتماد سازمانی

متغیر	سیرت نیکوی مدیران	صداقت	شجاعت	تواضع و فروتنی	حکمت
اعتماد سازمانی	۰/۷۵۴	۰/۴۴۱	۰/۴۲۶	۰/۶۷۲	۰/۳۵۷
	شور و اشتیاق	غمخواری	شوخی طبیعی	تعهد	
	۰/۳۵۱	۰/۴۷۲	۰/۴۳۹	۰/۱۹۶	

سطح معناداری برای تمامی همبستگی‌ها: ۰/۰۰۰

با توجه به مقدار آماره آزمون و سطح معناداری در جدول ۵، بین متغیرهای سیرت نیکوی مدیران و ابعاد آن با اعتماد سازمانی همبستگی وجود دارد. ضریب همبستگی پیرسون بین سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی ۰/۸۰۸ و در سطح ۹۹ درصد مثبت، مستقیم و معنادار است؛ بنابراین، با افزایش سیرت نیکوی مدیران، شاهد افزایش اعتماد سازمانی هستیم. همچنین بیشترین و کمترین همبستگی، به ترتیب مربوط به مؤلفه‌های شجاعت و شور و اشتیاق است. الگوی پژوهش، با استفاده از نرم افزار EQS6.1 براساس معادلات ساختاری در شکل ۲ نشان داده شده است. مؤلفه‌های سیرت نیکوی مدیران شامل شجاعت، تواضع، حکمت، شور و اشتیاق، غمخواری و شوخی طبیعی، از ادبیات پژوهشی اقتباس شدند و با توجه به مبانی نظری پژوهش

انتظار می‌رود که این مؤلفه‌ها بر اعتماد کارکنان به سازمان با مؤلفه‌های تعهد، وابستگی و رقابت مؤثر باشند. براین اساس، روابط بین مؤلفه‌های سیرت نیکوی مدیران و مؤلفه‌های اعتماد سازمانی را می‌توان در قالب یک مدل ساختاری به شرح شکل ۲ نشان داد و آزمود. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مؤلفه حکمت کمترین و مؤلفه تواضع و فروتنی بیشترین تأثیر را داشته است. در این پژوهش، برای بررسی میزان مناسب بودن الگوی معادلات ساختاری، با استفاده از نرم‌افزار Amos16 شاخص‌های برازش نیکویی مدل بررسی شدند.



شکل ۲. الگوسازی معادلات ساختاری (ضرایب معناداری و بارگذاری‌های عاملی تأییدی)

با توجه به جدول ۵ شاخص کای دو در سطح معناداری ۰/۰۰۰ برازش مدل را تأیید می‌کند. همچنین برای شاخص X^2/df عدد ۲/۵۱ به دست آمد که چون در بازه ۱-۳ قرار دارد، کارایی مدل مورد تأیید است. اعداد به دست آمده در شاخص‌های CFI و GFI و NFI و IFI نیز به دلیل اینکه در بازه ۰-۱ قرار دارند، کارایی مدل را تأیید می‌کنند. با توجه به اینکه اعداد به دست آمده در این شاخص‌ها، همگی نزدیک به ۱ هستند، این مدل برازش قابل قبولی با واقعیت دارد. شاخص RMSEA نیز بررسی شد و با توجه به اینکه هرچه عدد به دست آمده به ۰/۰۵ نزدیک‌تر باشد، الگو کارتر است، در جدول ۵ عدد ۰/۰۷۱ نشان می‌دهد که الگوی به کاررفته در این پژوهش، کارایی بالایی دارد.

جدول ۶. شاخص‌ها و اندازه‌الگوی معادلات ساختاری

RMSEA	IFI	NFI	GFI	CFI	X ² /d.f.	Chi-square
۰/۰۷۱	۰/۹۴۸	۰/۹۱۷	۰/۹۵۵	۰/۸۷	۲/۵۱	۳۰۳/۵۸

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

رهبران به‌عنوان عاملان اخلاقی یا غیراخلاقی می‌توانند فضیلت یا فساد را در سازمان رواج دهند. سیرت نیز با اخلاق در تعامل است و اخلاق و سیرت در تفکر ما با یکدیگر رابطه تنگاتنگی دارند و یکی بدون دیگری وجود ندارد. به‌علاوه، ما قطعاً در نهاد بشری به خیر و شر و درست و غلط باور داریم و معتقدیم که اینها در عمل موضوعاتی حیاتی برای محققان و مدیران هستند (کوییک و رایت، ۲۰۱۱). با توجه به نتایج پژوهش، سیرت نیکو، پل ارتباطی بین افراد را مستحکم می‌کند. این ویژگی، از ارکان پایداری سازمان به‌شمار می‌رود و موجب سلامت محیط کار و موفقیت سازمان می‌شود. از آنجاکه پیامبر اکرم (ص) به‌عنوان بهترین الگوی بشریت می‌فرماید: «در کفه اعمال روز قیامت، چیزی بهتر و باارزش‌تر از حسن خلق نیست»، مدیران سازمان‌های امروزی لازم است که سخنان ایشان و دیگر بزرگان که به نشر و تبلیغ و اشاعه سیرت نیکو پرداخته و راه موفقیت را در توجه و کمک به دیگران دانسته‌اند، الگو قرار دهند تا در عرصه مدیریت موفق شوند. با توجه به نتایج تحلیل فرضیه‌ها می‌توان نتیجه گرفت که سیرت نیکوی مدیران، بر اعتماد سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان تأثیرگذار است و یکی از عوامل ایجاد اعتماد سازمانی به‌شمار می‌رود. مدیرانی که از سیرت نیکوتری برخوردارند، اعتماد سازمانی بالاتری را کسب می‌کند. یافته‌های این مطالعه، با نتایج پژوهش‌هایی مانند پترسون (۲۰۰۴)، رومن و رویز (۲۰۰۵)، ساروس و همکاران (۲۰۰۶)، هویدا و همکاران (۱۳۹۳) و نادری و اسدی (۱۳۹۳) مبنی بر تأثیر سیرت مدیران بر اعتماد سازمانی هم‌راستا است. فرضیه اصلی پژوهش نشان داد که مدیران موفق افرادی نیستند که شیوه‌های اجتماعی شدن مبتنی بر بدگمانی، احتیاط و دوری کردن از زیردستان را تجربه کنند؛ زیرا این ویژگی‌ها مانع ایجاد زمینه اعتماد نسبت به افرادی که با آنها سروکار دارند می‌شود؛ بنابراین، اعتماد پیش از هرچیز آموختنی است، در تجربه اجتماعی به‌وجود می‌آید و در برهم‌کنش اجتماعی ساخته می‌شود. با توجه به میانگین‌های به‌دست‌آمده از پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان، وضعیت نامطلوبی در زمینه سیرت نیکوی مدیران و اعتماد سازمانی در ادارات سازمان تأمین اجتماعی استان کرمان به‌دست آمد. همچنین بعد شوخ‌طبعی کمترین امتیاز و بعد حکمت بیشترین امتیاز را به خود اختصاص داد؛ بنابراین، لازم است مدیران سازمان در زمینه سیرت نیکو و کسب اعتماد سازمان بیشتر تلاش کنند و به این

موضوع اهمیت بیشتری دهند. با توجه به فرضیه فرعی اول، رفتارهای مناقانه در ارتباطات بین فردی در سازمان، زمینه نفاق را فراهم می‌کنند و اعتماد سازمانی را کاهش می‌دهند؛ بنابراین، شایسته‌سالاری مدیران، امری ناگزیر برای سازمان به‌نظر می‌رسد و لازم است مدیرانی به دور از قانون‌گریزی، سیاست‌پیشه با ماکیاولیسم بالا، عملکرد ضعیف و جو سکوت و بی‌اعتمادی، امور را به‌دست گیرند. فرضیه فرعی دوم نشان داد که تصمیم‌گیری‌های کلان سازمانی، نیازمند مدیرانی توانمند، جسور و شجاع است. مدیران محافظه‌کاری که صرفاً به فکر بقای سازمان و حفظ وضع موجود هستند، در دنیای امروز جایگاه شایسته‌ای ندارند و مدیران ترسو نیز زمینه بی‌اعتمادی کامل کارکنان به سازمان را فراهم می‌سازند. مدیرانی که شجاعت بالایی دارند، در قبال رفتار خود و رفتار سازمانشان پاسخگو هستند. آنان با مشکلات سازمان شجاعانه برخورد می‌کنند و رویکرد منصف و بی‌طرفی به کاربرد قدرت دارند. از این‌رو، لازم است زمینه پرورش مدیران متخصص، شجاع و جسور که از قدرت تصمیم‌گیری خلاق و کلان سازمانی برخوردارند، فراهم شود. مدیرانی که تواضع و فروتنی دارند، تحسین را با تواضع می‌پذیرند، در رفتار با دیگران قدرشناس‌اند، در برابر گناهی که مرتکب شده‌اند، احساس ناراحتی می‌کنند و به افراد درمانده کمک می‌کنند تا بدون رنجش و ناراحتی رشد یابند. فرضیه فرعی سوم نشان داد که برخورد متواضعانه در حوزه مدیریت، مدیر را در نیل به اهداف خود یاری می‌دهد و لازم است که مدیران نسبت به افرادی که در مقام از آنها پایین‌ترند، خود را برتر ندانند. در این راستا مدیران لازم است نیکی کردن به زیردستان را سرلوحه کار خود قرار دهند و اعتماد سازمانی را افزایش دهند. فرضیه فرعی چهارم نشان داد که مدیرانی که سیرت نیکوی بالایی دارند، درباره مسائل اطراف خود تفکر انتقادی دارند، از دانش و تجربه خود در مواجهه با مشکلات استفاده می‌کنند و اعتماد زیردستان خود را کسب می‌کنند؛ بنابراین، با توجه به اینکه این مؤلفه بالاترین رتبه را دارد، لازم است که مدیران سازمان در افزایش آن و کسب اعتماد بیشتر کارکنان توجه بیشتری داشته باشند. فرضیه فرعی پنجم نشان داد که برخورد صمیمی و محبت‌آمیز با دیگران، شریک‌شدن در شادی آنان و تعریف و تمجید از صفات پسندیده و نیکوی آنها، به جنبه شور و اشتیاق و موفقیت مدیران سازمان کمک می‌کند و موفقیت آنان در موقعیت‌های مخاطره‌آمیز را در پی دارد؛ بنابراین، با توجه به اینکه این مؤلفه در پژوهش انجام شده پایین‌ترین رتبه را دارد، لازم است مدیران سازمان برای کسب اعتماد و بهبود سیرت خود و بهبود برخورد با کارکنان، بیشتر تلاش کنند. فرضیه فرعی ششم نشان داد که آگاهی مدیران از وضعیت زیردستان و در نظر گرفتن شرایط روحی و روانی کارکنان، همچنین برطرف کردن عوامل رنج‌آور و برخورد محبت‌آمیز با کارکنان، میزان غمخواری و حس اعتماد آنها را افزایش می‌دهد و روابط دوستانه مدیر و زیردستان را بهبود

می‌بخشد؛ بنابراین، توجه به این موضوع ضروری به نظر می‌رسد. فرضیه فرعی هفتم نشان داد که شوخ طبعی، در بهبود ارتباطات سازمانی، افزایش انگیزش و رضایت شغلی و کاهش استرس و تعارض در محیط‌های کاری مؤثر است. شوخی و خنده در محیط کار، نوعی پاداش (درونی) است و موجب می‌شود که فرد، مورد علاقه دیگران باشد و به‌عنوان عضوی از گروه پذیرفته شود؛ بنابراین، مدیران لازم است با شوخ طبعی، حس امیدواری و شادی کارکنان را برانگیزند و با ایجاد محیطی شاد و سرزنده و برخوردی دوستانه و گشوده با کارکنان، آنها را برای تحقق اهداف سازمان یاری کنند و اعتماد سازمانی را افزایش دهند.

با توجه به نتایج فرضیه اصلی پژوهش می‌توان گفت سیرت نیکوی مدیران به‌عنوان عاملی کلیدی در ارتقای اعتماد سازمانی و موفقیت مدیران سازمان نقش بسزایی دارد و الگوقرار دادن کارکنانی که از ویژگی‌های اخلاقی نیکویی برخوردارند و به رشد و اعتمادسازی سازمان کمک می‌کنند، به نشر و گسترش شاخص‌های اخلاقی در سازمان کمک شایانی می‌کند؛ بنابراین، با توجه به اینکه در سیره عملی پیامبر اکرم (ص) و حضرت علی (ع)، صدها نمونه از اخلاق نیکو و زیبا وجود دارد، لازم است مدیران و کارکنان سازمان برای الگوبرداری از این فضیلت‌ها مطالعه بیشتری داشته باشند. همچنین سوق دادن و تبدیل فرهنگ سازمان به فرهنگی حمایت کننده و پایبند به اصول و ارزش‌های اخلاقی اهمیت دارد که می‌توان آن را در سراسر سازمان نهادینه کرد و سازمان را به یک سازمان اخلاق مدار تبدیل ساخت. در نتیجه، سطح عملکرد کارکنان و کارایی آنان بالا می‌رود و جوی آکنده از اعتماد و رشد و شکوفایی ایجاد می‌شود. با توجه به نتایج تحلیل فرضیه‌ها، درمورد سازمان مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود که بحث سیرت نیکوی مدیران و اعتمادسازی با جدیت بیشتری دنبال شود تا سازمان در آینده به راحتی چالش‌های پیش‌روی مدیران را با ایجاد جو اعتماد و دوری از نفاق پشت سر بگذارد. با توجه به نتایج فرضیه فرعی اول پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان صداقت و راستگویی را سرلوحه کار خود قرار دهند و با استفاده از اخلاقی نیکو و روحیه‌ای جوانمردانه و کمک به دیگران در سخت‌ترین شرایط کاری، اعتماد بیشتری را کسب کنند تا در رسیدن به اهداف خود موفق شوند. با توجه به نتایج فرضیه فرعی دوم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان از میان افراد شجاع و جسور انتخاب شوند تا در برابر چالش‌های پیش‌روی مدیران با شجاعت و جسارت بیشتری برخورد کنند، مشکلات را با سعه صدر بیشتری بررسی کنند و به حفظ اقتدار سازمان و پایداری آن کمک کنند. با توجه به نتایج فرضیه فرعی سوم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان، به تواضع و فروتنی به‌عنوان یک الگوی اخلاقی که در احادیث و روایات دینی و مذهبی بسیار سفارش شده است، توجه کنند و با همدلی و همفکری با زیردستان و دوری از تکبر و غرور بی‌جا، اعتماد بیشتر کارکنان را جلب کنند. با

توجه به نتایج فرضیه فرعی چهارم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان، حکمت را اشاعه دهند و از انتقاد دیگران نهراسند. همچنین از اینکه اطلاعات خود را در اختیار دیگران قرار دهند، احساس خطر نکنند و احساس ازدست‌دادن قدرت نداشته باشند؛ بلکه این موضوع را مدنظر قرار دهند که تبادل اطلاعات، نه تنها سبب تعهد کاری بیشتر کارکنان نسبت به یکدیگر می‌شود، بلکه سطح دانش افراد را بالا می‌برد. با توجه به نتایج فرضیه فرعی پنجم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان، شور و اشتیاق در محیط کار را جدی بگیرند و با ایجاد محیطی صمیمی و دوستانه و تشویق کارکنان به روش‌های متفاوت، انگیزه آنان را برای بهبود عملکرد بالا ببرند و در پی آن اعتمادسازی کنند. با توجه به نتایج فرضیه فرعی ششم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان، با غمخواری و توجه به رفاه کارکنان و دور کردن عوامل رنج‌آور از آنها، همچنین با توجه ویژه به خواسته‌های رفاهی کارکنان، اعتماد آنها را افزایش دهند. با توجه به نتایج فرضیه فرعی هفتم پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان، با شوخ‌طبعی و ایجاد محیطی شاداب و پر از امید و نشان‌دادن روی گشاده به کارکنان خود، به صمیمیت و همدلی در محیط کار کمک کنند و در ارتقای اعتماد سازمانی گام‌های مؤثری بردارند.

این مطالعه با محدودیت‌هایی نیز روبه‌رو بود. اول اینکه یافته‌های این پژوهش به بعد زمانی و مکانی پژوهش محدود است. این امر تعمیم‌پذیری یافته‌ها را محدود می‌سازد. از سوی دیگر، از نظر روش پژوهش باید در نظر داشت که نتایج پژوهش‌های همبستگی و پژوهش‌های علی و معلولی، به شدت متأثر از حجم نمونه است؛ بنابراین، نتایج ممکن است با نوسان حجم نمونه تغییر کند. سوم اینکه بعضی از کارکنان سازمان تأمین اجتماعی کرمان، از همکاری با پژوهشگران و تکمیل پرسشنامه‌ها خودداری می‌کردند که یا به دلیل مشغله کاری یا به خاطر ترس از ارزیابی مدیران ارشد سازمان بود. این پژوهش در شهر تهران و روی سازمان تأمین اجتماعی انجام شد. برای افزایش قدرت تعمیم‌دهی نتایج باید پژوهش‌های مشابهی در سایر شهرها و روی سایر شعب سازمان تأمین اجتماعی نیز انجام شود.

References

- Abbaspour, A. & Dehghani, A. R. (2012). Study of comparative and analytical characteristics of employee training system characteristics of employee training system. *Journal of public administration*, 4(10): 101-118. (in Persian)
- Agarwal, V. (2013). Investigating the convergent validity of organizational trust. *Journal of communication management*, 17(1): 24-39.
- Barker, C. & Coy, R. (2003). *The heavenly virtues of leadership, management today series*. Sydney: McGraw-Hill.

- Bijlsma, K. & Koopman, P. (2003). Introduction: Trust within Organization, *Personal review*, 32(5): 1-10.
- Braine, R. D. (2007). Leadership, character and its development: A qualities exploration, *Journal of human resource management*, 5(1): 1-10.
- Burbaugh, B., J. Kaufman, E., K. & Cletzer, D. A. (2014). When is Courageous Leadership Invisible? *Virginia tech*, 2: 1-25.
- Caligiuri, P.M. (2005). The being five personality characteristics as predictors of expatriate's desire to terminate the assignment and supervisor performance. *Personnel psychology*, 53(1): 67-88.
- Connell, N.A.D. & Mannion, R. (2006). Conceptualization of trust in the organisational literature. *Journal of health organization and management*, 20(5): 407-433.
- Dietz, G. & Hartog, D. N. D. (2006). measuring trust inside organizations, *Personnel review*, 35(5): 555-588.
- Duckworth, A., Peterson, C., Matthews, M. & Kelly, R. (2007). Grit: Perseverance and Passion for Long-Term Goals. *Journal of personality and social psychology*, 92(6): 1087-1101.
- Kharazmi, O. A. & Nedaei, A. (2014), The influence of trust on flourishing innovation: study of pardis science & technology park in Tehran. *Journal of public administration*, 6(2): 227-248.
- Lamsa, A. M. & Pucetaite, R. (2006). Development of organizational trust among employees from a contextual perspective. *Business ethics*, 15(2): 130-141.
- Lanctot, J. D. & Irving, J. A. (2010). Character and Leadership: Situating Servant Leadership in a Proposed Virtues Framework. *International journal of leadership studies*, 6(1): 28-50.
- Lee, H. J. (2004). The role of competence-based trust and organizational identification in continuous improvement, *Journal of management psychology*, 19(6): 623-639.
- Lindar, O. (2010). Trust in co-workers and employee behaviors at work. *International review of business research papers*, 6(1): 194-204.
- Mckenna, R. & Campbell, V. (2011). The character x factor in selection leaders: beyond ethics, virtues, and values. *Journal of values-based leadership*, 5(2): 39-48.
- Miller, J. (2009). Relationship with humility. Divine Trust, *Australia at Smash words*, 14: 1-59.
- Mollering, G., Bachmann, R. & Lee, S. H., (2004). Introduction understanding organizational trust foundations constellations, and issues of operationalisation, *Journal of management psychology*, 19(6): 556-570.

- Myranda, S., Grahek, A., Dale, T. & Toliver, A. (2010). The character to lead: a closer look at character in leadership, *American psychological association, APA Journal*, 12: 1-49.
- Nabilou, A. & Assef, A. (2014). Investigation of Mazlo's hierarchy of needs in Saadi's Golestan, *Journal of textology of Persia*, 6(2): 43-66. (In Persian)
- Naderi, A. & Asadi, A. (2014). Analysis of the effect of good characters of managers on trust, citizenship behavior, and knowledge distribution: An empirical study in Nashr Industry, *Quarterly journal of Ketabe Mehr*, 15: 83-104. (in Persian)
- Nadi, M.A. & Moshfeghi, N. (2009). Identification of teachers' perceptions about the relationships among organizational trust, communicative and affective commitment to provide a structural equation modeling for Isfahan Education Office, *Quartely journal of leadership and educational Management*, 3(4): 155-174. (in Persian)
- Nasr Esfahani, A., Farokhi, M. & Amiri, Z. (2011). The effect of good charater of maangers on employees' happiness based on Islamic principles. *Islamic management journal*, 20(1): 61-79. (in Persian)
- Nasr Esfahani, A., Shol, S. & Arefnezhad, M. (2012). Investigating the effect of managers' good character on staff's organizational citizenship behavior (Case study: Isfahan University), *Management research*, 5(15): 45-62. (in Persian)
- Pain, K. D. (2003). *Guidelines for measuring trust in organizations*. Available At: www.instituteforpr.com
- Peterson, C. & Seligman, M. E. (2004). *Character strength and virtues: A Handbook and classification*, Published by American Psychological Association, Oxford University press.
- Roman, S. & Ruiz, S. (2005). Relationship outcomes of perceived ethical sales behavior: The customer's perspective. *Journal of business research*, 58(4): 439-445.
- Sankar, Y. (2006). Character not Charisma is the critical measure of leadership excellence. *Journal of leadership & organizational studies*, 9: 45-55.
- Sarros, J. K., Cooper, B. M. & Hartican, A. (2006). Leadership and character, *Emerald Group Publishing Limited*, 27(8): 682-699.
- Sing, D. (2012). Enhancing insights on the leadership role of South African public servants theoretical and conceptual perspectives, school of management, *Information technology and governance univercity of Kwazula- Natal*, 20(2): 8-33.
- Tan, H. H. & Lim, A.K.H. (2009). Trust in coworkers and trust in organizations. *Journal of psychology*, 143(1): 45-66.