مجله علمی پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی (سال چهارم)
شماره ۱۴/ زمستان ۱۳۹۷ / ص ۸۳- ۶۳

اثر سنجی نقش اعتماد سازمانی بر چابکی سازمان

(مورد مطالعه شرکت آبسال تهران)

فرهاد نژاد ایرانی [۱]، حجت منتظرخراسان [۲]

[۱]گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

[۲]گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

نام نویسنده مسئول:

فرهاد نژاد ایرانی

چکیده

هدف از پژوهش حاضر اثر سنجی نقش اعتماد سازمانی بر چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، در گروه تحقیق‌های کاربردی و برحسب نحوه گردآوری داده‌ها، تحقیق حاضر از نوع توصیفی و برحسب چگونگی اجرا در قالب تحقیقات پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت آبسال تهران به تعداد ۳۰۰ نفر می باشد که حجم نمونه آن با استفاده از فرمول کوکران ۱۶۷ نفر محاسبه و از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای انتخاب نمونه استفاده گردید. برای گردآوری داده ها از دو پرسشنامه استاندارد، اعتماد سازمانی رابینز و چابکی سازمانی شریفی و ژانگ استفاده شد. پایایی پرسشنامه ها به ترتیب ۰/۹۲۵ و ۰/۹۶۳ از طریق آلفای کرونباخ بدست آمد، برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه های جمع آوری شده از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است بدین ترتیب که برای طبقه بندی، تلخیص و تفسیر داده ها، از آمار توصیفی و پس از تعیین نرمال بودن داده ها بوسیله آزمون کولموگروف- اسمیرنوف، در سطح استنباطی هم، از آزمون پیرسون استفاده شد و برای اولویت بندی از آزمون فریدمن استفاده شد، یافت های تحقیق بیانگر آن است که اولاً وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران بالاتر از حد متوسط است و همچنین آزمون های آماری نشان دادند که بین اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در بین کارکنان شرکت آسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: اعتماد سازمانی، شایستگی، روراستی، وفاداری چابکی سازمان، شرکت آبسال تهران

مقدمه

امروزه اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی به طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی نیز از اعتماد به عنوان عامل بنیادی برای سازمان های اثربخش نام برده می شود و متخصصین رهبری و محققان به اهمیت ایجاد اعتماد در بین نیروی کار اذعان دارند. مطالعه ادبیات سازمانی نشان می دهد که اعتماد یک عامل حیاتی و ضروری برای موفقیت فردی و سازمانی می باشد [۸]. بنابراین، تمام اعضای سازمان باید به نقش مؤثر اعتماد در برقراری روابط منظم و منطقی اهمیت بدهند تا با افزایش اعماد در سطح سازمان ها باعث افزایش بهبود کارها و آسایش کارکنان شود. توسعه چابکی سازمانی در فضای آکنده از اعتماد، سازمان ها را برای کار کردن در دنیای واقعی کسب و کار با توجه به تغییرات شتابان محیط آماده می سازد و قابلیت خود تنظیمی و خود تطبیقی آنها را افزایش و دستیابی به معیارهای کارآمدی سازمانی را در جهت بقاء و پایداری در موقعیت رقابتی مقدور می سازد.

سلیگمن معتقد است که توجه فزاینده به اعتماد به عنوان پاسخی به این واقعیت است که، در شرایط کنونی ما بیشتر به اعتماد وابسته ایم (کمتر به صمیمیت) تا وقتی که سیستم دچار عدم اطمینان است[۲۵]. به علاوه اعتماد سازمانی، مشارکت در تصمیم گیری را افزایش می دهد و محیط کاری مولدی را ایجاد می کند [۲۹]. از نگاه رابینز اعتماد، داشتن این انتظار، مثبت است که دیگران چه با کلمات، چه در اعمال و چه در تصمیمات فرصت طلبانه عمل نمی کنند. مهمترین عناصری که در این تعریف به چشم می خورند، آشنایی و ریسک است. عبارت "انتظار مثبت" در تعریف، آشنایی و شناخت نسبت به طرف مقابل را گوشزد می کند [۹]. آنچه که می تواند یک تعهد و اطمینان دوجانبه را فراهم سازد و شرکتها و سازمانها را به انباشت سرمایه و سوددهی هدایت کند، وجود فضای پر از اعتماد در تجارت و اقتصاد است و این اولین قدم است برای پاسخگویی و حساب پس دهی شرکتها در قبال عملکرد خویش. سازمانها را افراد به وجود می آورند و موجودیت یک سازمان در گرو وجود افرادی است که برای تأمین یک هدف مشترک گرد هم می آیند. در بستر تعاملات و کنش های گروهی، اعتماد به عنوان یک مکانیسم اجتماعی، کارکردهای متعدد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و روان شناسی خود، نقش مهمی را ایفا می کند که شاید بتوان گفت مهم ترین آنها برقراری نظم اجتماعی و انسجام گروهی است. اعتماد باعث پیدایش آرامش و امنیت روانی می گردد و برای حرکت موفقیت آمیزی علی الخصوص فعالیت های اقتصادی، صنعتی و غیره ضرورت بررسی این موضوع و تجزیه و تحلیل و ارائه راهکارهای مناسب، اجتناب ناپذیر است. در وضعیت موجود، یکی از مسائل حاد و پراهمیت، نبود اعتماد یا به نوعی کاهش اعتماد در سازمانهای مختلف است. کارکنان در سازمانها از اعتماد و اطمینان اندک برخوردارند. به همین دلیل ارتباط مناسب در گروهها و یا تیمهای مربوطه برقرار نمی شود که پیامد آن پیدایش مسائل مزمن سازمانی است. اعتماد یکی از عناصر مهم و کلیدی سرمایه اجتماعی گروه ها و جوامع را تشکیل می دهد. برای استحکاک، قوت، نظم و توسعه همه جانبه ایران که در آن همه آحاد مردم، تعاون و مشارکت فعال داشته باشند. افزایش سرمایه اجتماعی ضروری به نظر می رسد. بنابراین، در جامعه ما، سازمان ها برای اینکه بتوانند بر مسائل مزمن سازمانی خود منجمله اعتمادسازی، کامیاب شوند و در محیط پرتلاطم و رقابتی امروز باقی بمانند، باید خود را به افکار مترقی کسب و کار تجهیز نموده و به طور مستمر نیز فرآیند خود را بهبود بخشند. قطعاً رهبری این گونه سازمانها در سطوح مختلف کلان، گروهی و تیمی بسیار حساس و پیچیده است. از این روی که نظام ارتباطی بسیاری از سازمانها مخدوش و ناهمخوان است و سیاستگذاران چنین نظامهایی از ذهنیت کمیابی برخوردارند، نمی توانند اعتماد و اطمینان لازم را میان کارکنان به وجود آورند. با التفات به این امر که بدون شناخت وضع موجود و ارائه تبیین قوی از آن براساس و پشتوانه نظری قابل قبول نمی توان قدمی در جهت اثربخشی سازمانها و ارتقاء فرهنگ سازمانی برداشت.

چابکی به طور کلی توانایی یک سازمان برای درک تغییر محیطی و سپس پاسخگویی سریع و کارا به آن تغییر است. این تغییر محیطی می تواند تغییرات تکنولوژیک و کاری یا تغییر نیاز مشتری باشد. واژه «چابک» توصیف گر سرعت و قدرت پاسخگویی در هنگام مواجهه با رویدادهای داخلی و خارجی سازمان است. سازمان های چابک نه تنها باید پاسخگوی تغییرات موجود باشند، بلکه با یک آرایش بندی مناسب باید قادر به کسب مزایای رقابتی نیز باشند. در سالهای اخیر، اکثر سازمانهای تولیدی روی کاهش هزینه متمرکز شده اند، بسیاری سازمانها قادر به حفظ سودآوری خود بوده اند، حتی در شرایطی که قیمت محصولات آنها ۴۰ درصد یا بیشتر افت کرده است. این سازمان ها، فعالیت های بدون ارزش افزوده را شناسایی و حذف می کنند، که این خود در جهت کاهش اتلاف منابع آنهاست. آنها مفاهیمی مثل تولید ناب، تولید به موقع، شش سیگما و ... را در خود اجرا کرده اند ولی فقط این موارد برای چابکی کافی نیستند. برخی از سازمان ها اکوسیستم هایی را ایجاد می کنند که فقط در محیط های پایدار مؤثرند و با کوچکترین تغییر دچار مشکل می شوند.

اهمیت اعتماد و نقش محوری آن در موفقیت سازمانی امروزه بر کسی پوشیده نیست. پی ریزی، حفظ و ارتقاء سطح اعتماد، سنگ بنای موفقیت سازمان ها در قرن حاضر است. در صورت عدم اعتماد در روابط سازمانی، سایر مباحث پیشرفته مدیریتی بی معنی گشته و تلاش ها برای افزایش بهره وری به نتیجه نخواهد رسید. در عوض اگر در سازمان ها اعتماد وجود داشته باشد، قابلیت انعطاف پذیری و سازگاری با محیط بیشتر شده، راحت تر می توانند ساختارهای درون و برون سازمانی خود را اصلاح کنند و فرایند تغییر را اثربخش تر طی نمایند [۱۵]. مفهوم اعتماد و مسائل مربوط به آن در چند سال گذشته به طور فزاینده ای محوط مطالعه سازمان ها گردیده است. امروزه اهمیت اعتماد در سازمان ها به خوبی آشکار گردیده است چرا که برقراری ارتباطات و تحقق همکاری میان افراد نیازمند وجود اعتماد است. در عصری که روابط

بین افراد و گروه ها سست تر شده و به سرعت در حال تغییر است، موضوع محوری سازمان ها است که رشد و حیات آنها را تضمیم می نماید. اهمیت اعتماد به این دلیل است که مدیران به دنبال درک و شناخت چگونگی ایجاد همکاری موثر در سازمان ها می باشند. اعتماد عاملی کلیدی است زیرا همکاری را به وجود می آورد [۳۰].

با توجه به موارد ذکر شده این تحقیق به دنبال بررسی و تعیین وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران و تعیین نوع ارتباط بین اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران به عنوان اهداف اصلی می باشد. همچنین در راستای اهداف اصلی، تعیین و تبیین ارتباط ابعاد صداقت، ثبات، روراستی، وفاداری و شایستگی اعتماد سازمانی با چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران به عنوان اهداف فرعی متصور شده اند. از این جهت سوال اصلی تحقیق حاضر به این شرح می باشد : اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران در چه حدی می باشد؟ و بین وضع موجود اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران چه نوع رابطه ای وجود دارد؟

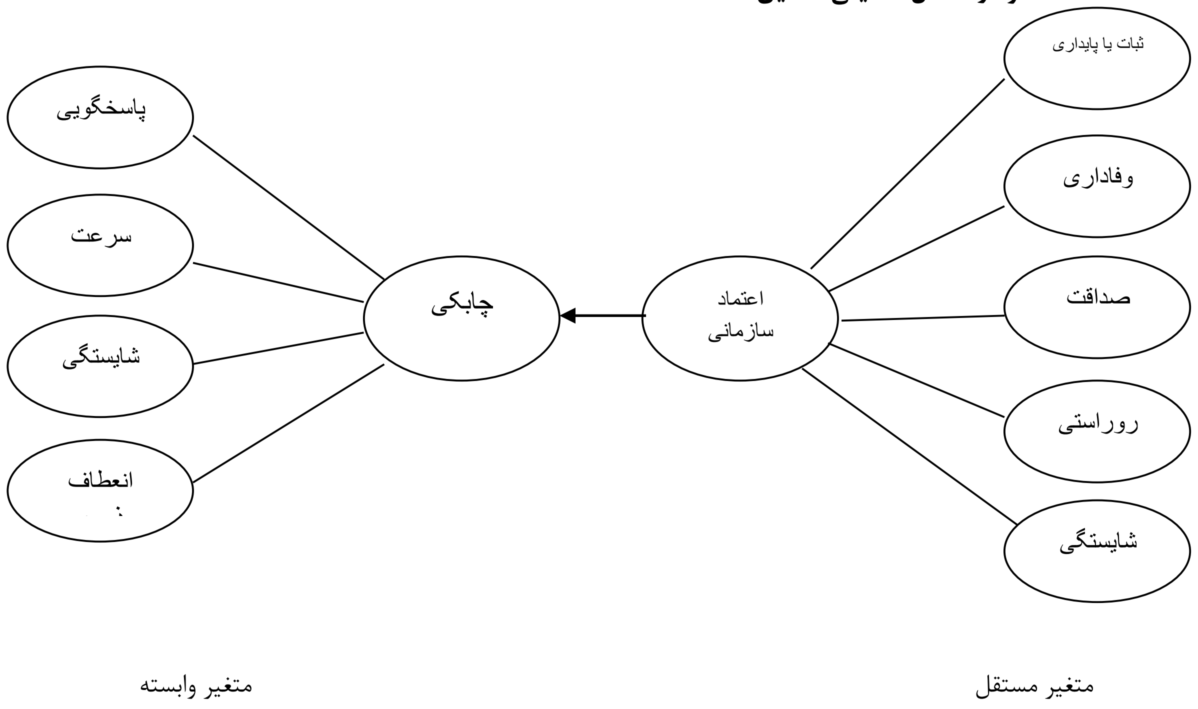
در تحلیق حاضر برای بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی با چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران، بعد از مطالعه ادبیاتی، کتب و بررسی مقالات موجود در اینترنت، تحقیقات انجام شده و همچنین کسب نظر اساتید در این مورد، نظریه استیفین پی رابینز به عنوان چارچوب نظری اعتماد سازمانی در نظر گرفته شد. که اعتماد سازمانی از نظر رابینز در پنج بعد:

۱- صداقت: درستی، پاکی و دارای حقیقت بودن.
۲- شایستگی: داشتن مهارت و دانش در زمینه فنی و روابط انسانی.
۳- وفاداری: حفظ آبرو و حیثیت.
۴- ثبات و پایداری: قابلیت اعتمادف توان پیش بینی و قضاوت خوب به هنگام رویارویی به اوضاع و شرایط مختلف.
۵- روراستی: تبادل نظر و دادن اطلاعات به صورت آزاد [۹] تعریف گردید.

و برای چابکی سازمان هم از نظریه شریفی و ژانگ به عنوان چارچوب نظری چابکی سازمان در نظر گرفته شد. که چابکی سازمان از نظر شریفی و ژانگ[۲۸] در چهار بعد، ۱- سرعت ۲- انعطاف پذری ۳- پاسخگویی ۴- شایستگی، تعریف گردید.

۱- پاسخگویی: به توانایی تشخیص تغییرات، و واکنش سریع و بهره جویی از آنها اشاره دارد.
۲- سرعت: عبارت است از توانایی انجام فعالیتها در کم ترین زمان ممکن.
۳- شایستگی: بر توانایی کسب اهداف و مقاصد سازمان دلالت می کند.
۴- انعطاف پذیری و قابلیت سازگاری: عبارت است از توانایی برای جریان دادن به فرایندهای مختلف و کسب اهداف مختلف، با استفاده از امکانات و تسهیلات یکسان [۳] تعریف گردید، تا رابطه هر یک از ابعاد اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران با چابکی سازمان مورد بررسی قرار گیرد.

نمودار ۱ مدل تحلیلی تحقیق



برخی واژه ها در متن تحقیق بکار رفته که در بخش موضوع و مفاهیم نظری و تئوریک نیز تکرار می شود. لذا، به منظور پیشگیری از سوء برداشت و بروز برخی ابهامات، لازم است تعریف مختصری در رابطه با هر یک ارائه گردد:

اعتماد سازمانی: ادراکات فردی مثبتی است که افراد درباره محتوا و رفتارهای اعضای سازمان دارند و بر پایه نقشها، ارتباطات، تجارب و وابستگی های سازمانی شکل می گیرد. اعتماد را به عنوان تمایل این که فردی با دیگری به طور داوطلبانه تعامل برقرار نماید نیز تعریف کرده اند. وجود میزان یا درجه بالای اعتماد در سازمان مستلزم افزایش احتمال تمایل افراد به قرارگیری در چنین موقعیت داوطلبانه و تسهیم اطلاعات داوطلبانه می باشد.

صداقت: یک اصل اخلاقی است که مبتنی بر خودشناسی، شجاعت، هوشمندی و هنرمندی است. انسان با تکیه بر صداقت دیگران می تواند با اطمینان در کنار آنان احساس ایمنی کرده و آرامش ببیند. صداقت در اصل نشانگر صاف و پیش بینی پذیری رفتار دیگران است[۱].

انعطاف پذیری: توانایی اتخاذ ساختارهای کسب و کار متفاوت و جدید در تغییرات سریع در استراتژی، کار، شغل، و دیگر موارد است. این تغییرات با شاخص هایی چون مدل محصول انعطاف پذیری در محیط کار و راهبردهای کسب و کار انعطاف پذیر قابل ارزیابی و سنجش خواهد بود.

پاسخگویی: واکنش مناسب به تغییرات محیطی و مشتریان و نیازهای نوین افراد را پاسخگویی گویند. پاسخ گویی اجتماعی سازمانی را می توان ، ظرفیت بالفعل سازمان درجهت برآورده سازی عملی و واقعی توقعات و انتظارات اجتماعی از سازمان تعریف نمود[۱].

سرعت: توانایی ایجاد تمام شرایط و مشخصات لازم چابکی در کوتاهترین زمان [۲۸].

ثبات و یکپارچگی: تعیین و تعریف ارتباطات ساده میان اجزای سیستم های اشخاص و افراد، استفاده آسان و راحت از اطلاعات و ارتباطات میان اجزای سیستم [۲۷].

خیرخواهی: خیرخواهی به معنی انگیزه های مهربانانه و میزان مبحث یک شخص نسبت به گروه مقابل و توجه صادقانه به رفاه دیگران است.

صلاحیت: صلاحیت به قابلیت های دیگران برمی گردد که براساس آن می توانند وظایف خود را انجام دهند (براساس مهارت ها و دانش).

صداقت: صداقت شامل تعبیت از یکسری اصول است که مورد قبول گروه مقابل است و شامل امانت داری و رفتار منصفانه و اجتناب از ریاکاری می شود.

قابلیت پیش بینی: قابلیت پیش بینی هم به طور خاص مربوط به ثبات و نظم در رفتار می شود. بر این اساس اعتمادیک مفهوم چند بعدی است. پس اعتماد وقتی ایجاد می شود که محتوی مولفه‌های آن به عنوان زیرحوزه های مجزای اعتماد ظاهر شوند[۲۰].

طبقه بندی های متفاوتی از اعتماد ارائه شده است که هر کدام با توجه به زمینه مورد مطالعه و سطح تجزیه و تحلیل باهم متفاوتند. در ادامه به تعدادی از این طبقه بندی ها اشاره می شود.

طبقه بندی شاپیرو و دیگران

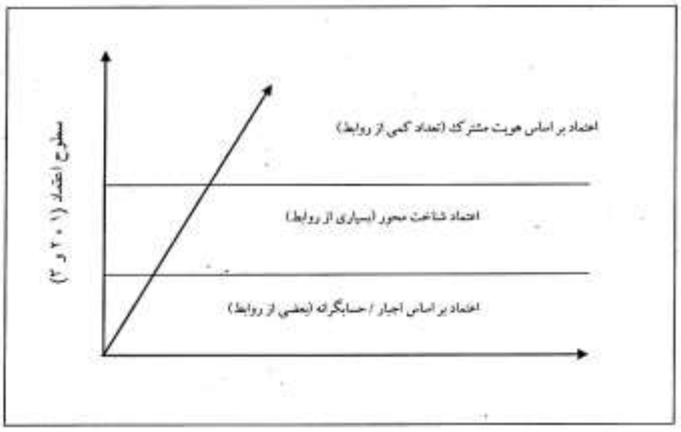
شاپیرو و دیگران مدلی سه مرحله ای از اعتماد ارائه داده اند. این مدل شامل سه شکل مختلف از اعتماد است که در آن هر شکل از اعتماد منجر به شکل دیگری از اعتماد می شود در واقع این طبقه بندی نشان دهنده سطوح اعتماد است که می توان آن را از بی اعتمادی تا اعتماد کامل بر روی یک پیوستار نشان داد.

اعتماد براساس اجبار/ حسابگرانه : اعتماد براساس اجبار به ترس از تنبیه شدن مربوط می شود و از آن به عنوان یک عامل منفی یاد می شود، در حالیکه در اعتماد حسابگرانه به خاطر انجام فعالیت هایی در روابط یک عامل مثبت در نظر گرفته می شوند، پاداش داده می شوند. از این رو، به خاطر ترس از تنبیه شدن ثبات رفتاری وجود خواهد داشت. به احتمال زیاد ترس از تنبیه شدن محرک قوی تری نسبت به وعده پاداش است. برخی از نویسندگان اعتماد براساس اجبار را اعتماد حسابگرانه می نامند زیرا آن ها معتقدند که اعتماد براساس اجبار نه تنها بر مبنای ترس از تنبیه شدن بخاطر نقض اعتماد است، بلکه بر مبنای پاداشی است که بخاطر حفظ آن ناشی می شود. در یک رابطه مستمر اگر پیامدهای مثبت بیشتر از پیامدهای منفی باشد، نقض اعتماد ممکن است تحمل شود. اعتماد حسابگرانه دارای ویژگی هایی مثل انتظارات کوتاه مدت و پیشامدهای اتفاقی است. روابط در این نوع اعتماد شکننده است و در صورت تخطی، مورد ارزیابی مجدد قرار می‌گیرد. به عقیده دایتز، این نوع اعتماد از ضعیف ترین نوع اعتماد است که وی از آن به بی اعتمادی یاد می کند چرا که با تعریف ارائه شده با اعتماد تطابق ندارد. در اینجا یک سوء ظن قبلی عمیق نسبت به دیگران وجود دارد، اما اعتماد کردن به دیگران تاکتیک بهتری است تا اینکه اعتماد نکنیم [۲۰]. هر چند در طبقه بندی دایتز اعتماد حسابگرانه از اعتماد براساس اجبار جداً شده است. لیکن در طبقه بندی شاپیرو این نوع از اعتماد در یک طبقه جای گرفته اند.

مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی و مطالعات اجتماعی، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۷، جلد دوم، ص۱۴۳-۱۳۶
http://www.jhss.ir

اعتماد شناخت محور : این نوع اعتماد براساس شناخت نسبت به اعتماد شونده می باشد و به اعتماد کننده این امکان را می دهد تا رفتار اعتماد شونده را درک و پیش بینی نماید. هر چه که ما شناخت بیشتری نسبت به دیگران داشته باشیم بهتر می توانیم به آنچه که در آینده انجام خواهند داد اعتماد کنیم. زیرا دقیقاً می توانیم عکس العمل آنها را در بیشتر موقعیت ها پیش بینی نماییم. برای مثال اعتمادی که در روابط عاشقانه یا در روابط کسب و کار طولانی مدت ایجاد می شود، از آن جا که طرفین به طور متقابل حد و حدود اعتماد یکدیگر را درک می کنند، از نوع اعتماد شناخت محور می باشد.

اعتماد براساس هویت مشترک : اعتماد براساس هویت مشترک محصول درک متقابل است. در این جا هر گروه، دیگری را درک می کند و آنچه را که مستلزم حفظ این رابطه اعتمادی است می فهمد. در این مرحله از اعتماد، اعتماد واقعی وجود دارد زیرا گروه ها به طور موثر خواسته های یکدیگر را درک می کنند. بر روی آن ها توافق دارندو از آنها حمایت می کنند. در این نوع از اعتماد گروه ها با اهداف یا ارزش ها، موقعیت ها و هویت های مشترک پیوند خورده اند در حقیقت این نوع از اعتماد براثر دلبستگی شدید و توافق کامل اهداف در بین گروه ها شکل گرفته است به طوریکه هر گروه می تواند منافع طرف مقابل را با اطمینان کامل آنها محقق سازد [۲۰].



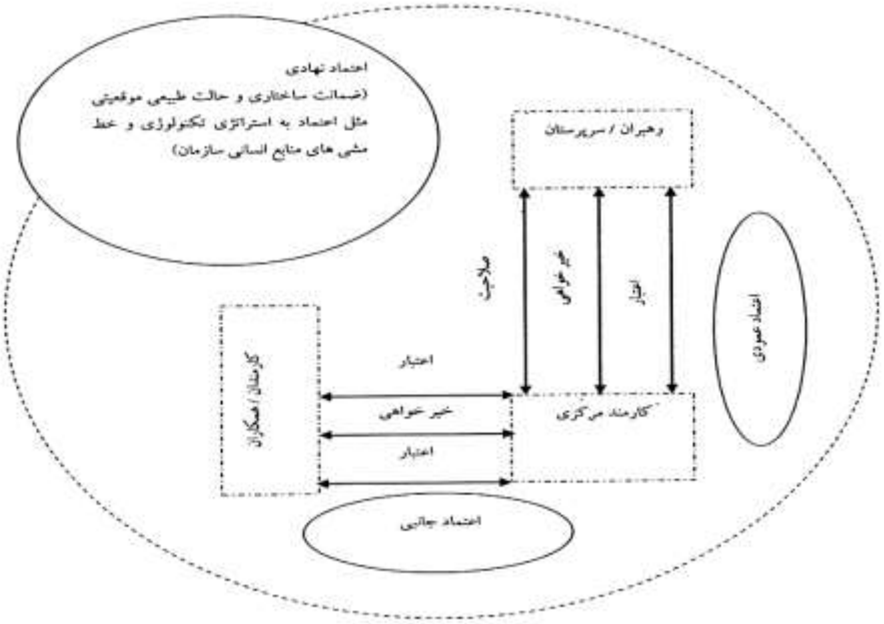
شکل۱ : طبقات اعتماد [۲۰]

طبقه بندی الونن و دیگران

الونن و دیگران نیز طبقه بندی دیگری از اعتماد سازمانی ارائه داده اند. آن ها اعتماد سازمانی را به دو بعد اعتماد بین شخصی (ارتباطی) و غیر شخصی تفکیک کردند. در این مطالعه هر دو نوع از از اعتماد سازمانی یعنی اعتماد ارتباطی و غیرشخصی را مورد بررسی قرار می دهیم. اعتماد ارتباطی می تواند به دو بعد شکسته شود: اعتماد جانبی که به اعتماد بین کارکنان مربوط می شود و اعتماد عمودی که به اعتماد بین کارکنان و رهبرانشان برمی گردد. این اعتمادها براساس صلاحیت، خیرخواهی، و یا اعتبار می باشند [۲۱].

اعتماد نهادی به معنای این است که فرد باور داشته باشد که برای تدارک تلاش موفقیت آمیز آینده وجود ساختارهای غیرشخصی ضرورت دارد و به دو شکل مختلف نمود پیدا می کند: حالت عادی موقعیتی و ضمانت ساختاری. اعتقاد به حالت عادی موقعیتی برگرفته از آن تصور است که همه چیز در حالت عادی و معمول خود هستند و یا همه چیز در سر جای خود قرار دارند. بنابراین حالت عادی موقعیتی اعتقاد به این باور است که موفقیت احتمالاً به خاطر عادی بودن موقعیت حاصل شده است. از طرف دیگر، شمانت ساختاری به معنای این اعتقاد است که موفقیت احتمالاً به خاطر شرایط زمینه ای از قبیل پیمان ها، قراردادها، مقررات و ضمانت ها (تدابیر امنیتی ساختاری) حاصل می شود. بنابراین، نوع نهادی اعتماد سازمانی بیان کننده فعالیت ها و فرایندهای سازمانی هستند که به جز مدیریت عالی، برای سایر اعضای شخصی (خصوصی) نشده اند، از قبیل صلاحیت تجاری و تکنولوژیکی، بینش و استراتژی، خط مشی های منابع انسانی و ارتباطات [۲۱].

مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی و مطالعات اجتماعی، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۷، جلد دوم، ص۱۴۳-۱۳۶
http://www.jhss.ir



شکل۲: مفهوم اعتماد عمودی، جانبی و نهادی [۲۱]

چابکی عبارتست از مجموعه ای از توانمندیها و شایستگی ها که باعث بقا و پیشرفت سازمان در محیط کسب و کار (که ویژگی اساسی آن وجود تغییرات دائمی و عدم اطمینان است) می شود. بنابراین هر سازمانی جهت نائل شدن به چابکی باید دو توانمندی (پاسخگویی و انعطاف پذیری) و یک شایستگی (نمونه سازی سریع) داشته باشد و هر یک از توانمندی ها و شایستگی ها به تعدادی از ابعاد و شاخص شکسته می شود. با افزایش تغییر در محیط کسب و کار و رقابتی تر شدن آن، سازمان های تولیدی نیازمند سیستم تولیدی هستند که بتوانند به تمامی نیازهای مشتریان پاسخگو باشند. در محیط آشفته ای (نامطمئن و متغیر) که شرکت های ما در آن مشغول فعالیت هستند، یکی از مهمترین فاکتورهای بقا و پیشرفت آنها، چابکی است. ویژگی اساسی این محیط تغییر و عدم اطمینان است. شرکتها در این محیط، چگونه باید عمل نمایند تا بتوانند در حین اینکه خود را حفظ می نمایند، بتوانند از تغییرات حداکثر منفعت را کسب نموده و پیشرفت نمایند. سیستم تولیدی چابک راه حلی جدید برای مقابله با این چالش است [۷]. تحقیقات زیادی بصورت جدا در مورد اعتماد سازمانی و چابکی سازمان صورت گرفته که به چند مورد اشاره می شود.

۱. در تحقیقی دیگر مشفقی و نادی[۱۳] به بررسی شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی به منظور ارائه یک مدل معادلات ساختاری مناسب در آموزش و پرورش اصفهان پرداختند. این پژوهش از نوع پژوهش های همبستگی با استفاده از روش مدل یابی علّی است. بدین منظور ۳۵۰ نفر (۱۲۶ مرد و ۲۲۳ زن) به عنوان نمونه از بین کلیه معلمان و دبیران مرد و زن نواحی ۵ گانه آموزش و پرورش شهر اصفهان با روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای که در آن نسبت سهم شرکت کنندگان نیز درنظر گرفته شده بود، انتخاب شدند. برای جمع آوری داده های پژوهش از دو پرسشنامه اعتماد به سازمان و اعتماد به مدیر، هم چنین دو پرسشنامه تعهد مستمر و عاطفی استفاده گردید. روایی صوری و محتوایی و پایایی این پرسشنامه ها به دقت بررسی و مورد تایید قرار گرفت. در راستای بررسی فرضیه های پژوهش داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار بسته آماری علوم اجتماعی و لیزرل تحلیل گردید. یافته نشان داد که همبستگی بین اعتماد به مدیر با تعهد مستمر (۰/۲۴۱) و تعهد عاطفی (۰/۲۵۹) در سطح (10.0 $p<$) معنادار بوده و اعتماد سازمانی (که ترکیب نمره اعتماد به سازمان و اعتماد به مدیر بود) برتعهد سازمانی دارای تأثیر مستقیم، یک سویه و معنادار بوده است. از بین فرضیه های ارائه شده در مدل پیشنهادی پژوهش فرضیه دوم و سوم مبنی بر رابطه یک سویه و مستقیم اعتماد به سازمان با تعهد عاطفی و تعهد مستمر مورد تأیید قرار نگرفت و در نهایت مدل علّی طراحی شده براساس الگوی معادلات ساختاری با شاخص نیکویی بر ارزش (gfi) بازنگری و مدل مفهومی نهایی ارائه گردید.

۲. جعفری [۴] در پژوهشی با عنوان بررسی اعتماد به مثابه خط مشی در مدیریت سازمان و آثار آن بر تعهد کار کارکنان دستگاههای اجرایی در شهر تهران پرداخته است. نتایج تحلیل های متعدد آماری نشان داد که متغیرهای اعتماد به مثابه خط مشی، مقبولیت و مشروعیت مدیر، همبستگی، مشارکت و کار گروهی، روابط اظهاری و رضایت کاری بر تعهد کاری کارکنان تاثیر معنی دار دارند و تنها متغیر قانون مداری مدیر به نسبت سایر متغیرها به لحاظ آماری مورد تایید قرار نگرفت.

۳. در تحقیقی دیگر نیک پور و سلاجقه [۱۷] به بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و رضایت شغلی پرداختند. هدف از مطالعه حاضر تعیین رابطه بین چابکی سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمانهای دولتی شهر کرمان می باشد. تحقیق حاضر از نوع پژوهش های توصیفی و همبستگی است که به روش پیمایشی انجام شده است جامعه آماری پژوهش شامل ۱۹۱۵ نفر از کارکنان رسمی سازمان های دولتی شهر کرمان در سال ۱۳۸۹ بوه است و نمونه گیری به روش طبقه بندی منظم انجام شده و تعداد ۳۲۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. به منظور تجربه و تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه هایی محقق ساخته چابکی سازمان و رضایت شغلی می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که بین چابکی سازمانی و زیرمتغیرهای آن یعنی پاسخگویی، شایستگی، انعطاف پذیری و سرعت در کار و رضایت شغلی رابطه ای معنادار وجود دارد($p< 0.001$).

۴. فتاحیان و همکارانش [۱۰] در تحقیقی با عنوان راه کارهای چابکی در سازمان های تولیدی نتیجه گرفتند که دلایل نیاز تشکیل سازمان به چابکی کوتاه بودن فرصت های بازار، عدم وجود تمامی قابلیت های مورد نیاز جهت ارائه سریع یک محصول جدید در بازار، غیرقابل پیش بینی بودن تغییرات مداوم در سطح بازارها و بهره گیری از فرصت های فوری و کوتاه مدت بازار از طریق ادغام قابلیت های محوری شرکت های مستقل از هم استوار است.

۵. حضرتی [۵] در تحقیقی تأثیر رهبری خدمتگزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمانهای دولتی را در دانشگاه تهران انجام داده است. هدف تحقیق حاضر بررسی اثرات الگوی رهبری خدمتگزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمانهای دولتی می باشد. در این تحقیق ۳ فرضیه آورده شده است. جامعه آماری شامل کارکنان و مدیران وزارت کار و امور اجتماعی بوده است. و نمونه گیری به روش تصادفی ساده صورت گرفته است. اندازه نمونه آماری براساس فرمول جامعه محدود، حدود ۲۶۴ نفر برآورد شده است که برای اطمینان بیشتر از ۲۸۰ پرسشنامه توزیع گردیده و ۲۷۰ پرسشنامه کامل جمع آوری شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده بدین منظور به کمک تحلیل عامل اکتشافی و با نرم افزار spss نسخه ۱۵ مقیاسی برای متغیرهای رهبری خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی کارکنان طراحی شده است. به منظور آزمون فرضیه ها، ابتدا از آزمون رتبه ای اسپرمن با استفاده از نرم افزار spss 15 ، جهت سنجش همبستگی بین متغیرها استفاده شده است. ابتدا ضرایب همبستگی بین رهبری خدمتگزار و اعتماد سازمانی (۸۳۷٪)، رهبری خدمتگزار و توانمندسازی کارکنان (۰/۵۹۹) و اعتماد سازمانی (۶۰۲٪) بدست آمده است سپس رابطه علی متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری، با کمک نرم افزار Lisre 18.53 آزمون شده است. نتایج حاصله به وجود رابطه ای قوی میان رهبری خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی دلالت دارند. همچنین یافته های تحقیق بیانگر آنند که تفاوت معنی داری میان ادراک کارکنان و مدیران از رهبری خدمتگزار وجود دارد.

۶. در تحقیقی دیگر توسط دانای فرد و همکاران [۸] در قالب طرح پژوهشی با عنوان بررسی ارتقاء اعتماد در درون سازمانی در بخش دولتی و نقش شایستگی مدیریتی انجام شده است. هدف از این پژوهش بررسی مؤلفه های مختلف تأثیرگذار بر اعتماد درون سازمانی، و شایستگی مدیریتی مدیران دولتی بوده است در بین مؤلفه های مختلف تأثیرگذار بر اعتماد درون سازمانی، مؤلفه های تأثیرگذار مدنظر قرار گرفته است. در ابتدا مؤلفه های اعتماد سازمانی و مؤلفه های شایستگی مدیران مورد بررسی تحلیل قرار گرفته و سپس اقدام به تدوین معادله ارتباط بین دو مؤلفه شده است. روش پژوهش مبتنی بر تحلیل توصیفی می باشد و نمونه آماری شامل ۸۰۰ نفر از اعتماد کارکنان سازمان خدمات عمومی بوشهر بوده است. تحلیل داده ها نشان می دهد که بین شایستگی مدیریتی و سازمانی در سازمانهای دولتی رابطه مثبتی وجود دارد.

تحقیقات انجام شده خارج از کشور

۱. شریفی و ژانگ [۲۸] در تحقیق خود با ارائه مدل مفهومی برای چابکی سازمان محرک های چابکی، حرکتهای چابکی، قابلیت های چابکی و ابزارهای چابکی را معرفی کردند و اظهار داشتند که یک سازمان چابک برای اینکه بتواند به تغییراتی که در محیط کسب و کارش رخ می دهد، پاسخ مناسب بدهد نیازمند توانایی های پاسخگو بودن، شایستگی، انعطاف پذیری و سرعت عمل است. در پاسخ گویی باید توانایی شناسایی تغییرات و پاسخ سریع به صورت فعال به آنها باشد. شایستگی توانایی هایی است که بهره وری، کارایی و اثربخشی فعالیت ها را در جهت اهداف سازمان فراهم می کند. انعطاف پذیری، توانایی فراهم آوری و ساخت محصولات متنوع و رسیدن به اهداف متفاوت با تجهیزات یکسان می باشد که برای رسیدن به توانایی هایی که از آنها نام برده شده نیازمند توانایی تکمیل یک فعالیت در سریع ترین زمان ممکن است.

۲. جیانگ و چن [۳۱] در سال ۲۰۱۷ در تحقیقی با عنوان اثرات اعتماد سازمانی بر یادگیری سازمانی و خلاقیت، اثرات اعتماد سازمانی را در صنایع با تکنولوژی بالا در پارک ماوِی شهر فوجیان چین بررسی کرده اند. پرسشنامه بین ۵۰۰ نفر از کارشناسان و کارکنان تقسیم گردید که ۳۷۳ نفر آن را تکمیل کردند. نتایج تحقیق نشان می دهد که اثرات مثبت و معنادار اعتماد سازمانی بر یادگیری سازمانی، اثرات مثبت و قابل توجه آموزش یادگیری سازمانی بر خلاقیت، و تاثیرات مثبت اعتماد سازمانی بر خلاقیت مشهود است.

۳. در تحقیقی که جوده[۲۴] در سال ۲۰۱۶ با عنوان تأثیر اعتماد سازمانی بر عملکرد شغلی انجام داد علاوه بر تاثیر اعتماد سازمانی، همچنین نقش میانجیگر تعامل کارکنان در رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد شغلی را مورد بررسی قرار داد. داده ها با استفاده از یک پرسشنامه از نمونه ای به تعداد ۲۶۸ کارمند در صنعت برق استخراج گردید. مدل سازی معادلات ساختاری در پژوهش حاضر برای آزمون فرضیه ها مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد که عملکرد شغلی مربوط به اعتماد سازمانی و همچنین مشارکت کارکنان است. علاوه بر این، نتایج حاکی از آن است که مشارکت کارکنان به طور جزئی ارتباط بین اعتماد سازمانی و عملکرد شغلی را پشتیبانی می کند. این مطالعه به بحث در مورد اعتماد سازمانی و عملکرد شغلی منجر شد، زیرا ارتباط بین دو متغیر ایجاد شد.نتایج نشان داد بهبود عملکرد شغلی نیاز به ایجاد فرهنگ سالم و خوب اعتماد سازمانی در میان کارکنان دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع روش، توصیفی- پیمایشی و از شاخه همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. پیمایش روشی در تحقیق اجتماعی است که فراتر از یک تکنیک خاص در گردآوری اطلاعات است. هر چند معمولاً در آن از پرسشنامه استفاده می شود، اما فنون دیگری از قبیل مصاحبه ی ساخت مند، مشاهده و تحلیل محتوا ... هم بکار می روند. تحقیقات کاربردی تحقیقاتی هستند که نظریه ها، قانونمندی ها، اصول و فنونی که در تحقیقات پایه تدوین می شوند را برای حل مسایل اجرایی و واقعی به کار می گیرد [۶].

جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان شرکت آبسال تهران می باشد. که با توجه به فهرست اعلامی آن شرکت تعداد کارکنان جمعاً (N=۳۰۰) نفر اعلام شد. برای انتخاب نمونه آماری از روش تصادفی ساده استفاده شده است. و با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه آماری ۱۶۷ نفر (n= ۱۶۷) برآورد گردید. ولی به دلیل شیفتی بودن کارکنان به تعداد ۲۰۰ پرسشنامه بین کارکنان توزیع شد و ۱۶۷ تا پرسشنامه تکمیل شده کامل جمع آوری شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

در تحقیق حاضر برای جمع آوری اطلاعات از جامعه آماری و به منظور آزمون فرضیه های تنظیم شده این تحقیق ابزار سنجش متغیرهای این تحقیق به شرح زیر شامل دو پرسشنامه استاندارد اعتماد سازمانی رابینز و چابکی سازمانی شریفی و ژانگ است. تعداد سوالات پرسشنامه اعتماد سازمانی تحقیق حاضر ۲۰ سوال و پرسشنامه چابکی سازمان، براساس ابعاد ۲۹ سوال براساس پرسشنامه استاندارد شریفی و ژانگ، می باشد. روش گردآوری در پژوهش حاضر از نوع کتابخانه ای و میدانی است. بدین ترتیب که به منظور آشنایی با مفاهیم و ابعاد آن منابع متعددی از جمله کتب، فصلنامه، مقاله و پایان نامه ها مورد استفاده قرار گرفت. و برای جمع آوری اطلاعات از جامعه آماری و به منظور آزمون فرضیه های تنظیم شده این تحقیق ابزار سنجش متغیرهای این تحقیق به شرح زیر شامل دو پرسشنامه استاندارد می باشد. مقیاس مورد استفاده در این پرسشنامه طیف لیکرت می باشد. به وسیله این پرسشنامه از پرسش شوندگان خواسته شده نظر خود را نسبت به اعتماد سازمانی و چابکی سازمان اعلام نمایند.

روایی و پایایی ابزار جمع آوری اطلاعات

پیش از اطمینان نهایی به ابزار اندازه گیری و بکارگیری آنها در مرحله اصلی جمع آوری داده ها، ضرورت دارد که پژوهشگر از طریق عملی، اطمینان نسبی لازم را نسبت به روا بودن بکارگیری ابزار مورد نظر و معتبر بودن آن پیدا کند [۶]. منظور از روایی این است که آیا ابزار اندازه گیری می تواند خصیصه و ویژگی هایی که ابزار برای آن طراحی شده را اندازه گیری کند یا خیر؟ موضوع روایی از آن جهت اهمیت دارد که اندازه گیری نامناسب و ناکافی می تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد. هر وقت آزمون یا وسیله اندازه گیری، طوری ساخته شده باشد که دربرگیرنده تمامی مطالب و محتوای موردنظر باشد و آن چیزی را بسنجد که به آن منظور طراحی شده است، گفته می شود که دارای روایی است. جهت اطمینان از روایی پرسشنامه این تحقیق، از روش کیفی، یعنی تخصص استادان و نظریه کارشناسان و مطالعه کتب، مقالات و پرسشنامه ها استفاده گردید.

مقصود از پایایی آن است که اگر ابزار اندازه گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار و به گروه های واحدی از افراد بدهیم نتایج حاصل نزدیک به هم باشد. برای اندازه گیری پایایی از شاخصی به نام "ضریب پایایی" استفاده می کنیم و اندازه آن معمولاً بین صفر تا یک تغییر می کند. ضریب پایایی صفر معرف عدم پایایی و ضریب پایایی یک، معرف پایایی کامل است [۶]. برای آزمون پایایی پرسشنامه ها ابتداء ۴۰ پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع شد. سپس با استفاده از نرم افزار spss ضریب آلفای کرونباخ تشکیل گردید.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

به منظور اعتبار بخشیدن به پژوهشها و اطمینان بخشی به استفاده کنندگان از نتایج هر تحقیق استفاده از روشهای مناسب آماری توصیه گردیده است. روشهای آماری مورد استفاده در تحقیق مهمترین متدولوژی تحقیق را تشکیل می دهد. استفاده از روشهای آماری

مناسب ضمانت اجرائی تحقیق را فراهم می آورد. پس از توزیع پرسش نامه و جمع آوری آنها، برای استخراج، کدگذاری و توصیف داده ها در این تحقیق از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش اول با استفاده از شاخص های آمار توصیفی از جمله فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و ... فراوانی داده های جمع آوری شده و وضعیت هر یک از متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش استنباطی با استفاده از آمار پارامتریک و آزمون های زیر فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار گرفت.

۱. آزمون t جهت استنباط درباره میانگین: به این شکل که در هر یک از اهداف، عدد ۳ (میانگین مقیاس ۵ درجه ای لیکرت) به عنوان نمره معیار یا استاندارد تعیین شده و نتایج در برای مقایسه هر میانگین با عدد ثابت و مبنای نظری مورد تحلیل قرار گرفت؛
۲. ضریب همبستگی r پیرسون برای سنجش و تعیین میزان رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته؛
۳. آزمون کولموگروف- اسمیرنف جهت بررسی نرمال بودن متغیرها.
۴. آزمون فریدمن برای اولویت بندی ارتباط متغیرها.

نتایج تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ذکر می گردد. به این صورت که ابتدا در بخش آمار توصیفی، ویژگی های جمعیت شناختی افراد نمونه آماری شرح داده می شود، سپس به منظور بررسی شاخص های مربوط به متغیرهای تحقیق (نام متغیرها) از جداول توزیع فراوانی استفاده شده است. در بخش آمار استنباطی ابتدا وضعیت متغیرها از نظر نرمال بودن با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف مورد بررسی قرار گرفت، سپس از آزمون های و فریدمن و تی تک نمونه ای و پیرسون برای بررسی نتایج تحقیق استفاده شد.

تجزیه و تحلیل استنباطی داده های آماری

الف) بررسی نرمال بودن داده ها

در این بخش با استفاده از آزمون کولموگروف- اسمیرنف فرض نرمال بودن داده های جمع آوری شده را برای هر یک از متغیرها مورد بررسی قرار می دهیم. فرض مطرح شده در مورد هر متغیر به صورت زیر می باشد.

H_0: داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند.

H_1: داده ها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند.

نتایج مربوط به متغیر مستقل اعتماد سازمانی و ابعاد آن به ترتیب در جدول (۱) آورده شده است.

جدول۱: نتایج آزمون اسمیرنف- کولموگروف مربوط به متغیر اعتماد سازمانی

متغیرها	تعداد داده ها	آماره آزمون کولموگروف- اسمیرنف	p- مقدار
اعتماد سازمانی	۱۶۷	۱/۲۴۹	۰/۱۲۴
صداقت	۱۶۷	۱/۹۳۴	۰/۰۸۸
شایستگی	۱۶۷	۱/۸۷۶	۰/۰۹۶
ثبات و پایداری	۱۶۷	۱/۵۰۱	۰/۱۰۲
وفاداری	۱۶۷	۱/۴۱۲	۰/۱۲۱
روراستی	۱۶۷	۱/۴۷۵	۰/۱۱۲

با توجه به اینکه در مورد تمامی متغیرها **P**- مقدار بدست آمده، از سطح معناداری آزمون یعنی ۰/۰۵ بیشتر است فرض نرمال بودن داده ها در مورد تمامی متغیرهای مذکور پذیرفته می شود. بنابراین می توانیم از روشهای پارامتری به منظور بررسی فرضیه های تحقیق استفاده کنیم. در اینجا از ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیه های مطرح شده و بررسی ارتباط متغیرها استفاده خواهیم کرد.

ب) آزمون فرضیه های آماری

فرضیه اصلی اول: وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران بالاتر از حد متوسط می باشد.

وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران بالاتر از حد متوسط می باشد. $H_0: p<=3$

وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران پایین تر از حد متوسط می باشد. $H_1: p<3$

نتایج حاصل از تحلیل داده های پرسشنامه به منظور آزمون فرضیه فوق با استفاده از آزمون T تک نمونه در جدول زیر ارائه شده:

جدول شماره۲: آمار توصیفی مربوط به آزمون فرضیه میزان اعتماد سازمانی

خطای معیار میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	میزان اعتماد سازمانی
۰/۰۲۷	۰/۴۰۵	۳/۸۶۲	۱۶۷	

جدول ۲ آمار توصیفی فرضیه فوق را نشان می دهد، به ترتیب عبارت است از تعداد ۱۶۷، میانگین ۳/۸۶۲، انحراف معیار ۰/۴۰۵ و انحراف از میانگین ۰/۰۲۷ می باشد.

جدول شماره ۳: آمار استنباطی مربوط به آزمون فرضیه اعتماد سازمانی

ضریب اطمینان ۹۵٪		اختلاف مقدار نمونه با مقدار آزمون	Test Value =3			
حد بالا	حد پایین		رابطه معنی داری	درجه آزادی	t	
۰/۸۹۶	۰/۸۳۶	۰/۸۶۲	۰/۰۰۰	۱۶۶	۹/۶۲۲	اعتماد سازمانی

با توجه به نتایج جدول شماره ۳ سطح معنی داری بدست آمده ۰/۰۰۰ است و از آنجایی که سطح معنی داری بدست آمده کوچکتر از $\alpha = 0.05$ است و هم چنین میانگین محاسبه شده برابر ۳/۸۶۲ بوده و این میزان بزرگتر از میانگین مورد انتظار (۳) است مورد قبول است. در نتیجه H_1 تائید و میزان اعتماد سازمانی بالاتر از حد متوسط است.

تحلیل همبستگی ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه رابطه یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. ضریب همبستگی یکی از معیارهای مورد استفاده از تعیین همبستگی دو متغیر است. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می دهد. ضریب همبستگی پیرسون (r) روشی پارامتری است و برای داده هایی با توزیع نرمال با تعداد داده های زیاد استفاده می شود براساس آزمون پیرسون مقدار sig برای همه متغیرها کمتر از ۰/۰۵ می باشد در نتیجه بین متغیرهای مستقل و وابسته رابطه معناداری وجود دارد بنابراین همه فرضیه تایید می شود.

فرضیه اصلی دوم: بین اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره ۴: آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین اعتمادسازمانی و چابکی سازمان

چابکی	اعتمادسازمانی		
۰/۹۰۲**	۱	میزان همبستگی	اعتماد سازمانی
۰/۰۰۰		رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	
۱	۰/۹۰۲**	میزان همبستگی	چابکی سازمان
	۰/۰۰۰	رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	

چنانچه در جدول شماره ۴ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی **r** پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین مقدار **r** پیرسون محاسبه شده که ۰/۹۰۲ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲-۱: بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره ۵: آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان

چابکی سازمانی	صداقت		
۰/۷۶۸ **	۱	میزان همبستگی	صداقت
۰/۰۰۰		رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	
۱	۰/۷۶۸ **	میزان همبستگی	چابکی سازمان
	۰/۰۰۰	رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	

چنانچه در جدول شماره ۵ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین مقدار r پیرسون محاسبه شده که ۰/۷۶۸ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین بعد صداقت اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲-۲: بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره ۶: آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان

چابکی سازمانی	صداقت		
۰/۶۹۸	۱	میزان همبستگی	ثبات
۰/۰۰۲		رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	
۱	۰/۶۹۸	میزان همبستگی	چابکی سازمان
	۰/۰۰۲	رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	

چنانچه در جدول شماره ۶ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۲ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین

مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی و مطالعات اجتماعی، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۷، جلد دوم، ص۱۴۳-۱۳۶
http://www.jhss.ir

مقدار **r** پیرسون محاسبه شده که ۰/۶۹۸ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین بعد ثبات اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲-۳: بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره ۷: آزمون همبستگی **r** پیرسون برای بررسی رابطه بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان

		شایستگی	چابکی سازمانی
شایستگی	میزان همبستگی	۱	۰/۸۵۱
	رابطه معنی داری		۰/۰۰۰
	تعداد	۱۶۷	۱۶۷
چابکی سازمان	میزان همبستگی	۰/۸۵۱	۱
	رابطه معنی داری	۰/۰۰۰	
	تعداد	۱۶۷	۱۶۷

چنانچه در جدول شماره ۷ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین مقدار r پیرسون محاسبه شده که ۰/۸۵۱ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین بعد شایستگی اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲-۴: بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره ۸: آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان

		وفاداری	چابکی سازمانی
وفاداری	میزان همبستگی	۱	۰/۶۳۸
	رابطه معنی داری		۰/۰۰۰
	تعداد	۱۶۷	۱۶۷
چابکی سازمان	میزان همبستگی	۰/۶۳۸	۱
	رابطه معنی داری	۰/۰۰۰	
	تعداد	۱۶۷	۱۶۷

چنانچه در جدول شماره ۸ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین مقدار **r** پیرسون محاسبه شده که ۰/۶۳۸ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین بعد وفاداری اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲-۵: بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. H_1

بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. H_0

جدول شماره۹: آزمون همبستگی r پیرسون برای بررسی رابطه بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان

چابکی سازمانی	روراستی		
۰/۵۰۲	۱	میزان همبستگی	روراستی
	۰/۰۰۰	رابطه معنی داری	
۱۶۷	۰/۵۰۲	تعداد	
۱	۰/۶۳۸	میزان همبستگی	چابکی سازمان
۰/۰۰۰		رابطه معنی داری	
۱۶۷	۱۶۷	تعداد	

چنانچه در جدول شماره ۹ ملاحظه می گردد، سطح معنی داری آزمون همبستگی **r** پیرسون برای بررسی رابطه بین دو متغیر بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از ۰/۰۵ که حداقل سطح معنی داری است، کوچکتر می باشد و همچنین مقدار **r** پیرسون محاسبه شده که ۰/۵۰۲ است. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می گردد. پس وجود رابطه معنی دار بین این دو متغیر به تأیید می رسد. به عبارتی با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین بعد روراستی اعتمادسازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فریدمن

بین بعدهای اعتمادسازمانی از نظر اولویت بندی تفاوت معناداری وجود دارد. H_1

بین بعدهای اعتمادسازمانی از نظر اولویت بندی تفاوت معناداری وجود ندارد. H_0

طبق جدول (۱۰) نتایج حاصل از آزمون فریدمن از لحاظ سطح معنی داری مقدار ۰/۰۰۰ بوده از آنجا که عدد حاصله مقداری کمتر از ۰/۰۵ (سطح خطا) می باشد پس فرضیه H_0 رد و فرض H_1 تایید می شود.

جدول شماره (۱۰): آزمون فریدمن

۱۶۷	تعداد
۱	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح اطمینان

جدول (۱۱) مقادیر میانگین های ابعادها را بیان کرده و اولویت بندی تاثیرگذاری هر یک از ابعاد اعتماد سازمانی براساس مقادیر صورت می گیرد. نتیجه میانگین ها نشان می دهد بعد شایستگی با میانگین ۱/۳۲ در اولویت اول دارد، در نتیجه بیشترین رابطه را با چابکی سازمانی دارد. بعد وفاداری با میانگین ۳/۸۵ در اولویت آخر قرار دارد.

جدول شماره (۱۱): آزمون فریدمن برای مقایسه میانگین رتبه های متغیرهای پنج گانه اعتماد سازمانی

اولویت	میانگین رتبه ها	متغیرها
۵	۳/۸۵	وفاداری
۴	۳/۷۴	صداقت
۳	۳/۳۱	ثبات و پایداری
۲	۲/۷۹	روراستی
۱	۱/۳۲	شایستگی

بحث و نتیجه گیری

در فصل اول پژوهش به صورت گذرا کلیات طرح مطرح شد. فصل دوم به مبانی نظری و بیان پیشینه تجربی اختصاص داشت و در فصل سوم نیز متدلوژی پژوهش بیان گردید. فصل چهارم به تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از مطالعه میدانی اختصاص یافت و فرضیه های پژوهش آزمون شدند. در این فصل ابتدا خلاصه ای از فرضیات تحقیق و یافته های مرتبط با آنها مورد بررسی قرار می گیرد و سپس مقایسه ای تطبیقی میان یافته های این تحقیق و سایر تحقیق های انجام شده صورت خواهد گرفت. در نهایت براساس نتایج حاصل، پیشنهادهای کاربردی پژوهش و پیشنهادهایی برای پژوهشگران مطرح خواهد شد.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها

۱- نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی اول:

وضعیت اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران بالاتر از حد متوسط می باشد.

این فرضیه بوسیله ۲۰ سوال مربوط به اعتماد سازمانی که از مجموع ابعاد آن یعنی ۴ سوال مربوط به شایستگی، ۴ سوال مربوط به صداقت، ۴ سوال مربوط به وفاداری، ۴ سوال مربوط به روراستی و ۴ سوال مربوط به پایداری و ثبات است که با آزمون **T** تک نمونه های مورد آزمون قرار گرفت با توجه به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (**P=** ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) است و هم چنین میانگین محاسبه شده برابر ۳/۸۶۲ بوده و این میزان بزرگتر از میانگین مورد انتظار (۳) است لذا فرضیه صفر رد و فرضیه محقق پذیرفته می شود. در سطح ۹۵ درصد می توان گفت داده های جامعه دلالت کافی بر پذیرش این فرضیه تحقیق دارند.

۲- نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی دوم:

بین اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۲۰ سوال مربوط به اعتماد سازمانی که از مجموع ابعاد آن یعنی ۴ سوال مربوط به شایستگی، ۴ سوال مربوط به صداقت، ۴ سوال مربوط به وفاداری، ۴ سوال مربوط به روراستی و ۴ سوال مربوط به پایداری و ثبات می باشد. و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان که از مجموع ابعاد آن یعنی ۶ سوال مربوط به سرعت، ۷ سوال مربوط به شایستگی، ۷ سوال مربوط به پاسخگویی، ۹ سوال مربوط به انعطاف پذیری است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه اصلی تحقیق (R=۰/۹۰۲) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (P= ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و لذا از آنجایی که رابطه اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، اعتماد سازمانی و اعتمادسازی بین کارکنان توسط رؤسای شرکت آبسال تهران جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی، الزامی است.

۳- نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی اول:

بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۴ سوال مربوط به بعد صداقت اعتماد سازمانی و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان اندازه گیری شده است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق (R=۰/۷۶۸) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (P= ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و این رابطه مثبت است و از آنجایی که رابطه بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، کاربرد بعد صداقت اعتماد سازمانی و نحوه به کارگیری آن، جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی توسط رؤسای شرکت آبسال، الزامی می باشد.

۴- نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی دوم:

بین بعد ثبات و پایداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۴ سوال مربوط به بعد ثبات اعتماد سازمانی و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان اندازه گیری شده است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق (R=۰/۶۹۸) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (P= ۰/۰۰۲) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و این رابطه مثبت است و از آنجایی که رابطه بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، کاربرد بعد ثبات اعتماد سازمانی و نحوه به کارگیری آن، جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی توسط رؤسای شرکت آبسال، الزامی می باشد.

۵- نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی سوم:

بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۴ سوال مربوط به بعد شایستگی اعتماد سازمانی و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان اندازه گیری شده است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق (R=۰/۸۵۱) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (P= ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و این رابطه مثبت است و از آنجایی که رابطه بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، کاربرد بعد شایستگی اعتماد سازمانی و نحوه به کارگیری آن، جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی توسط رؤسای شرکت آبسال، الزامی می باشد.

۶- نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی چهارم:

بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۴ سوال مربوط به بعد وفاداری اعتماد سازمانی و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان اندازه گیری شده است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق (**R=۰/۶۳۸**) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (**P**= ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و این رابطه مثبت است و از آنجایی که رابطه بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، کاربرد بعد وفاداری اعتماد سازمانی و نحوه به کارگیری آن، جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی توسط رؤسای شرکت آبسال، الزامی می باشد.

۷- نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی پنجم:

بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

این فرضیه بوسیله ۴ سوال مربوط به بعد روراستی اعتماد سازمانی و ۲۹ سوال مربوط به چابکی سازمان اندازه گیری شده است و با توجه به ضریب همبستگی بدست آمده از آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق (**R=۰/۶۳۸**) و با عنایت به اینکه سطح معنی داری بدست آمده (**P**= ۰/۰۰۰) کوچکتر از ($\alpha = 0.05$) می باشد لذا با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان چنین نتیجه گرفت که بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان کارکنان شرکت آبسال تهران رابطه معنی داری وجود دارد. و این رابطه مثبت است و از آنجایی که رابطه بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در این پژوهش به خوبی مشخص شده است، کاربرد بعد روراستی اعتماد سازمانی و نحوه به کارگیری آن، جهت افزایش و ارتقای چابکی سازمانی توسط رؤسای شرکت آبسال، الزامی می باشد.

جدول (۱۲): نتایج فرضیات مورد آزمون

فرضیه ها	نتایج
فرضیه های اصلی: ۱. وضعیت اعتمادسازمانی در شرکت آبسال تهران بالاتر از حد متوسط است. ۲. بیان اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. فرضیه های فرعی: ۱. بین بعد صداقت اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ۲. بین بعد ثبات اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ۳. بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ۴. بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ۵. بین بعد روراستی اعتماد سازمانی و چابکی سازمان در شرکت آبسال تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	تمام فرضیه ها تایید می شوند.

بر مبنای یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق ترتیب اولویت هر یک از مؤلفه های اعتماد سازمانی در شرکت آبسال تهران با چابکی سازمانی به شرح جدول (۱۲) می باشد:

جدول (۱۳): اولویت بندی هر یک از ابعاد اعتماد سازمانی در رابطه با چابکی سازمانی

اولویت	میانگین رتبه ها	متغیرها
۱	۱/۳۲	شایستگی
۲	۲/۷۹	روراستی
۳	۳/۳۱	ثبات و پایداری
۴	۳/۷۴	صداقت
۵	۳/۸۵	وفاداری

با توجه به جدول (۱۳) شایستگی بیشترین رابطه را با چابکی سازمانی دارد و روراستی رتبه دوم و ثبات و پایداری رتبه سوم و صداقت رتبه چهارم و وفاداری در رتبه پنجم یعنی در رتبه آخر است. هم چنین با توجه به فرضیه اول می توان نتیجه گرفت میزان اعتماد سازمانی در جامعه مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است و در نتیجه این میزن در حد قابل قبولی است و با توجه به اینکه میانگین وفاداری کارکنان و مدیران ۳/۰۹ بدست آمده است می توان نتیجه گرفت که میزان وفاداری کارکنان و مدیران در جامعه آماری بالاتر از حد متوسط آن است. پس این میزان در سطح قابل قبول و خوبی می باشد. همانگونه که نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه های مورد بررسی پژوهش نشان می دهد در این مطالعه موفق به اثبات وجود رابطه بین ابعاد اعتماد سازمانی و متغیر چابکی سازمانی شدیم. این بدین معنی است که با افزایش ابعاد اعتماد سازمانی توسط شرکت آبسال تهران، چابکی سازمان نیز افزایش می یابد.

ادبیات تحقیق نیز بیانگر وجود رابطه معنی دار بین اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی و ابعاد آن است. نتایج پژوهش های دیگری که تا حدودی در این زمینه بودند نیز به شرح زیر می باشند.

تحقیق یوسفی و همکاران[۱۹] بیانگر این است که بین اعتمادسازمانی و میزان رضایت شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین میانگین نمرات ابعاد امنیت شغلی، نظارت، حقوق و مزایا به ترتیب بیشترین میانگین را در میزان رضایت شغلی پرستاران در رابطه با ابعاد اعتماد داشته است. تحقیق حضرتی و همکاران [۵] بیانگر وجود رابطه قوی میان رهبری خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمندسازی دلالت است. همچنین یافته های تحقیق بیانگر آن است که تفاوت معنی داری میان ادراک مدیران از رهبری خدمتگزار وجود دارد. تحقیق نیک پور و سلاجقه [۱۷] نشان دهنده این موضوع است که بین چابکی سازمان و رضایت شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین یافته های تحقیق نشان می دهد که بین چابکی سازمانی و زیرمتغیرهای آن یعنی پاسخگویی، شایستگی، انعطاف پذیری و سرعت در کار و رضایت شغلی هم رابطه ای معنادار و مثبتی وجود دارد.

موانع و محدودیت های تحقیق

الف) محدودیت های قابل کنترل:

۱. مدل پژوهش حاضر منتخبی از رویکردهای مختلف موجود در حوزه اعتماد سازمانی و چابکی سازمانی می باشد. بنابراین وجود متغیرها و مولفه های غیر از متغیرهای وارد شده در مدل کاملاً منطقی به نظر می رسد.
۲. استفاده از تنها یک ابزار جمع آوری داده ها (پرسشنامه) و عدم توانایی در استفاده از دیگر ابزارهای جمع آوری هم چون مشاهده، مصاحبه و ...

ب) محدودیتهای خارج از کنترل:

۱. یکی از محدودیت هایی که به نظر می رسد در پژوهش جاری، وجود داشته است، محافظه کاری مدیران و کارکنان در پاسخگویی و تلاش در انطباق میان پاسخ های خود با منظر بیرونی بوده است که از دید آنها دارای شایستگی است. در واقع اغلب مدیران و کارکنان، بیشتر به دلیل ویژگی هایی که در اغلب انسان ها به صورت مشترک وجود دارد، نمی توانند از پیش فرض های خود رهایی یابند و تمایل دارند تا آنچه را که شاید ادراک مثبتی از آن، تنها در ذهن خود دارند، به عنوان واقعیت مطرح کنند.
۲. یکی دیگر از محدودیت های تحقیق، محدودیت ذاتی پرسشنامه است.پاسخگویان به طور معمول، ادراکات و ذهنیت های برداشت شده خود را در قالب پاسخ های موردنظر مطرح می کنند و با توجه به این که احتمال دارد آنچه از واقعیت های بیرونی ادراک می شود، با آنچه که واقعیت دارد، انطباق داشته باشد، پاسخ های ارایه شده ممکن است تورشی را ایجاد کند. در واقع از طریق

پرسشنامه، ادراک یا واقعیت سنجیده می شود و ممکن است پاسخ های داده شده به سوال ها که براساس ادراک مخاطب است با واقعیت منطبق نباشد و همین امر می تواند نتایج تحقیق را تحت تاثیر قرار دهد.

۳. همچنین ذهنیت ها، تصورات، علایق، آگاهی ها و خصوصیات، دانش پژوهشگر و سایر ویژگی های شخصی او مانند قدرت تعامل با دیگران و ... در فرضیه سازی، طراحی سوال ها، تنظیم پرسشنامه، ارتباط با دیگران و تحلیل، اثر می گذارد و بر اثر علایق و گرایش ها بر تحقیق موثر است این تحقیق نیز از این اثرات در امان نیست و به طور طبیعی ویژگی ها، دانسته ها و علایق پژوهنده بر این تحقیق اثر داشته که این اثرات را باید از محدودیت های تحقیق برشمرد.

پیشنهادهایی در راستای فرضیات تحقیق

پیشنهادهای ارایه شده، با توجه به نتایج بدست آمده مبنی بر وجود ارتباط بین اعتماد سازمانی و چابکی سازمانی طراحی شده است.

فرضیه اول بعد صداقت: با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که بیانگر رابطه بین بعد صداقت اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت آبسال تهران است لذا در شرکت آبسال تهران برای انجام هرچه بهتر کارها و افزایش چابکی سازمانی شرکت، پیشنهادهای زیر ارائه می شود: ۱- توجه به کارکنان و جلب مشارکت و همکاری آنان در تصمیم گیری های مربوط به شرکت برای افزایش اعتماد سازمانی آنها. بنابراین توصیه می شود که با استفاده از سیستم های دینامیکی مختلف زمینه برای همکاری کارکنان در فرایند تصمیم گیری سازمان در تمام سطوح ارائه شود. ۲- یکی از راههای بهبود اعتماد سازمانی کارکنان، استفاده مدیران این سازمان ها از اصول منطقی در مدیریت سازمان است. اگر مدیران سازمان های عموومی از اصول منطقی در اداره و هدایت سازمان ها بهره نگیرد، سازمان ها به چالش کشیده خواهند شد. و بی اعتمادی بین کارکنان شکل خواهد گرفت. ۳- با توجه به نتایج این پژوهش توصیه می شود که مدیران این گونه سازمان ها باید از نظرات و مشاوره ای متخصصان مدیریت و توسعه فرهنگ مدیریت در قبول اصول منطقی بهره گیرند. ۴- مدیران باید در شرکت رفتارهایی را از خود نشان دهند، که موافق کارکنان نیز است. ۵- همچنین مدیران باید تلاش کنند تا با کارکنان واحد خود به صورت صادقانه سخن بگویند و از همه مهم تر این که مدیران باید طوری با کارکنان خود رفتار کنند که آنها به صداقت و درستکاری مدیر واحد خود، تکیه کنند.

فرضیه دوم بعد پایداری و ثبات: با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که بیانگر رابطه بین بعد پایداری و ثبات اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت آبسال تهران است لذا در شرکت آبسال تهران برای انجام هرچه بهتر کارها و افزایش چابکی سازمانی شرکت، پیشنهادهای زیر ارائه می شود: ۱- ایجاد زمینه برای مربی گری و تیم سازی سبب می شود فرد در برخورد با محیط اجتماعی با قدرت عمل کند و اعتماد به نفس داشته باشد. ۲- بهبود شبکه های ارتباطی در کار. ۳- بالا بردن پیوستگی عاطفی در کارکنان و درگیر کردن بیشتر آن ها با اهداف سازمان. ۴- تشریح اهداف و رسالت های شرکت و حدف موانع کاری. ۵- محول کردن سطح بالاتری از مسئولیت به افراد با تحصیلات بالا برای انجام شغل.

فرضیه سوم بعد شایستگی: با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که بیانگر رابطه بین بعد شایستگی اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت آبسال تهران است لذا در شرکت آبسال تهران برای انجام هرچه بهتر کارها و افزایش چابکی سازمانی شرکت، پیشنهادهای زیر ارائه می شود: ۱- افزایش مهارت های کارکنان در سازمان، نقش مهمی را در فعالیت های مشارکتی و سازنده سازمان دارد، از سوی دیگر فقدان مهارت ها منجر به کاهش اعتماد به نفس و روحیه کارکنان می شود. پس توصیه می شود که با برنامه ریزی و اقدامات فعالیتی مناسب، زمینه لازم برای بهبود مهارت های کارکنان در شرکت فراهم شود. ۲- بایستی روسای شرکت سیستمی پیاده کنند تا کارکنان از آموزش ها و مهارت های مورد نیاز شرکت بهره مند شوند. به عبارتی آموزش های ضمن خدمت و مهارت های خاص برگزار شود. ۳- و هم چنین هر کارمند و مدیری باید در قسمتی یا بخشی به کار گرفته شود که شایستگی آن قسمت یا بخش را داشته باشد و از عهده آن کار برآید.

فرضیه چهارم بعد وفاداری: با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که بیانگر رابطه بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت آبسال تهران است لذا در شرکت آبسال تهران برای انجام هرچه بهتر کارها و افزایش چابکی سازمانی شرکت، پیشنهادهای زیر ارائه می شود: ۱- از خصوصیات بارز و متمایز در بهبود اعتماد کارکنان در سازمان توجه ویژه و عمل به وعده های داده شده به کارکنان است. در زمینه بهبود و توسعه اعتماد سازمانی کارکنان، مدیران باید در برآوردن وعده های سازمانی خود دقت زیادی داشته باشند. تکرار بدقولی و عدم رضایت کارکنان از وعده های سازمانی منجر به بی اعتمادی کارکنان و کارگران نسبت به مدیران می شود. ۲- تلاش درخصوص کمک به کارکنان، فراتر از توان خود. ۳- گوش کردن به درد دل های کارکنان. ۴- افزایش قابلیت های اعتماد پذیری توسط عملکرد کارکنان ۵- ایجاد حس داشتن قضاوت خوب در مورد عملکرد کارکنان در مدیران ارشد شرکت.

فرضیه پنجم بعد روراستی: با توجه به نتایج حاصل از تحقیق که بیانگر رابطه بین بعد وفاداری اعتماد سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت آبسال تهران است لذا در شرکت آبسال تهران برای انجام هرچه بهتر کارها و افزایش چابکی سازمانی شرکت، پیشنهادهای زیر ارائه می شود: ۱- فراهم نمودن زمینه مساعد جهت دسترسی آسان کارکنان به اطلاعات شرکت به منظور افزایش اعتماد سازمانی آنان. به عبارتی

در دسترس قرار گرفتن اطلاعات مربوط به تصمیمات سازمانی. بنابراین پیشنهاد می شود که با استفاده از سیستم های اطلاعاتی مدیریت، تقویت روابط عمومی و توسعه و راه اندازی شبکه های محلی و جهانی تسهیل جریان اطلاعات شرکت در تمامی سطوح میسر شود. ۲- مشخص کردن اهداف سازمان به طور واضح ۳- پذیرش مسئولیت اصلاح کارهای نادرست انجام شده ۴- پذیرش ناشی از یک تصمیم اشتباه ۵- خلق نگرش واقع بینانه به شکست ها و اشتباهات ۶- ایجاد پیوند بین آموزش و اهداف سازمان.

پیشنهادات برای محققان آتی

۱- با توجه به این که در این تحقیق، شرکت آسال تهران به عنوان قلمرو مکانی تحقیق درنظر گرفته شده است پیشنهاد می شود محققان بعدی چنین بررسی را سازمانهای دولتی انجام دهند، تا با مقایسه نتایج حاصل از تحقیقات مختلف در این زمینه اطمینان و اعتماد بیشتر در به کارگیری نتایج، حاصل گردد.

۲- با توجه به اینکه در تحقیق حاضر، جهت سنجش اعتماد سازمانی از نظریه رابینز استفاده شده است به محققان آتی پیشنهاد می شود برای سنجش اعتماد سازمانی از نظریه های موجود در این زمینه از جمله الونن و دیگران استفاده نمایند.

۳- با توجه به اینکه در تحقیق حاضر، جهت سنجش چابکی سازمانی از نظریه ژانگ و شریفی استفاده شده است به محققان آتی پیشنهاد می شود برای سنجش چابکی سازمان از نظریه های مو جود در این زمینه از جمله یوسف و دیگران استفاده نمایند.

۴- با توجه به اینکه در تحقیق حاضر، رابطه اعتماد سازمانی و چابکی سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین به محققان آتی پیشنهاد می شود تا رابطه متغیر اعتماد سازمانی را با سایر متغیرها از جمله رضایت شغلی، خشنودی شغلی، بهبود عملکرد، تعهد سازمانی و بهبود پاسخگویی مورد بررسی قرار دهد و برای چابکی سازمان با متغیرهای دیگری از جمله سیستم های اطلاعاتی مدیریت، بهبود عملکرد و بهبود پاسخگویی سازمانی، توانمندسازی و با بهره وری در تولید مورد بررسی قرار دهند.

مراجع

[۱] احمدی،کیومرث.، الوانی، سید مهدی.، امیری، مقصود.، ۱۳۹۱، از اخلاق اجتماعی سازمانی تا پاسخ گویی اجتماعی سازمانی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال هفتم، شماره اول .
[۲] جعفرنژاد، احمد.، خوش سمیا، غلامرضا.، ۱۳۷۸، سیستم تولیدی چابکی، تهران، ۱۳۷۸.
[۳] جعفرنژاد، احمد.، شهائی، بهنام.، ۱۳۸۹، مقدمه ای بر چابکی سازمانی و تولید چابک، تهران، انتشارات کتاب مهربان نشر، ۱۳۸۹.
[۴] جعفری، درشیدین.، ۱۳۸۶، بررسی اعتماد به مثابه خط مشی در مدیریت سازمان و آثار آن بر تعهد کارکنان دستگاه اجرایی شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا .
[۵] حضرتی، محمود.، قلی پور، آرین.، پورعزت، علی اصغر.، ۱۳۸۸، بررسی تأثیر رهبری خدمتگزار بر اعتماد سازمانی و توانمندسازی در سازمان های دولتی، نشریه مدیریت دولتی، دوره اول، شماره ۲، ۱۰۳-۱۱۸.
[۶] خاکی، غلامرضا، ۱۳۹۰، روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران، انتشارات بازتاب، چاپ نهم، ۱۳۹۰.
[۷] خوش سیما، غلامرضا.، ۱۳۸۲، مقدمه ای بر چابکی سازمانی، مجله تدبیر، شماره ۱۳۴، ۱۳۸۲.
[۸] دانایی فرد، حسن.، رجب زاده، علی.، حصیری، اسد.، ۱۳۸۸، ارتقاء اعتماد در درون سازی در بخش دولتی: بررسی نقش شایستگی مدیریتی مدیران، پژوهش های مدیریت، سال دوم، شماره چهارم، ۵۹-۹۰.
[۹] رابینز، استیفن پی.، ۱۳۸۸، رفتار سازمانی، پارسائیان، علی، اعرابی، سیدمحمد، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران، جلد دوم، چاپ دوازدهم، ۱۳۸۸.
[۱۰]فتحایان، محمد.، گلچین پور، مونا.، خسروشاهی، سرور.، ۱۳۸۹، راهکارهای چابکی سازمان در سازمان های تولیدی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۷۵.
[۱۱]گریفین، مورهد.، ۱۳۸۸، رفتار سازمانی، الوانی، مهدی، معمارزاده، غلامرضا، تهران، انتشارات مروارید، ۱۳۸۸
[۱۲]لحافی، بیان.، ۱۳۹۰، بررسی رابطه کار تیمی و چابکی سازمان، پایان نامه کارشنای ارشد، دانشگاه آزاد واحد سنندج.
[۱۳]مشفقی، نزهت الزمان.، نادی، محمدعلی.، ۱۳۸۸، شناخت ادراک معلمان از روابط ابعاد اعتماد سازمانی با تعهد مستمر و عاطفی، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد، شماره ۴، ۱۷۴-۱۵۵.
[۱۴]مولوی، حسین.، هویدا، رضا.، سیادت، سیدعلی.، فرهنگ، ابوالقاسم.، ۱۳۹۰، بررسی رابطه ساده و چندگانه سازمانی و اعتماد سازمانی و اعتماد اجتماعی در سازمان با توسعه کارکنان دانشگاه های دولتی پزشکی و غیرپزشکی شرق کشور، جامعه شناسی کاربردی، شماره ۴۱، ۱۸۲-۱۵۹.
[۱۵]میرزایی، محمدامین.، ۱۳۷۸، اعتماد سازمانی و توسعه آن بین کارکنان و مدیریت، راهبرد، شماره دوم، ۵۸-۳۹ .
[۱۶]نجف بیگی، رضا.، ۱۳۸۶، سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات ترمه، جلد ۱، ۱۳۸۶.
[۱۷]نیک پور، امین.، سلاجقه، سنجر.، ۱۳۸۹، بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان های دولتی شهر کرمان، پژوهش های مدیریت سال سوم، بهار ۱۳۸۹، شماره ۷ .
[۱۸]هرسی، پاول.، بلانچارد، کن اچ.، ۱۳۷۳، مدیریت رفتار سازمانی:استفاده از منابع انسانی، کبیری، قاسم، تهران، جهاد دانشگاهی،۱۳۷۳
[۱۹]یوسفی، علیرضا.، پورمیری، منصوره.، انارکی، عفت.، ۱۳۸۹، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی ویژه نامه توسعه آموزش، دوره ۵، شماره ۱۰.

[20] Dietz, G., & Hertzog, D, N., (2006), "Measuring trust inside organizations", Personnel Review, Vol.35, No.5, PP.557-588.
[21] Ellonen, R., Blomqvist, K., Puumalainen, K., (2008), "The role of trust in organizational innovativeness", European Journal of Innovation Management, Vol.11, No.2, PP.160-181
[22] hooper, m.j., steeple, d., winters, c.n., (2001), "costing customer value: an approach for the agile enterprise", international journal of operations and production management, Vol.21, No.5/6, PP.630-644.
[23] hormozi, a.m., (2001), "agile manufacturing: the next logical step", benchmarking an international journal, Vol.8, No.2, PP.132-43.
[24] Judeh, Mahfuz., (2016), "The Influence of Organizational Trust on Job Performance: Mediating Role of Employee Engagement", International Journal of Business Research, Vol.16, No.5, PP.53-66.

[25] Mollering, G., Bachman, R., Lee, H.S., (2004), "Understanding organizational trust : oundation ",constellation and issue of operationalisation, managerial psychology, Vol.19, No.6, PP.556-570.
[26] Sharifi, H., Zhang, Z., (1999), "A methodology for achieving agility in manufacturing organisations: an introduction", International Journal of Production Economics, Vol.62, No.1-2, PP.7-22.
[27] Sharifi, H., Zhang, Z.,(2001), "Agile manufacturing in practiceapplication of a methodology", International Journal of Operations and Production Management. Vol.21, No.5-6, PP.772-794.
[28] Smith. Gene., (2005), "How to achieve organizational trust within an accounting department", Managerial Auditing Journal, Vol.20 , No.5, PP.520-523.
[29] Tyler, R., (2003), "Trust within organizations", Personnel Review, Vol. 32, No.5, PP.556-568.
[30] Jiang, Yi., Chen, Wen-Ke., (2017), "Effects Of Organizational Trust On Organizational Learning And Creativity", eurasia j. Math., sci tech, Vol.13, No.6, PP.2057–2068.