

ارائه مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی در سازمان‌های دولتی ایران

کیوان اوچی اردبیلی^۱محمد فیضی زنگیر*^۲ تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۵/۲محمدرواحی عیسی‌لو^۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۲۱محمد خیراندیش^۴بهنام آزادی^۵

چکیده

هدف: هدف این پژوهش ارائه مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی برای مدیران سازمان‌های دولتی ایران می‌باشد. این پژوهش جهت ارائه مدل بومی از روش کیفی نظریه داده بنیاد استفاده شد. سپس برای تعیین روایی مضامین و مؤلفه‌های الگوی مدل بومی از شاخص‌های روایی محتوای CVI، CVR و S-CVI استفاده گردید. جامعه آماری این پژوهش شامل متخصصان پاسخگویی سازمانی و اعتماد عمومی در بخش کیفی بود که ۲۲ نفر شرکت‌کننده مشارکت داشتند. ابزار پژوهش عبارت بود از مصاحبه بدون ساختار محقق ساخته که در قالب ۶ سؤال تنظیم شده بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از سه روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش: نتایج این پژوهش منجر به شناسایی ۹۵ کد با ۳۱ مضمون و مقوله در قالب شش بعد عوامل علی (۵ مضمون)، عوامل مداخله‌گر (۵ مضمون)، عوامل زمینه‌ای (۵ مضمون)، پدیده‌های اصلی (۶ مضمون)، استراتژی‌ها (۶ مضمون) و پیامدها و نتایج (۴ مضمون) گردید. علیرغم اینکه این پژوهش منجر به ارائه چارچوب جامع و مشخصی برای مدل بومی پاسخگویی سازمانی مدیران بخش دولتی بر مبنای رویکرد اعتماد عمومی شده است، اهمیت و افزایش اعتبار این دستاوردها نیازمند مطالعات میدانی و تجربی می‌باشد. طبق یافته‌ها می‌توان گفت که مدل بومی پیشنهادی حاضر می‌تواند در پاسخگویی سازمانی مدیران دولتی با تاکید بر اعتماد عمومی اهمیت آن را افزون‌تر کند. ابتکار و ارزش مقاله حاضر در این است که توانسته یک چارچوب جامعی برای طراحی مدلی بومی در سازمان‌های دولتی فراهم نماید که مبتنی بر نظر متخصصان می‌باشد و چنین الگویی در پیشینه پژوهش موجود نیست.

کلیدواژگان: اعتماد عمومی و مدیران دولت، پاسخگویی سازمانی.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.
^۲ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول)

* m_feizei@yahoo.com

^۳ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.^۴ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.^۵ استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

سازمان‌های دولتی و غیردولتی به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و باید در برابر آنان پاسخگو باشند (نورائی^۱، ۲۰۱۹). پاسخگویی به تأیید یا فرض مسئولیت در قبال اقدامات یا تصمیمات و تعد نسبت به ارائه گزارش و توضیح در مورد پیامدها و نتایج ایجاد شده اشاره دارد (رضایی^۲، ۲۰۱۸). امروزه ما در عصر پاسخگویی زندگی می‌کنیم تقاضا برای مقامات و سازمان‌های دولتی برای حساب پس دادن، روز به روز در حال افزایش است. اصول دموکراتیک تأیید می‌کند که مردم باید قدر باشند تا در تصمیماتی که در زندگیشان اثرگذار است، نفوذ داشته باشند، ولی چون مردم حاکمیت خود را به نمایندگان واگذار کرده‌اند، بنابراین آنها، عملکرد دولت را از طریق مکانیسم‌های پاسخگویی مدیریت می‌کنند (احمدی و الوانی^۳، ۲۰۱۴: ۱-۱۵). یکی از متداول‌ترین معیارها برای ارزیابی خدمات عمومی، تحقق پاسخگویی عمومی است. پاسخگویی با ایجاد شفافیت موجب از بین رفتن شکاف میان مسئولین و مردم و یا حاکمیت کنندگان و حاکمیت شونده‌ها می‌شود. هارلو معتقد است که پاسخگویی به عنوان ابزاری برای تحقق مشارکت، عمل می‌نماید و بونز اعتقاد دارد که پاسخگویی تصویری از عدالت، برابری، اعتماد و انصاف است (رحیمی و ایمانپور^۴، ۲۰۱۷: ۱۲۳-۱۱۵). دستیابی به نظام پاسخگویی سازمانی مناسب از هدف‌های کلی اکثر اصلاحات بخش دولتی است. استراتژی‌های پاسخگویی شهروندان که می‌تواند در جهت بهبود خدمات عمومی برای فقرا و حاشیه نشینان اثرگذار باشد، در دو عنصر مشترک باید اجرایی گردد، در اولین قدم باید شهروندان به تمامی ابتکارات و مولفه‌های پاسخگویی در اجتماع که توسط هر دولتی یا اجتماعی ایجاد می‌شود اقدام کنند، لذا هر جامعه‌ای نیازمند شهروندی فعال، که مطلع است، بسیج شده و آماده برقراری با نهادهای دولتی است، می‌باشد. دومین فرآیند مربوط به پاسخگویی، شامل هر دو استراتژی همکاری و مقابله‌ای از جانب شهروندان می‌باشد، یعنی از مشورت و حل مشکل گرفته تا اعتراض و شرمساری در مورد مسایل پاسخگویی نیز باید غافل نشد (جوشی^۵، ۲۰۱۷: ۱۶۰-۱۷۲). سازمان‌های دولتی می‌خواهند در کانون توجه مردم باشند و نزد مردم، شکل درستی از پوشش سازمانی‌شان ایجاد گردد و مدیران دولتی در پی فعالیت‌هایی هستند که سلامت و وجهه اعتبار سازمانی را به همراه آورد و در این زمینه سخت تلاش می‌کنند (احمدی و الوانی^۳، ۲۰۱۴). بنابراین پاسخگویی ویژگی یک دولت خوب خواهد بود، دولت خوب به گفته ویلسون، دولتی است که هم قدرت دارد و هم پاسخگو است. مادام که قدرت با مسئولیت همراه باشد، خطری وجود ندارد. پاسخگویی سبب شفافیت دولت می‌شود. از منظری وسیع‌تر، پاسخگویی، بخشی از هویت مردم چه در سازمان‌های عمومی، دستگاه‌های اداری ملی، دادگاه‌ها و چه در شرکت‌ها، انجمنها و تیمهای خصوصی است (متانی و حسن پور^۶، ۲۰۱۴).

اعتماد عمومی یکی از محورهای اصلی نظریه‌های دولت و سازمان دولتی است. اعتماد عمومی یکی از سرمایه‌های اجتماعی است که وحدت را در سیستم‌های اجتماعی، ایجاد و حفظ می‌کند و ارزش‌های دموکراتیک را پرورش می‌دهد. اعتماد، شهروندان را به نهادها و سازمان‌هایی که نمایندگان آنها هستند

¹ Nouraei

² Rezaei

³ Ahmade & Alvane

⁴ Rahimi & Imanpour

⁵ Joshi

⁶ Matani & Hassanpour

پیوند می‌دهد و از این طریق مشروعیت و اثربخشی دولت دموکراتیک افزایش می‌یابد (اصغری و اسدی^۱، ۲۰۱۳). اعتماد عمومی، یعنی انتظار مردم از دریافت پاسخ مثبت به خواسته‌های آنان از طرف متولیان امور عمومی (الوانی و دانائی فرد^۲، ۲۰۰۱). اعتماد به عنوان یک سرمایه اجتماعی پایه بسیاری از تعامل‌ها و کنش‌های روزمره در جوامع انسانی، چه در زمینه ارتباط‌های میان فردی و چه در حوزه ارتباط‌های اجتماعی بین گروه‌هاست. اعتماد مفهومی است مهم که به فهم عملکرد و ارزش‌های اساسی سازمان‌های دولتی کمک می‌کند (قرخانی و همکاران^۳، ۲۰۱۴: ۹۳۹-۹۵۶).

بنابراین، با توجه به توضیحات مطروح شده، بنظر می‌رسد پاسخگویی یکی از راه‌های ایجاد اعتماد عمومی است و لذا طراحی مدل بومی پاسخگویی سازمانی مبتنی بر رویکرد اعتماد عمومی، می‌تواند تا حدی پاسخگویی مشکلاتی باشد که در سازمان و شرکت‌های دولتی ایران با آن رو به رو هستیم. لذا عدم وجود یک نظام ارزیابی و سنجش و یا ضعیف بودن آن، جهت شناخت از وضعیت پاسخگویی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران به عنوان خلاء مطالعاتی در این پژوهش قابل طرح است و به عبارتی برای مدیریت‌پذیر نمودن و پاسخگویی لازم است جهت سنجش و ارزیابی پاسخگویی سازمانی مدیران بخش دولتی طراحی گردد، که در این راستا از متغیرهای پیشنهادی استفاده شده است و در حالت کلی نبود یک نظام سنجش در خصوص پاسخگویی سازمانی، در سازمان‌های دولتی ایران و چگونگی بر طرف نمودن این چالش به عنوان سوال اصلی پژوهش مطرح می‌گردد، و همچنین تحلیل نقش اعتماد عمومی در تبیین پاسخگویی سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران نیز پرسش اصلی دیگری در این تحقیق خواهد بود؟

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

پاسخگویی ابزاری است برای دادن توضیح متعهدانه اعمال و تصمیمات یک فرد یا نهاد به فردی یا نهاد دیگری که همراه آثار حقوقی، سیاسی و اداری لازم است. پاسخگویی مجموعه‌ای است از روابط اجتماعی که براساس آن شخص برای توضیح و توجیه رفتار خود با دیگران و سایرین احساس تعهد می‌کند. پاسخگویی یکی از راه‌های ایجاد اعتماد عمومی، ارتقای حاکمیت دموکراتیک، بهبود ارائه خدمات و توانمندسازی شهروندان است (ره‌نورد و همکاران^۴، ۲۰۱۹). یک سیستم پاسخگویی نوعی مبادله است که طی آن، بخشی از قدرت خود را به نحوی که هر یک از طرفین به دیگری نیاز داشته باشند، مبادله می‌کنند. به عبارت دیگر پاسخگویی یعنی شخص یا سازمان باید سرزنش یا ستایش ناشی از اخذ یک تصمیم یا انجام یک اقدام را بپذیرد (هیوز^۵، ۲۰۱۸). مقوله پاسخگویی سازمانی به عنوان یکی از موضوعات مطرح در سازمان‌های امروزی، توجهات بسیاری را به خود جلب نموده و واکاوی این مفهوم، نیازمند شناسایی و تحت کنترل درآوردن عوامل درون و برون سازمانی بیشمار است، در همین راستا، هر دولتی نیازمند یک سیستم پاسخگویی است، تا به طریقی عمل کند که مورد تأیید جامعه باشد. پاسخگویی مبنای هر جامعه‌ای است که ادعا می‌کند که دموکراتیک است. سازمان‌های دولتی، به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و میبایست در برابر آنها پاسخگو باشند (شاهین مهر و حسینی^۶، ۲۰۱۵).

¹ Asghari & Asadi

² Alwani & Danaeifard

³ Gharakhani et al

⁴ Rahnavard et al

⁵ Hughes

⁶ Shahin & Hassani

از طرفی اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. اعتماد مبادلات را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سرعت می‌بخشد. در فضای مبتنی بر اعتماد ابزارهایی مانند زور و اجبار برای تضمین دادوستدها کارایی خود را از دست می‌دهند و در عوض قصد افراد برای بازپرداخت‌ها و اعتقاد به درست کاری افزایش پیدا می‌کند. اعتماد، کار بازار را رونق می‌بخشد (شهبازی و همکاران^۱، ۲۰۱۲). اعتماد عمومی به این معنی است که عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با عامه به انتظارات آنان پاسخ مثبت دهند. به عبارتی دیگر اعتماد عمومی یعنی انتظار عموم از دریافت پاسخ مطلوب به خواسته‌هایشان از سوی متولیان امور عمومی (زاهدی و خانباشی^۲، ۲۰۱۱). اعتماد مهمترین عنصری است که افراد را به داشتن ارتباطات دوسویه یا چند سویه تشویق می‌کند. یکی از عرصه‌هایی که مسئله اعتماد در آن مطرح است، عرصه روابط دولت و مردم می‌باشد، وجود اعتماد در این بخش روابط مردم و دولت را تسهیل و باعث پایداری و بقای آن می‌شود. رابطه مبتنی بر اعتماد هم برای اعتماد کننده و هم برای اعتماد شونده منافی در برخواهد داشت (اصغری و اسدی^۳، ۲۰۱۳).

مارکواریت و ماچکووارا^۴ (۲۰۲۰) در تحقیقی انواع پاسخگویی را با عنوان محدود کردن دولت‌ها: شاخص‌های جدید پاسخگویی عمودی، افقی و مورب بررسی کردند و دریافتند که میزان پاسخگویی دولت‌ها به شهروندان (پاسخگویی عمودی)، سایر نهادهای دولتی (پاسخگویی افقی) و رسانه‌ها و جامعه مدنی (پاسخگویی مورب) است. چارچوب مفهومی و تجربی زیربنای این شاخص‌ها را توصیف کردند. هربرت کاتیسچالت^۵ و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان اندازه‌گیری پاسخگویی دموکراتیک: گزارش‌های اولیه در مورد یک پایگاه داده در حال ظهور را بررسی کردند. یک مجموعه داده جدید را براساس نظرسنجی‌های متخصصان انجام شده در نزدیک به ۹۰ کشور در سراسر جهان ارائه کردند این مجموعه داده به مکانیسم‌های ارتباط دموکراتیک بین شهروندان و سیاستمداران کمک می‌کند. فهیم‌دوین و اسداللهی (۱۴۰۰) در مقاله خودشان با هدف بررسی رابطه بین اعتماد و سطح پاسخگویی با میزان رضایتمندی و وفاداری مشتریان منتخبی از باشگاه‌های ورزشی بانوان نشان دادند که بین اعتماد اجتماعی با سطح رضایتمندی مشتریان ۰/۶۸۲ و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۱ می‌باشد که از ۰/۰۵ کمتر بوده و نشان دهنده این است که بین آنها رابطه معناداری وجود دارد. فرانسکیوس و پالوس^۶ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان "ارائه مدل توسعه پاسخگویی سازمانهای دولتی محلی، برای پاسخگویی مدیریتی تا پاسخگویی عمومی (مطالعه موردی: دولت محلی تانا تاراجا)" را انجام دادند. این پژوهش با هدف توسعه مدل‌ها و شاخص‌های پاسخگویی عمومی که عموم مردم انتظار دارند به عنوان مدیر اصلی برای کنترل مسئولیت‌های مدیریتی، دولت‌های محلی اقدام نمایند انجام گرفته شده است. نوه

¹Shahbazi et al

²Zahedi & Khanbashi

³Asghari & Asadi

⁴Marquardt & Mechkova

⁵Herbert Kitschelt

⁶fransiskus & paulus

ابراهیم و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان "طراحی الگوی پاسخگویی اثربخش دانشگاه آزاد اسلامی با استفاده از رویکرد کیفی نظریه داده‌بنیاد" در واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان تهران انجام دادند. بعد از مشخص شدن مقوله محوری (پاسخگویی به ذینفعان) و استفاده از آن برای نزدیک کردن روابط سایر مقوله‌های اصلی و فرعی، درنهایت، مقوله‌های شناسایی شده در قالب ابعاد شش‌گانه الگوی استراوس و کوربین شامل عوامل علی (شش آیتم)، مقوله اصلی (۴ آیتم)، عوامل زمینه‌ای (۵ آیتم)، عوامل مداخله‌گر (۴ آیتم)، راهبردها (۶ آیتم) و پیامدها (۵ آیتم) آشکار شدند و سازه‌های مختلف الگوی پاسخگویی اثربخش دانشگاه آزاد اسلامی را تشکیل دادند.

نورایی (۱۳۹۸) در مقاله خود رابطه پاسخگویی مدیران را با عدالت و تعهد در دانشگاه آزاد غرب مازندران بررسی کردند، یافته‌های این مطالعه نشان داد که بین تعهد و پاسخگویی مدیران و کارکنان رابطه وجود دارد.

بنابراین موردی که در اکثر تحقیقات به عنوان یک خلاء مشهود می‌باشد و تحقیق حاضر در پی رفع آن می‌باشد، ذکر این نکته است که در هر ابعاد کدام یک از متغیرهای پیشنهادی در راستای تبیین مدل پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی نقش خواهند داشت؟ تفاوت تحقیق حاضر این است که در تحقیقات انجام شده، بیشتر محتوای برنامه و ساختار اجرایی بررسی شده است؛ درحالی‌که در این پژوهش مباحث اثرگذار در سطح عملیاتی مورد بحث است. ضمن اینکه تمایل به پاسخگویی و اعتماد عمومی در سازمان‌های دولتی بسیار بالاتر از سازمان‌های دیگر است و افراد تمایل به کسب قدرت و نفوذ بیشتری دارند. به همین دلیل جامعه آماری را سازمان‌های دولتی ایران تشکیل می‌دهد که ضرورت انجام این پژوهش را بیشتر می‌کند. بنابراین؛ سوال اصلی تحقیق ارائه مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی بررسی شده است.

۳- روش‌شناسی

مطالعه حاضر از نوع مطالعات کیفی می‌باشد زیرا از روش کیفی داده بنیاد می‌توان برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش استفاده کرد. روش کیفی داده بنیاد با نام‌هایی از قبیل نظریه زمینه‌ای، نظریه مبتنی بر داده و یا تئوری مفهوم‌سازی بنیادی نیز شناخته می‌شود (بهروزی لک و علیاری^۱، ۲۰۱۷). جامعه آماری شامل اساتید دانشگاهی متخصص در زمینه پاسخگویی سازمانی و اعتماد عمومی هستند. متد نمونه‌گیری در مرحله کیفی، قاعده اشباع نظری می‌باشد که استراوس و کوربین^۲ (۱۹۹۸) بر مبنای منطق نمونه‌گیری نظری مطرح می‌کنند. به این صورت که نمونه‌گیری تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که محقق دیگر داده تازه و جدیدی از مصاحبه بدست نیاورد و به عبارت دیگر اشباع نظری صورت بگیرد. روش نمونه‌گیری در این بخش به صورت هدفمند بود، چرا که در پژوهش کیفی محقق به دنبال تعمیم نتایج نیست بلکه به دنبال نمونه‌هایی می‌باشد که بیشترین همسویی و نزدیکی را با هدف تحقیق دارد. در تحقیق کیفی، نمونه‌گیری هدفمند به کار برده می‌شود و آن بدین معنی است که واحدها به جای انتخاب تصادفی، به علت ویژگی‌های آنها نسبت به پدیده مورد مطالعه انتخاب می‌شوند (دلاور^۳، ۲۰۱۸). تعداد نمونه این پژوهش

¹ Behrozilak & Aliyari

² Strauss & Corbin

³ Delawar

شامل ۲۲ نفر متخصص حوزه پاسخگویی و اعتماد عمومی بود چرا که بعد از ۲۲ نفر اطلاعات جدیدی از نمونه بعدی حاصل نگردید و به عبارت دیگر اشباع نظری حاصل شد. ابزار پژوهش مصاحبه بدون ساختار بود که در قالب شش سؤال تنظیم شده بود که ابعاد مقولات محوری، عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و استراتژی‌ها، و پیامدها و نتایج را در بر می‌گیرد. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری محوری انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، مقوله‌ها را از داده‌ها استخراج می‌کند (کریسول و گریسول^۱، ۲۰۰۵). کدگذاری باز فرآیند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن در داده‌ها کشف می‌شوند. در این مرحله، داده پرداز نظریه بنیاد، مقوله‌های اولیه اطلاعات در خصوص پدیده در حال مطالعه را، به وسیله بخش‌بندی اطلاعات شکل می‌دهد. کدگذاری محوری اشاره به مرتبط کردن مقولات به زیر مقولات و ایجاد یک پیوند بین مقولات و سطوح ویژگی آنها دارد. محقق یک مقوله حاصل از مرحله کدگذاری باز را انتخاب می‌کند و در مرکز فرآیند بررسی خود قرار می‌دهد و تلاش می‌کند تا سایر مقولات را به آن ربط دهد. سایر مقولات عبارتند از: مقوله محوری، شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها (دانائی فرد و اسلامی^۲، ۲۰۱۱). ملاحظات اخلاقی نیز در این پژوهش مورد توجه بود، بدین صورت که اعضای شرکت‌کننده در تحقیق با اطلاع کامل و داوطلبانه در فرآیند تحقیق مشارکت داشتند. به داوطلبان اطمینان داده شده که در هر مرحله از فرآیند تحقیق که بخواهند می‌تواند از ادامه حضور در تحقیق انصراف دهند و همچنین به شرکت‌کنندگان اطمینان داده شده بود که اطلاعات شخصی آنها مخفی خواهد ماند. با توجه به اینکه در این تحقیق به دنبال نظریه‌پردازی درخصوص طراحی مدل پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی و تدوین مدل بومی بوده از این روش تحقیق استفاده شده است.

^۱Creswell & Creswell

^۲Danaeifard & Eslami

قبل از پرداختن به یافته‌های پژوهشی، اطلاعات معرف‌های زمینه‌ای مدیران در پژوهش گزارش می‌شود. جدول ۱، اطلاعات جمعیت‌شناختی داوطلبان در پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱. اطلاعات معرف‌های زمینه‌ای مدیران

متغیر	سطح	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۸	۸۲٪
	زن	۴	۱۸٪
	کل	۲۲	۱۰۰٪
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۳	۱۴٪
	۳۱ تا ۴۰ سال	۶	۲۷٪
	۴۱ تا ۵۰ سال	۷	۳۲٪
	بالای ۵۰ سال	۶	۲۷٪
وضعیت شغلی	کل	۲۲	۱۰۰٪
	هیت علمی	۱۵	۶۸٪
	مدرس دانشگاه	۷	۳۲٪
مدرک تحصیلی	کل	۲۲	۱۰۰٪
	کارشناسی ارشد	۶	۲۷٪
	دکتری	۱۶	۷۳٪
سابقه کاری	کل	۲۲	۱۰۰٪
	زیر ۵ سال	۶	۲۷٪
	۵ الی ۱۰ سال	۷	۳۲٪
	بالای ۱۰ سال	۹	۴۱٪
	کل	۲۲	۱۰۰٪

یافته‌های این مطالعه منجر به شناسایی ۹۵ کد و ۳۱ مضمون و مقوله در قالب شش بعد عوامل علی (۵ مضمون)، عوامل مداخله‌گر (۵ مضمون)، عوامل زمینه‌ای (۵ مضمون)، پدیده‌های محوری (۶ مضمون)، راهبردها و استراتژی‌ها (۶ مضمون) و پیامدها و نتایج (۴ مضمون) گردید که در قالب مدل پارادایمی طراحی مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی ارائه شده است. روایی مقولات و مضامین از طریق شاخص نسبت روایی محتوایی ۱ (CVR) و شاخص روایی محتوایی ۲ (CVI) استفاده شد. برای محاسبه شاخص (CVR) از نظرات کارشناسان متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده می‌شود و با توضیح اهداف آزمون برای آنها و ارائه تعاریف عملیاتی مربوط به محتوای سؤالات،

¹ Content Validity Ratio (CVR)

² Content Validity Index (CVI)

³ Hajezade & Asgare

از آن‌ها خواسته می‌شود تا هر یک از سؤالات را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت "گویه ضروری است"، "گویه مفید است ولی ضروری نیست" و "گویه ضرورتی ندارد"، طبقه‌بندی کند (حاجی زاده و اصغری، ۳، ۲۰۱۲). سپس بر اساس فرمول زیر؛ نسبت روایی محتوایی محاسبه می‌شود، نتیجه فرمول با توجه به تعداد پانل تحقیق که ۲۲ نفر می‌باشند؛ بایستی نتیجه این شاخص بزرگتر از ۰/۳۷ باشد:

$$CVR = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

جدول ۲. نتایج تحلیل شاخص نسبت روایی محتوای (CVR)

CVR	تعداد افرادی که گزینه ضروری را انتخاب کرده اند	تعداد افراد شرکت کننده	کد نهایی	مفهوم	مقوله اصلی
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	وجود فرهنگ سازمانی در جهت اعتماد عمومی	فرهنگ سازمانی	عوامل علی
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	ایجاد باورها و نگرش‌ها همراه با زمینه‌ساز اعتماد		
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	قابل اجرا بودن قوانین الزام آور پاسخگویی		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	پایبند به منشور اخلاقی و جلب اعتماد دیگران		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	نگرش مقام دولتی به پاسخگویی	ویژگی مدیریتی	
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	پتانسیل‌های مقامات ارشد دولتی		
۶۳.۶٪	۱۸	۲۲	ملاحظات اخلاقی و فردی مدیر		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	نیاز به چیره دست شدن	ماموریت سازمانی	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	میزان ارتباط سازمان جهت کسب اعتماد ارباب رجوع		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	نوع ماموریت سازمانی		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	بهبود خلاقیت و نوآوری توام		

			با افزایش اعتماد		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	ملاحظات رفتار بین‌المللی و اعتماد خلق و خوی دیگران	شرایط فرامنطقه‌ای	
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	نقش معاهدات و پروتوکل‌های بین‌المللی		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	ارزیابی ادواری عملکرد از طریق نهادهای بین‌المللی		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	وجود سیستم‌های ارزیابی مطلوب و اعتمادآور	وجهه سازمانی	
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	احترام کارکنان به ارباب رجوع		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	ارائه خدمات مناسب به ذینفعان جهت اعتماد بیشتر آنها		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	رفتار سازمان بطور صادقانه با عموم	درست کاری	شرایط زمینه‌ای
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	باور به درستکار بودن مسئولین		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	اعتقاد به روراستی سازمان		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	شایستگی فرد	اعتماد شناختی	
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	شخصیت		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	خیرخواهی یا حسن نیت		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	مسولین قابل اعتماد هستند	اطمینان	
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	قابل اعتماد بودن اخبار رسانه‌ای خارجی		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	اعتماد مردم به سازمان در شناسایی و رفع مشکلات		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	یکنواختی حرف و عمل سازمان	صداقت	
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	نشان دادن علاقه واقعی به افراد		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	راستگویی در موضع‌گیری‌ها		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	مردم در برابر سازمان و نهاد ناآشنا خطرپذیرند	خطرپذیری	
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	ارتباطات افراد محدود به روابط خانوادگی است		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	زیرساخت الکترونیک و فناوری اطلاعات	سازمان تکنولوژی محور	

۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	وجود ارتباطات الکترونیک و شبکه‌ها	عوامل مداخله‌ای
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	نیروی کار ماهر و متخصص	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	تمایل به مطالبه‌گری در شهروندان	مطالبه‌گری مردم
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	تمایل به پاسخگویی به ذینفع	
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	فرهنگ مطالبه‌گری در جامعه	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	بلوغ سیاسی جامعه و اعتماد به آن	نظارت همگانی
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	نظارت و آگاهی شهروندان	
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	نظارت دیگران با جو اعتمادسازی	
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	احساس تعهد نسبت به افراد و جامعه	سبک رهبری اخلاقی
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	تقدم منافع دیگران بر منافع شخصی	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	اعتقاد به منشور اخلاقی و رفتاری	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	تمایل مدیریت به پاسخگویی به ذینفعان	میل دیگران به پاسخگویی
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	تمایل کارکنان به پاسخگویی به ذینفعان	
۷۲.۷٪	۱۹	۲۲	سازوکارهای دسترسی آزاد ذینفعان به اطلاعات	شفافیت اطلاعات
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	تهیه گزارش‌های عملکرد به صورت ادواری	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	اطلاع رسانی صادقانه	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	عدم مخفی کاری مسئولان نسبت به مردم	پدیده‌های محوری
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	تصمیم‌گیری‌های مشارکتی	
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	بودجه‌بندی مشارکتی	
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	استفاده از نظرات دیگران و مشورت با آنها	مشارکت‌جویی
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	میزان انتقادپذیری دولت و	

			مسئولان سازمان‌های دولتی	کنترل‌پذیری	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	حساسیت به نظرات مردم	ارزیابی عملکرد	
۷۲.۷٪	۱۹	۲۲	تدوین خط مشی ارزشیابی عملکرد		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	تدوین معیارهای ارزیابی عملکرد		
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	استفاده از ارزیابی‌های موجود و رایج		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	بهره‌مندی شهروندان از خدمات سازمانی	تعهد و تکریم	
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	پاسخگویی سازمان در برابر عملکردشان		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	احترام سازمان به مراجعان خود		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	اعتماد عمومی و ذینفعان از سازمان	واکنش‌گری	
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	تدوین مقررات بازدارنده نسبت به خسارات		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	تدوین منشور اعتمادی پاسخگویی سازمانی		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	همکاری با دیگران	مصالحه در سازمان	راهبردها و استراتژی‌ها
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	رفتار شهروندی سازمان با دیگران با اطمینان		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	افزایش درجه پاسخگویی سازمان‌ها		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	نقش اطلاع‌رسانی رسانه	نقش رسانه‌ای	
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	نقش نظارتی رسانه‌ها بر پاسخگویی سازمانی		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	برگزاری نشست‌های روشنگرانه با رسانه‌ها		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	سازوکارهای رسیدگی به شکایات ذینفعان	مشارکت جویی ذی‌نفعان	
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	تصمیم‌گیری مشارکتی جهت اعتماد بیشتر در سازمان		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	وجود قانون‌گرایی در جهت		

			پاسخگویی اعتمادآور		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	حفظ اسرار و اطلاعات ارباب رجوعان از سوی کارکنان	اخلاق‌گرایی	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	رعایت منشور اخلاقیات		
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	میزان نوع دوستی و دگر خواهی در سازمان		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	محیط متحول و غیرقابل پیش بینی	جذب فشار محیطی	
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	مخاطرات و نا اطمینانی‌های محیطی		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	وجود آلترناتیوهای متنوع		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	سازوکارهای رسیدگی به شکایات ذینفعان	رسیدگی به شکایات	
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	وجود ضمانت اجرایی اعمال تشویق و تنبیه		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	وجود سیستم اخراج و پاداش		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	تغییر نگرش و ادراک فرد	نفوذ بین فردی و بین سازمانی	پیامدهای پاسخگویی اجتماعی
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	توجیه منطقی که نشان دهنده اعتماد است		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	تبادل و تقاضای الهام بخش		
۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	فشار، یعنی اطاعت خواستن با استفاده از دستور، تهدید		
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	نفوذ در رفتار از طریق قدرت قانونی		
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	کنترل دسترسی دیگران به اطلاعات برای تغییر نگرش		
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	توسعه اصول اخلاقی	رشد و تعالی جامعه	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	ایجاد حس تعهد		
۰/۹۰.۹	۲۱	۲۲	ایجاد حس همگانی و پیوستگی در جامعه		
۰/۵۴.۵	۱۷	۲۲	افزایش اعتماد عمومی جامعه به سازمان	افزایش اعتماد عمومی	
۰/۴۵.۴	۱۶	۲۲	تعاملات مناسب ذینفعان و حکومت		

۰/۶۳.۶	۱۸	۲۲	تقویت مشارکت عمومی	رضایت عمومی
۰/۸۱.۸	۲۰	۲۲	شکل‌گیری مشارکت عمومی	
۰/۷۲.۷	۱۹	۲۲	نشاط سازمانی و جامعه	

با توجه به نتایج حاصل شده در جدول فوق برای شاخص نسبت روایی محتوایی (CVR) عدد بدست آمده برای هر گویه بیشتر از ۰/۳۷ بدست آمد بنابراین همه مفاهیم پژوهش از نسبت روایی محتوایی برخوردار هستند.

جهت بررسی شاخص روایی محتوا از روش والتز و بازل استفاده می‌شود. بدین صورت که متخصصان، مربوط بودن هر گویه را به صورت ۱ "مربوط نیست"، ۲ "نسبتاً مربوط است"، ۳ "مربوط است"، ۴ "کاملاً مربوط است" مشخص می‌کنند. گویه مربوط به واضح بودن را نیز به ترتیب به صورت ۱ "واضح نیست"، ۲ "نسبتاً واضح است"، ۳ "واضح است"، ۴ "واضح مربوط است" مشخص می‌کنند. در صورتی که نمره CVI بالاتر از ۰/۷۹ باشد، روایی محتوایی مقیاس مورد تأیید است. دستاوردهای این مطالعه در جداول ۲ و ۳ گزارش شده است و در انتها مدل نهایی ارائه شده است.

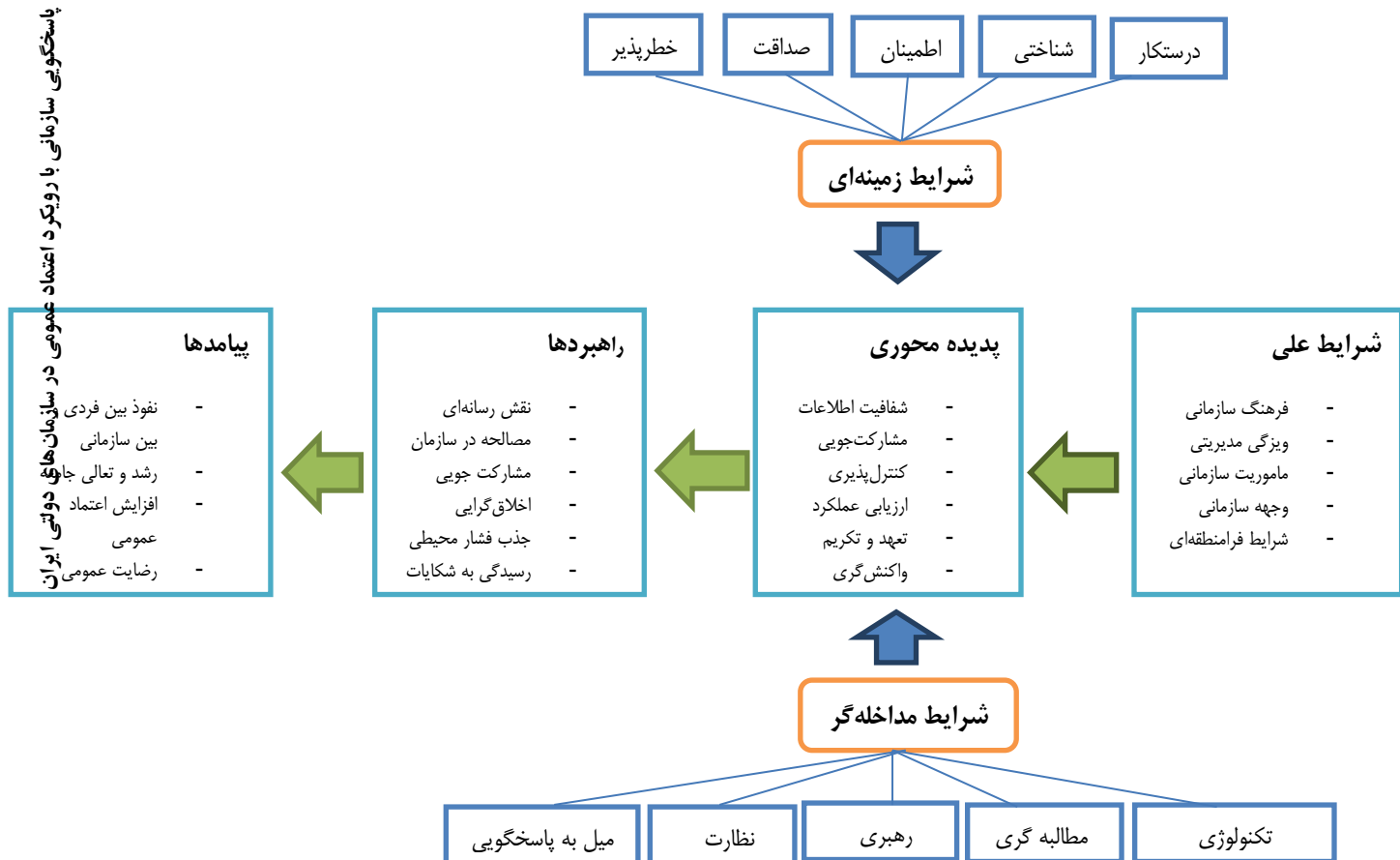
جدول ۳. نتایج شاخص روایی محتوای (CVI)

CVI	مجموع تعداد افرادی که گزینه ۳ و ۴ را انتخاب کرده‌اند تقسیم بر ۲۲	تعداد افراد شرکت کننده	مفهوم	مقوله اصلی
۰/۸۱.۸	$11+7=18$	۲۲	فرهنگ سازمانی	عوامل علی اثرگذار
۰/۹۰.۱	$9+11=20$	۲۲	ویژگی مدیریتی	
۰/۸۱.۸	$8+10=18$	۲۲	ماموریت سازمانی	
۰/۸۶.۳	$12+7=19$	۲۲	شرایط فرامنطقه‌ای	
۰/۹۰.۱	$9+11=20$	۲۲	وجهه سازمانی	
۰/۸۱.۸	$12+6=18$	۲۲	درست کاری	شرایط زمینه‌ای
۰/۹۵.۴	$10+11=21$	۲۲	اعتماد شناختی	
۰/۸۶.۳	$6+13=19$	۲۲	اطمینان	
۰/۹۰.۱	$10+10=20$	۲۲	صداقت	
۰/۹۵.۴	$13+8=21$	۲۲	خطرپذیری	
۰/۸۶.۳	$8+11=19$	۲۲	سازمان تکنولوژی محور	عوامل مداخله‌ای
۰/۸۱.۸	$6+12=18$	۲۲	مطالبه‌گری مردم	
۰/۹۵.۴	$14+7=21$	۲۲	نظارت همگانی	
۰/۹۰.۱	$5+14=20$	۲۲	سبک رهبری اخلاقی	
۰/۸۶.۳	$11+8=19$	۲۲	میل دیگران به پاسخگویی	

۰/۸۱.۸	$۱۱+۷=۱۸$	۲۲	شفافیت اطلاعات	پدیده‌های محوری
۰/۹۰.۱	$۸+۱۲=۲۰$	۲۲	مشارکت‌جویی	
۰/۹۵.۴	$۶+۱۵=۲۱$	۲۲	کنترل‌پذیری	
۰/۸۶.۳	$۱۰+۹=۱۹$	۲۲	ارزیابی عملکرد	
۰/۹۵.۴	$۱۰+۱۱=۲۱$	۲۲	تعهد و تکریم	
۰/۸۱.۸	$۱۲+۶=۱۸$	۲۲	واکنش‌گری	
۰/۸۱.۸	$۱۱+۷=۱۸$	۲۲	مصالحه در سازمان	راهبردها و استراتژی‌ها
۰/۹۰.۱	$۱۰+۱۰=۲۰$	۲۲	نقش رسانه‌ای	
۰/۹۵.۴	$۱۱+۷=۲۱$	۲۲	مشارکت‌جویی ذی‌نفعان	
۰/۸۱.۸	$۱۲+۹=۱۸$	۲۲	اخلاق‌گرایی	
۰/۹۰.۱	$۸+۱۲=۲۰$	۲۲	جذب فشار محیطی	
۰/۸۶.۳	$۹+۱۰=۱۹$	۲۲	رسیدگی به شکایات	پیامدها
۰/۸۱.۸	$۷+۱۱=۱۸$	۲۲	نفوذ بین فردی و بین سازمانی	
۰/۹۰.۱	$۱۱+۹=۲۰$	۲۲	رشد و تعالی جامعه	
۰/۸۶.۳	$۹+۱۰=۱۹$	۲۲	افزایش اعتماد عمومی	
۰/۹۵.۴	$۷+۱۴=۲۱$	۲۲	رضایت عمومی	

با توجه به نتایج حاصل شده برای شاخص روایی محتوایی (CVI)، تمام موارد از روایی محتوایی قابل قبول برخوردار می‌باشند، بدین صورت که شاخص روایی محتوایی هیچ کدام از مقولات کمتر از ۰/۷۹ نمی‌باشند.

برخی از پژوهشگران مرحله کدگذاری انتخابی را آخرین مرحله جهت مدلسازی نمی‌دانند. این مرحله نسبت به مرحله کدگذاری انتخابی پا را فراتر می‌گذارد و سعی در شناسایی روابط بین مقوله‌ها دارد تا بر این اساس ضمن ایجاد تئوری کاملتر مدل نهایی استخراج شد. در این مرحله پژوهشگر با پالایش یافته‌های قبلی و با طی فرایندهای رفت و برگشت بر روی داده‌ها و دستاوردهای پژوهش در مراحل قبلی به دنبال ساخته شدن به شکل قضیه‌هایی قابل ذکر هستند. قضیه‌های استخراج شده که در مدل به شکل ارتباط میان مقولات نشان داده شده است را می‌توان به شکل فرضیه در آزمون مدل استخراج شده مورد اندازه‌گیری قرار داد. باید توجه داشت ساختن و تدوین مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها در نظریه مبنای دیگر مفاهیم است. به عبارت دیگر، محقق در انجام پژوهش دائماً برای اصلاح، تغییر و دست یافتن به نظریه‌ای مناسب که به کمک آن تبیینی از روابط مشاهده شده به دست آید، به مراحل قبلی باز می‌گردد. باید در نظر داشت که واحد تحلیل در این پژوهش، سازمان است. بنابراین، چارچوب احصا شده ناظر بر متغیرهای سطح سازمانی بوده و متغیرهای فراسازمانی در این چارچوب لحاظ نشده است. حاصل جمع‌بندی انجام آزمون‌ها و بررسی‌های مربوط به روایی و پایایی منجر به ترسیم مدل ذیل شده است که می‌توان تحت عنوان "ارائه مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی در سازمان‌های دولتی ایران" نام برد.



شکل ۱. مدل پارادایمی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی

نتایج مدل پارادایمی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی در شکل ۱ نشان می‌دهد که پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی را می‌توان در شش بعد شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر که این سه عامل بر روی بعد پدیده‌های اصلی اثر می‌گذارند و همچنین ابعاد راهبردها و استراتژی و پیامدها و نتایج تشکیل شده است. هر یک از این ابعاد شش گانه، شاخص‌ها و خرده مضامین خاص خود را دارند که به شرح زیر می‌باشد. شرایط علی دارای پنج خرده مضمون از قبیل شاخص فرهنگ سازمانی، ویژگی مدیریتی، مأموریت سازمانی، وجهه سازمانی و شرایط فرامنطقه‌ای می‌باشد. شرایط زمینه‌ای شامل پنج خرده مضمون از قبیل شاخص درستکاری، صداقت، اعتمادشناختی، اطمینان و خطرپذیری می‌باشد. بعد شرایط مداخله‌گر شامل شاخص‌های پنج‌گانه سازمان تکنولوژی محور، مطالبه‌گری مردم، سبک رهبری، نظارت همگانی و میل به پاسخگویی می‌باشد. پدیده‌های اصلی این مدل پارادایمی شامل شاخص‌های شفافیت، اطلاعات، مشارکت‌جویی، کنترل‌پذیری، ارزیابی عملکرد، تعهد/تکریم و واکنش‌گری می‌باشد. بعد راهبردها و استراتژی شامل شاخص‌های شش‌گانه از قبیل نقش رسانه‌ای، مصالحه در سازمان، مشارکت‌جویی، اخلاق‌گرایی، جذب فشار محیطی و رسیدگی به شکایات می‌باشد. بعد پیامدها و نتایج نیز شامل شاخص‌های چهارگانه نفوذ بین فردی و بین سازمانی، رشد و تعالی جامعه، افزایش اعتماد عمومی و رضایت عمومی می‌باشد.

روایی مدل

پژوهش چه کمی باشد چه کیفی، بدون دقت علمی، ارزشی ندارد و مطلوبیت خود را از دست می‌دهد (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). رضایی (۱۳۹۵) در رساله دکتری خود هفت معیار را برای تعیین روایی الگو پیشنهاد می‌دهد که عبارتند از: ارتباط، کاربردپذیری، انسجام، جامعیت، ادراک‌پذیری، نوآوری و مقبولیت. به منظور بررسی شاخص‌های روایی چارچوب الگوی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی در سازمان‌های دولتی از نظر متخصصان استفاده شد. بنابراین، جامعه آماری جهت اعتباریابی درونی چارچوب پیشنهادی شامل اساتید و متخصصان حیطه پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی بود که ۲۲ نفر از متخصصان در این پژوهش مشارکت داشتند. نتایج حاصل از اعتباریابی درونی چارچوب پیشنهادی در جدول ۴ گزارش شده است.

S- CVI	CVI	انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	معیار
۰/۸۹۳=۷/۰۲۵۴	۰/۸۱/۸	۰/۴۵	۳/۲۸	۴/۲۵	۲	ارتباط
	۰/۹۰/۱	۰/۳۷	۳/۵۲	۴	۲/۴۵	کاربردپذیری
	۰/۹۵/۴	۰/۵۵	۳/۹۵	۳	۲/۴۵	انسجام
	۰/۸۶/۳	۰/۳۶	۳/۴۲	۴	۲	جامعیت
	۰/۹۰/۱	۰/۲۷	۳/۲۱	۳	۲	ادراک‌پذیری
	۰/۸۶/۳	۰/۶۵	۳/۴۲	۴/۲۵	۲/۴۵	نوآوری

¹ Strauss & Corbin

مقبولیت	۲	۴	۳/۶۷	۰/۷۴	۰/۹۵.۴
---------	---	---	------	------	--------

نتایج حاصله در جدول ۴ نشان می‌دهد که میانگین همه معیارهای روایی بالای ۳ می‌باشد و با توجه به اینکه پرسشنامه در مقیاس لیکرتی پنج درجه‌ای از ۱ کمترین نمره تا ۵ بیشترین نمره بوده است، لذا میانگین بالای ۳ نشان می‌دهد که همه معیارها بالاتر از میانگین، نمره کسب کرده‌اند (بالاتر از متوسط) و متعاقباً نمره شاخص روایی محتوای (CVI) برای همه معیارها بالای ۰/۸۰ می‌باشد که به خاطر بالاتر بودن از نمره ۰/۷۹ مورد تأیید می‌باشد. نمره مناسبت کلی (S-CVI) هم ۰/۸۹۳ می‌باشد و با توجه به اینکه این عدد بالاتر از حداقل مناسبت کلی مطلوب (۰/۸۰) می‌باشد، لذا مناسبت کلی الگو تأیید می‌شود. برای تعیین مناسبت کلی (S-CVI) از رویکرد میانگین استفاده شد، یعنی میانگین مجموع شاخص‌های روایی محتوایی بر تعداد معیارها تقسیم شد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پاسخگویی و اعتماد عمومی، از کلیدی‌ترین مفاهیم در حوزه مطالعات مدیریت دولتی است لذا امروزه ظهور الگوواره‌های جدید مانند اداره امور عمومی نوین و خدمات عمومی نوین بر مجموعه‌ای از ارزش‌های نوین در اداره کشورها تأکید دارند که پاسخگویی سازمانی یکی از این ارزش‌هاست. پاسخگویی سازمانی در حاکمیت عمومی نه یک گزینه، بلکه یک ضرورت راهبردی است. حاکمیت عمومی بر این نکته توجه دارد که چگونه سازمان‌های مختلف برای نیل به سطح بالاتری از نتایج مورد نظر با شهروندان و ذینفعان تعامل می‌کنند (برینکراف و وتربرگ^۱، ۲۰۱۵). یافته‌های این تحقیق در سطح کلی بیانگر طراحی مدل پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی می‌باشد که شامل ۶ بعد و ۳۱ مقوله و مضمون می‌باشد. الگوی تدوین شده در این پژوهش از دو هسته و سازه کلیدی تشکیل شده است که عبارت است از مفاهیم پاسخگویی سازمانی و اعتماد عمومی. در توضیح پاسخگویی در بخش ادبیات نظری گفتیم که پاسخگویی توانایی سازمان را در ارتباط با فشارهای اجتماعی و چگونگی پاسخ به آنها را نشان می‌دهد و جنبه قانونی و روش‌مند سازمانی دارد. هر سازمان، ساختارها، شیوه‌های عمل و سازوکارهایی دارد که میزان پاسخگویی آن را تعیین می‌کند. پاسخگویی به تدریج مورد توجه سازمان‌ها قرار گرفت و نحوه رویارویی سازمان‌ها با جامعه را ضابطه‌مند و قابل بررسی ساخت. در پاسخگویی، امکانات و شیوه‌های اقدامات اجتماعی سازمان‌ها مشخص شده و ارزیابی و ممیزی تحقق اهداف اجتماعی سازمان‌ها امکان‌پذیر می‌شود. بررسی ارائه الگوی مدل بومی پاسخگویی سازمانی با رویکرد اعتماد عمومی نشان می‌دهد که مضامین و مقولات احصاء شده همسو با ادبیات نظری تحقیق در هر دو وجه پاسخگویی و اعتماد می‌باشد. مضامین احصاء شده نشان می‌دهد که شاخص‌ها و مؤلفه‌های پاسخگویی سازمانی و اعتماد عمومی و عناصر آن ملاحظه و مورد توجه قرار گرفته شده است؛ لذا از این منظر همسو با مبانی نظری تحقیق می‌باشد. رهنورد و همکارانش (۱۳۹۸) طی مقاله‌ای که بررسی کردند، دریافتند که نوع مأموریت سازمان، فرهنگ سازمانی، الزامات قانونی، وجهه سازمانی و بلوغ فکری جامعه از عوامل مؤثر بر استقرار پاسخگویی در سازمان‌های دولتی است و استقرار پاسخگویی در سازمان‌های

¹ Brinkerhoff & Wetterberg

دولتی موجب پیامدهایی مانند افزایش اعتماد عمومی، رضایت عمومی و رشد و تعالی جامعه می‌شود، لذا در یافته‌های تحقیق حاضر نیز برخی از مولفه‌های مهم سازمان‌ها بطور مشترک با تحقیق رهنورد و همکارانش مثل فرهنگ سازمانی، وجهه سازمانی، مأموریت سازمانی در طراحی مدل بررسی و مطالعه شده است که از این منظر مشاهدات تحقیق حاضر با نتایج تحقیق آنها تا حدودی همسویی دارد. ابراهیمی و همکارانش (۱۳۹۸) در مقاله خودشان یک چارچوب بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی ایران را طراحی کردند. آنها در مدلشان پس از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، عناصر مرتبط با پاسخگویی شرکت‌های دولتی را شناسایی و کدگذاری کرده اند. بر اساس عناصر اصلی، چارچوبی با ۹ عنوان و ۵۵ عنصر فرعی به دست آوردند. نورایی (۱۳۹۸) در پژوهشی نشان داد بین عدالت سازمانی و پاسخگویی مدیران و کارکنان دانشگاه‌های آزاد اسلامی غرب استان مازندران رابطه وجود دارد. نرگیان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی مشاهده کردند که شفافیت بر اعتماد شهروندان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج پژوهش اعتباریان و همکاران (۱۳۹۳) وجود رابطه معنادار و مستقیم میان شفافیت اطلاعات، بهبود پاسخ‌گویی و ارتقای اعتماد وجود دارد. شهبازی و همکارانش (۱۳۹۱) در تحقیق خودشان دریافتند که پاسخگویی بر اعتماد عمومی تأثیر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین یافته‌های این پژوهش در تکمیل نتایج پژوهش‌های نام برده با شناسایی و معرفی عوامل بهبود پاسخگویی سازمان‌های دولتی به دلیل بهبود شفافیت ناشی از آن موجب می‌شود تا ضمن ممانعت از بروز عدم تقارن اطلاعاتی، امکان ارزیابی عملکرد مدیریت در تحقق اهداف سازمان و منافع ذی‌نفعان فراهم شود. همچنین انجام این کار زمینه را برای ارزیابی مقایسه‌ای پاسخگویی سازمان‌های دولتی را فراهم می‌کند تا ضمن بهبود پاسخگویی؛ موجب افزایش اعتماد عمومی شهروندان شود. همچنین نتایج این پژوهش با نتایج مطالعات برینکروف و وتربرگ (۲۰۱۵)، هافمن (۲۰۱۴)، بوکنا (۲۰۱۲) تا حدودی همراستا است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد که مدیران سازمان‌های دولتی با شفافیت‌سازی اطلاعات و مشارکت قرار دادن مردم و حتی کارکنان به نوعی در جامعه نفوذ کرده و پاسخگویی سازمانی را بهبود داده و از این طریق اعتماد عمومی را افزایش دهند. همچنین با در نظر گرفتن یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نهاد متولی اصلاح اداری کشور با رویکرد پاسخگویی سازمانی، سازوکارهای مناسبی را در اصلاح نظام اداری طراحی و به اجرا بگذارد. این سازوکارها باید ناظر بر سنجش ادواری میزان پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی و همچنین ارتقای پاسخگویی سازمانی با در نظر گرفتن عوامل تأثیرگذار اعم از متغیرهای مستقل، میانجی و تعدیل‌کننده باشد و به مسئولین و مدیران سازمان‌های دولتی توصیه می‌گردد که با بهبود روابط با شهروندان و پاسخگویی خوب سازمانی نسبت به تصمیمات و اقدامات خود، زمینه‌ساز افزایش سطح اعتماد عمومی شهروندان شوند، زیرا سطح بالای اعتماد پاسخگویی را منتفی نمی‌سازد بلکه به مدیران آزادی عمل می‌دهد و به تفویض اختیار بیشتری منجر می‌گردد. جهت افزایش پاسخگویی سازمانی بهتر است دوره‌های آموزشی مناسب به منظور آشنایی مدیران با اصول و مبانی اعتماد عمومی برگزار شود و همچنین تشویق شوند تا عملاً از عدالت سازمانی در سازمان استفاده کنند.

تقدیر و تشکر

از زحمات کلیه مسئولین دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل و اساتید محترم که در تدوین این مقاله همواره از حمایت‌ها و راهنمایی‌های ارزنده‌شان برخوردار بودم؛ کمال تقدیر و تشکر را دارم. " این مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای کیوان اوچی اردبیلی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل می‌باشد."

1. Ahmade, K, Alvane, S. (2014), "The place of modern public service theory in explaining the concept of social accountability of government organizations", *Public Policy Journal*, Volume 1, Number 2, p1-15 (In Persian).
2. Ahmadi, M; Poorahmad, A; Hatami Nejad, H. (1393); "Study of the effect of citizenship awareness on the responsiveness and performance of the beautification organization to improve the urban landscape. A case study of Tehran metropolitan area 6" *Journal of Space Geography*, Golestan University Quarterly, Third Year / Serial Issue 10 / Winter.
3. Alwani, S. M; Danaeifard, H, (2002) "Public Management and Public Trust", *Management Knowledge*; 55.
4. Asghari, H, Asadi, I. (2013). "The Effect of Accountability on Public Trust and Political Trust (Case Study: Iranian Government Organizations)", *Quarterly Journal of Public Management Mission*, Fourth Year / Ninth and Tenth / Spring and Summer 2013.
5. Bovaird, T. & Löffler, E. (2015). *Public Management and Governance*. N.Y: Routledge.
6. Behroozi Lak, Gh. & Aliyari, H. (2017). Application of Fundamental Data Theory Research Method to Extract Theory from Religious Texts. *Journal of Epistemic Studies at Islamic University*, 73, 566-549. (In Persian).
7. Brinkerhoff, D.W. & Wetterberg, A. (2015). *Understaninf the role of context inshaping social accountability interventions: towards an evidence-based approach*. Institute for Development Policy and Management, school of Enivironment and Development, University of Manchester, UK.
8. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2005). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
9. Danaei Fard, H & Eslam, A. (2011). *Making Organizational Indifference Theory: Applying a Data Strategy Theory to Practice (First Edition)*. Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian).
10. Delawar, A. (2018). *Research Methodology in Psychology and Educational Sciences*. Tehran: Editing Publications.(In Persian).
11. Joshi, A. (2017). *Legal Empowerment and Social Accountability: Complementary Strategies Toward Rights-based Development in Health?*. Institute of Development Studies, Brighton, United Kingdom. *World Development* Vol. 99, pp. 160–172, 2017 .

12. Hughes, O. E, (2018). Modern State Management: A Strategic Approach to the Development of Thoughts, Concepts and Theories. Translated by Seyyed Mahdi Alvani, Sohrab Khalili Shorini and Gholamreza Memarzadeh. Tehran: Pearl. (In Persian).
13. Hajezade, E, Asgare, M. (2012), "Statistical methods and analysis by looking at research methods in life sciences and", Health. University Jihad. First Edition. (In Persian).
14. Gharakhani, B, Taherpour, H, Rahnavard, F, Mostafavi, F. (2014), "Factors Affecting Trust in Government Organizations in Tehran", Public Administration, Faculty of Management, University of Tehran, Volume 6, Number 4, Winter 1393, pp. 939-956.
15. Lussier, R.N, Achua, C.F, (2010), Leader Ship: Theory, Applications, and Skill Development (4th), Cengage, USA.
16. Magliacani, M. (2015). Managing Cultural Heritage: Ecomuseum, Community, Governance and Social Accountability. UK: Palgrave Macmillan.
17. Rahnavard, F, Jokar, A, Taherpour, H, Rasouli, M. (2019). " Developing a Social Accountability Framework for Public Organizations in Iran", Quarterly Journal of Public Organizations Management. (In Persian).
18. Nouraei, A. (2019). The relationship between organizational justice and organizational commitment with the accountability of managers in the Islamic Azad University (Case study: Islamic Azad University of West Mazandaran province, Quarterly Journal of Management and Education Outlook, Volume 1, Issue 1, Fall.
19. Matani, M , Hassanpour, M. (2014). Investigating the role of mass media in improving the level of accountability of government organizations. Management Quarterly, Year 11, Summer 2014, No. 34.
20. Rahimi, G, Imanpour, G. (2017) "Study of the role of accountability and its impact on sustainable development management", Quarterly Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, Volume 2, Number 4, pp. 123-115.
21. Shahin Mehr, B, Hassani, M. (2015), "Modeling the relationship between professional ethics and social responsibility with organizational accountability", Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology, Year 10, No. 1.

22. Rezaei, Sh, (2018). Transparency, accountability in the public sector and integrated reporting framework. Applied Studies in Management and Development Sciences. 3 (14). 88-81.. (In Persian).
23. Shahbazi, M; Darwish, H; Zare, F. (2012). The Impact of Public Accountability on Improving Citizens' Public Trust. Quarterly Journal of Management of Government Organizations, First Year, Fall 2012, No. 1.
24. Strauss, A, & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research techniques . Thousand Oaks, CA: Sage publications.
25. Zahedi, S, Khanbashi, M. (2011), "From public trust to political trust", Management Research in Iran, Lecturer of Humanities, Volume 15, Number 4.