

## Examining the Effect of Satisfaction with Service Quality on Institutional Trust among Members of the Shahed Microfinance Institution, with the Mediating Role of Perceived Justice by Service Recipients (Case Study: Members of the Shahed Microfinance Institution)

Faramarz Sahraei \* 

Assistant Professor, Research Institute for Culture and Communication, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Eslam Karimi 

Ph.D. Graduated in Human Resource Management, Managing Director at the Shahed Microfinance Institution and University lecturer.

Mojtaba Abbasi Ghadi 

PhD in Sociology, Researcher and Director of Planning and Development at the Shahed Microfinance Institution.

### Introduction:

This study addresses the central role of social trust, particularly institutional trust, in modern societies, considering it a facilitating factor for future-oriented actions and for reducing the costs of social transactions. Institutional trust is strengthened when institutions function on the basis of truthfulness, promise-keeping, fairness, and transparency. Satisfaction with service quality and perceptions of justice are recognized as among the most important factors influencing institutional trust within organizations. In microfinance institutions (interest-free loan funds), declining transparency, accountability, and perceived justice reduce satisfaction and weaken member's trust, thereby threatening the sustainability of these institutions. Adopting a survey-based approach, the present study examines the effect of satisfaction on institutional trust, with perceived justice serving a mediating role in Shahed Microfinance Institution.

### Literature Review:

This study draws upon Claus Offe's theory of institutional trust, the Iranian Customer Satisfaction Model, and John Rawls's conception of organizational justice

\* Corresponding Author: faramarzsahraei@atu.ac.ir

**How to Cite:** Sahraei, F; Karimi, E; Abbasighadi, M. (2026). "The Effect of Service Quality Satisfaction on Institutional Trust in Single-Branch Qard-al-Hasanah Funds: The Mediating Role of Service Recipients' Justice Perception", *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 17(66), 171-225.

to describe and theoretically explain the subject. Customer satisfaction measurement models, particularly the Iranian Customer Satisfaction Index (ICSI), are employed as tools for assessing product and service quality and as a basis for decision-making at both the macro- and micro-level. The Iranian customer satisfaction model is grounded in variables such as perceived quality, expectations, perceived value, and mental image, and explains outcomes including overall satisfaction, loyalty, and dissatisfaction. Increasing customer satisfaction leads to greater loyalty, reduced dissatisfaction, and the strengthening of social and institutional trust. Within Rawls's theoretical framework, perceptions of distributive justice and equality of opportunity constitute essential conditions for the formation of sustainable institutional trust in organizations.

### **Methodology:**

This study employed a quantitative research strategy in the form of a survey. Data were collected, using a researcher-designed questionnaire, from 381 fund members across 32 service regions who had received financial facilities during the first half of 1403 SH (2024). The sample size was determined using the Cochran and Sharpe formulas, with a margin of error of 0.05 and a 95% confidence level, and participants were selected through proportional stratified sampling. Qualitative content validity was applied to assess validity, while reliability was evaluated using Cronbach's alpha coefficient. The Cronbach's alpha values for the variables for institutional trust among fund members, member satisfaction with the quality of fund services, and perceived justice among service recipients were 0.71, 0.83, and 0.85, respectively.

### **Results:**

Descriptive findings indicated that the overall index of members' institutional trust, with a mean of 36.638 (cutoff point: 24), member satisfaction with a mean of 84.564 (cutoff point: 63), and perceived justice among service recipients with a mean of 27.357 (cutoff point: 18), were all at a desirable level. In addition, inferential findings based on structural equation modeling showed that, given the adequacy of the outer (measurement) model evaluation, the inner (structural) model evaluation, and the overall goodness-of-fit of the empirical model, the empirical structural (path) and reflective measurement model of member satisfaction with the quality of services provided by the Shahed Microfinance Institution Fund demonstrates sufficient fit and congruence with the theoretical model.

### **Discussion:**

By integrating the theoretical frameworks of Offe, Rawls, and the Iranian Customer Satisfaction Index, this study develops a coherent model for explaining institutional trust. The findings indicate that satisfaction with service quality and perceptions of justice both have positive and significant effects on institutional trust and function in a complementary manner. Structural equation modeling results confirm that the effect of satisfaction on institutional trust is largely transmitted through perceived justice. This suggests that even high-quality services, in the absence of perceived fairness and legitimacy, do not lead to sustainable trust. Accordingly, to enhance

institutional trust, strengthening transparency, accountability, and member participation in decision-making is recommended. To improve perceptions of justice, fair revision of procedures, the formulation of an organizational justice charter, and the improvement of employees' interpersonal conduct are essential. To enhance service quality, the use of modern technologies, continuous monitoring of satisfaction, and reinforcement of the fund's mental image are proposed. By moving beyond a one-dimensional focus on service quality, this study highlights justice as a key factor of legitimacy and trust. Overall, the study's innovation lies in presenting an integrative model that explains satisfaction, justice, and institutional trust within a single analytical framework.

#### **Conclusion:**

In summary, consistent with the theoretical frameworks of Offe and Rawls, the development of institutional trust is not solely mediated through satisfaction; rather, it is critically contingent upon justice and the perceived legitimacy of institutional performance. Consequently, the integration of these three theoretical dimensions, being service satisfaction, perceived justice, and institutional trust, into a unified model represents a novel contribution to domestic research.

#### **Acknowledgments:**

The authors express their gratitude and appreciation to the Shahed Microfinance Institution for providing the necessary conditions for conducting this research.

#### **Footnote:**

This article is derived from a research study conducted with the financial and material support of Allameh Tabataba'i University and the Shahed Microfinance Institution.

**Keywords:** Social Trust, Institutional Trust, Perceived Justice of Service Recipients, Shahed Microfinance Institution, Shahed, Members



## بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق‌های قرض الحسنه تک شعبه‌ای با میانجیگری درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت (مطالعه موردی: اعضاء صندوق قرض الحسنه شاهد)<sup>۱</sup>

استادیار، گروه پژوهشی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران.

فرامرز صحرایی \*

دکتری مدیریت منابع انسانی، مدرس دانشگاه و مدیرعامل صندوق  
قرض الحسنه شاهد، تهران، ایران.

اسلام کریمی

دکتری جامعه‌شناسی، پژوهشگر و مدیر طرح و توسعه صندوق  
قرض الحسنه شاهد، تهران، ایران.

مجتبی عباسی قادی

### چکیده

پژوهش حاضر درصدد شناسایی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت است. از این منظر پس از استفاده از رویکرد نظری اعتماد نهادی کلاوس اوفه، مدل رضایت‌مندی ایران و نیز درک عدالت سازمانی جان رالز برای تبیین توصیف و نظری، از راهبرد پژوهش کمی و از نوع پیمایش استفاده شد. با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته، داده‌ها از روی ۳۸۱ نفر از اعضاء صندوق در ۳۲ منطقه خدمتی که در نیمه نخست سال ۱۴۰۳ تسهیلات دریافت نمودند؛ با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه کوکران و شارپ با سطح خطای ۰,۰۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد و نیز روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی انتخاب شدند؛ گردآوری و مورد تحلیل قرار گرفت. جهت پایایی سنجی از اعتبار محتوایی کیفی و برای پایایی سنجی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای وابسته، مستقل و میانجی به ترتیب برابر با ۰,۷۱، ۰,۸۳ و ۰,۸۵ بوده است. یافته‌های توصیفی پژوهش نشان داد که شاخص

۱- این مقاله مستخرج از یک مطالعه پژوهشی است که با حمایت مالی و مادی دانشگاه علامه طباطبائی و صندوق قرض الحسنه شاهد انجام شده است.

\* نویسنده مسئول: faramarzsahraei@atu.ac.ir

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۷۵

کل متغیرهای اعتماد نهادی اعضاء با میانگین ۳۶,۶۳۸ (و با خط برش ۲۴)، رضایتمندی اعضاء با میانگین ۸۴,۵۶۴ (و با خط برش ۶۳) و نیز درک عدالت گیرندگان خدمت با میانگین ۲۷,۳۵۷ (و با خط برش ۱۸) در سطح مطلوبی قرار دارند. علاوه بر آن، یافته‌های استنباطی تحقیق و از نوع مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی رضایت‌مندی اعضاء ایثارگری نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد از برازندگی و همانندی لازم با مدل نظری برخورداری می‌باشد. بنابراین در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت که مطابق نظریات اوفه و رالز، مسیر شکل‌گیری اعتماد نهادی، از دریچه رضایت صرف عبور نکرده و وابسته به عدالت و مشروعیت عملکرد نهاد است. **واژه‌های کلیدی:** اعتماد اجتماعی، اعتماد نهادی، درک عدالت گیرندگان خدمت، صندوق قرض‌الحسنه، شاهد، اعضاء.

#### مقدمه

بدون شک یکی از اساسی‌ترین عناصر لازم جهت ارتباط بین انسان‌ها اعتماد افراد به یکدیگر و نیز نسبت به نهادها و گردانندگان نهادها می‌باشد. از این رو اعتماد اجتماعی همواره از اهمیت زیادی برخوردار بوده است. تنبرگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) بر این باور است که اعتماد ویژگی مرکزی دنیای مدرن باقی می‌گردد. برای مقابله با چالش‌های زندگی مدرن، اعتماد نه تنها به افراد بلکه در نظام‌های انتزاعی مانند نظام‌های سیاسی، حقوقی و اقتصادی برای حل مشکلات مؤثر است (نقل از حسینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۷).

به باور کلمن (۱۹۸۸) اعتماد در متن رفتارهای انسان، به خصوص آن دسته از کنش‌ها که جهت‌گیری معطوف به آینده دارند، نمود پیدا می‌کند. اعتماد آن نوع رابطه کیفی است که قدرت عمل کردن را سرعت می‌بخشد. اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه مبادلات اجتماعی را به حداقل می‌رساند. بر پایه دیدگاه کلاوس اوفه (۱۹۹۹) اعتماد نهادی نوعی انتظار مبتنی بر رفتارهای درست نهادهاست که حول چهار مؤلفه کلیدی: حقیقت‌گویی، وفای به عهد، انصاف و همبستگی شکل می‌گیرد. اعتماد

نهادی در شرایطی تقویت می‌شود که نهادها بتوانند با عملکرد شفاف، عادلانه و مسئولانه، سطح اطمینان افراد را افزایش دهند.

در شرایط کنونی که نهادهای خدمات‌رسان با چالش‌های فزاینده‌ای در زمینه حفظ مشروعیت، کارآمدی و اعتماد عمومی مواجه‌اند، بررسی و تقویت عوامل اثرگذار بر اعتماد نهادی امری ضروری به نظر می‌رسد. لذا باید خاطرنشان ساخت که عوامل مختلفی بر اعتماد نهادی نسبت به سازمان‌ها تأثیرگذار می‌باشند که ازجمله آن‌ها می‌توان به رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و نیز ادراک عدالت گیرندگان خدمت اشاره نمود (Colquitt et al, 2001، رضایی و احمدی، ۱۴۰۰ و خلیلی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۶).

در این میان، یک رضایت‌مندی نگرش کلی مشتری نسبت به یک ارائه‌دهنده خدمات است، یا یک واکنش عاطفی به تفاوت بین آنچه مشتریان پیش‌بینی می‌کنند و آنچه دریافت می‌کنند، در مورد تکمیل برخی از نیازها، اهداف یا امیال" (Angelova, B., & Zekiri, 2011: 238). لذا رضایت مشتری با برآورد ساختن و یا فراتر رفتن از نیازهای مشتریان در رابطه با خدمتی خاص به دست می‌آید. دستیابی به رضایت مشتریان در یک بازه زمانی طولانی، وفاداری مشتریان را به حداکثر می‌رساند (هیل و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۸). امروزه سازمان‌های تولیدی و خدماتی، میزان رضایت مشتری را به عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند و این روند همچنان در حال افزایش است (صادقی شاهدانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰).

ادراک عدالت نیز به عنوان یک اصل بنیادین روابط اجتماعی و ساختارهای نهادی، بنیان مشروعیت هر نوع توزیع منابع و امتیازات، رویه‌ها و مراودات را شکل می‌دهد. وقتی افراد احساس می‌کنند با آن‌ها عادلانه برخورد شده، حس مثبت‌تری نسبت به نهاد خواهند داشت. این حس، ادراک مثبت از کیفیت خدمات را تقویت کرده و موجب افزایش رضایت‌مندی می‌شود (Colquitt et al, 2001). پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که میان

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۷۷

عدالت ادراک شده و اعتماد سازمانی رابطه‌ای مثبت وجود دارد (Colquitt et al, 2001:430 و حسینی، ۱۳۹۶: ۴۱).

رضایت از خدمات نیز به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر اعتماد نهادی تأثیرگذار است (رضایی و احمدی، ۱۴۰۰: ۳۰).

بنابراین امروزه همه سازمان‌ها دریافته‌اند که رضایت‌مندی و درک عدالت از سوی ارباب‌رجوعان و گیرندگان خدمت ضامن بقای سازمان است. مؤلفه‌هایی از قبیل کیفیت انجام امور، نحوه رفتار و برخورد با ارباب‌رجوعان، هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع‌رسانی مناسب و... عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در ارتباط با دریافت خدمات از ارگان‌ها موجبات افزایش اعتماد عمومی (بین شخصی و نهادی) که بزرگ‌ترین سرمایه و تکیه‌گاه برای نظام اداری می‌باشد را نیز فراهم می‌سازند (مسعودی، ۱۳۸۲: ۷۶). لذا به حداقل رسیدن نارضایتی و به حداکثر رسیدن رضایت در راستای اعتماد نهادی هم برای سازمان و هم برای مراجعه‌کنندگان بسیار مهم است.

از سوی دیگر، یکی از نهادهای مهم و باسابقه طولانی در امر تأمین مالی خرد، اتحادیه‌های اعتباری هستند که توانسته‌اند در بیش از ۹۷ کشور جهان و با گستره زیادی به فعالیت پردازند. این مؤسسات با توجه به اینکه در پی حداکثر سازی سود و منافع سهامداران خود نیستند؛ بلکه مبتنی بر اصول تعاون، منافع اعضای خود را حداکثر می‌کنند و کمترین نرخ سود ممکن را از تسهیلات دریافت می‌نمایند. در ایران به نظام مالی خرد به‌طور مستقل پرداخته نشده است و عمدتاً بانک‌ها و بعضاً مؤسسات مالی و اعتباری به سپرده‌گذاران خرد و کلان در کنار یکدیگر ارائه خدمت می‌نموده‌اند. خلأ ایجاد و گسترش انواع مؤسسات اعتباری در کشور موجب گردید مؤسساتی با انواع فعالیت‌های پولی و اعتباری با استفاده از عنوان صندوق قرض‌الحسنه شکل گیرند (قضاوی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸).

به‌طور کلی، صندوق‌های قرض‌الحسنه از سال ۱۳۳۷ به‌عنوان مؤسسات غیرتجاری با هدف کمک به نیازمندان فعالیت رسمی خود را آغاز کرده‌اند. طبق ماده ۲، اساسنامه نمونه صندوق‌های قرض‌الحسنه تک شعبه‌ای، هدف صندوق‌های قرض‌الحسنه تک شعبه‌ای بدین

شرح آمده است:

«صندوق با الهام از تعالیم عالیه اسلام با هدف غیرانتفاعی که در اجرای بند الف ماده ۲ آئین‌نامه اصلاحیه ثبت تشکیلات و مؤسسات غیرتجاری مصوب ۱۳۳۷/۵/۵ جهت ارائه قرض‌الحسنه برای رفع نیازهای ضروری اشخاص حقیقی و همچنین اشخاص حقوقی که به امور خیریه می‌پردازند؛ تأسیس می‌گردد». صندوق‌های قرض‌الحسنه به منظور برخورداری از اثربخشی لازم در جامعه نیازمند ارتقاء سطح رضایت‌مندی و اعتماد نهادی شهروندان و خاصه گیرندگان خدمات می‌باشند.

از سوی دیگر، در سال‌های اخیر، کاهش اعتماد عمومی به نهادهای مالی به‌ویژه در حوزه‌های مبتنی بر اعتماد اجتماعی به یکی از دغدغه‌های اساسی در نظام مالی خرد تبدیل شده است. شکاف ایجاد شده میان ادراک اعضا از عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی با عملکرد واقعی این نهادها، سبب شده است که رضایت‌مندی کاهش یافته و در نتیجه، اعتماد نهادی تضعیف شود (Colquitt et al, 2001). مطالعات داخلی نیز حاکی از آن‌اند که در بسیاری از صندوق‌های قرض‌الحسنه، نبود نظام پاسخ‌گویی، شفافیت ناکافی و احساس تبعیض در فرآیند تخصیص منابع، به کاهش رضایت و افزایش شکایت اعضا منجر شده است (اکبری و طاهری، ۱۳۹۹؛ حسینی و صالحی، ۱۴۰۰). این امر در بلندمدت می‌تواند موجب کاهش سرمایه اجتماعی، افت مشارکت اعضا، و در نهایت، فروپاشی تدریجی نهادهای مردم‌نهاد گردد (Fukuyama, 1995).

بنابراین، در صورت بی‌توجهی به این چرخه معیوب یعنی نارضایتی، درک منفی از عدالت، و کاهش اعتماد آینده این نهادها در معرض تهدیدی جدی قرار می‌گیرد و کارکردهای حمایتی و مالی آن‌ها برای اقشار کم‌درآمد به شدت کاهش می‌یابد.

علاوه بر آن، بررسی روابط بین رضایت‌مندی اعضا، درک عدالت و اعتماد نهادی، به شناخت دقیق‌تر سازوکارهای پایداری و مشروعیت صندوق‌های قرض‌الحسنه کمک می‌کند. همچنین ضرورت تحقیق حاضر در فقدان الگوی مفهومی بومی‌سازی شده برای تبیین این روابط در ساختارهای مالی مشارکتی ایران نهفته است؛ زیرا اغلب مطالعات، یا به

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۷۹

یکی از مؤلفه‌ها پرداخته‌اند یا از منظر کلان به موضوع نگاه کرده‌اند (زارعی و قاسمی، ۱۳۹۸).

این در حالی است که شناخت ترکیب و تأثیرات متقابل سه مؤلفه یادشده می‌تواند به ارتقای اثربخشی سیاست‌گذاری، طراحی خدمات عادلانه‌تر، و ارتقای سرمایه اجتماعی منجر شود.

پژوهش حاضر بر آن است تا با استعانت از راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی، به بررسی تأثیر رضایت‌مندی اعضا نسبت به کیفیت خدمات صندوق بر اعتماد نهادی آنان با نقش میانجی درک عدالت گیرندگان خدمت است؛ مدلی که می‌تواند با ترکیب مبانی نظری عدالت رالز، اعتماد نهادی اوفه، و شاخص‌های رضایت‌مندی مشتری، تصویر روشنی از پیوند میان کیفیت، عدالت و اعتماد ارائه دهد.

### مروری بر ادبیات پژوهش

#### مروری بر پیشینه مطالعاتی پژوهش

جزنی و سلطانی (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی در پرتو اعتماد سازمانی پرداخته‌اند. این پژوهش با راهبرد کمی و از نوع مطالعه پیمایشی انجام‌شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که عدالت سازمانی به‌طور مستقیم بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیرگذار می‌باشد. هم‌چنین عدالت سازمانی به‌طور غیرمستقیم و از طریق اعتماد سازمانی نیز بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیرگذار می‌باشد.

رضایی و احمدی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر کیفیت خدمات و رضایت مشتری بر وفاداری و اعتماد پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که خدمات منصفانه و کیفیت خدمات با رضایت مشتریان از بانک، سطح اعتماد و وفاداری آن‌ها از بانک رابطه دارد و از میان ۱۳ فرضیه موجود، ۱۰ فرضیه تأیید شد. در این پژوهش متغیر کیفیت خدمات و رضایت

مشتریان با سطح اطمینان ۹۹ درصد بیشترین تأثیر را بر درک از منصفانه بودن خدمات بانک داشته است و متغیر اعتماد مشتریان در سطح اطمینان ۹۵ درصد کمترین رابطه با متغیر خدمات منصفانه را داشته است.

- مهدی صادقی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی نقش عدالت سازمانی در ارتقاء اعتماد نهادی در سیستم بانکی پرداخته‌اند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعات پیمایشی انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که عدالت سازمانی رابطه مثبت معناداری با اعتماد نهادی در سیستم بانکی دارد.

حسین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی عدالت خدمات و وفاداری مشتری در صنعت بانکداری بنگلادش پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در کشور بنگلادش انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که احساس انصاف و عدالت باعث افزایش نگرش مثبت به بانک و وفاداری شد.

بالچا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی اثر کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان در بانک‌های تجاری اتیوپی پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در کشور اتیوپی انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که پاسخ‌گویی و اعتماد از سوی بانک‌ها نقش مهمی در ایجاد رضایت دارند.

ییلماز و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت و وفاداری مشتری در بانکداری ترکیه پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در کشور ترکیه انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اعتمادپذیری، ظاهر محیط بانک، و پاسخ‌گویی از عوامل کلیدی رضایت مشتری هستند.

مومین دیان<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر عدالت ادراک شده بر وفاداری مشتری در بانک‌های خرده‌فروشی امارات پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و

---

1. Hossain et al

2. Balcha et al

3. Yilmaz et al

4. Mumin, D

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۸۱

از نوع مطالعه پیمایشی در بانک‌های خرده‌فروشی امارات انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که عدالت ادراک شده تأثیر معناداری بر وفاداری مشتریان دارد و عامل مهمی در حفظ مشتری است.

اسمیت و امپینگانجیرا<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی نقش عدالت در بازیابی خدمات بانکی و تأثیر آن بر رضایت مشتری پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در میان مشتریان بانک در آفریقای جنوبی انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که سه نوع عدالت تأثیر مثبت و مستقیم بر رضایت و قصد بازگشت مشتری دارند.

ایزابیل کاریو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی اثر عدالت ادراک شده بر رضایت و رفتار مشتریان در مواجهه‌های خدماتی پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در صنعت خدمات مکزیک انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که عدالت توزیعی و تعاملی بیشترین تأثیر را بر رضایت مشتری دارند.

– گیلنر و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در پژوهش خود به بررسی اعتماد اجتماعی در کشور ازبکستان پرداختند. این پژوهش با راهبرد پژوهش کمی و از نوع مطالعه پیمایشی انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که اولاً بین میزان اعتماد اجتماعی در مناطق گوناگون کشور تفاوت معناداری مشاهده شده است. بدین ترتیب که مناطق با جمعیت بیشتر نسبت به مناطق با جمعیت کمتر اعتماد اجتماعی پایین‌تری را نشان داده‌اند. علاوه بر آن، بین اعتماد اجتماعی برحسب ویژگی‌های جمعیت شناختی سن، تحصیلات رابطه معناداری معکوس ولی برحسب پایگاه اقتصادی – اجتماعی رابطه معناداری مستقیم را نشان داده است.

با توجه به پیشینه‌های مطالعاتی ارائه شده، جمع‌بندی، نقد، و نوآوری پژوهش به شرح

- 
1. Smith & Mpinga-Njir
  2. Carrillo, I., et al
  3. Gellner et al

زیر قابل‌ارائه است:

بیشتر پژوهش‌ها ازجمله رضایی و احمدی (۱۴۰۰)، بالچا و همکاران (۲۰۲۳)، ییلماز و همکاران (۲۰۱۸) نشان داده‌اند که کیفیت خدمات تأثیر قابل‌توجهی بر رضایت مشتریان و در نتیجه بر وفاداری و اعتماد آنان دارد. عناصر کلیدی مانند «پاسخ‌گویی»، «اعتماد‌پذیری» و «ظاهر محیط خدماتی» در شکل‌گیری رضایت و اعتماد تأثیر دارند. مطالعاتی نظیر مومین دیان (۲۰۰۸)، اسمیت و امپینگانجیرا (۲۰۲۰) و ایزابل کاریو (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که عدالت (توزیعی، رویه‌ای و تعاملی) نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری رضایت و وفاداری دارد. در ایران نیز صادقی و همکاران (۱۳۹۸) و جزنی و سلطانی (۱۳۹۵) بر رابطه مثبت عدالت با تعهد یا اعتماد سازمانی تأکید کرده‌اند. مطالعات نظیر گیلو و همکاران (۲۰۱۱) و صادقی و همکاران (۱۳۹۸) بر نقش اعتماد نهادی و عوامل اجتماعی - ساختاری مؤثر بر آن تأکید دارند. ویژگی‌های جمعیت شناختی و عدالت ادراک‌شده نیز در شکل‌گیری اعتماد مؤثرند.

از سوی دیگر، فقدان تمرکز بر نهادهای کوچک، سنتی و تک‌شعبه‌ای: اغلب پژوهش‌ها بانک‌ها یا سازمان‌های بزرگ را هدف قرار داده‌اند؛ درحالی‌که نهادهایی چون صندوق‌های قرض‌الحسنه مردمی که با اعتماد چهره به چهره و روابط اجتماعی غنی‌تر سروکار دارند، بررسی نشده‌اند.

رابطه سه‌بعدی کیفیت خدمات - عدالت - اعتماد کمتر بررسی‌شده است: اغلب پژوهش‌ها روابط دوتایی (کیفیت خدمات → اعتماد، عدالت → اعتماد) را تحلیل کرده‌اند. مدل ترکیبی با میانجی عدالت کمتر دیده می‌شود. علاوه بر آن، تمرکز بیشتر بر اعتماد به برند یا وفاداری، نه «اعتماد نهادی»: در بسیاری از مطالعات، تمرکز روی وفاداری مشتری یا اعتماد به برند بوده، نه اعتماد نهادی در معنای اجتماعی - سازمانی آن.

کمرنگ بودن بعد ادراک عدالت از نگاه اعضا در زمینه بومی: بیشتر پژوهش‌ها عدالت را از منظر سیستم یا کارکنان سازمان سنجیده‌اند؛ درحالی‌که در صندوق‌های قرض‌الحسنه، عدالت ادراک‌شده توسط اعضا اهمیت بیشتری دارد.

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۸۳

بنابراین ازجمله نوآوری‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از: ۱. زمینه خاص و بومی (صندوق‌های قرض‌الحسنه تک شعبه‌ای): تمرکز پژوهش بر نهادهای کوچک، محلی، و دارای ویژگی‌های سنتی است؛ این نهادها در ادبیات پژوهش کمتر موردتوجه قرار گرفته‌اند، درحالی‌که نقش مهمی در اعتماد اجتماعی و عدالت خدماتی دارند. ۲. ارائه مدل ترکیبی و علی سه متغیره: پژوهش حاضر کیفیت خدمات را متغیر پیش‌بین، عدالت را متغیر میانجی، و اعتماد نهادی را متغیر وابسته در یک مدل علی ترکیبی تحلیل می‌کند. ۳. توجه به درک عدالت از دید اعضا نه صرفاً کارکنان: برخلاف پژوهش‌های رایج، عدالت نه به‌عنوان سیاست سازمان بلکه به‌عنوان ادراک شخصی گیرندگان خدمت (اعضا) تحلیل می‌شود که بافت اجتماعی و ذهنی خاصی دارد. ۴. کاربرد در ارتقای سیاست‌های اعتمادسازی مردمی.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند در بازطراحی فرآیندهای خدماتی، سیاست‌گذاری شفاف‌سازی و حفظ سرمایه اجتماعی در صندوق‌های محلی بسیار مفید است.

### مروری بر سوابق نظری پژوهش

#### بسط فضای مفهومی و رویکردهای متناظر با اعتماد اجتماعی

در زبان فارسی اعتماد مترادف با اطمینان، وثوق، باور و اعتقاد می‌باشد. همچنین در فرهنگ عمید اعتماد به معنای تکیه کردن، متکی شدن به کسی و کاری را بی‌گمان به کسی سپردن آمده است. مفهوم اعتماد تمامی جنبه‌های زندگی بشری را شکل می‌دهد. رابرت پاتنام<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) اعتماد اجتماعی را به‌مثابه سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد. از این منظر، اعتماد اجتماعی نوعی سرمایه اجتماعی است که انسجام و همکاری در جامعه را تسهیل می‌کند.

---

1. Rabert Putnam

دلhey و نیوتون<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) اعتماد اجتماعی را به عنوان قضاوت در مورد دیگران لحاظ می‌کند. به بیان دیگر، اعتماد اجتماعی را باور به این تعریف می‌کنند که اکثر افراد جامعه قابل اعتماد، درستکار و خیرخواه هستند.

کوک و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) اعتماد اجتماعی را به مثابه پیش شرط کنش جمعی تلقی می‌کند. او اعتماد اجتماعی را شرط لازم برای همکاری در سطح کلان اجتماعی می‌داند، به ویژه در موقعیت‌هایی که کنترل مستقیم ممکن نیست. لوهمن<sup>۳</sup> (۱۹۷۹) بر این باور است که اعتماد ابزاری برای کاهش پیچیدگی اجتماعی است و فرد با اعتماد کردن، ریسک ناشی از کنش دیگران را می‌پذیرد.

جیمز کلمن<sup>۴</sup> (۱۹۹۰) اعتماد کردن را به معنی قرار دادن منابع در اختیار طرف‌هایی که این منابع را برای استفاده خود، اعتماد کننده یا هر دو به کار می‌بندد تعریف می‌کند. آنتونی گیدنز<sup>۵</sup> (۱۹۹۰) اعتماد را انتظار برآورده شدن چشمداشت‌ها در مورد رویدادهای احتمالی می‌داند، به اعتقاد وی اعتماد صورتی از ایمان می‌باشد که در آن اطمینان به پیامدهای احتمالی، پایبندی به چیزی متفاوت از صرف فهم شناختی را بیان می‌کند. به بیان دیگر، اعتماد را می‌توان اطمینان و ایمان به قابلیت یک شخص یا سیستم و پایبندی آنها به اصول اخلاقی، اصول انتزاعی و مجرد (مثل دانش فنی) در نظر گرفت. جدول ۱؛ مقایسه دیدگاه اندیشمندان درباره اعتماد اجتماعی را نشان می‌دهد:

- 
1. Delhey & Newton
  2. Cook
  3. Luhmann
  4. Giddens, A.
  5. Coleman, J

جدول ۱- مقایسه دیدگاه اندیشمندان درباره اعتماد اجتماعی

| صاحب‌نظر         | تعریف اعتماد اجتماعی                                    | انواع اعتماد                       | کارکرد و جایگاه اجتماعی                   | عوامل مؤثر بر شکل‌گیری                        |
|------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| آنتونی گیدنز     | انتظار پایدار از رفتار دیگران در شرایط مخاطره‌آمیز مدرن | اعتماد چهره به چهره، اعتماد سیستمی | کاهش اضطراب، امکان کنش در عصر مدرن        | نهادهای تخصصی، تعامل انتزاعی، نظم زمان-مکان   |
| نیکلاس لوهمن     | سازوکار کاهش پیچیدگی و ابهام در سیستم‌های اجتماعی       | اعتماد شخصی، نهادی، سیستمی         | تثبیت نظم اجتماعی در جوامع پیچیده         | ارتباط نمادین، کارکردهای نظام اجتماعی         |
| پیر بوردیو       | تجلی سرمایه اجتماعی در روابط میدان‌های قدرت             | اعتماد درون‌گروهی، اعتماد نهادی    | بازتولید سلطه و نظم اجتماعی موجود         | عادت‌واره، میدان، سرمایه فرهنگی و اجتماعی     |
| فرانسیس فوکویاما | انتظار رفتاری منصفانه در روابط متقابل اجتماعی           | اعتماد فرهنگی، نهادی، بین فردی     | رشد اقتصادی، دموکراسی، کارآمدی نهادها     | ارزش‌های فرهنگی، تاریخ نهادها، سرمایه اجتماعی |
| جیمز کلمن        | تسهیل کنش جمعی در بستر روابط اجتماعی                    | اعتماد بین فردی، شبکه‌ای           | تولید سرمایه اجتماعی، اعتماد تعمیم‌یافته  | روابط خانوادگی، کنترل اجتماعی، هنجارها        |
| رابرت پاتنام     | محصول سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی                      | اعتماد افقی بین شهروندان           | پیش‌نیاز دموکراسی، کارآمدی حکومت          | عضویت در انجمن‌ها، هنجارهای تعاونی            |
| پیوتر زتومکا     | فرض خوش‌بینانه به رفتار آینده دیگران در بستر اجتماعی    | اعتماد نهادی، فرهنگی، بین فردی     | پاسخ به مدرنیته، انسجام و همبستگی اجتماعی | تجربه تاریخی، عملکرد نهادها، سرمایه نمادین    |
| کلاوس اوفه       | انتظار مثبت از نهادها و شهروندان در نظم دموکراتیک       | اعتماد افقی، اعتماد عمودی          | شرط بقای دموکراسی و نظم سیاسی پایدار      | مشروعیت سیاسی، شفافیت نهادی، کارآمدی          |

### رویکرد نظری اعتماد اجتماعی کلاوس اوفه

رویکرد نظری اعتماد اجتماعی کلاوس اوفه به‌عنوان آبشخور نظری متغیر وابسته در این پژوهش در نظر گرفته شده است. لذا در ادامه به تشریح این رویکرد نظری در راستای مشخص شدن بازه‌های مفهومی متغیر وابسته پرداخته شده است.

کلاوس اوفه<sup>۱</sup> از اندیشمندان نظریه‌پردازان «نظم اجتماعی و دولت رفاه» است که در آثار خود، به‌ویژه در زمینه اعتماد اجتماعی، بر رابطه میان نهادهای دموکراتیک، مشروعیت سیاسی و اعتماد شهروندان تأکید دارد. دیدگاه او در خصوص اعتماد اجتماعی، در چارچوب نهادگرایی انتقادی و با تأکید بر ساختارهای دموکراتیک تحلیل می‌شود. اوفه تعریف مشخصی از اعتماد اجتماعی ارائه نمی‌دهد، اما در آثارش، آن را به‌عنوان: انتظاری مثبت و پیش‌فرض نسبت به کنش دیگران و نهادها در چهارچوب قواعد پذیرفته شده اجتماعی و سیاسی (Offe, 1999: 66). در نظر می‌گیرد. از نظر او، این انتظار، بر پایه تجربه‌های پیشین، کارآمدی نهادی، و مشروعیت سیاسی بنا شده است.

اوفه دو نوع اعتماد اجتماعی را به دو شکل عمده تقسیم می‌کند: اعتماد افقی (: اعتماد میان شهروندان، گروه‌ها و افراد جامعه. اعتماد عمودی: اعتماد میان شهروندان و نهادهای رسمی سیاسی (دولت، نظام قضایی، پلیس). او معتقد است که تضعیف یکی از این دو نوع اعتماد می‌تواند به فرسایش دیگری منجر شود (Offe, 1999: 70). کلاوس اوفه (۱۹۹۹) بر این باور است که از یک جنبه اعتماد متضاد اطمینان است و این در حالی است که این دو واژه اغلب مترادف یکدیگر می‌باشند.

در واقع رابطه اطمینان با اعتماد همچون رابطه واقعیت و اقدام است. بنابراین مهم است که به لحاظ تحلیلی میان اعتماد و اطمینان تمایز قائل شویم؛ چراکه در این صورت خواهیم توانست اندیشه مغشوش و مبهم اعتماد به نهادها را که اغلب مطرح می‌شود را کنار بگذاریم. نهادها ترتیباتی واقعی هستند که به کسانی که با آنها درگیرند یا در سایه آنها زندگی می‌کنند؛ انگیزه و حق انتخاب می‌دهند. بدین ترتیب نهادها محدودیت‌های واقعی

---

1. Offe

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۸۷

کنش هستند که می‌توان به ماندگاری و اعتبار آنها اطمینان داشت. ولی اعتماد تنها درباره کنشگران و نحوه عمل و ایفای نقش آنها در نهادها مصداق دارد (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۰۷ و ۲۰۸).

اوفه از تمایز گذاری اعتماد و اطمینان برای رد کردن اندیشه اعتماد نهادی استفاده می‌کند؛ بدین ترتیب که او در ابتدا بیان می‌دارد که تکیه بر نهادها راهی برای غلبه بر کمبودها ساختاری اعتماد در همه ابعاد است که به نحو اغواکننده‌ای ساده و آسان می‌نماید. از آنجا که نمی‌توانیم به مردم اعتماد کنیم؛ ممکن است که وسوسه شویم که به نهادها به‌عنوان واسطه و تعمیم دهنده اعتماد تکیه کنیم.

مثلاً ممکن است اطمینان داشته باشیم که نهادها همواره بر مبنای قوانین رسمی خود و به‌گونه‌ای که می‌دانیم عمل کنند. و یا بر این عقیده باشیم که نهادها برخلاف سنت‌ها ضامن اجرای خود هستند و از طریق نظام هدایت و اصلاح خود را تصحیح می‌کنند. به بیان دقیق‌تر، فرض بر این است که نهادها دارای راهکارهای درونی خود- تصحیح‌گری هستند که انحرافات عمده از مسیر مورد انتظار و شناخته‌شده امور را منتفی می‌سازند. ولی بااین‌وجود، او اعتماد به نهادها را عمیقاً اشتباه، ساده‌انگارانه و شیء پرستانه می‌داند و برای این مسئله دو دلیل ارائه می‌دهد:

اول آنکه نهادها ناقص و مبهم (یا دست‌کم در حاشیه) هستند و دوم آنکه نهادها بحث‌انگیزند. نهادها، ناقص، مبهم هستند؛ زیرا قوانین نهادی هرگز کاملاً فراگیر نیستند و نمی‌توانند همه احتمالات و حوادث غیرمنتظره را پیش‌بینی نمایند. آنچه از دایره شمول آنها خارج می‌ماند؛ فرصت‌ها و انگیزه‌های همیشگی برای نقض یا نابودی فرصت طلبانه نهادها و راهکارهای درونی آنها برای حفاظت از خویش است. قراردادهای و رقابت بازار، هر دو ناقص هستند؛ به‌ویژه فرصت‌های بسیاری برای تقلب (قانون‌شکنی) و وارونه‌سازی (جایگزین کردن قوانین جدید و قدیم) وجود دارد. قوانین مقدس، غیرشخصی و جاودانه نیستند و به دست انسان نوشته شده‌اند و از نظر نحوه ایجاد و اجرا مشروط و ناقص هستند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۴۱-۲۴۰).

این قوانین گاهی برای مطابقت با پارامترهای متغیر نیازمند تغییر هستند و گاهی باید در برابر تلاش برای نقض و وارونه‌سازی از آنها دفاع کرد. در نتیجه تصمیمات، حتی اگر تنها به حراست، اجرا، صیانت و یا تفسیر قوانین مربوط باشد نیز دارای اهمیتی همسنگ قوانین می‌باشند. بنابراین نهادها دقیقاً به اندازه افرادی که در دفاع، تفسیر، ابتکار و حمایت وفادارانه از آنها شرکت دارند؛ سزاوار اعتمادند (همان، ص ۱۳۸۴: ۲۴۱-۲۴۰).

دوم این که نهادها بحث‌انگیز هستند؛ زیرا نهادها مبتنی بر قراردادهای نیستند؛ بلکه بالعکس الگوهای متزلزل همکاری هستند که امکان اختلاف‌نظر بر سر آنها وجود دارد. ویژگی اصلی همه نهادها این است که در معرض مبارزه‌طلبی نهادهای جایگزین (یعنی نهادهای مساوات‌طلبانه تر، کارآمدتر، مشروع‌تر و مواردی از این دست) قرار دارند.

نهادها به شیوه‌هایی به شدت بحث‌انگیز، توزیع ارزش‌ها و منابع را که آزادی مهم‌ترین آنها است را کنترل می‌کنند و یا به کنشگران امکان می‌دهند که با توجه به اهداف و منابع خود بر حوزه‌های عمل تسلط بی‌چون و چرایی داشته باشند. در نتیجه اعتماد به راهکارهای ناشناخته نهادها تنها با اعتماد به اطاعت داوطلبانه کنشگرانی که قوانین درباره آنها مصداق دارد؛ مصداق دارد و اعتماد به کنشگرانی که نظارت و اجرای آن قوانین به آنها محول شده است؛ توجیه‌پذیر است. چون خطر نقض و زیر پا گذاشتن این قوانین وجود دارد. لذا اعتماد به افراد که اعتماد به نهادها کاملاً نمی‌تواند جایگزین آن شود نیز بسیار حائز اهمیت است (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۴۱-۲۴۰).

بدین ترتیب، او اعتماد به نهادها را به اعتماد به شاغلان در نهادها تقلیل می‌دهد. به نظر او، نهادها اگرچه ممکن است مستحکم و به علت قدمت خود محترم به نظر برسند، اعتبار خود را مدیون گرایش‌های موافق و درک کسانی هستند که در آنها شرکت دارند (همان، ص ۲۴۶). بر اساس نظر اوفه، توانایی اعتمادآفرینی نهادها به توانایی خود-بنیادی کلامی، یعنی معنادار بودن آنها (برای من و همچنین برای دیگران) بستگی دارد.

به تعبیر اوفه نهادها مجموعه ویژه‌ای از ارزش‌ها را بر دست‌اندرکاران خود تحمیل می‌کنند (البته نه هر ارزش یا شکل ارزشمند زندگی را) و بدین ترتیب می‌توانند واسطه

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۸۹

ایجاد اعتماد باشند. بالعکس، اگر کارگزارانی که در یک نهاد و برای آن نهاد فعالیت می‌کنند؛ همه و یا برخی از این ارزش‌ها را نادیده بگیرند و در عملکرد آنها تعمیم نیابد و یا از ضمانت اجرایی مناسب برخوردار نباشد؛ توانایی آن نهاد به‌عنوان واسطه ایجاد اعتماد به شدت تضعیف می‌شود. از این منظر اوفه از زوج ارزشی «حقیقت و عدالت» نام می‌برد و با تقسیم این دوه‌دو حالت فعال و منفعل، ارزش‌های اعتمادآفرین نهادها را ارائه می‌دهد. جدول ۲؛ ارزش‌های اعتمادآفرین نهادها را نشان می‌دهد:

جدول ۲- ارزش‌های اعتمادآفرین نهادها

| حالت \ ارزش | حقیقت       | عدالت   |
|-------------|-------------|---------|
| منفعل       | حقیقت       | انصاف   |
| فعال        | وفای به عهد | همبستگی |

در ادامه به هر یک از تشریح هر یک از ارزش‌های اعتمادآفرین نهادها پرداخته می‌شود:

الف- حقیقت‌گویی: نهادها اعتماد را تعمیم می‌دهند؛ چون اعضای خود را به فضیلت حقیقت‌گویی پایبند می‌سازند و نقض این هنجار را (عمدی همچون دروغ‌گویی، غیرعمدی همچون اشتباه کردن) به‌خوبی تشخیص می‌دهند.

ب- وفای به عهد: وفای به عهد به‌ویژه فضیلت محترم شمردن قراردادهای، چیزی نیست مگر حقیقت را به‌طور جدی گفتن. این حقیقت‌گویی درباره بدیهیات جهان نیست، بلکه فعالانه فرضیات مربوط به اقدامات آتی من را اثبات می‌کند و بدین ترتیب آنها را به حقیقت تبدیل می‌کند.

ج- انصاف: نهادهایی که عملکرد منصفانه و بی‌طرفانه دارند نیز به تعمیم اعتماد کمک می‌کنند. برابری در مقابل قانون و مساوات در مشارکت سیاسی نمونه‌های استاندارد انصاف به‌عنوان انتزاع بی‌طرفی شناختی و شخصیت‌زدایی هستند. برای گسترش اعتماد در

میان غریبه‌ها، نظامی که این غریبه‌ها تابع آن هستند باید بی‌طرف و فارغ از تعلقات گروهی باشد؛ دارای ترجیحات و پیش‌داوری‌های درونی نباشد و دسترسی برای همه به یکسان امکان‌پذیر باشد.

د- همبستگی: رژیم‌های نهادی که با این تفاوت‌ها ارتباط فعالانه‌ای برقرار می‌کنند و نوید جبران آنها را می‌دهند نیز می‌تواند به افزایش اعتماد بینجامد. حقوق اجتماعی که از برابری در پیشگاه قانون فراتر هستند و یا شیوه‌های قانونی یا فراقانونی که از طریق توزیع مجدد و حمایت‌گزینشی میسر می‌گردد. دسترسی یکسان به فرصت‌های زندگی را امکان‌پذیر می‌کنند. سنگ بنای پتانسیل اعتمادآفرین همبستگی است. اگر نهادها از این معیار تبعیت کنند و در صورتی که کارگزاران به وسوسه نقض این معیارها دچار شدند؛ از قدرت تحمیل آنها برخوردار باشند؛ می‌توانند در میان غریبه‌ها (به‌صورت میان سطحی و درون سطحی) اعتماد ایجاد کنند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۲۵۶-۲۵۲).

بنابراین از منظر رویکرد نظری اعتماد اجتماعی اوفه، چنانچه کارکنان صندوق در راستای اهداف و مأموریت خود در قبال خانواده‌ها دارای فضیلت‌های حقیقت‌گویی، وفای به عهد، عملکرد منصفانه و ایجاد همبستگی باشند؛ اعتماد اعضا به گردانندگان این صندوق و نیز بنیاد افزایش و در نتیجه رضایت‌مندی آن‌ها افزایش خواهد یافت. در پژوهش حاضر از این رویکرد نظری به‌عنوان پشتوانه نظری اعتماد نهادی اعضا صندوق قرض‌الحسنه شاهد استفاده می‌شود.

## چارچوب نظری پژوهش

### رضایت‌مندی و اعتماد نهادی

در رابطه با رضایت‌مندی مشتریان مدل‌ها و شاخص‌های مختلفی از سوی صاحب‌نظران کشورهای مختلف تدوین شده‌اند. در این میان، شاخص رضایت مشتری در کشورهای مختلف چه در بخش سازمان‌های تولیدی و چه در بخش سازمان‌های خدماتی به‌عنوان شاخص ارزیابی و اندازه‌گیری کیفیت محصول و یا خدمت ارائه‌شده مورد استفاده قرار

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۹۱

می‌گیرد. اهمیت این شاخص تا به آنجا می‌باشد که این معیار را نه تنها برای سازمان‌ها و صنایع مختلف، بلکه به صورت ملی مورد بررسی قرار داده و جایگاه شاخص ملی رضایت مشتریان را هم بهای تولید ناخالص ملی دانسته و از نتایج آن در برنامه‌ریزی‌های راهبردی خرد و کلان استفاده می‌کنند.

در این میان، شاخص رضایت مشتری در ایران ( $ICSI^1$ ) شاخص رضایت مشتری را همراه با پیامدهای آن مورد بررسی قرار می‌دهد: محرک‌های رضایت مشتری عبارت‌اند از: انتظارات مشتری، کیفیت درک شده، ارزش درک شده و تصویر ذهنی. کیفیت درک شده را می‌توان در دو بخش مورد بررسی قرارداد: کیفیت درک شده از سخت‌افزار که به معنای بخشی از کیفیت است که مربوط به ویژگی محصول یا خدمت است و دیگری کیفیت درک شده از نرم‌افزار که منظور از آن بخشی از کیفیت است که نمایانگر عناصر تعاملی در خدمت ارائه شده است.

انتظارات ارباب رجوع و مشتری هم در دو سطح قابلیت اطمینان و قابلیت انطباق مورد بررسی قرار می‌گیرد. تصویر ذهنی خود نسبت به محصول، خدمات و سازمان مورد سنجش قرار می‌گیرد. علاوه بر این شاخص رضایت‌مندی مشتری در ایران دارای پیامدهایی همچون: وفاداری مشتری، نارضایتی و عدم شکایت مشتری و نارضایتی و شکایت مشتری می‌باشد (رحمان سرشت و خادمی، ۱۳۸۶: ۲۹).

در ادامه به بسط فضای مفهومی متغیرهای پنهان (عناصر) شاخص رضایت سنجی ایران به منظور مشخص شدن مفاهیم و شاخص‌های هر یک پرداخته می‌شود:

۱- کیفیت درک شده: کیفیت عبارت است از انطباق با مشخصات، انطباق با نیازمندی‌ها، شایستگی جهت استفاده، ارزش، پرهیز از ضرر و برآوردن یا فراتر رفتن از انتظارات مشتریان. وجه اشتراک این تعاریف، سازگاری کالا یا خدمت با نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتری است (روستا و کریمی، ۱۳۹۶: ۲۶۳).

۲- انتظارات درک شده: کادوت، وودراف و جنکینز<sup>۱</sup> (۱۹۸۲) مطرح کرده‌اند که رضایت، اشاره به مقایسه انتظارات (سطح اطمینان) با آنچه از نظر عملکرد (سطح انطباق) تجربه‌شده دارد (ترونک و فاستر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶ نقل از احمدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۷). لذا برداشت مشتری از رضایت در چارچوب انتظارات وی شکل می‌گیرد؛ یعنی رضایت‌مندی مشتریان عبارت‌اند از قضاوت میان انتظارات و برداشت‌ها. ازاین‌رو تأکید می‌شود که باید فراتر از انتظارات مشتری در ارائه محصول و خدمات نگریسته شود (توکلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۹).

۳- ارزش درک شده: اولیور<sup>۳</sup> (۱۹۹۹) اعتقاد دارد که ارزش، ساختار منحصربه‌فردی از رضایت و کیفیت است. او اعتقاد دارد شاخص‌های ارزش و رضایت بر یکدیگر اثر گذاشته، به نتایج قابل‌قبولی همچون وفاداری مشتری و مصرف در طول زمان منجر می‌شود. به نظر او هر درک سطحی از ارزش موجب نادیده گرفتن سایر ابعاد تأثیرگذار بر وفاداری است (نقل از اسماعیلی، ۱۳۹۳: ۳۹).

انگ و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۰۴) چهار بعد ارزشی را به‌عنوان مؤلفه‌های ارزش مورد انتظار مشتری قلمداد می‌کنند. این چهار بعد عبارت‌اند از: الف- ازدست‌رفته‌های احساس شده (به معنای ضایعات و تلفات ناشی از خرید کالا یا خدمت است که با افزایش هزینه‌های کوتاه و بلندمدت خرید توأم است)، ب- ارزش عملکردی (به مطلوبیت ناشی از کیفیت احساس شده از سوی مشتری و عملکرد مورد انتظار او از کالا یا خدمت اشاره می‌کند)، ج- ارزش احساسی (به مطلوبیت ناشی از حالت‌های اثرگذاری که کالا یا خدمت ایجاد می‌کند اشاره دارد) و د- ارزش اجتماعی (به مطلوبیت ناشی از مقبولیت کالا یا خدمت ارائه‌شده نزد افراد جامعه اشاره می‌کند) (نقل از حیدر زاده و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۹).

- 
1. Woodruff & Jenkins
  2. Truong & Foster
  3. Oliver
  4. Ang, et al

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۹۳

۴- تصویر ذهنی: سیان و سروای<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) تصویر را به‌عنوان ساختاری مرکب از عوامل عاطفی و کارکردی تعریف می‌کنند که بعد عاطفی آن آشکارتر است، همچنین اذعان می‌دارند که در ادبیات بعد نمادی تصویر، نمایان‌تر است. لنکا<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) تصویر را مجموعه‌ای از عقاید و باورها و تصورات افراد نسبت به سازمان‌ها تعریف می‌کند (نقل از عنایتی و دازداری، ۱۳۹۳: ۱۰۸).

تصویر ذهنی، بازنمود ذهنی از یکشی خارجی است که به‌جای آن عمل می‌کند. بنابراین تصویرسازمانی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: «بازنمود واقعی و یا احساسی از یک سازمان و یا موسسه که یک فرد و یا گروهی از افراد به‌عنوان نتیجه نهایی تجربه‌ها، دیدگاه‌ها، احساسات و اطلاعاتشان با آن برقرار می‌کنند» (همان: ۱۰۵).

مکین نیز و پرایس<sup>۳</sup> (۱۹۸۷) در تحقیق خود نشان دادند که تصویر فرایندی است که از ایده‌ها، احساسات و تجربیات قبلی از سازمان‌ها سرچشمه گرفته و به شکل تصاویر ذهنی به یاد آورده شده و تغییر شکل داده است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۲). لذا مهم‌ترین کارکرد تصویر ذهنی این است که موجب شناخته شدن سریع سازمان می‌شود و کیفیت خدمات سازمان، توانایی‌های آن، استانداردهای خدمات‌رسانی و سایر ویژگی‌های مربوط را به ذینفعان نمایش می‌دهد.

۵- رضایت کلی: رضایت را به‌عنوان قضاوت مشتری درباره احساس شادی و خشنودی که محصول یا خدمات فراهم می‌آورد تعریف می‌کنند. به‌طور مشابه، سایر محققان در این نکته اتفاق نظر دارند که رضایت "نتیجه ارزیابی ذهنی است که آیا گزینه انتخاب شده انتظارات را برآورده کرده است یا از آن فراتر رفته است و یا نه" (بلوچی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶ و حمزه علی پور، ۱۳۹۵: ۹).

به‌بیان دیگر؛ رضایت‌مندی حاصل قضاوت مشتری در خصوص این مسئله است که تا

---

1. Cian and Cervai  
2. Lenka  
3. McInnis & Price

چه حد ویژگی یک محصول یا خدمت، قادر به تأمین انتظارات مشتری در سطح مطلوب می‌باشد (رنجبریان، ۱۳۹۱: ۵۸). از این رو تأکید می‌شود که باید فراتر از انتظارات مشتری در ارائه محصول و خدمات نگریسته شود (توکلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۹).

۶- وفاداری مشتری: یکی از معروف‌ترین تعاریف در زمینه وفاداری را ریچارد اولیور (۱۹۹۹) ارائه کرده است. او اعتقاد دارد که وفاداری به یک تعهد قوی برای خرید مجدد یک محصول یا خدمت برتر در آینده اطلاق می‌گردد، به گونه‌ای که همان برند، محصول و یا خدمت علی‌رغم تأثیرات و تلاش‌های بازاریابی بالقوه رقبا خریداری شود (رشیدی و رحمانی، ۱۳۹۲: ۶۸). وفاداری مشتریان در سه شکل به شرح ذیل می‌باشد:

الف- وفاداری شناختی: این نوع وفاداری به اولین محصول و یا خدمتی که هنگام تصمیم خرید به ذهن فرد خطور می‌کند و در میان محصولات و خدمات آن را انتخاب می‌کند؛ اطلاق می‌شود. ب- وفاداری نگرشی: این نوع وفاداری زمانی است که تکرار خرید عاملی است که به عنوان مانع ترک مشتری عمل می‌کند. این رویکرد در تمایل به توصیه به دیگران نمود پیدا می‌کند. ج- وفاداری رفتاری: این نوع وفاداری حالت مصرف‌کننده و یا خدمت‌گیرنده برحسب ترجیحات و تمایلاتی که باعث تکرار خرید و یا اخذ خدمت می‌گردد (برادران و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۷۱).

۷- نارضایتی: عدم شکایت و شکایت: اگر رضایت‌مندی به ارزیابی مثبت و احساس خرسندی در نظر گرفته شود که به واسطه برآورده شدن و یا تأمین انتظارات در سطح مطلوب به ارباب رجوع و یا مشتری دست می‌دهد؛ در مقابل نارضایتی را می‌توان به ارزیابی منفی و احساس ناخرسندی در نظر گرفت که در ارباب رجوع و یا مشتری به واسطه عدم برآورده شدن و یا عدم تأمین انتظارات در سطح مطلوب به وجود می‌آید.

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی می‌توان چنین گفت که افزایش رضایت‌مندی اعضا از یکسو باعث وفاداری و کاهش نارضایتی آنها و از سوی دیگر به واسطه تجربیات مطلوب و تأثیرگذار در اعضا باعث تقویت و ارتقاء اعتماد اجتماعی به طور عام و اعتماد نهادی به طور خاص می‌شود.

### درک عدالت و اعتماد نهادی

در نظریه رالز، عدالت نهادی اجتماعی و اخلاقی تلقی می‌شود و می‌توان این نهاد را وضع کرد. عدالت در این دیدگاه مفهومی طبیعی نیست، بلکه مفهومی قراردادی است (اسلامی، ۱۳۸۷: ۷-۸). آنچه در کتاب نظریه‌ای درباره عدالت موردتوجه رالز است، رسیدن به «عدالت به مثابه انصاف» جان رالز در پیش درآمدی بر چاپ اول کتاب «نظریه‌ای درباره عدالت» ابراز می‌دارد که برداشت او از عدالت به مثابه انصاف مناسب‌ترین مبنای اخلاقی را برای یک جامعه دموکراتیک تشکیل می‌دهد (اسلامی، ۱۳۸۷: ۹ و هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۴۳).

به بیان دیگر؛ عدالت در اندیشه رالز عبارت است از حذف امتیازات ناموجه و ایجاد تعادلی واقعی در میان خواسته‌های متعارض انسان‌ها، تا به این صورت امتیازات و خواسته‌های نامعقول از ساختار اجتماعی حذف شود و تعادل در ساختار اجتماعی حاصل شود. در نظریه رالز دو اصل در عدالت مطرح هستند: ۱- اصل آزادی و ۲- اصل تفاوت. اصل تفاوت شامل: سه اصل فرعی است: الف- اصل بیشینه - کمینه<sup>۱</sup>، ب- اصل برابری منصفانه فرصت‌ها<sup>۲</sup> و ج- اصل پس‌اندازهای عادلانه<sup>۳</sup>، که به ترتیب موردبررسی قرار می‌گیرند:

۱- اصل آزادی: از این اصل با تعبیر گوناگونی یاد شده است، مانند اصل بیشینه - سازی آزادی برابر، یا اصل برابری در آزادی‌های اساسی<sup>۴</sup>. هر شخصی باید حق برابر نسبت

---

۱- مطابق این اصل؛ نابرابری در کالاهای اساسی اجتماعی (قدرت، ثروت و درآمد) وقتی عادلانه است که به ایجاد بیشترین منافع برای محروم‌ترین اعضای جامعه منجر شود (رالز، ۲۰۰۰ به نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۱).

۲- مطابق این اصل؛ حق دستیابی به مشاغل و مناصب اجتماعی باید به صورت فرصت‌های عادلانه در اختیار همه باشد، و به همه شانس و فرصت توسعه توانایی‌ها داده شود (رالز، ۱۹۸۱: ۸۴ به نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۵).

۳- مطابق این اصل؛ افراد باید به صورت عادلانه به نفع نسل اعقاب خود پس‌انداز داشته باشند و همان‌گونه که از اسلاف خود دریافت می‌دارند (رالز، ۱۹۹۹: ۱۴۶ به نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۶).

۴- رالز پسین، مجموعه‌ای مناسب از آزادی‌های اساسی را جایگزین اصل برابری در آزادی‌های اساسی می‌کند (رالز، ۱۹۹۶ و ۲۰۰۰: ۲۷۴ به نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۰).

به گسترده‌ترین نظام جامع آزادی‌های اساسی را داشته باشد که با نظام مشابه آزادی برای همگان منافاتی نداشته باشد (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۴۳). در اندیشه رالز آزادی را تنها می‌توان برای آزادی محدود کرد (رالز، ۲۰۰۰ و رالز، ۱۹۷۱: ۲۰۳، ۲۴۸ و نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۰).

آزادی‌های اساسی موردنظر رالز عبارت‌اند از: ۱- آزادی مشارکت سیاسی (مانند: حق رأی‌دهی و رسیدن به مناصب دولتی)، ۲- آزادی بیان و ایجاد اجتماعات یا انجمن‌ها (مانند آزادی مطبوعات)، ۳- آزادی فکر و عقیده (مانند آزادی در انتخاب نوع دین)، ۴- حق مالکیت فردی و محافظت از دارایی شخصی<sup>۱</sup> و ۵- عدم هرگونه توقیف یا دستگیری مستبدانه. مهم‌ترین کالای اساسی موردنظر وی در قلمرو اصل اول، عزت نفس است، چراکه هر فرد تنها زمانی از پیگیری برنامه‌ها خرسند می‌شود که برنامه‌ها به وی احساس ارزشمندی بدهد، و بدون عزت نفس انجام هر کاری بی‌ارزش به نظر می‌آید. برای حفظ عزت نفس دستیابی به حداقلی از کالاهای اساسی ضروری است (همان، ص ۴۰).

۲- اصل تفاوت: نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی باید چنان سامان یابند که هر دوی آنها: الف- بیشترین نفع را برای محروم‌ترین افراد داشته باشد؛ ب- به مناصب و مشاغل متصل باشند که در شرایط منصفانه و برابر از نظر فرصت به روی همه گشوده باشند (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۴۳). اهمیت اصل تفاوت از اینجا روشن می‌شود که ممکن است؛ مصلحت باشد که برخی از مردم ثروت کمتری داشته باشند تا دیگران کامیاب باشند و در مجموع مطلوبیت اجتماعی ارتقا یابد. نابرابری در اندیشه رالز تفاوت در منافع و مسئولیت‌ها است.

از نظر رالز محروم‌ترین افراد ممکن است در جایی کم‌درآمدترین، در جای دیگر کم‌استعدادترین یا کم‌شانس‌ترین، و امثال آن باشند. اصل تفاوت، نابرابری در هر بخش از

---

۱- رالز پسین، آزادی‌های اقتصادی را در مقوله آزادی‌های اساسی قرار نمی‌دهد، از این رو آزادی‌های اقتصادی می‌توانند در اندیشه وی در معرض محدودیت قرار گیرند (رالز، ۱۹۹۶: ۲۰۰ و ۲۷۴ به نقل از دادگر و آرمان مهر، ۱۳۸۸: ۴۰).

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۱۹۷

خیرات اولیه اجتماعی (مثل آزادی‌های اساسی، ثروت و درآمد و مناصب اجتماعی) را به شرطی موجه می‌داند که منافی برای افرادی که کمتر برخوردار شده‌اند؛ داشته باشد. اصل دوم (اصل تفاوت) راجع به معقول سازی نابرابری‌ها و نه از بین بردن آنها است. وقتی نابرابری معقول است که به نفع همگان باشد (همان). لذا بر این اساس این رویکرد، توزیع عادلانه منابع در دو بخش اقتصادی و اجتماعی قابل‌اجراست؛ که یکی از توزیع عادلانه منابع ارزشمند نشأت می‌گیرد و دیگری به برابری فرصت‌ها راجع می‌باشد؛ بدین ترتیب که:

**الف- توزیع عادلانه منابع ارزشمند:** از طریق مکانیزم عادلانه توزیع، تنش میان صاحبان منابع و فاقدین منابع از بین رفته و یا کم می‌شود. اگر نابرابری اقشار مختلف و طبقات اجتماعی بر اساس توزیع عادلانه منابع کم گردد؛ احساس محرومیت کاهش یافته و مانع رفتارهای نابهنجار از یک‌سو و زمینه‌ساز نظم اجتماعی از سوی دیگر می‌شود. همچنین کاهش تنش موجود میان فاقدان منابع و صاحبان منابع به قبول نابرابری قانونی می‌انجامد (مقصودی، ۱۳۹۰: ۱۳۱).

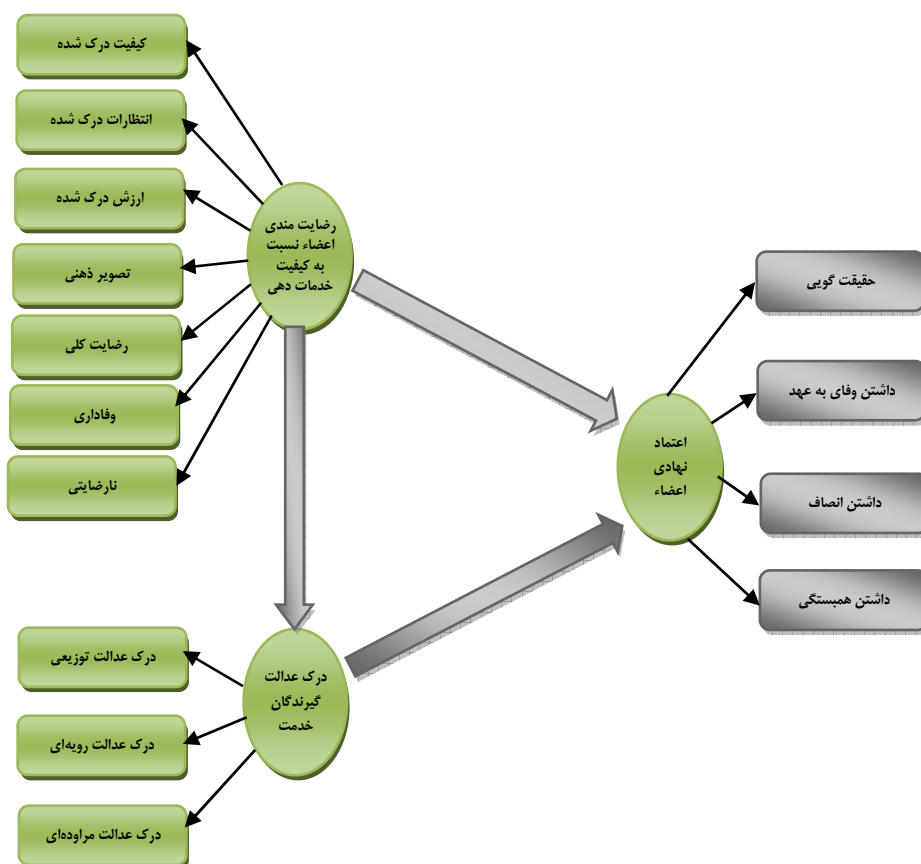
**ب- برابری فرصت‌ها:** برابری فرصت‌ها در جامعه موجب می‌گردد که موقعیت‌ها در جامعه اکتسابی تلقی شده و بدین ترتیب زمینه انگیزه ارتقاء فراهم می‌آید که تحرک اجتماعی را به دنبال دارد. رشد خلاقیت و پویایی جامعه نیز نتیجه تحرک اجتماعی است و حاصل نهایی این نوع توزیع عادلانه با توجه به کاهش احساس محرومیت نسبی و امکان تحرک اجتماعی، پذیرش نابرابری متعارف اجتماعی می‌باشد.

بنابراین با توجه به رویکردهای مطرح‌شده در ذیل عدالت اجتماعی، اگر اعضاء اصول و معیارهای حاکم بر بنیاد شهید و امور ایثارگران به‌طور عام و صندوق قرض‌الحسنه شاهد به‌طور خاص را در ابعاد مختلف عدالت (توزیعی، رویه‌ای و مراوده‌ای) منصفانه ببینند؛ اعتماد نهادی بیشتری نسبت به صندوق قرض‌الحسنه شاهد خواهند داشت.

### جمع‌بندی چارچوب نظری و ارائه مدل نظری پژوهش

با مروری که بر سوابق نظری شد می‌توان چنین استنباط نمود که همان‌گونه که کلاوس اوفه به آن اشاره نموده است؛ اعتماد نهادی به‌طور کلی راهگشا نیست؛ چرا که قواعد نهادی از یک سمت نیازمند ابهام‌زدایی و شفافیت‌سازی و از طرف دیگر نیازمند ترمیم و مرتفع نمودن مشکل و نقصان موجود می‌باشند. لذا با توجه به نقش گردانندگان نهاد در این زمینه‌ها، او اعتماد نهادی را به اعتماد به گردانندگان نهاد تقلیل داده است و آن را بر مبنای دو ارزش کلی حقیقت و عدالت و بر اساس دو حالت فعال و منفعل به چهار بعد آن گونه که در جدول شماره ۲ به آن اشاره شد؛ طبقه‌بندی نموده است.

علاوه بر آن در ذیل چارچوب نظری به شاخص رضایت مشتری ایران و نیز درک عدالت جان رالز نسبت به فرایند خدمات‌دهی پرداخته شده است. لذا در یک جمع‌بندی کلی می‌توان چنین گفت که افزایش رضایت‌مندی اعضا در عین اینکه موجبات وفاداری و کاهش نارضایتی می‌شود؛ در عین حال باعث تقویت و ارتقاء اعتماد نهادی در اعضا می‌شود. از سوی دیگر؛ بنابراین اگر اعضا صندوق قرض الحسنه شاهد را در ابعاد مختلف عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت مراوده‌ای منصفانه ببینند؛ اعتماد نهادی بیشتری نسبت به صندوق قرض الحسنه شاهد خواهند داشت. نمودار ۲؛ مدل نظری تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضا صندوق قرض الحسنه شاهد را با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت نشان می‌دهد:



نمودار ۲- مدل نظری تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی  
اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت

بنابراین با توجه به چارچوب نظری تلفیقی به کار گرفته‌شده در رابطه با تبیین نظری متغیر وابسته تحقیق و نیز بر اساس به کار گرفته‌شده و نیز مدل نظری تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضا صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت به شرح نمودار ۲؛ فرضیه‌های تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

### الف- فرضیه کلی

فرضیه کلی تحقیق: مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی رضایت‌مندی اعضا، اثاث‌گری نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد از برازش و همانندی لازم با مدل نظری برخوردار می‌باشد.

### ب- فرضیه‌های جزئی

فرضیه جزئی اول تحقیق: بین رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و اعتماد نهادی اعضا، صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.

فرضیه جزئی دوم تحقیق: بین درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت و اعتماد نهادی اعضا، صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.

فرضیه جزئی سوم تحقیق: بین رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی، به لحاظ نوع و هدف پژوهش کاربردی، به لحاظ استراتژی پژوهش از حیث برخورد با نظریه، استراتژی قیاسی و به لحاظ ماهیت داده و یا دقیق‌تر راهبرد پژوهش، کمی و از نوع مطالعات پیمایشی بوده است.

جامعه آماری پژوهش را کلیه اعضا، صندوق به تعداد ۴۱،۹۹۶ نفر تشکیل می‌دهند که در نیمه نخست سال ۱۴۰۳ از صندوق تسهیلات دریافت نموده‌اند. لذا با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران و شارپ، مندن هال و همکاران (۱۹۹۸) و نیز روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی به شرح ذیل استفاده شده است:

$$n = \frac{N(t)^2 \times p \times q}{N(d)^2 + (t)^2 \times p \times q}$$

که در این معادله:

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۰۱

n - حجم نمونه آماری P - نسبت وجود صفت در جامعه آماری ۵۰٪  
 N - جمعیت جامعه آماری  $t^2 = 1.96$  «t» در سطح اطمینان ۹۵ درصد  
 q - نسبت عدم وجود صفت در جامعه آماری ۵۰٪  $d^2$  - سطح خطا (دقت احتمالی مطلوب) ۰.۵/۰

بنابراین با توجه به فرمول فوق حجم نمونه پژوهش عبارت است از:

$$n = \frac{41,996(1.96)^2}{41,996(0.05)^2 + (1.96)^2}$$

بنابراین با توجه به فرمول فوق و سطح خطای ۰.۰۵ حجم نمونه آماری ۳۸۱ نفر را شامل خواهد شد. همچنین به منظور تخصیص نمونه‌ها بین جنس و محل سکونت اعضا صندوق قرض‌الحسنه شاهد از فرمول مندن هال و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) به شرح زیر استفاده شده است:

$$n_i = n \left( \frac{N_i}{N} \right)$$

که در این فرمول:

$n_i$  - حجم نمونه آماری در درون هر طبقه n - حجم نمونه کل

$N_i$  - حجم جامعه آماری هر طبقه N - حجم جامعه آماری کل

جدول (۳)؛ نمونه‌گیری تفکیکی اعضا صندوق قرض‌الحسنه شاهد برحسب جنس و

نوع عضویت را نشان می‌دهد:

۲۰۲ | فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی | سال هفدهم | شماره ۶۶ | بهار ۱۴۰۵

جدول ۳- نمونه‌گیری تفکیکی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد برحسب جنس و نوع عضویت

| تعداد کل | جنس |     | محل سکونت          |
|----------|-----|-----|--------------------|
|          | زن  | مرد |                    |
| ۱۴       | ۶   | ۸   | آذربایجان شرقی     |
| ۳۰       | ۱۲  | ۱۸  | آذربایجان غربی     |
| ۲۰       | ۶   | ۱۴  | اردبیل             |
| ۵۱       | ۲۰  | ۳۱  | اصفهان             |
| ۷        | ۲   | ۵   | البرز              |
| ۶        | ۲   | ۴   | ایلام              |
| ۱۷       | ۹   | ۸   | بوشهر              |
| ۸        | ۵   | ۳   | تهران بزرگ         |
| ۶        | ۱   | ۵   | چهارمحال و بختیاری |
| ۵        | ۲   | ۳   | خراسان شمالی       |
| ۱۰       | ۴   | ۶   | خراسان رضوی        |
| ۲        | ۱   | ۱   | خراسان جنوبی       |
| ۱۴       | ۷   | ۷   | خوزستان            |
| ۵        | ۲   | ۳   | زنجان              |
| ۷        | ۲   | ۵   | سمنان              |
| ۳        | ۱   | ۲   | سیستان و بلوچستان  |
| ۱۰       | ۳   | ۷   | شهرستان‌های تهران  |
| ۲۱       | ۹   | ۱۲  | فارس               |
| ۷        | ۲   | ۵   | قزوین              |
| ۱۱       | ۳   | ۸   | قم                 |
| ۲۱       | ۸   | ۱۳  | کردستان            |
| ۱۳       | ۵   | ۸   | کرمان              |
| ۱۶       | ۶   | ۱۰  | کرمانشاه           |

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۰۳

|     |     |     |                     |
|-----|-----|-----|---------------------|
| ۶   | ۲   | ۴   | کهکیلویه و بویراحمد |
| ۷   | ۲   | ۵   | گلستان              |
| ۱۴  | ۲   | ۱۲  | گیلان               |
| ۸   | ۴   | ۴   | لرستان              |
| ۱۸  | ۵   | ۱۳  | مازندران            |
| ۳   | ۲   | ۱   | مرکزی               |
| ۹   | ۵   | ۴   | هرمزگان             |
| ۸   | ۲   | ۶   | همدان               |
| ۴   | ۱   | ۳   | یزد                 |
| ۳۸۱ | ۱۴۳ | ۲۳۸ | تعداد کل            |

علاوه بر آن، به‌منظور گردآوری داده‌های پژوهش از ابزار پرسشنامه محقق ساخته ۴۵ سؤالی (۳۵ سؤال اصلی- بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت- و ۹ سؤال برای ویژگی‌های جمعیتی) استفاده شده است. به‌منظور اعتبارسنجی ابزار از اعتبار محتوایی کیفی و برای پایایی سنجی از روش همسازی درونی گویه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. اعتبار محتوایی ابزار با رجوع به دو خبره مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین، مقدار آلفای کرونباخ کل ابزار بر بروی پایلوت ۳۰ نفره برای متغیرهای اعتماد نهادی اعضای صندوق، رضایت‌مندی اعضای نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق و ادراک عدالت گیرندگان خدمت به ترتیب برابر با ۰,۷۱، ۰,۸۳ و نیز ۰,۸۵ بوده است. در نهایت داده‌ها پس از گردآوری، کدگذاری و با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS<sup>26</sup> و Smart\_PLS<sup>3</sup> در دو بخش تحلیل توصیفی و استنباطی مورد توصیف، آزمون و تحلیل قرار گرفته است. تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مستقل، میانجی و وابسته پژوهش به شرح جدول ۴ می‌باشد:

جدول ۴- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مستقل، میانجی و وابسته پژوهش

| متغیر                                                                  | نوع متغیر | تعاریف مفهومی                                                                                                                                                                                                                                                                 | تعاریف عملیاتی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اعتماد نهادی اعضا<br>صندوق<br>قرض الحسنه شاهد                          | وابسته    | اعتماد نهادی به معنای اطمینان اعضا نسبت به گردانندگان صندوق می‌باشد که دارای فضیلت‌های حقیقت‌گویی، وفای به عهد، عملکرد منصفانه و ایجاد همبستگی باشند.                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ حقیقت‌گویی (با شاخص‌های: شفافیت داشتن، صداقت داشتن، کاهش اشتباه ناشی از بی‌اطلاعی)،</li> <li>➤ وفای به عهد (با شاخص‌های: پاسخگو بودن، متعهد بودن، امنیت دهی)،</li> <li>➤ عملکرد منصفانه (با شاخص‌های: رعایت اصل مساوات، پرهیز از سوگیری شخصی، قانون‌مداری)</li> <li>➤ ایجاد همبستگی (با شاخص‌های: داشتن حسن ظن و همدلی، جبران نابرابری موجود قانونی، سعی در کاهش تبعیض‌ها)</li> </ul>                                                                                                      |
| رضایت‌مندی اعضا<br>نسبت به کیفیت خدمات‌دهی<br>صندوق<br>قرض الحسنه شاهد | مستقل     | به احساس رضایت و خشنودی گیرندگان خدمات نسبت به ارزیابی کیفیت خدمات ارائه‌شده با توجه به انتظارات خانواده‌ها از صندوق قرض الحسنه شاهد اطلاق می‌گردد                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ کیفیت درک شده از سوی گیرندگان خدمات</li> <li>➤ انتظارات درک شده از سوی گیرندگان خدمات</li> <li>➤ ارزش درک شده از سوی گیرندگان خدمات</li> <li>➤ تصویر ذهنی گیرندگان خدمات</li> <li>➤ رضایت کلی گیرندگان خدمات</li> <li>➤ وفاداری گیرندگان خدمات</li> <li>➤ نارضایتی گیرندگان خدمات</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |
| درک عدالت نسبت به خدمات ارائه‌شده                                      | میانجی    | ادراک عدالت در واقع ارزیابی کلی هر فرد از انصاف حاکم بر هر بخش مشخص از زندگی اجتماعی می‌باشد. در واقع ادراک عدالت درجه‌ای است که افراد ادراک می‌کنند که توزیع‌ها (منابع و فرصت‌ها)، مراودات (مناسبات اجتماعی)، رویه‌ها (قوانین و سیاست‌های حاکم بر جامعه) منصفانه است یا خیر؟ | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ درک عدالت توزیعی (با شاخص‌های: تخصیص عادلانه برای همه استان‌ها، فرصت‌های برابر اخذ تسهیلات و...)،</li> <li>➤ درک عدالت رویه‌ای (با شاخص‌های: منصفانه بودن رویه‌های خدمات‌دهی در همه استان‌ها، عادلانه بودن شرایط و الزامات عمومی و اختصاصی اعطای تسهیلات و عادلانه بودن شرایط اولویت‌بندی جهت اخذ تسهیلات و...)</li> <li>➤ درک عدالت مراوده‌ای (با شاخص‌های: عادلانه بودن نحوه برخورد و تعاملات اجتماعی منابع انسانی، رفتار توأم با احترام و عزت منابع انسانی با همه اعضا و...)</li> </ul> |

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۰۵

### یافته‌های پژوهش

در این بخش به تحلیل داده‌های کمی تحقیق در دو بخش تحلیل توصیفی و استنباطی مبادرت شده است:

### یافته‌های توصیفی پژوهش

### توصیف ویژگی‌های جمعیتی

جدول ۵- توزیع آمار مرکزی و پراکندگی ویژگی‌های جمعیتی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد

| آمارهای پراکندگی |         | آمارهای مرکزی |      |         | متغیرهای ویژگی‌های جمعیتی        |
|------------------|---------|---------------|------|---------|----------------------------------|
| انحراف معیار     | واریانس | نما           | میان | میانگین |                                  |
| ۱۳,۱۲۹           | ۱۷۲,۳۸۰ | ۶۰            | ۶۰   | ۶۱,۴۵۷  | سن                               |
| -                | -       | ۱             | -    | -       | جنس                              |
| -                | -       | ۲             | -    | -       | وضعیت تأهل                       |
| -                | -       | ۷             | -    | -       | وضعیت شغلی                       |
| -                | -       | ۱             | ۱    | -       | تحصیلات                          |
| -                | -       | ۳             | ۳    | -       | میزان درآمد ماهیانه <sup>۱</sup> |
| -                | -       | ۵             | ۴    | -       | میزان هزینه‌های ماهیانه          |
| -                | -       | ۴             | -    | -       | محل سکونت                        |

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۵ نیز نشان می‌دهد:

- متوسط سن پاسخگویان ۶۱ سال بوده است. علاوه بر آن نیمی از پاسخگویان بالای ۶۰ سال و نیمی دیگر پایین‌تر از آن قرار داشتند. در نهایت بیشترین فراوانی سن پاسخگویان در طبقه سنی ۶۰ سال بوده است.

- بیشترین فراوانی پاسخگویان برحسب جنس متعلق به طبقه مرد بوده است.

- بیشترین فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل متعلق به طبقه متأهل بوده است.

۱ - میزان درآمد و نیز هزینه‌های ماهیانه اعضاء در سطح مقیاس رتبه‌ای موردسنجش قرار گرفته است.

- بیشترین فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت شغلی متعلق به طبقه متأهل بوده است.
- نیمی از پاسخگویان زیر دیپلم و نیمی دیگر بالاتر از آن قرار داشتند. در نهایت بیشترین فراوانی تحصیلات پاسخگویان در طبقه زیر دیپلم بوده است.
- نیمی از پاسخگویان دارای درآمد بین ده میلیون و یک هزار تا پانزده میلیون تومان و پایین‌تر در ماه و نیمی دیگر بالاتر از آن قرار داشتند. در نهایت بیشترین فراوانی میزان درآمد ماهیانه پاسخگویان در طبقه ده میلیون و یک هزار تا پانزده میلیون تومان در ماه بوده است.
- نیمی از پاسخگویان دارای هزینه‌های بالای پانزده میلیون و یک هزار تا بیست میلیون تومان در ماه و نیمی دیگر پایین‌تر از آن قرار داشتند. در نهایت بیشترین فراوانی میزان هزینه‌های ماهیانه پاسخگویان در طبقه بالای بیست میلیون تومان در ماه بوده است.
- بیشترین فراوانی پاسخگویان برحسب محل سکونت متعلق به طبقه اصفهان بوده است.

### توصیف متغیرهای تحقیق

#### الف- توصیف متغیر وابسته و مؤلفه‌های آن

جدول ۶- توزیع آمار مرکزی و پراکندگی شاخص کل متغیر وابسته اعتماد نهادی اعضای صندوق

#### قرض الحسنه شاهد

| متغیر و مؤلفه                                | تعداد<br>گویه | میانگین | خط برش | انحراف<br>معیار | کمینه | بیشینه |
|----------------------------------------------|---------------|---------|--------|-----------------|-------|--------|
| اعتماد نهادی اعضای صندوق‌های قرض الحسنه شاهد | 8             | 36.638  | 24     | 3.605           | 23    | 40     |
| حقیقت‌جویی                                   | 2             | 9.331   | 6      | 1.059           | 5     | 10     |
| وفای به عهد                                  | 2             | 9.010   | 6      | 1.787           | 4     | 10     |
| داشتن انصاف                                  | 2             | 9.226   | 6      | 1.148           | 5     | 10     |
| داشتن همبستگی                                | 2             | 9.071   | 6      | 1.139           | 4     | 10     |
| نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر)               | 381           |         |        |                 |       |        |

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۰۷

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۶ نیز نشان می‌دهد؛ شاخص کل متغیر وابسته اعتماد نهادهی اعضاء صندوق‌های قرض‌الحسنه شاهد با میانگین ۳۶,۶۳۸ (و با خط برش ۲۴) در سطح مطلوبی قرار دارد؛ چراکه این میانگین بالاتر از سطح استاندارد تعیین شده (میانگین آزمون) بر اساس مجموع سؤالات موردسنجش متغیر و یا شاخص کل می‌باشد. این امر در رابطه با تمامی مؤلفه‌های متغیر وابسته اعتماد نهادهی اعضاء صندوق‌های قرض‌الحسنه شاهد نیز صادق می‌باشد.

#### ب- توصیف متغیر مستقل و مؤلفه‌های آن

جدول ۷- توزیع آمار مرکزی و پراکندگی شاخص کل متغیر مستقل رضایت‌مندی اعضاء نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد

| متغیر و مؤلفه‌ها                                               | تعداد<br>گویه | میانگین | خط<br>برش | انحراف<br>معیار | کمینه | بیشینه                         |
|----------------------------------------------------------------|---------------|---------|-----------|-----------------|-------|--------------------------------|
| رضایت‌مندی اعضاء نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد | 21            | 84.564  | 63        | 6.927           | 59    | 100                            |
| کیفیت درک شده                                                  | 3             | 11.171  | 9         | 1.438           | 6     | 15                             |
| انتظارات درک شده                                               | 3             | 13.659  | 9         | 1.528           | 8     | 15                             |
| ارزش درک شده                                                   | 3             | 13.640  | 9         | 1.659           | 7     | 15                             |
| تصویر ذهنی                                                     | 3             | 13.339  | 9         | 1.699           | 7     | 15                             |
| رضایت کلی                                                      | 3             | 14.010  | 9         | 1.436           | 8     | 15                             |
| وفاداری                                                        | 3             | 13.606  | 9         | 1.683           | 8     | 15                             |
| نارضایتی                                                       | 3             | 4.360   | 9         | 1.679           | 3     | 11                             |
| 381                                                            |               |         |           |                 |       | نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر) |

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۷ نیز نشان می‌دهد؛ شاخص کل متغیر مستقل رضایت‌مندی اعضاء ایثارگری نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانگین ۸۴,۵۶۴ (و با خط برش ۶۳) در سطح مطلوبی قرار دارد. این امر در رابطه با

۲۰۸ | فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی | سال هفدهم | شماره ۶۶ | بهار ۱۴۰۵

مؤلفه‌های شاخص کل متغیر رضایت‌مندی به‌جز مؤلفه نارضایتی با میانگین ۴,۳۶۰ (و با خط برش ۹) نیز صادق می‌باشد. توضیح آنکه مؤلفه نارضایتی بالعکس سایر مؤلفه‌ها زیرخط برش بودن آن، دال بر مطلوبیت می‌باشد.

### ج- توصیف متغیر میانجی و مؤلفه‌های آن

جدول ۸- توزیع آمار مرکزی و پراکندگی متغیر میانجی درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت

صندوق قرض‌الحسنه شاهد

| متغیر و مؤلفه                  | تعداد<br>گویه | میانگین | خط برش | انحراف<br>معیار | کمینه | بیشینه |
|--------------------------------|---------------|---------|--------|-----------------|-------|--------|
| درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت | 6             | 27.357  | 18     | 2.898           | 15    | 30     |
| درک عدالت توزیعی               | 2             | 9.121   | 6      | 1.122           | 5     | 10     |
| درک عدالت رویه‌ای              | 2             | 8.811   | 6      | 1.308           | 3     | 10     |
| درک عدالت مراوده‌ای            | 2             | 9.825   | 6      | 0.996           | 5     | 10     |
| نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر) | 381           |         |        |                 |       |        |

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۸ نیز نشان می‌دهد؛ شاخص کل متغیر میانجی درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانگین ۲۷,۳۵۷ (و با خط برش ۱۸) در سطح مطلوبی قرار دارد. این امر در رابطه با تمامی مؤلفه‌های متغیر میانجی درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد نیز صادق می‌باشد.

### یافته‌های استنباطی پژوهش

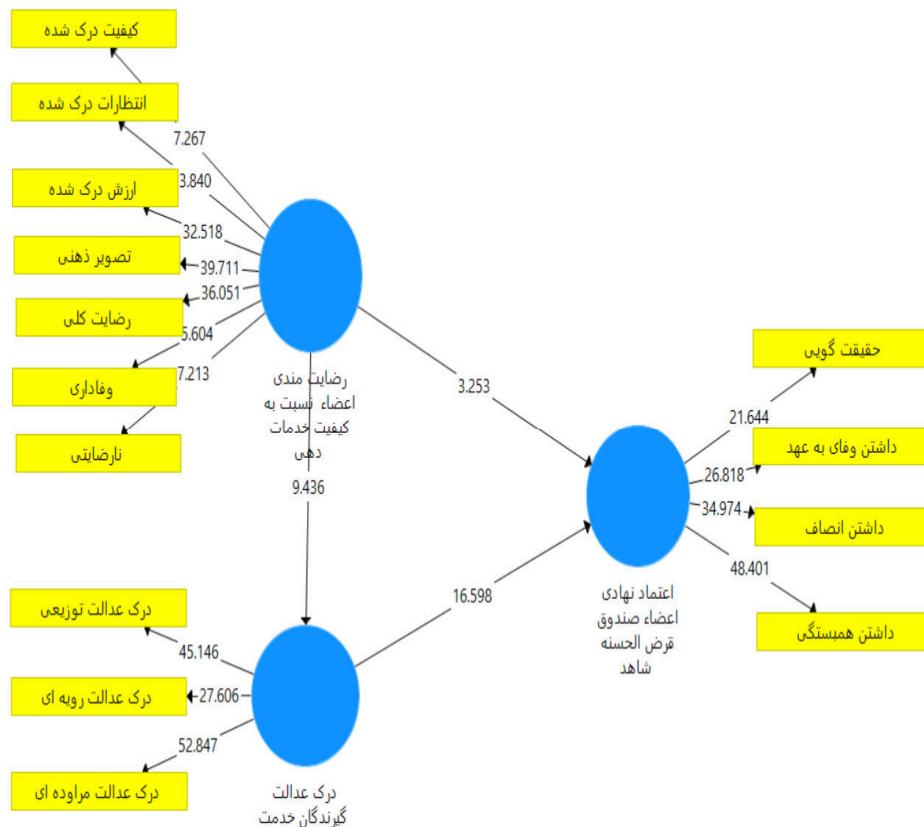
#### تحلیل چند متغیره و آزمون فرضیه‌های تحقیق<sup>۱</sup>

فرضیه کلی تحقیق: مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی رضایت‌مندی اعضاء ایثارگری نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد از

۱- فرضیه‌های جزئی ۱ تا ۳ در این بخش مورد آزمون قرار می‌گیرند.

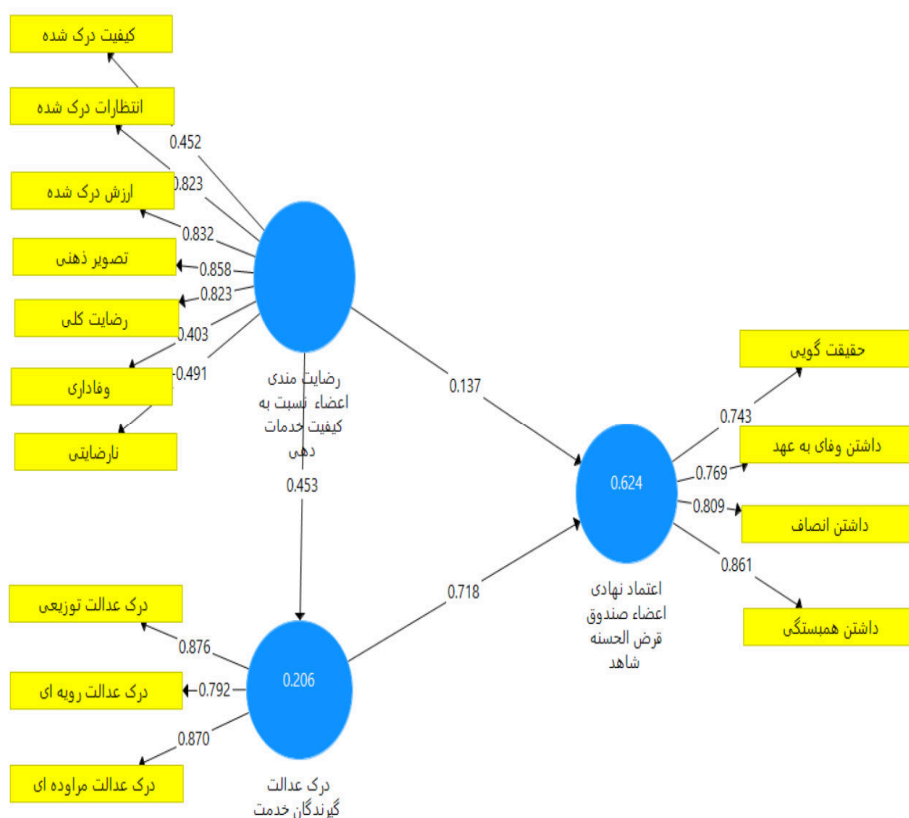
برازش و همانندی لازم با مدل نظری برخوردار می‌باشد.

در این قسمت به‌منظور آزمون فرضیه کلی تحقیق از تحلیل چند متغیره و مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار  $Smart-PLS_3$  به دلیل نرمال نبودن توزیع داده‌ها به دلیل عدم حساسیت به توزیع غیر نرمال استفاده شده است. نتایج اجرای مدل در حالت نمایش ضرایب غیراستاندارد (ضرایب معناداری) و نیز ضرایب استاندارد (ضرایب تأثیرگذاری) به ترتیب در نمودارهای ۳ و ۴ نشان داده شده است:



نمودار ۳- مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضا صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت بر اساس ضرایب غیراستاندارد (ضرایب معناداری)

همان‌گونه که یافته‌های نمودار ۳ نیز نشان می‌دهد؛ مقادیر آزمون T بارهای عاملی عرضی ابعاد متغیرهای (مستقل، وابسته و میانجی) مدل اندازه‌گیری انعکاسی در سطح خطای ۰,۰۱ معنادار بوده است ( $P < 0.01$ ) و لذا بیانگر همبستگی قابل قبول بین متغیرهای مشاهده‌پذیر (ابعاد) با متغیرهای مکنون (متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی) می‌باشد. علاوه بر آن، تمامی مسیرهای مدل تجربی ساختاری (مسیر) بر اساس ضرایب غیراستاندارد یا ضرایب معناداری آزمون T در سطح خطای ۰,۰۱ و نیز دقت اطمینان ۹۹ درصد معنادار بوده است ( $P < 0.01$ ).



نمودار ۴- مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت بر اساس ضرایب استاندارد (ضرایب تأثیرگذاری)

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۱۱

همان‌گونه که یافته‌های نمودار ۴ نیز نشان می‌دهد؛ میزان بارهای عاملی عرضی ابعاد متغیرهای (مستقل، وابسته و میانجی) مدل اندازه‌گیری انعکاسی بالای ۰,۷ و بیانگر همبستگی قابل قبول بین متغیرهای مشاهده‌پذیر (ابعاد) با متغیرهای مکنون (متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی) می‌باشد. علاوه بر آن، تمامی مسیرهای مدل تجربی ساختاری (مسیر) بر اساس ضرایب استاندارد یا بتا مورد قبول می‌باشد.

به‌طور کلی در ارزیابی مدل‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS<sup>2</sup> سه مدل آزمون می‌شود: مدل بیرونی، مدل درونی و مدل کلی تجربی. در ادامه به ارزیابی و آزمون مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی و نیز مدل کلی تجربی مدل نظری تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجی‌گیری درک عدالت گیرندگان خدمت پرداخته شده است:

۱- ارزیابی مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری): جدول ۹؛ ارزیابی روایی و پایایی مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد را با میانجی‌گیری درک عدالت گیرندگان خدمت نشان می‌دهد:

جدول ۹- ارزیابی روایی و پایایی مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با

میانجی‌گیری درک عدالت گیرندگان خدمت

| متغیر                                   | ابعاد         | ارزیابی روایی (اعتبار |       | ارزیابی پایایی (سازگاری درونی |               |              |             |
|-----------------------------------------|---------------|-----------------------|-------|-------------------------------|---------------|--------------|-------------|
|                                         |               | روایی همگرا           |       | روایی واگرا                   |               |              |             |
|                                         |               | بارهای عاملی          | AVE   | شاخص فورنل و لارکر            | آلفای کرونباخ | پایایی همگون | پایایی مرکب |
| اعتماد نهادی اعضاء صندوق‌های قرض‌الحسنه | حقیقت‌گویی    | 0.743                 | 0.717 | 0.797                         | 0.808         | 0.816        | 0.874       |
|                                         | وفای به عهد   | 0.769                 |       |                               |               |              |             |
|                                         | داشتن انصاف   | 0.809                 |       |                               |               |              |             |
|                                         | داشتن همبستگی | 0.861                 |       |                               |               |              |             |

| شاهد         |                   |       |       |       |       |       |       |
|--------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| رضایت‌مندی   | کیفیت درک شده     | 0.452 | 0.484 | 0.847 | 0.802 | 0.812 | 0.884 |
| اعضاء نسبت   | انتظارات درک شده  | 0.823 |       |       |       |       |       |
| به کیفیت     | ارزش درک شده      | 0.832 |       |       |       |       |       |
| خدمات‌دهی    | تصور ذهنی         | 0.858 |       |       |       |       |       |
| صندوق        | رضایت کلی         | 0.823 |       |       |       |       |       |
| قرض‌الحسنه   | وفاداری           | 0.403 |       |       |       |       |       |
| شاهد         | نارضایتی          | 0.491 |       |       |       |       |       |
| درک عدالت از | درک عدالت توزیعی  | 0.876 | 0.635 | 0.696 | 0.644 | 0.870 | 0.791 |
| سوی          | درک عدالت روبه‌ای | 0.792 |       |       |       |       |       |
| گیرندگان     | درک عدالت         | 0.870 |       |       |       |       |       |
| خدمت         | مراوده‌ای         |       |       |       |       |       |       |

#### الف- بررسی روایی همگرا: همان‌گونه که نتایج جدول ۹ و نیز نمودارهای ۳ و ۴

نیز نشان می‌دهد؛ مقادیر اکثریت بارهای عاملی عرضی ابعاد متغیرهای (مستقل، وابسته و میانجی) مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجی‌گیری درک عدالت گیرندگان خدمت بالاتر از ۰/۷ و تمامی در سطح معناداری ۰,۰۱ معنادار بوده است<sup>۱</sup> ( $P>0,01$ ) و لذا بیانگر همبستگی قابل قبول بین متغیرهای مشاهده‌پذیر (ابعاد) با متغیرهای مکنون (متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی) می‌باشد. علاوه بر آن، همان‌گونه که جدول ۹ نیز نشان داده است، ضریب میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای دو سازه بالاتر از مقدار قابل قبول (۰/۵) و برای یک سازه نسبتاً قابل قبول (نزدیک به ۰/۵) می‌باشند.

۱- بنابراین اگرچه دو بعد وفاداری و نارضایتی به‌عنوان متغیر مشاهده‌پذیر بارهای عاملی زیر ۰,۷ را با متغیر رضایت‌مندی اعضاء نسبت به کیفیت خدمات‌دهی صندوق قرض‌الحسنه شاهد به‌عنوان متغیر مکنون نشان می‌دهند؛ ولیکن بر اساس ضرایب غیراستاندارد واقع در نمودار ۴-۹ در سطح معناداری ۰,۰۱ می‌باشند. بنابراین مورد تأیید می‌باشند.

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۱۳

ب- بررسی روایی واگرا (تشخیصی): جهت روایی واگرا از شاخص فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده می‌شود. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. یعنی یک سازه در مدل تعامل بیشتری با ابعاد و شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر، لذا همان گونه که جدول ۹ نیز نشان داده است؛ مقدار جذر AVE سازه موردنظر در سطح قابل قبول می‌باشد.

ج- بررسی پایایی (سازگاری درونی): همان گونه که یافته‌های جدول ۹ نیز نشان می‌دهد؛ ضریب آلفای کرونباخ برای دو سازه پژوهش بالاتر از مقدار قابل قبول ۰/۷ و برای یک سازه نزدیک به ۰,۷ می‌باشد. ولی با توجه به آنکه این ضریب با افزایش آیتم‌ها به کم برآوردی گرایش دارد، برای رفع این محدودیت از پایایی همگون (Rho-A) و پایایی مرکب (Composite Reliability) استفاده می‌شود. لذا ضریب پایایی همگون و مرکب نیز برای همه سازه‌های پژوهش در سطح قابل قبول ۰/۷ می‌باشد و لذا پایایی همگون و مرکب سازه‌ها نیز مورد تأیید می‌باشد.

## ۲- ارزیابی مدل درونی (مدل ساختاری یا مسیر):

الف- ضرایب مسیر مدل ساختاری (ضرایب معناداری): همان گونه که ذیل نمودار ۳ نیز نشان داده شده است، تمامی فرضیه‌های مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک عدالت گیرندگان خدمت مورد قبول است و مقدار T آن‌ها در سطح خطای ۰,۰۱ و نیز دقت اطمینان ۹۹ درصد معنادار بوده است ( $P > 0,01$ ).

ب- بررسی ضریب تعیین<sup>۱</sup>: مقدار ضریب تعیین و ضریب تعیین واقعی (تصحیح شده) که مجموع واریانس تبیین شده متغیر اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض الحسنه شاهد توسط دو متغیر مستقل و میانجی (یعنی رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و نیز درک عدالت گیرندگان خدمت) در مدل ساختاری را نشان می‌دهد؛ برابر با ۰,۶۲۴ و نیز ۰,۲۰۶ بوده است<sup>۲</sup> که در سطح بسیار خوبی می‌باشد. لذا مقادیر ضریب تعیین واقعی برای متغیرهای مذکور یعنی رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و نیز درک عدالت گیرندگان خدمت در تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض الحسنه شاهد به ترتیب برابر با ۰,۶۲۲ و ۰,۲۰۴ بوده است.

ج- بررسی فرضیه‌های جزئی پژوهش: جدول ۱۰، نتایج فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد:

جدول ۱۰- نتایج فرضیه‌های جزئی پژوهش

| فرضیه‌های پژوهش                                                                                                                   | میزان تأثیرات مستقیم |              |                 | نتیجه       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------|-----------------|-------------|
|                                                                                                                                   | ضرایب غیراستاندارد   |              | ضرایب استاندارد |             |
|                                                                                                                                   | مقدار T              | سطح معناداری |                 |             |
| فرضیه جزئی اول تحقیق: بین رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد. | ۳,۲۵۳                | $P > ۰,۰۱$   | ۰,۱۳۷           | تأیید فرضیه |
| فرضیه جزئی دوم تحقیق: بین درک عدالت از سوی                                                                                        | ۱۶,۵۹۸               | $P > ۰,۰۱$   | ۰,۷۱۸           | تأیید فرضیه |

#### ۱. R squares

۲- بالعکس مقادیر آلفای کرونباخ که با اضافه شدن هر آیشم، مقادیرش به‌طور تصنعی کاهش پیدا می‌کند. مقدار ضریب تعیین با وارد شده هر متغیر مستقل (در اینجا ابعاد) به معادله رگرسیونی، مقادیرش به‌طور تصنعی افزایش پیدا می‌کند و لذا برای رفع این محدودیت از ضریب تعیین واقعی (تصحیح شده) استفاده می‌شود.

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۱۵

|                                                                                                                                                                                  |        |            |       |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|-------|-------------|
| گیرندگان خدمت و اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.                                                                                               |        |            |       |             |
| فرضیه جزئی سوم تحقیق: بین رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.                                    | ۹,۴۳۶  | $P > ۰,۰۱$ | ۰,۴۵۳ | تأیید فرضیه |
| فرضیه جزئی اول تحقیق: بین رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد (از طریق متغیر میانجی درک عدالت گیرندگان خدمت). | ۸,۱۷۲  | $P < ۰,۰۱$ | ۰,۳۲۶ | تأیید فرضیه |
| فرضیه جزئی اول تحقیق: بین رضایت‌مندی اعضای نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.                                          | ۹,۴۳۹  | $P > ۰,۰۱$ | ۰,۴۶۳ | تأیید فرضیه |
| فرضیه جزئی دوم تحقیق: بین درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت و اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.                                                    | ۱۶,۵۹۸ | $P > ۰,۰۱$ | ۰,۷۱۸ | تأیید فرضیه |
| فرضیه جزئی سوم تحقیق: بین رضایت‌مندی اعضای نسبت به کیفیت خدمات‌دهی و درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد تأثیر معناداری وجود دارد.                              | ۹,۴۳۶  | $P > ۰,۰۱$ | ۰,۴۵۳ | تأیید فرضیه |

همان‌گونه که جدول ۸ نیز بیانگر آن می‌باشد؛ تأثیرات متغیرهای مستقل (رضایت‌مندی اعضای نسبت به کیفیت خدمات‌دهی) و میانجی (درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت صندوق قرض‌الحسنه شاهد) بر روی متغیر وابسته اعتماد نهادی اعضای صندوق قرض‌الحسنه شاهد بر اساس ضرایب غیراستاندارد (ضرایب معناداری) به صورت مستقیم، غیرمستقیم و کل در سطح خطای ۰,۰۱ و نیز دقت اطمینان ۹۹ درصد معنادار بوده است. علاوه بر آن، ضرایب استاندارد (ضرایب تأثیرگذاری بتا) میزان تأثیرگذاری مطلوبی را نشان می‌دهند. بدین ترتیب که

تمامی روابط مستقیم بین متغیرها معنادار و مثبت‌اند.

علاوه بر آن، بیشترین اثر مستقیم مربوط به درک عدالت بر اعتماد نهادی است ( $\beta=0.718$ )؛ یعنی هرچه اعضا عدالت بیشتری را در خدمات دریافتی احساس کنند، اعتماد نهادی آن‌ها به صندوق افزایش می‌یابد. همچنین، رضایت‌مندی از کیفیت خدمات‌دهی نیز هم به‌طور مستقیم اعتماد نهادی را تقویت می‌کند ( $\beta=0.137$ )؛ و هم از طریق افزایش درک عدالت، به‌صورت غیرمستقیم بر اعتماد نهادی اثرگذار است ( $\beta=0.326$ )؛ اثر غیرمستقیم نشان می‌دهد که درک عدالت نقش میانجی قوی بین رضایت‌مندی و اعتماد نهادی دارد.

به‌بیان‌دیگر، بخشی از اثر رضایت‌مندی بر اعتماد، از مسیر عدالت ادراک‌شده منتقل می‌شود. در نهایت، رضایت‌مندی از کیفیت خدمات در مجموع تأثیر معنادار و قابل‌توجهی به میزان  $0.463$  ( $\beta=0.463$ ) بر اعتماد نهادی به‌صورت مستقیم و نیز به‌صورت غیرمستقیم و از طریق درک عدالت گیرندگان خدمت دارد. بنابراین، مدل پژوهش از نظر روابط علی تأییدشده است و تمامی فرضیات فرعی موردپذیرش قرار گرفته‌اند.

### ۳- ارزیابی کلی مدل تجربی:

جدول ۹- مدل تجربی ساختاری (مسیر) و اندازه‌گیری انعکاسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضاء صندوق قرض‌الحسنه شاهد با میانجیگری درک

#### عدالت گیرندگان خدمت

| شاخص‌های همانندی و برازندگی مدل                   | سطح استاندارد مدل | سطح برآورد مدل | نتیجه آزمون |
|---------------------------------------------------|-------------------|----------------|-------------|
| SRMR<br>(Standardized Root mean Squared Residual) | $\leq 0.083$      | 0.083          | تأیید       |
| Chi-Square                                        | $\leq 519.425$    | 519.425        | تأیید       |
| NFI<br>(normed fit index)                         | $\geq 0.798$      | 0.798          | تأیید       |
| d_ULS                                             | $\leq 0.717$      | 0.717          | تأیید       |
| d_G                                               | $\leq 0.253$      | 0.253          | تأیید       |

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۱۷

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۹ نیز بیانگر آن می‌باشد؛ تمام شاخص‌های برازندگی در محدوده قابل قبول هستند. لذا این امر بیانگر آن است که مدل تجربی پژوهش از برازش مناسبی با داده‌های واقعی برخوردار است. به‌ویژه، مقدار SRMR (۰,۰۸۳) در محدوده قابل قبول نشان‌دهنده خطای پایین مدل است و مقدار NFI (۰,۷۹۸) نیز از حداقل قابل قبول (۰,۷) بالاتر است. بنابراین، مدل نظری پژوهش از نظر ساختاری و اندازه‌گیری معتبر و قابل اعتماد می‌باشد.

بنابراین با توجه به یافته‌های به‌دست آمده از ارزیابی کلی مدل، فرضیه کلی تحقیق مورد تأیید واقع می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با اتکا به سه چارچوب نظری معتبر اعتماد نهادی از منظر کلاوس اوفه، عدالت ادراک‌شده بر مبنای نظریه انصاف جان رالز، و رضایت‌مندی خدمات بر اساس شاخص رضایت‌مندی ایران توانسته است مدلی تلفیقی و منسجم برای تحلیل روابط بین این سه متغیر ارائه کند. یافته‌های نظری بر این دلالت دارند که اعتماد نهادی نه صرفاً از طریق تجربه مستقیم، بلکه با میانجیگری درک عدالت و ادراک کیفیت خدمات شکل می‌گیرد و تقویت می‌شود.

در این میان، اعتماد نهادی بر اساس نظریه کلاوس اوفه، متشکل از مؤلفه‌های حقیقت‌گویی، وفای به عهد، انصاف و همبستگی، نشان می‌دهد که شکل‌گیری اعتماد در نهادهای خدماتی بیش از آنکه متأثر از کارکردهای صرفاً فنی باشد، متکی به ادراکات ارزشی، اخلاقی و رفتاری اعضاست. همچنین، درک عدالت بر اساس نظریه جان رالز، با سه بُعد عدالت توزیعی (انصاف در تخصیص منابع و فرصت‌ها)، عدالت رویه‌ای (روندهای تصمیم‌گیری و نیز اعمال قوانین و مقررات منصفانه) و عدالت مراوده‌ای (رفتار محترمانه و کرامت‌بخش)، نقش یک میانجی کلیدی را ایفا می‌کند که از طریق آن، کیفیت خدمات به اعتماد نهادی ترجمه می‌شود.

در نهایت رضایت‌مندی از کیفیت خدمات بر اساس شاخص رضایت‌مندی ایران، مفهومی چندبعدی شامل کیفیت درک شده، انتظارات، ارزش درک شده، تصویر ذهنی، رضایت کلی، وفاداری و نارضايتی است که به صورت هم‌افزا بر نگرش مثبت اعضا نسبت به صندوق تأثیر می‌گذارد.

داده‌های توصیفی نشان می‌دهند که هر سه متغیر کلیدی اعتماد نهادی، درک عدالت، و رضایت‌مندی از کیفیت خدمات دارای میانگین‌هایی بالاتر از مقدار متوسط بوده‌اند، که حاکی از ارزیابی مثبت اعضا نسبت به عملکرد صندوق است (رجوع به جداول ۶، ۷ و ۸). تحلیل‌های استنباطی نشان دادند که کلیه فرضیه‌های جزئی اول تا سوم تأیید شده‌اند و تحلیل مدل‌یابی معادلات ساختاری نیز گواهی بر برازش مطلوب مدل تجربی با مدل نظری بوده است (رجوع به جداول ۹ و ۱۰).

این نتایج نقش واسطه‌ای معنادار درک عدالت را در مسیر تأثیر رضایت‌مندی بر اعتماد نهادی تأیید می‌کند ( $P < 0.01$ ,  $\beta = 0.463$ ). لذا یافته‌ها با سوابق نظری کاملاً قرابت و همخوانی دارند. بنابراین، مطابق نظریات اوفه و رالز، مسیر شکل‌گیری اعتماد نهادی، از دریچه رضایت صرف عبور نکرده و وابسته به عدالت و مشروعیت عملکرد نهاد است. بنابراین، فرضیه میانجی‌گری "درک عدالت" نه تنها در تئوری، بلکه در تجربه نیز تأیید شده است.

پژوهش حاضر برخلاف برخی مطالعات داخلی که صرفاً بر کیفیت خدمات تمرکز داشتند، نقش عدالت را به عنوان عامل واسطه کلیدی تبیین کرده است. یعنی ترکیب سه بعد نظری-رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی، ادراک عدالت گیرندگان خدمت، اعتماد نهادی-در قالب یک مدل منسجم، یک نوآوری نسبی در پژوهش‌های داخلی محسوب می‌شود. علاوه بر آن، نتایج پژوهش حاضر در رابطه با تأثیرگذاری رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی با نتایج پژوهش‌های رضایی و احمدی (۱۴۰۰)، رضایی و احمدی (۱۴۰۰)، حسین و همکاران (۲۰۲۱)، ییلماز و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی داشته و به لحاظ تجربی به تقویت آن‌ها می‌پردازد. همچنین، علاوه بر آن، نتایج

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۱۹

پژوهش حاضر در رابطه با تأثیرگذاری درک عدالت بر اعتماد نهادی با نتایج پژوهش‌های جزنی و سلطانی (۱۳۹۵)، مهدی صادقی و همکاران (۱۳۹۸)، مومین دیان (۲۰۰۸)، اسمیت و امپینگانجیرا (۲۰۲۰) همخوانی داشته و به استدلال به لحاظ تجربی به تقویت آن‌ها می‌پردازد.

الف. در حوزه ارتقای اعتماد نهادی:

در این قسمت با توجه به یافته‌ها و نتایج پژوهش پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

➤ ایجاد کانال‌های شفاف اطلاع‌رسانی: انتشار گزارش‌های منظم از عملکرد، تصمیمات و تخصیص منابع صندوق با زبان ساده و قابل فهم برای اعضا.

➤ ارتقای نظام پاسخگویی و شفافیت: با تأکید بر مؤلفه "حقیقت‌گویی" در نظریه اعتماد نهادی، توصیه می‌شود که صندوق در اطلاع‌رسانی و پاسخگویی به اعضا شفاف‌تر عمل کند.

➤ تقویت پاسخگویی و نظام شکایات: راه‌اندازی سامانه رسیدگی سریع، مؤثر و بی‌طرفانه به شکایات و پیشنهادها اعضا.

➤ جلب مشارکت اعضا در تصمیم‌سازی: فراهم‌سازی مکانیزم‌هایی برای مشورت‌گیری از اعضا در تصمیمات مهم (همبستگی سازمانی).

ب. در حوزه ارتقای درک عدالت:

➤ تدوین منشور عدالت سازمانی: تدوین و اجرای دستورالعمل‌های داخلی بر مبنای اصول عدالت توزیعی، رویه‌ای و مراوده‌ای.

➤ طراحی عادلانه رویه‌ها و مقررات: بازنگری در فرآیندهای اداری و توزیع منابع با رعایت اصول عدالت رویه‌ای و توزیعی.

➤ ایجاد ابزارهای سنجش عدالت ادراک‌شده: پیاده‌سازی نظام ارزیابی سالانه برای سنجش دیدگاه اعضا در مورد منصفانه بودن کیفیت خدمات‌دهی.

➤ بهبود تعاملات انسانی و مراوده‌ای: آموزش کارکنان صندوق در مهارت‌های ارتباطی و احترام به کرامت مراجعان می‌تواند در تقویت ادراک عدالت مراوده‌ای مؤثر باشد.

ج. در حوزه بهبود کیفیت خدمات و رضایت‌مندی:

- به‌کارگیری فناوری‌های نوین در خدمت‌رسانی و ارتباط: توسعه خدمات الکترونیک نظیر اینترنت بانک، اپلیکیشن‌های موبایلی و نیز چت بات‌ها برای تسهیل‌گری در ارائه خدمات و ارتباط.
- افزایش کیفیت ارتباطات سازمانی: برقراری روابط انسانی محترمانه و مؤثر با اعضا از طریق تقویت مهارت‌های ارتباطی کارکنان.
- پایش مستمر رضایت‌مندی از کیفیت خدمات و تحلیل نارضایتی‌ها: ریشه‌یابی دلایل نارضایتی و تعریف راهکارهای اصلاحی و جبرانی.
- تقویت تصویر ذهنی مثبت از صندوق: از طریق کمپین‌های اطلاع‌رسانی درباره عملکرد و دستاوردهای مثبت، تصویر ذهنی مثبت اعضا تقویت گردد.

#### سپاسگزاری:

نویسندگان مراتب تشکر و قدردانی خود را از صندوق قرض‌الحسنه شاهد جهت مهیا نمودن بستر برای انجام این پژوهش اذعان می‌دارند.

#### تعارض منافع:

نویسندگان اذعان می‌دارند که هیچ‌گونه تعارض منافی برای این مقاله پژوهشی وجود ندارد.

#### Orcid

Ehsan Mobaraki



<http://orcid.org/0000-0002-9056-5659>

Ali Asghar Saeidi



<http://orcid.org/0000-0003-2741-4775>

Ali Shakoori



<http://orcid.org/0000-0003-1914-5851>

## منابع

- احمدی، سید علی‌اکبر. فیض‌آبادی، حوریه. (۱۳۹۰)، «بررسی ارتقاء سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (مطالعه موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران)»، فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶: ۳۵-۸۸.
- اسلامی، شهلا. (۱۳۸۷)، «تحول نظریه عدالت رالز از عدالت اخلاقی به عدالت سیاسی»، پژوهش‌های فلسفی، شماره ۱۳: ۵-۳۵.
- اسماعیلی، محسن. احسانی، محمد. کوزه‌چیان، هاشم. هنری، حبیب. (۱۳۹۳)، «طراحی مدل تأثیرگذاری کیفیت خدمات بر وفاداری، رضایت مشتری، ارزش ادراک‌شده و رفتار آتی مشتریان در مجموعه‌های تفریحی ورزشی آبی»، مطالعات مدیریت ورزشی، سال ۶، دوره ۲۶: ۳۷-۵۸.
- تاجبخش، کیان. (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه، مترجم: افشین خاکباز، تهران: انتشارات شیرازه.
- برادران، مهدی. عباسی، عباس. صفرنیا، حسن. (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری مشتری (مورد مطالعه: بانک تجارت شیراز)». دانشور رفتار، مدیریت و پیشرفت، سال ۱۸، شماره ۲: ۴۶۷-۴۸۲.
- بلوچی، حسین. ملکی، مین‌باش. رزگاه، مرتضی. فارسی‌زاده، حسین. (۱۳۹۴)، «بررسی تأثیر تصویر مقصد و رضایت از مقصد بر نیت‌های بازدید گردشگران». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۴، شماره ۱۲: ۱۱-۳۳.
- توکلی، احمد. کفاش‌پور، آذر. نیکو، حسین. (۱۳۹۶)، «بررسی تأثیر کیفیت خدمات درک‌شده بر وفاداری مشتری به واسطه تصویر ذهنی شرکت و رضایت مشتری با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر هزینه‌های جابجایی». پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال ۲۳، شماره ۶۵: ۱۶۵-۲۰۷.
- حسینی، سید رسول. بهروان، حسین. سروش، سیما. (۱۳۹۰)، «بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی زنان روستایی: مطالعه موردی سه روستا از سه استان ایران». مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال ۸، شماره ۲: ۵۵-۸۰.

- حسینی، زهرا. بابایی، مهدی. (۱۳۹۶)، «عدالت و اعتماد شغلی»، *روانشناسی کاربردی*، دوره ۷، شماره ۲: ۳۳-۵۰.
- حمزه‌علی‌پور، بهنوش. (۱۳۹۵)، «عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران به مقصد در گردشگری روستایی: مطالعه موردی دهستان لغور»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت گردشگری، دانشگاه گلستان.
- حیدر زاده، کامبیز. زنده‌دل، احمد. سلطانی، حسین‌علی. (۱۳۸۴). «ارزیابی رابطه ارزش مورد انتظار مشتری با عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)». *فصلنامه اقتصاد و مدیریت*، شماره ۶۶: ۴۵-۵۸.
- جزنی، نسرین. سلطانی، شاروخ. (۱۳۹۵)، «بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر تعهد سازمانی در پرتو اعتماد سازمانی». *مدیریت توسعه و تحول*، دوره ۸، شماره ۲۵: ۲۷-۳۶.
- خلیلی اردکانی، محمدعلی. آروین، بهاره. فرزاد توسلی، فرشته (۱۳۹۶). «اعتماد اجتماعی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه پیمایشی جوانان شهر مشهد)»، *فصلنامه علوم اجتماعی*. شماره ۷۶: ۱۱۱-۱۴۴.
- دادگر، یدالله، و آرمان مهر، محمدرضا. (۱۳۸۸)، «بررسی و نقد مبانی معیار عدالت اقتصادی جان رالز»، *پژوهشنامه علمی-پژوهشی علوم اقتصادی*، سال ۹، شماره ۲: ۳۷-۶۰.
- رشیدی، حسن. رحمانی، زین‌العابدین. (۱۳۹۲)، «برند و تأثیر آن بر وفاداری مشتری». *مجله اقتصادی*، شماره ۹ و ۱۰: ۶۵-۸۰.
- رضایی، کامران. احمدی، سمیه. (۱۴۰۰)، «تأثیر کیفیت خدمات و رضایت مشتری بر وفاداری و اعتماد». *تحقیقات بازاریابی*، دوره ۸، شماره ۱: ۲۳-۴۱.
- روستا، احمد. کریمی، میلاد. (۱۳۹۶)، «مدیریت مشتری: مبانی، مفاهیم و الگوها»، تهران: انتشارات قلم همت.
- صادقی شاهدانی، مهدی. طباطبایی‌مزدآبادی، محسن. و علیزاده، مهدی. (۱۳۹۲)، «آموزش مدل‌سازی رضایت مشتری با رویکرد کانو». تهران: انجمن علمی اقتصاد شهری ایران، انتشارات کوهسار.
- عنایتی، ترانه. دازداری، مهناز. (۱۳۹۳)، «شناسایی ابعاد تصویرسازمانی در دانشگاه‌ها به‌منظور ارائه مدل». *فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی*، دوره ۲، شماره ۶: ۱۰۷-۱۲۰.

بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر....، صحرایی و همکاران | ۲۲۳

- قضاوی، حسین. کیانی‌زاده، حسین. ملاکریمی، نعمت‌الله. موهبتی، یاسر. (۱۳۹۰)، «اختیار صندوق‌های قرض‌الحسنه در ایران و الگوی مبتنی بر اتحادیه‌های اعتباری». ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، شماره‌های ۷ و ۸: ۳۴-۷.

- کاظمی، مصطفی. پور، سمیرا. سعادت‌یار، فاطمه سادات. بیطرف، فاطمه. (۱۳۹۱). «تأثیر تصویر ذهنی گردشگران بر ارزش ادراک‌شده از شهرهای ساحلی دریای خزر با تأکید بر نقش واسطه کیفیت عوامل ادراک‌شده». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۲، شماره ۶: ۱۹-۳۴.

- کلمن، جیمز. (۱۳۹۰)، «بنیادهای نظریه اجتماعی»، مترجم: منوچهر صبوری. تهران: نشر نی، چاپ سوم.

- کاوسی، سید محمدرضا. سقایی، عباس. (۱۳۹۳)، «روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری»، تهران: انتشارات آمه، چاپ چهارم.

- ملکی، آناهیتا. دارابی، ماهان. (۱۳۸۷)، «روش‌های مختلف اندازه‌گیری رضایت مشتری»، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، شماره ۳: ۲۷-۳۲.

- مقصودی، مجتبی. (۱۳۹۰). «نهادهای اجتماعی و همبستگی ملی». تهران: انتشارات تمدن اسلامی، چاپ اول.

- موسوی، مسعود. خنیفر، حسین. (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر عوامل پس از فروش در رضایت مشتریان با استفاده از مدل تتراکلاس (مورد مطالعه: گروه خودروسازی سایپا)». فصلنامه فرایند مدیریت توسعه، دوره ۳۷، شماره ۲: ۱۸۱-۲۰۳.

- هزارجریبی، جعفر. (۱۳۹۰)، «بررسی احساس عدالت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی شهر تهران)». جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۲، شماره ۳: ۴۱-۶۲.

- هیل، نایجل. سلف، بیل. روکه، جرج. (۱۳۸۸)، «اندازه‌گیری رضایت مشتری». مترجمان: شهریار عزیزی و مسعود جاویدانی. تهران: انتشارات صفار-اشراقی.

- Angelova, B., & Zekiri, J. (2011). "Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(3), 232-258.

- Balcha, A., Gurmessa, S., & Girma, G. (2023). "The effect of service quality on customer satisfaction." *International Journal of Entrepreneurship*, 27(5), 1-17.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press.
- Carrillo, I., Castaño, R., & Sánchez, I. (2019). "The effect of perceived justice on customer satisfaction and behavior in service encounters." *Service Industries Journal*, 39(7-8), 552-572.
- Coleman, J. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), S95-S120.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). "Justice at the Millennium." *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Cook, K. S., Hardin, R., & Levi, M. (2005). *Cooperation without Trust?* Russell Sage Foundation.
- Delhey, J., & Newton, K. (2003). "Who Trusts? The Origins of Social Trust in Seven Societies." *European Societies*, 5(2), 93-137.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: The Free Press.
- Gellner, C., Karimov, A., & Juraev, B. (2011). "Social Trust in Uzbekistan: Regional Differences and Socioeconomic Determinants." *Central Asian Survey*, 33(2), 209-222.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- Hossain, M. A., Yesmin, M. N., Jahan, N., & Kim, M. (2021). "Service Justice and Customer Loyalty in Banking." *Sustainability*, 13(13), 7404.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. John Wiley & Sons.
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems*. Stanford University Press.
- Mumin, D. Al-Tamimi, A. Lo Elhadji, A. (2008). "Perceived justice and customer loyalty in the retail banking sector in the UAE, *Journal of Financial Services Marketing* 12(4), 320-330
- Offe, C. (1996). *Varieties of Transition: The East European and East German Experience*. MIT Press.
- Offe, C. (1999). "How Can We Trust Our Fellow Citizens?" In M. E. Warren (Ed.), *Democracy and Trust*. Cambridge University Press.

- Offe, C. (2006). "Political Disaffection as an Outcome of Institutional Practices? Some Conceptual Issues and Empirical Findings." In The Oxford Handbook of Political Behavior. Oxford University Press.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Touchstone Books/Simon & Schuster.
- Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Harvard University Press.
- Smith, A., & Mpinga-Njira, M. (2020). The role of perceived justice in service recovery on banking customers satisfaction and behavioral intentions: A case of South Africa, *Banks and Bank Systems* 10(2), 35-43.
- Sztompka, P. (1999). *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge University Press.
- Yilmaz, V., Ari, E., & Gürbüz, H. (2018). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty." *International Journal of Bank Marketing*, 36(3), 423-440.

استناد به این مقاله: صحرایی، فرامرزی؛ کریمی، اسلام و عباسی قادی، مجتبی. (۱۴۰۵). بررسی تأثیر رضایت‌مندی نسبت به کیفیت خدمات‌دهی بر اعتماد نهادی اعضای صندوق‌های قرض‌الحسنه تک شعبه‌ای با میانجیگری درک عدالت از سوی گیرندگان خدمت، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۷(۶۶)، ۱۷۱-۲۲۵.



**Social Development and Welfare Planning Journal** is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.