

فراسد ندرت

نمایه در ISC

دوره ۳۴ - بهار ۱۴۰۰ - شماره ۱ - پیاپی ۱۱۵



مؤسسه عالی آموزش و پژوهش
مدیریت و برنامه‌ریزی

هیأت تحریریه به ترتیب حروف الفبا:

دکتر سیدمهدی الوانی / استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین
دکتر سلیمان ایرانزاده / استاد دانشکده مدیریت اقتصاد و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز
دکتر فرج‌اله رهنورد آهن / دانشیار گروه مدیریت مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی
دکتر عبدالحمید شمس / دانشیار گروه مدیریت مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی
دکتر اکبر عالم تبریز / استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی
دکتر غلامرضا معمارزاده طهران / دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
دکتر عباس منوریان / استاد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
دکتر رضا واعظی / استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

صاحب امتیاز: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی (وابسته به ریاست جمهوری اسلامی ایران)
مدیر مسئول: دکتر محمد نهاوندیان
سر دبیر: دکتر فرج‌اله رهنورد آهن
مدیر اجرایی: میترا اولیائی
برگردان چکیده به انگلیسی: دکتر محمد صائبی
ویراستار علمی و ادبی: حسین چابک
کارشناس دبیرخانه مقاله‌ها: ناهید جلیلی
طراح گرافیک: مریم روشن فکر

نشانی: تهران، میدان شهید باهنر (نیاوران)، جمال‌آباد، خیابان شهید مختار عسگری، شماره ۶، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، طبقه پنجم | کدپستی ۱۹۷۸۹۱۱۱۴

تلفن دفتر نشریه: ۲۶۱۱۶۹۰۴ | تلفن اشتراک: ۲۶۱۱۶۹۷۳

وبسایت مؤسسه: <http://www.imps.ac.ir>

وبسایت نشریه: <http://www.jmdp.ir>

شاپا (چاپی): ۰۷۱۹-۱۷۳۵

شاپا (الکترونیکی): ۰۰۷۴-۲۲۵۲

بها: ۵۰۰۰ ریال

چاپ: انتشارات جنگل

- فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه در ویرایش مقاله‌ها، به ترتیبی که آرا و عقاید نویسندگان تغییر نکند، آزاد است.
- درج مطالب در این نشریه لزوماً منعکس کننده نظر نشریه فرآیند مدیریت و توسعه نیست.
- نقل و اقتباس مطالب فصلنامه با ذکر مأخذ مجاز است.

بر اساس نامه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به شماره ۳/۸۱۹۹۸ مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۱۴، نشریه فرآیند مدیریت و توسعه دارای اعتبار علمی - پژوهشی است و چاپ مقاله در آن برای ارتقای اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی مؤثر است.

فهرست مندرجات

- ۳ تاثیر سرمایه اجتماعی، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، و جهانی شدن بر حاکمیت خوب شهری در پرتو فرهنگ مشارکت و تمایل مقامات محلی / زهرا سرگزی و فرج‌اله رهنورد آهن
- ۲۷ طراحی مدل بهینه انجام وظایف اجتماعی دولت با رویکرد حاکمیتی / محمدرضا سالاری، ناصر حمیدی و غلامرضا معمارزاده طهران
- ۵۷ کاربرد چارچوب توسعه و تحلیل نهادی برای خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در ایران / اشکان هراتی، داود حسین‌پور و محمدجواد کاملی
- ۸۹ تاثیر برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجی ساختار سازمانی و نقش تعدیل‌گری تلاطم محیطی در شرکت‌های مادر تخصصی / حبیب‌اله طاهرپور کلانتری و محسن اصلانی
- ۱۱۳ مدل تبیین آثار مدیریت منابع انسانی متعهدانه / ولی‌اله میرزایی الموتی، محمد عطایی و زهره مقدس
- ۱۴۱ تدوین چارچوبی برای هویت شهری مطلوب: مورد مطالعه شهر جدید پرند / مریم صوفی، فاطمه عزیزآبادی فراهانی، ابراهیم حاجیان و سیدرضا صالحی امیری
- ۱۶۳ تاثیر خصوصیات فروشنده و رفتار رابطه‌مند بر وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: بیمه‌های عمر و پس‌انداز) / جواد محرابی و مهدی زکی‌پور

داوران این شماره:

دکتر سید محمد زاهدی
دکتر محمد صائی
دکتر محمد جواد کاملی
دکتر عباس منوریان
دکتر فرج‌اله رهنورد
دکتر غلامرضا معمارزاده طهران
دکتر حسین علیپور
دکتر علی جهانگیری
دکتر مهدی رسولی قهرودی
دکتر مهدی خادمی

عنوان مقاله: تاثیر سرمایه اجتماعی، توسعه فناوری اطلاعات و

ارتباطات، جهانی شدن بر حاکمیت خوب شهری
در پرتو فرهنگ مشارکت و تمایل مقامات محلی

زهرا سرگزی^۱، فرج‌اله رهنورد آهن^۲

دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۱۷

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۲۶

مقاله پژوهشی

چکیده:

هدف: پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی برای بررسی پیشایندهای حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران و روابط میان عوامل موثر بر حاکمیت خوب شهری انجام شده است. **طرح پژوهش/ روش‌شناسی/ رویکرد:** نمونه آماری پژوهش شامل ۴۰ کلان‌شهر ایران است که اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه میان اعضای شورای هریک از این شهرها جمع‌آوری گردید.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که متغیرهای توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، سرمایه اجتماعی، جهانی شدن، و تمایل مقامات محلی به صورت مثبت و معنادار بر حاکمیت خوب شهری تاثیرگذار هستند و فرهنگ مشارکت بر آن موثر نیست.

ارزش/ اصالت پژوهش: در این پژوهش مدل جدیدی برای حاکمیت خوب شهری معرفی گردید که در نهایت بستر مناسبی برای حفظ و پویایی شاخص‌های حاکمیت خوب شهری است و پیوندها و همبستگی‌ها را برای اجرا و بهبود عملکرد سیستم دولت در بطن جامعه فراهم می‌آورد.

پیشنهادهای اجرایی/ پژوهشی: با توجه به مدل به‌دست‌آمده پیشنهادهایی برای استقرار حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران ارائه می‌شود مانند: ۱. گسترش کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در مدیریت شهری؛ و ۲. ارتقای سرمایه اجتماعی.

کلیدواژه‌ها: حاکمیت خوب شهری، جهانی شدن، فرهنگ مشارکت،

سرمایه اجتماعی، تمایل مقامات شهری، فناوری اطلاعات
و ارتباطات

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۲. دانشیار گروه آموزشی مدیریت دولتی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

امروزه شیوه نوین حاکمیت بر شهرها با این الزام مهم همراه است که رویکردی شبکه‌محور مبتنی بر مشارکت گروه‌های مختلف ذی‌نفعان شهری در دستور کار قرار گیرد و رویکرد سلسله‌مراتبی در تصمیم‌گیری تا حد امکان کنار گذاشته شود تا از این طریق علاوه بر کسب مشارکت بازیگران مختلف شهری، از دانش و تجربه آن‌ها به نحو مناسب بهره‌برداری شود. بنا به همین امر از ابتدای دهه ۱۹۹۰ میلادی، نگاه دانشگاهیان و متخصصان حوزه شهری به پدیده حکمرانی شهری گسترش چشمگیری یافت (Rhodes, 1997). سیاستمداران و دولتمردان نیز از این قاعده مستثنا نبودند، به گونه‌ای که پس از برگزاری کنفرانس سازمان ملل متحد در نایروبی در سال ۲۰۰۲، اصول حاکمیت شهری تبدیل به یک استاندارد جهانی در سیاست‌های شهری شد. این مفهوم در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه که در آن رشد پایدار به دلیل سیاست‌های توسعه‌طلبانه افراطی برخی گروه‌های پر قدرت در شهرها تهدید می‌شد، مطرح گردید (Badach & Dymnicka, 2017). در واقع، مفهوم حاکمیت شرکتی با هدف بهبود کیفیت زندگی، پاسخگویی بهتر مسئولان، ایجاد برابری بیش‌تر در برخورد با گروه‌های مختلف ذی‌نفع شهری، و افزایش سطح کارایی و اثربخشی در مدیریت شهرها متولد شد و مورد تأکید قرار گرفت و شکل‌گیری همکاری میان سه بخش دولتی، جامعه مدنی، و بخش خصوصی را در ارائه خدمات عمومی بهتر به شهروندان مورد توجه قرار داد.

به منظور سنجش کیفیت فرایند حاکمیت شهری، مجموعه‌ای از شاخص‌های پذیرفته‌شده در استاندارد یو ان هیتات^۱ (۲۰۱۶) تعیین و معرفی شده است. برخی از این شاخص‌ها شامل وجود زیرساخت‌ها، پایداری، عدالت، بهره‌وری، شفافیت، پاسخگویی، مشارکت مدنی، شهروندی و امنیت شهروندان می‌گردد. مشارکت عمومی به عنوان یک راهبرد کلیدی در فرایند تصمیم‌گیری شامل کلیه ذی‌نفعان مختلف شهری اعم از مدیران دولت محلی، انجمن‌های تجاری، سازمان‌ها و گروه‌هایی می‌شود که شهروندان و اقلیت‌ها را نمایندگی می‌کنند.

با توجه به اهمیت مفهوم حاکمیت شهری در فضای اداره شهرها، این پرسش مهم مطرح می‌گردد که چه عواملی در حوزه مدیریت شهری بر حاکمیت شهری موثر است. با آن‌که برخی

1. UN- Habitat

از پژوهش‌ها همچون مالونی و همکاران^۱ (۲۰۰۰) بر رابطه سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب، سوکاموتو و فوگل^۲ (۲۰۰۴) بر رابطه میان متغیرهایی همچون جهانی شدن و حاکمیت خوب، و مادزوا و همکاران^۳ (۲۰۱۳) بر رابطه توسعه فناوری اطلاعات و ارتباط با حاکمیت شهری تاکید نموده‌اند، اما نبود یک بررسی جامع و یکپارچه از عوامل موثر بر حاکمیت شهری در ادبیات و توجه کمتر آن‌ها به روابط میان این متغیرهای اثرگذار، هنوز این پرسش را بی‌پاسخ گذاشته است که با افزایش و تغییر در کدام یک از متغیرهای کلان‌شهری می‌توان حاکمیت شهری را ارتقا داد. با توجه به این امر، نوآوری پژوهش در تشریح عوامل موثر بر حکمرانی خوب شهری و بررسی تعاملات میان این عوامل و عناصر تعدیل‌گر در این ارتباط است. این نوآوری از بعد دیگر به بررسی مدلی مفهومی این پژوهش از منظر اعضای آگاه به حکمرانی شهری در ۴۰ شهر کلان و بزرگ ایران بازمی‌گردد. در تعریف مفهوم مشارکت شهروندان این اعتقاد وجود دارد که از منظر حکمرانی جمعی مردم‌سالار در یک شهر، فرهنگ مشارکت شهروندان به مجموعه باورها، ارزش‌ها و اعتقادهای مشترکی بازمی‌گردد که بر اساس آن میزان کنش‌گری و مشارکت شهروندان در تصمیم‌ها و برنامه‌های شهری تعیین می‌شود. همچنین، تمایل مقامات محلی به میزان علاقه‌مندی مقامات دولتی و محلی به استقرار حاکمیت خوب شهری اشاره دارد. به همین دلیل، پژوهش حاضر می‌کوشد نگاهی گسترده و جامع به عوامل اثرگذار بر حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران برای اثرپذیر کردن آن‌ها از عوامل تعدیل‌گر داشته باشد و ضمن شناسایی و تحلیل روابط میان این عوامل، در قالب یک مدل مفهومی، اثر این متغیرها را بر حاکمیت خوب شهری آزمون کند.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم حاکمیت شهری

از دیدگاه استوکر^۴ (۱۹۹۸)، انگاره حاکمیت شهری به‌جای حکومت شهری سنتی، بر محیط سیاسی - اجتماعی پیچیده و چندپاره، و الگوی منعطف و باز تصمیم‌گیری دلالت دارد. پیری^۵ (۱۹۹۹)، حاکمیت شهری را به مثابه فرایندی می‌داند که برای تلفیق و هماهنگی منافع خصوصی

1. Maloney *et al.*

2. Tsukamoto & Vogel

3. Madzova *et al.*

4. Stoker

5. Pierre

و عمومی در زمینه‌هایی با نهادهای سیستم‌های مختلف ارزشی و هنجاری جهت‌گیری شده است. شهیدی (۱۳۸۶)، معتقد است حاکمیت خوب شهری یعنی اثرگذاری همهٔ ارکان تاثیرگذار شهری بر مدیریت شهر با تمام سازوکارهایی که به سوی تعالی شهر و شهروندان حرکت می‌کنند، نه این‌که فعالان عمومی و خصوصی کنار گذاشته شوند و فقط دولتداران اختیاردار آن باشد. به عبارت دیگر، منشای قدرت و مشروعیت در حاکمیت خوب شهری تمام شهروندان و حضور آن‌ها در همه صحنه‌ها و ارکان جامعه مدنی است. در نتیجه، حاکمیت شهری هم نهادهای رسمی و هم اقدام‌های غیررسمی و سرمایه اجتماعی شهروندان را در بر می‌گیرد (UN-Habitat, 2016). با توجه به این تعریف، باید در نظر داشت که گذار از حاکمیت شهری متمرکز و سلسله‌مراتبی به سمت حاکمیت خوب غیرمتمرکز و مردم‌سالار به یک ضرورت بی‌چون و چرا تبدیل شده است و شناخت ابعاد و مولفه‌های حاکمیت خوب شهری یک پرسش پژوهشی معین است که در بخش بعدی به آن پاسخ داده خواهد شد.

ابعاد و مولفه‌های حاکمیت خوب شهری

در خصوص ابعاد و مولفه‌های حاکمیت خوب مدل‌های زیادی وجود دارند. مدل سکونتگاه‌های انسانی سازمان ملل (UN-Habitat, 2016) نیز یکی از جامع‌ترین مدل‌هاست که بر شاخص‌هایی در سنجش حاکمیت خوب شهری تاکید دارد مانند: ۱. اثربخشی؛ ۲. برابری؛ ۳. مشارکت؛ و ۴. پاسخگویی. این مدل به دلیل جامعیت بیش‌تر در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. شاخص‌های سنجش هر یک از ابعاد چهارگانه حاکمیت خوب شهری در زیر مشخص شده‌اند که می‌توان بر مبنای آن‌ها حاکمیت خوب شهری را در هر شهری مورد سنجش قرار داد.

۱. اثربخشی: این معیار بر استفادهٔ مناسب از منابع موجود برای تامین نیازهای شهروندان، ارائه خدمات شهری و رضایت مردم استوار است. درآمد سرانه حکومت محلی، پیش‌بینی‌پذیر بودن نقل و انتقالات، استانداردهای عملکرد منتشرشده، پیمایش رضایت مشتریان، و بیانیه چشم‌انداز نمونه‌هایی از شاخص اثربخشی هستند.

۲. برابری: منظور از برابری، ایجاد فرصت‌های مناسب برای همه شهروندان در زمینه ارتقای وضعیت رفاهی خود، تلاش در راستای تخصیص عادلانه منابع، و مشارکت اقشار محروم در اعلام نظر و تصمیم‌گیری است. از طرفی، برابری بر شمولیت دسترسی منصفانه شهروندان (زنان، کودکان، سالمندان، اقلیت‌های مذهبی یا فرهنگی، افراد ناتوان) به احتیاجات اساسی زندگی شهری (تغذیه، آموزش و پرورش، اشتغال و معاش، مراقبت‌های بهداشتی، پناهگاه‌ها، آب آشامیدنی سالم،

و بهداشت)، اولویت‌های نهادی در تمرکز بر خط‌مشی‌های فقرزدایی، و برقراری سازوکاری برای واکنش به خدمات اساسی دلال‌ت دارد. منشور شهروندی، مشاوران زن، خط‌مشی حمایت از فقرا و دست‌فروشی نمونه‌هایی از شاخص انصاف (برابری) هستند.

۳. مشارکت: منظور از مشارکت، قدرت تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌ها و سهم شدن شهروندان در قدرت است. از طرف دیگر، مشارکت در حاکمیت بر سازوکارهایی دلال‌ت دارد که مردم‌سالاری‌های محلی را از طریق شمولیت، انتخابات شهری آزاد و منصفانه ارتقا می‌دهد. مشارکت همچنین ناظر بر فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت‌جویانه مبتنی بر سرمایه شهری، به‌ویژه فقر است و در آن جهت‌گیری اجماع و شهروندی وجود دارد. شورای انتخابی، شهردار انتخابی، گردهمایی رأی‌دهندگان، مجمع مردم و انجمن مدنی نمونه‌هایی از شاخص مشارکت هستند.

۴. پاسخگویی: این معیار دو نکته مکمل را در بر دارد. مسئولان شهری باید هم نیازها و خواسته‌های شهروندان را دریابند و بپذیرند و هم در برابر آن واکنش و پاسخ مناسب نشان دهند. در نتیجه، همسویی خواسته‌های شهروندان و اقدام مسئولان ضروری است (Hekmatnia et al., 2017). از طرف دیگر، پاسخگویی بر سازوکارهای شفاف در وظایف عملیاتی دولت محلی، واکنش‌گری نسبت به سطوح بالای حکومتی، جمعیت محلی و شکایات شهری، شفافیت و پیش‌بینی‌پذیر بودن استانداردهای حرفه‌ای، حاکمیت قانون، و خط‌مشی‌های عمومی دلال‌ت دارد. نمونه‌هایی از شاخص پاسخگویی عبارت‌اند از: انتشار رسمی قراردادها، مزایده‌ها، بودجه‌ها و حساب‌ها، حسابرسی مستقل، کنترل توسط سطوح بالای حکومتی، کدهای رفتاری، افشای درآمد و دارایی‌ها، سازوکارهای دریافت شکایت، و کمیسیون ضدفساد.

عوامل موثر بر حاکمیت شهری

استقرار حاکمیت خوب شهری در گرو عواملی است که می‌توانند در نقش جل‌وبرنده یا بازدارنده ظاهر شوند. نتایج پژوهش‌ها سه عامل را بر استقرار حاکمیت خوب شهری اثرگذار می‌دانند. جدول (۱)، این عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۱: عوامل اثرگذار بر حاکمیت خوب شهری

منبع	عوامل موثر
مالونی و همکاران (۲۰۰۰)	اثر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب
کرسل و فرای ^۱ (۲۰۰۵)	اثربرداری حاکمیت شهری از جهانی شدن
البرلی ^۲ (۲۰۰۳)	اثر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب
سوکاموتو و فوگل (۲۰۰۴)	اثر جهانی شدن بر حاکمیت خوب
استریب و ناوارو ^۳ (۲۰۰۶)	درخواست شهروندان برای دولت الکترونیکی تعاملی
اوزون ^۴ (۲۰۰۷)	اثر جهانی شدن بر حاکمیت شهری
جانکاسکاس و سپوتینی ^۵ (۲۰۰۷)	همبستگی سرمایه اجتماعی با حاکمیت
فان کامپن و فان ناثرسن ^۶ (۲۰۰۸)	اثر جهانی شدن بر حاکمیت شهری
رلهان و همکاران ^۷ (۲۰۱۲)	اثر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر حاکمیت شهری
لمبارد ^۸ (۲۰۱۳)	اثربرداری مشارکت شهروندان از فرهنگ شهروندان در حاکمیت شهری
مادزوا و همکاران (۲۰۱۳)	اثر دولت الکترونیک بر حاکمیت خوب
ریتز ^۹ (۲۰۱۳)	اثر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب
پروکا و سانتگیبائر ^{۱۰} (۲۰۱۶)	اثر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر حاکمیت محلی
مس و همکاران ^{۱۱} (۲۰۱۵)	اثر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت
یوان هیبتات (۲۰۱۶)	اثر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر حاکمیت شهری
رهنورد و یزدان‌شناسان (۱۳۹۴)	اثر دولت الکترونیک بر حاکمیت خوب
آرایی و همکاران (۲۰۱۸)	اثر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب
صفریان و امام‌جمعه‌زاده (۲۰۱۸)	اثر متقابل سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری بر یکدیگر
بدیعی ازنده‌ای و حسینی نصرآبادی (۱۳۹۱)	اثر جهانی شدن بر حاکمیت خوب ملی

1. Kresl & Fry
2. Eberle
3. Streib & Navarro
4. Uzun
5. Jankauskas & Šeputienė
6. Van Kampen & Van Naerssen
7. Relhan *et al.*
8. Lombard
9. Ritter
10. Perucca & Sonntagbauer
11. Maas *et al.*

با توجه به **جدول (۱)**، هر یک از عوامل اثرگذار بر حاکمیت خوب شهری به اختصار تشریح می‌شود:

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از نظر پانتم جنبه‌هایی از سازمان اجتماعی مانند شبکه‌های اجتماعی، هنجارها و اعتماد هستند که با تسهیل همکاری و هماهنگی در میان اعضای جامعه، آن‌ها را قادر می‌سازد که اهداف مشترکشان را به‌طور کارآمدی دنبال کنند (Putnam, 2001). از تعاریف مندرج در سرمایه اجتماعی می‌توان تا حدودی ابعاد آن را از قبیل شکل‌گیری تعهدها و انتظارها درون شبکه‌های متنوع اجتماعی یا به عبارتی مشارکت گروهی و جمعی، اعتماد به عنوان یکی از اجزای اصلی و برونی سرمایه اجتماعی، اعتماد میان اعضای جامعه، و تبادل اطلاعات به صورت کم‌هزینه و راحت برای تقویت همکاری به‌دست آورد. در بحث اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب شهری، **ریتر (۲۰۱۳)**، این ایده را مطرح می‌نماید که با افزایش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به دولت، شهروندان مشارکت بیش‌تری در امر سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری گروهی و اجرای جمعی در حوزه مدیریت شهری خواهند داشت. **صفریان و امام‌جمعه‌زاده (۲۰۱۸)**، معتقدند رابطه بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب یک رابطه دوسویه است. در واقع، دولت با ایجاد زمینه مشارکت مردم در تصمیم‌های شهری همچون نظام‌های شورایی و انتخابات شهری و ایجاد احساس برابری و عدالت در میان گروه‌های مردمی، اعتماد مردم و سرمایه اجتماعی آن‌ها را ارتقا می‌بخشد و همین مسئله در ادامه به دلیل حمایت مردم از تصمیم‌های حاکمیت شهری به تقویت حاکمیت خوب شهری منجر می‌گردد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

در بحث اثرگذاری توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطی، **شهرستانی (۱۳۹۵)** معتقد است که ارتباط بین دولت الکترونیک و حکمرانی خوب به قدری نزدیک است که دولت الکترونیک اگر در نهایت به حکمرانی بهتر منجر نشود، هرگز رسالت خود را به انجام نرسانیده است. حکمرانی الکترونیک شرط لازم (و نه کافی) در جهت نیل به توسعه پایدار شهری است. از طریق حکمرانی الکترونیک است که می‌توان مولفه‌های حکمرانی خوب شهری را ارتقا داد و زمینه‌های رفاه بیش‌تر شهروندان را فراهم آورد. ICT امکانات گسترده‌ای را برای عینیت یافتن آرمان‌های حکمرانی خوب فراهم می‌کند و با بکارگیری فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی به بهبود فرایندهای ارائه خدمات در بخش عمومی، تسریع ارائه خدمات به شهروندان، پاسخگوتر شدن مأموران دولتی،

شفاف شدن اطلاعات، کاهش فاصله بین مردم و دولتمردان، مشارکت اثربخش تر شهروندان و اعضای جامعه مدنی در فرایند تصمیم‌گیری عمومی، و گسترش عدالت اجتماعی از طریق فرصت‌های برابر افراد برای دسترسی به اطلاعات کمک شایانی می‌کند و حکومت‌ها چنانچه بخواهند در مسیر تحقق حکومتمداری خوب حرکت کنند باید به ابزار نیرومندی همچون ICT مسلح باشند. شهرداری نزدیک‌ترین سطح حکومت به مردم است که می‌تواند با الکترونیکی کردن خدمات خود به عنوان ابزاری موثر برای تحقق عدالت اجتماعی و دستیابی به حکمرانی خوب از نهادهای خدماتی به نهادهای اجتماعی مبدل شود.

برای سنجش اثر توسعه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی بر حاکمیت خوب شهری، مدل‌های مختلفی ارائه شده است که مدل سازمان ملل معروفیت بیش‌تری دارد. مطابق این مدل توسعه حکومت الکترونیک دارای ابعادی سه‌گانه است: ۱. خدمات برخط (آنلاین)؛ ۲. سرمایه انسانی؛ و ۳. زیرساخت‌های مخابراتی. این مدل در پژوهش حاضر استفاده شده است.

جهانی شدن

جهانی شدن به معنای یکپارچه شدن جهان در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی، و حذف مرزهای مصنوعی و قراردادی است. در این مفهوم ضمن تغییر و تحول اجتماعی از مقیاس محلی به جهانی، سرنوشت تمامی بخش‌های کره زمین از طریق شبکه و پیوندهای وابسته به هم و نفوذ و ارتباط متقابل اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی فراسوی مرزها به هم گره خورده است (ساعی ارسى، ۱۳۸۸). اساساً جهانی شدن به مجموعه فرایندهای پیچیده‌ای اطلاق می‌شود که به موجب آن دولت‌های ملی به‌طور روزافزون به یکدیگر مرتبط و وابسته می‌شوند. در جغرافیای سیاسی نیز، فرایند یا پدیده جهانی شدن به اشکال مختلف به‌ویژه در بحث مربوط به حاکمیت ملی و حاکمیت بر شهرها مطرح می‌شود. امروزه تحت تاثیر فرایندها و ابعاد گوناگون جهانی شدن، مفهوم حاکمیت ملی و شهری دستخوش تحول گردیده است، به گونه‌ای که در برخی حیطه‌ها، قلمرو مفهومی آن محدود شده و در برخی دیگر از زمینه‌ها گسترش یافته است. نتایج بدیعی ازندهای و حسینی نصرآبادی (۱۳۹۱) نشان می‌دهد که به‌رغم همه فشارها و محدودیت‌هایی که در آزادی و عملکرد یک کشور ایجاد شده است، جهانی شدن توانسته است گستره مفهومی و قلمروی حاکمیت ملی و به تبع آن حاکمیت شهری را دچار تحول سازد. البته از نظر این پژوهشگران پیشرفت فناوری ارتباطات و گسترش وسایل ارتباط جمعی ازجمله عوامل بسیار اثرگذار در این رابطه هستند.

فرهنگ مشارکت

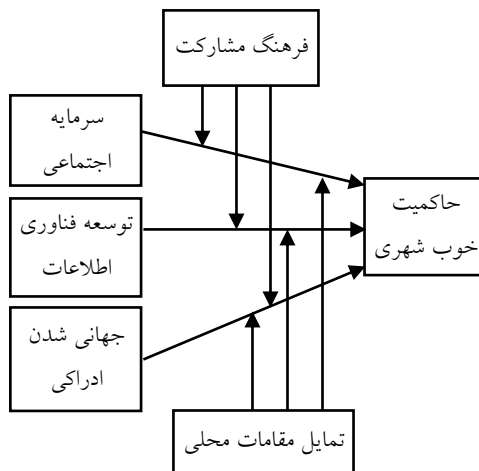
از نظر جنکینز^۱ (۲۰۰۹)، فرهنگ مشارکتی فرهنگی است که در آن ۱. موانع اندکی برای درگیر شدن مدنی وجود دارد؛ ۲. از خلق و تسهیم ایده‌ها حمایت می‌شود؛ ۳. نوعی ارشادگری غیررسمی که در آن بیش‌تر افراد باتجربه دانش خود را به نوآموزان انتقال می‌دهند؛ ۴. افراد اعتقاد دارند نقش مهمی ایفا می‌کنند؛ و ۵. افراد درجاتی از ارتباط اجتماعی را با یکدیگر حس می‌کنند و به عقاید دیگران اهمیت می‌دهند. باید در نظر داشت که الگوی حاکمیت خوب شهری به عنوان فرایند مشارکتی توسعه تعریف می‌شود که به موجب آن همه ذی‌نفعان شامل حکومت، بخش خصوصی، و جامعه مدنی وسایلی را برای حل مشکلات شهری فراهم می‌کنند. در این‌جا مدیریت شهری از بالا به پایین نیست و مشارکت شهروندان در اداره امور شهر جزو جدایی‌ناپذیر آن است (McCarney et al., 1995). بنابراین، می‌توان گفت که وجود فرهنگ مشارکت زمینه‌ساز درگیر شدن گسترده شهروندان در حاکمیت خوب شهری است. از طرف دیگر و با توجه به دیدگاه حاجی یوسفی و طالبی (۲۰۱۷)، مشارکت یکی از مولفه‌های مهم فرهنگ سیاسی است و هم از شاخص‌های اصلی حکمرانی خوب محسوب می‌شود. تحقق حکمرانی خوب به عنوان یکی از مدل‌های توسعه، بدون مشارکت ممکن نیست. از این‌رو، برای بررسی چرایی محقق نشدن حکمرانی خوب، باید موانع پیشروی شاخص‌های آن مورد بررسی قرار گیرد. این پژوهشگران موانعی که در برابر فرهنگ مشارکت شهروندان قرار دارد را شامل فردگرایی منفی، استبدادزدگی، ضعف جامعه مدنی، مشکلات ساختاری، دولت شبه‌رانتی، و تمرکزگرایی می‌دانند که با کوچک کردن دولت، تقویت منافع و نمادهای ملی، بسط جامعه مدنی، و حاکمیت اراده عمومی می‌توان به ارتقای آن در چارچوب حکمرانی خوب کمک نمود.

مدل مفهومی پژوهش

نگاهی گذرا به مدل‌های موجود در حوزه حاکمیت خوب شهری در کشور و مطالعات صورت‌گرفته در این حوزه نشان می‌دهد که در بیش‌تر پژوهش‌های پیشین، ادبیات صرفاً به تبیین مفهوم حکمرانی خوب و تا حدی نیز به مفهوم حکمرانی خوب شهری پرداخته است. البته در این مطالعات به‌ندرت روابط میان متغیرهای اثرگذار بر تقویت حاکمیت خوب شهری در کشور مورد بررسی قرار گرفته است. این مسئله در سطح کلان‌شهرها بیش‌تر و به شکل جدی‌تر دیده می‌شود. به همین منظور، پژوهشگران با شناسایی این شکاف و با بررسی مدل‌های مختلف موجود

1. Jenkins

در فضای حکمرانی خوب شهری، به‌ویژه مدل سازمان ملل (UN- Habitat, 2016)، و از طرفی بررسی متغیرهایی همچون سرمایه اجتماعی، توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، و جهانی شدن ادراکی که بر حاکمیت خوب شهری می‌توانند اثر قابل‌ملاحظه‌ای داشته باشند، مدل مفهومی جدیدی ارائه نموده‌اند که در آن نقش تعدیل‌گری دو متغیر فرهنگ مشارکت شهروندان و تمایل مقامات محلی نیز مورد بررسی قرار گرفته است (شکل ۱).



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های پژوهش قابل طرح است:

- H_1 : سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب شهری مثبت و معنادار است.
- H_2 : توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات بر حاکمیت خوب شهری مثبت و معنادار است.
- H_3 : جهانی شدن ادراکی بر حاکمیت خوب شهری مثبت و معنادار است.
- H_4 : تمایل مقامات محلی رابطه بین جهانی شدن ادراکی و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.
- H_5 : تمایل مقامات محلی رابطه بین توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.
- H_6 : تمایل مقامات محلی رابطه بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.

H₇: فرهنگ مشارکت رابطه بین جهانی شدن ادراکی و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.

H₈: فرهنگ مشارکت رابطه بین توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.

H₉: فرهنگ مشارکت رابطه بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری را به صورت مثبت و معنادار تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه تحلیل پدیده مورد بررسی، توصیفی-پیمایشی است. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر قضاوتی هدفمند است، به گونه‌ای که از میان شهرهای ایران، آن شهرهایی انتخاب می‌شوند که جمعیت بالای ۱۰۰ هزار نفر دارند و همچنین در آن شهرها نیز افراد آگاه و مطلع به موضوع حاکمیت خوب شهری که سابقه علمی و تجربه بیشتری در این حوزه دارند، انتخاب می‌شوند. این افراد آگاه و مطلع از گروه اعضای شورای شهر و شهرداران شهرها هستند. نمونه آماری در بخش کیفی شامل ۷ خبره حوزه مدیریت شهری اعم از استادان و اعضای باتجربه و صاحب‌منصب در شورای شهر و سمت شهردار می‌شوند. در بخش کمی نیز ۴۰ کلان‌شهر کشور به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته می‌شوند. ویژگی افراد نمونه به شرح جدول (۲) است.

جدول ۲: ویژگی جمعیت‌شناختی خبرگان

ردیف	سن (سال)	جنسیت	تجربه
۱	۴۸	مرد	استاد دانشگاه
۲	۵۹	مرد	عضو شورای شهر
۳	۵۷	مرد	استاد دانشگاه
۴	۴۲	مرد	معاون شهردار / استاد دانشگاه
۵	۵۱	مرد	عضو شورای شهر
۶	۵۴	مرد	شهردار
۷	۵۶	مرد	عضو شورای شهر

۳۰۰ پرسشنامه به روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند توزیع گردید که در مجموع ۲۰۵ پرسشنامه برگشت داده شد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شهرهای منتخب به شرح جدول (۳) است:

جدول ۳: آمار جمعیت شناختی شهرستان‌ها

ردیف	استان	شهر	جمعیت ۱۳۹۵
۱	تهران	تهران	۸۶۹۳۷۰۶
۲	فارس	شیراز	۱۵۶۵۵۷۲
۳	اصفهان	اصفهان	۱۹۶۱۲۶۰
۴	قم	قم	۱۲۰۱۱۵۸
۵	البرز	کرج	۱۷۷۳۶۶۶
۶	خراسان رضوی	مشهد	۳۰۰۱۱۸۴
۷	خوزستان	اهواز	۱۱۸۴۷۸۸
۸	آذربایجان شرقی	تبریز	۱۵۵۸۶۹۳
۹	کرمان	کرمان	۵۳۷۷۱۸
۱۰	فارس	جهرم	۱۴۱۶۳۴
۱۱	اردبیل	اردبیل	۵۲۹۳۷۴
۱۲	اردبیل	مشکین شهر	۱۵۱۱۵۶
۱۳	کهگیلویه و بویراحمد	باسوج	۱۳۴۵۳۲
۱۴	خراسان جنوبی	بیرجند	۲۰۳۶۳۶
۱۵	کرمان	بم	۱۲۷۳۹۶
۱۶	هرمزگان	بندرعباس	۵۲۶۶۴۸
۱۷	ایلام	ایلام	۱۹۴۰۳۰
۱۸	مرکزی	اراک	۵۲۰۹۴۴
۱۹	همدان	همدان	۵۵۴۴۰۶
۲۰	یزد	یزد	۵۲۹۶۷۳
۲۱	سیستان و بلوچستان	زاهدان	۵۸۷۷۳۰
۲۲	مازندران	ساری	۳۰۹۸۲۰
۲۳	آذربایجان غربی	ارومیه	۷۳۶۲۲۴
۲۴	همدان	ملایر	۱۷۰۲۳۷
۲۵	فارس	مرودشت	۱۴۸۱۵۸
۲۶	کردستان	سنندج	۴۱۲۷۶۷
۲۷	خوزستان	آبادان	۲۳۱۴۷۶
۲۸	خوزستان	بهبهان	۱۲۲۶۰۴
۲۹	گیلان	بندر انزلی	۱۱۸۵۶۴
۳۰	کردستان	مریوان	۱۳۶۶۵۴

ادامه جدول ۳: آمار جمعیت شناختی شهرستان‌ها

ردیف	استان	شهر	جمعیت ۱۳۹۵
۳۱	کرمان	سیرجان	۱۹۹۷۰۴
۳۲	کرمان	رفسنجان	۱۶۱۹۰۹
۳۳	گلستان	گرگان	۳۵۰۶۷۶
۳۴	بوشهر	بوشهر	۲۲۳۵۰۴
۳۵	چهارمحال و بختیاری	شهرکرد	۱۹۰۴۴۱
۳۶	کرمانشاه	کرمانشاه	۹۴۶۶۵۱
۳۷	سمنان	سمنان	۱۸۵۱۲۹
۳۸	قزوین	قزوین	۴۰۲۷۴۸
۳۹	لرستان	خرم‌آباد	۳۷۳۴۱۶
۴۰	گیلان	رشت	۶۷۹۹۹۵

در تحلیل آمار توصیفی داده‌ها مشخص گردید که از میان پاسخ‌دهندگان پژوهش، بیش از ۹۱ درصد از گروه مردان و ۹ درصد از گروه زنان هستند. در این میان گروه پاسخ‌دهندگان با متوسط ۵۰-۴۰ سال بیش‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده است، و افراد با سابقه شورایی ۳-۴ سال بالاترین فراوانی معادل ۴۵ درصد پاسخ‌دهندگان را شامل می‌شوند. در بحث تحصیلات نیز گروه کارشناسی ارشد نیز با آماری بالغ بر ۶۹ درصد پاسخ‌دهندگان بیش‌ترین فراوانی را دارند.

در این پژوهش از تحلیل مسیر مبتنی بر واریانس استفاده شده است. نیاز به توضیح است که رویکرد در تخمین روابط در مدل معادله ساختاری وجود دارد (Hair et al., 2016). یکی از آن‌ها رویکرد مبتنی بر کوواریانس (CB-SEM) است که به‌طور گسترده بکار گرفته می‌شود، و دیگری رویکرد مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) یا رویکرد مبتنی بر واریانس است. الگوریتم مبتنی بر واریانس (PLS-SEM)، ضرایب مسیر و دیگر پارامترهای مدل را به‌گونه‌ای برآورد می‌کند که واریانس تبیین‌شده متغیر وابسته را بیشینه کند. PLS-SEM یک تکنیک برآورد مبتنی بر رگرسیون OLS است که بیش‌تر بر پیش‌بینی تمرکز دارد تا تبیین. در این پژوهش برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۲ استفاده شده است (جدول ۴). همان‌طور که مشخص است، همه متغیرها از پایایی بالایی در مدل برخوردارند. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است که نشانگر پایایی قابل قبول است.

1. Ordinary Least Squares
2. Composite Reliability

جدول ۴: آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سازه‌های مدل

متغیر	نقش متغیر	ضریب آلفای کرونباخ (CR) (Alpha-0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR) (CR-0.7)
فناوری اطلاعات و ارتباطات	مستقل	۰/۸۵۹	۰/۹
حاکمیت خوب شهری	وابسته	۰/۸۲۵	۰/۸۳۲
جهانی شدن ادراکی	مستقل	۰/۷۵۹	۰/۹۵۶
سرمایه اجتماعی	مستقل	۰/۷۹۶	۰/۸۳۶
فرهنگ مشارکت	تعدیل‌گر	۰/۸۵۱	۰/۷۶۵
تمایل مقامات محلی	تعدیل‌گر	۰/۹۱۲	۰/۸۳۲

در ضمن، برای تعیین روایی محتوایی ابزار اندازه‌گیری، ابتدا پرسشنامه‌ها در اختیار اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مدیران ارشد شهرداری قرار گرفت و روایی پرسشنامه مطابق رابطه (۱) تایید شد که در آن CVR نسبت روایی محتوا، Ne تعداد ارزیابانی است که میزان موافقت خود را در خصوص مناسب بودن یک گویه خاص در مقیاس سه‌درجه‌ای (اساسی، سودمند، و غیرضرور) بیان کردند، و N کل تعداد ارزیابان است.

$$CVR = (Ne - N/2)/(N/2) \quad (1)$$

در پژوهش حاضر برای سنجش روایی محتوایی از ۱۴ ارزیاب بهره برده شد و ۱۲ نفر گویه‌های پرسشنامه را اساسی یا سودمند ارزیابی کردند، و مقدار نسبت روایی محتوا ۰/۷۵ به‌دست آمد.

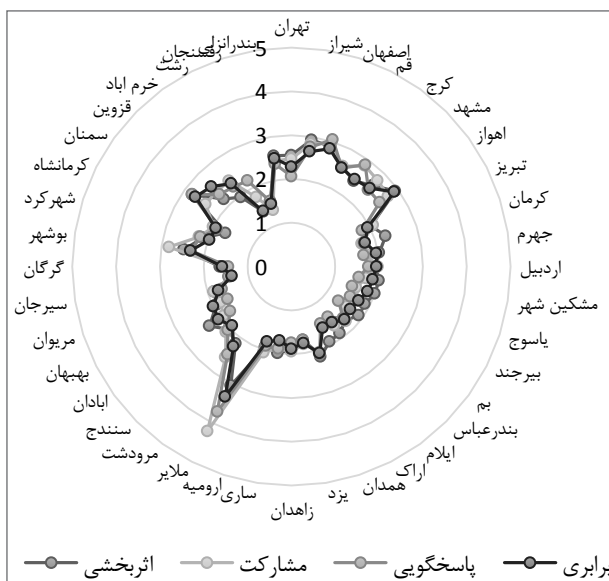
یافته‌های پژوهش

آمارهای توصیفی، ابعاد حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران نشان می‌دهد که در مجموع، حاکمیت شهری در سطح مطلوبی نیست (جدول ۵).

جدول ۵: شاخص‌های آماری ابعاد حاکمیت خوب شهری

متغیر	تعداد	کرانه پایین	کرانه بالا	میانگین	انحراف معیار
پاسخگویی	۴۰	۱/۳۳	۳/۷۲	۲/۰۳	۰/۵۳
اثربخشی	۴۰	۱/۴۰	۳/۰۵	۲/۱۳	۰/۴۲
مشارکت	۴۰	۱/۳۶	۴/۲۲	۲/۱۳	۰/۵۶
برابری	۴۰	۱/۳۸	۳/۳۳	۲/۰۶	۰/۴۵

مقایسه شهرهای منتخب از نظر ابعاد حاکمیت خوب شهری نشان می‌دهد که در مجموع تفاوت قابل ملاحظه‌ای میان آن‌ها وجود ندارد (شکل ۲). نیاز به توضیح است که در بعد پاسخگویی بهترین عملکرد متعلق به دو شهرستان ملایر و اصفهان، و بدترین عملکرد مربوط به شهرستان بـم و ایلام است. در بعد اثربخشی بهترین عملکرد مربوط به شهرستان ملایر و بدترین عملکرد مربوط به شهرستان مریوان است. در بعد مشارکت بهترین عملکرد مربوط به شهرستان ملایر و بدترین عملکرد مربوط به شهرستان خرم‌آباد است. در پایان، در بعد برابری بهترین عملکرد مربوط به شهرستان قزوین است.



شکل ۲: مقایسه حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران

حاکمیت خوب شهری

برای پاسخ به این پرسش که حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران در چه سطحی است، فرض‌های آماری زیر قابل طرح است:

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 & \text{حاکمیت خوب شهری در سطح مطلوبی نیست.} \\ H_1: \mu > 3 & \text{حاکمیت شهری در سطح مطلوبی است.} \end{cases}$$

برای بررسی این فرض‌ها، از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شده که نتایج آن در جدول (۶) آمده است:

جدول ۶: آزمون تک‌نمونه‌ای ابعاد حاکمیت خوب شهری

ارزش آزمون = ۳					
متغیر	t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
					کرانه بالا کرانه پایین
اثربخشی	-۱۳/۰۲	۳۹	۰/۰۰۰	۲/۱۳	-۱/۰۰۴ -۰/۷۳۴
مشارکت	-۹/۸۰	۳۹	۰/۰۰۰	۲/۱۳	-۱/۰۴۹ -۰/۶۹۰
پاسخگویی	-۱۱/۵۹	۳۹	۰/۰۰۰	۲/۰۳	-۱/۱۴۳ -۰/۸۰۴
پاسخگویی	-۱۳/۱۲	۳۹	۰/۰۰۰	۲/۰۶	-۱/۰۸۱ -۰/۷۹۳
برابری					

با توجه به منفی بودن مقادیر t و با در نظر گرفتن سطح معناداری مشاهده‌شده برای ابعاد حاکمیت خوب شهری نمی‌توان در فاصله اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر (H_0) را رد کرد. به سخن دیگر، ابعاد حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران در سطح مطلوبی نیستند.

مدل معادله ساختاری

با اجرای آزمون مدل، شاخص‌های برازشی ارائه می‌گردند که نشان می‌دهند تا حدی مدل مفهومی مورد ادعا به وسیله داده‌های تجربی برازش می‌شود. برخلاف آزمون‌های مرسوم آماری که با یک آماره مورد تایید یا رد قرار می‌گیرند، دسته‌ای از شاخص‌ها در مدلسازی معرفی می‌شوند. در این پژوهش از شاخص‌های ضریب تعیین، شاخص متوسط واریانس استخراج‌شده، ضریب آلفای کرونباخ، و ضریب پایایی ترکیبی بهره گرفته شده است.

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که میزان R^2 برای متغیر وابسته یعنی حاکمیت خوب شهری برابر با ۰/۹۷۶ است که نشان از آن دارد که حاکمیت خوب شهری به شدت به متغیرهای مستقل وابسته است. به عبارت دیگر، ۹۷ درصد از تغییرات حاکمیت خوب شهری تحت تاثیر متغیرهای مدیریت دانش فضایی، توسعه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، سرمایه اجتماعی، و جهانی شدن ادراکی است. همچنین، با توجه به نتایج جدول (۷)، AVE همه سازه‌ها بالاتر از ۰/۵ است (Fornell & Larcker, 1981). در نتیجه، روایی همگرایی مدل بالا و مناسب بودن برازش

مدل‌های اندازه‌گیری تایید می‌شود. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است. در نتیجه، نتایج پژوهش حاضر در مورد این دو معیار برازش مناسب مدل را تایید می‌کند. در پایان، شاخص اشتراک (CV Com) توانایی مدل را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق مقادیر متغیرهای پنهان متناظرشان می‌سنجد. مقادیر مثبت شاخص CV Com نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی است. شاخص افزونگی (CV Red) نیز شاخص کیفیت مدل ساختاری است و مقادیر بالای صفر نشان‌دهنده توانایی بالای مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن روابط است (Henseler & Sarstedt, 2013). با توجه به جدول (۷)، می‌توان ادعا کرد که روابط میان متغیرها در مدل معنادار است.

جدول ۷: میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)، و شاخص اشتراک و شاخص افزونگی سازه‌های مدل

متغیر	AVE -0.5	شاخص اشتراک (CV Com)	شاخص افزونگی (CV Red)
فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۸۳۸	۰/۹۲۲	۰/۴۳۱
حاکمیت خوب شهری	۰/۸۶۶	۰/۹۰۶	۰/۷۶۷
فرهنگ مشارکت	۰/۸۰۴	۰/۸۳۹	۰/۸۳۹
جهانی شدن ادراکی	۰/۸۰۴	۰/۸۴۶	۰/۸۴۶
سرمایه اجتماعی	۰/۹۰۸	۰/۸۸۲	۰/۸۸۲
تمایل مقامات محلی	۰/۸۲۱	۰/۷۳۶	۰/۷۳۶

مدل با ضرایب مسیر

الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS نشان می‌دهد که پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل کلی، می‌توان به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت و به یافته‌ها رسید. در این بخش ضرایب معناداری Z و ضرایب استانداردشده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها بررسی می‌شود. در واقع، حالت معناداری ضرایب (T-value) تمام معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و معادلات ساختاری را با استفاده از آماره T آزمون می‌کند و معناداری مسیرها را در مدل نشان می‌دهد. در حالت معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان بر اساس مقدار T در خصوص معناداری ضرایب مسیرها تصمیم‌گیری کرد و در صورتی که مقدار T بزرگ‌تر از ۱/۹۶+ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد آن مسیر معنادار است و در غیر این صورت آن مسیر معنادار نیست.

بررسی نقش متغیرهای تعدیل کننده

مقدار T به دست آمده برای تعدیل گری فرهنگ مشارکت بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری معادل (۳/۰۲۵) بزرگ تر از ۱/۹۶ است. بنابراین، در فاصله اطمینان ۹۵ درصد متغیر فرهنگ مشارکت بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری نقش تعدیل گری را ایفا می کند. بر اساس این تحلیل مشخص است که متغیر فرهنگ مشارکت توانسته است بین توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و حاکمیت خوب شهری و بین جهانی شدن ادراکی و حاکمیت خوب شهری نقش تعدیل گر داشته باشد. از سویی مشخص است که نقش تعدیل گری تمایل مقامات محلی تنها بین توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و حاکمیت خوب شهری تایید شده است و بین سرمایه اجتماعی و حاکمیت خوب شهری و بین جهانی شدن ادراکی و حاکمیت خوب شهری این متغیر نتوانسته است نقش یک متغیر تعدیل گر را ایفا کند.

نتایج آزمون فرضیه ها

با توجه به ضرایب معناداری T-Value و ضرایب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان وضعیت فرضیه های پژوهش را مشخص کرد. **جدول (۸)**، نتایج آزمون فرضیه های پژوهش را نشان می دهد.

جدول ۸: نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه های پژوهش	مقدار T	ضریب مسیر	نتایج
H ₁	۲۸/۶۴۷	۰/۵۱۶	تایید
H ₂	۲/۴۷۸	۰/۱۶۳	تایید
H ₃	۳/۵۱۷	۰/۲۸۸	تایید
H ₄	۰/۹۹۷	۰/۱۸۰	رد
H ₅	۲/۷۷۹	۰/۸۰۶	تایید
H ₆	۱/۵	۰/۱۴۸	رد
H ₇	۲/۱۸۶	۰/۲۱۰	تایید
H ₈	۲/۷۲۹	۰/۶۰۱	تایید
H ₉	۳/۵۷۳	۰/۳۷۰	تایید

هنگامی که مقادیر ضریب مسیر T در بازه بیش‌تر از $1/96+$ باشد، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و نیز تایید فرضیه‌های پژوهش است. با توجه به مقدار ضریب معناداری به‌دست‌آمده برای مسیرهای بین متغیرها فرضیه‌های H_4 و H_6 تایید نشد. مقدار ضریب معناداری فرضیه H_1 $28/647$ به‌دست می‌آید و نشان می‌دهد که توسعه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات به‌طور مستقیم بر حاکمیت خوب شهری اثر دارد. با توجه به این استدلال، فرضیه‌های H_1 ، H_2 ، H_3 ، H_5 ، H_7 ، H_8 ، و H_9 نیز مورد تایید قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرهای مجموعه‌ای از عوامل شامل سرمایه اجتماعی، توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، و جهانی شدن ادراکی با تعدیل‌گری دو متغیر فرهنگ مشارکت و تمایل مقامات محلی در حوزه شهرها بر عنصر اثرگذار مدیریت شهری امروز که همانا حاکمیت خوب شهری است، انجام شد.

در تبیین مفهوم حاکمیت در بخش‌های ابتدایی این پژوهش بیان گردید که به‌طور کلی حاکمیت توصیف‌گر اشکال جدید تصمیم‌گیری جمعی است که در فضاهای مختلف (مانند دولت، بازار، و جامعه مدنی) صورت می‌گیرد، و چنین حاکمیتی مبتنی بر شبکه‌های پیچیده از بازیگران به‌هم وابسته هستند که به بخش‌های دولتی، شبه‌دولتی، خصوصی، داوطلبانه، و اجتماع محلی تعلق دارند. در سطح شهری، انگاره حاکمیت شهری به‌جای حکومت شهری سنتی بر محیط سیاسی - اجتماعی پیچیده و چندپاره، و الگوی منعطف و باز تصمیم‌گیری دلالت دارد (Stoker, 1998). حاکمیت شهری را می‌توان به مثابه فرایندی تلقی کرد که برای تلفیق و هماهنگی منافع خصوصی و عمومی در زمینه‌هایی با نهادها و سیستم‌های مختلف ارزشی و هنجاری جهت‌گیری شده است (Pierre, 1999). امروزه، رویکرد هنجاری به حاکمیت شهری در قالب «حاکمیت خوب» مطرح شده است که سطوح مختلف از جمله سطح شهری را پوشش می‌دهد. ارزش‌های بنیادین حاکمیت از یکپارچه‌سازی انگاره مردم‌سالاری و حاکمیت قانون به‌دست می‌آیند.

اولین یافته این پژوهش نشان می‌دهد که حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران فاصله قابل‌توجهی با وضعیت آرمانی دارد. در ضمن، بررسی عوامل اثرگذار بر استقرار حاکمیت خوب شهری نشان می‌دهد که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، جهانی شدن، و سرمایه اجتماعی بر استقرار حاکمیت خوب شهری اثرگذار هستند و متغیر فرهنگ مشارکت رابطه میان سه متغیر یادشده را با حاکمیت خوب شهری تعدیل می‌کند و متغیر تمایل مقامات محلی تنها

رابطه بین توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی را با حاکمیت خوب شهری تعدیل می‌نماید. در مقایسه یافته‌ها باید اشاره نمود که از نظر تاثیر سرمایه اجتماعی بر حاکمیت خوب شهری با مطالعات مالونی و همکاران (۲۰۰۰)، البرلی (۲۰۰۳)، جانکاسکاس و سپوتینی (۲۰۰۷)، ریتز (۲۰۱۳)، و مس و همکاران (۲۰۱۵)، از نظر تاثیر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات با مطالعه رلهان و همکاران (۲۰۱۲)، مادزوا و همکاران (۲۰۱۳)، پروکا و سانتگبائر (۲۰۱۶)، یوان هیبتات (۲۰۱۶)، و رهنورد و یزدان‌شناسان (۱۳۹۴)، از نظر تاثیر جهانی شدن ادراکی بر حاکمیت خوب شهری با یافته‌های کرسل و فرای (۲۰۰۵)، سوکاموتو و فوگل (۲۰۰۴)، اوزون (۲۰۰۷)، و فان کامپن و فان نائرسن (۲۰۰۸)، و از نظر تاثیر توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر حاکمیت خوب شهری با مطالعات رلهان و همکاران (۲۰۱۲)، مادزوا و همکاران (۲۰۱۳)، پروکا و سانتگبائر (۲۰۱۶)، و رهنورد و یزدان‌شناسان (۱۳۹۴) تشابه دارد. در بخش تعدیل‌گری نیز یافته‌های این پژوهش در بخش تمایل مقامات محلی با مطالعات تشابه دارد و در بخش فرهنگ مشارکت با مطالعه لمبارد (۲۰۱۳) مشابه است.

در این پژوهش مدل جدیدی برای حاکمیت خوب شهری معرفی گردید که در نهایت بستر مناسبی برای حفظ و پویایی شاخص‌های حاکمیت خوب شهری است و پیوندها و همبستگی‌ها را برای اجرا و بهبود عملکرد سیستم دولت در بطن جامعه فراهم می‌آورد. در ارتباط با ماهیت بومی و ایرانی‌شده مدل باید عنوان نمود پس از بررسی ادبیات موضوع حوزه حکمرانی خوب شهری و تعیین متغیرهای تاثیرگذار بر شکل‌گیری حکمرانی خوب شهری، مدل اولیه‌ای ترسیم گردید. در ادامه، پس از گذر از فرایند بررسی خبرگان و دریافت نظرهای آن‌ها در فرایند مصاحبه فرد به فرد، متغیرهای جدیدی بر اساس شرایط بومی کشور افزوده شد و این متغیرها و روابط میان آن‌ها بر اساس داده‌های ایرانی تایید اعتبار گردید. نیاز به اشاره است تاکنون پژوهشی به گستردگی پژوهش حاضر عوامل موثر بر حکمرانی خوب شهری را در سطح کلان‌شهرهای کشور ایران بررسی ننموده است.

با توجه به مدل، پیشنهادهایی برای استقرار حاکمیت خوب شهری در کلان‌شهرهای ایران ارائه می‌شود: ۱. گسترش کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در مدیریت شهری؛ ۲. ارتقای سرمایه اجتماعی؛ ۳. انجام تمهیدهای لازم برای تعمیق فرهنگ مشارکت شهروندان در اداره امور شهری؛ ۴. توجه جدی به مدیریت دانش فضایی؛ و ۵. کمک به اصلاح و افزایش تمایل مقامات محلی برای استقرار حاکمیت خوب شهری. از دیگر پیشنهادهای این پژوهش برای پژوهش‌های آتی استفاده از شاخص‌های مطرح‌شده در این مدل در طبقه‌بندی کلان‌شهرهای ایران از نظر

کیفیت حاکمیت خوب شهری در آن‌هاست.

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش این نکته است که با توجه به شرایط حاکمیتی در کلان‌شهرها در مقایسه با شهرهای متوسط و کوچک در کشور، در تعمیم نتایج این پژوهش به کلیه شهرها و نه صرفاً کلان‌شهرهای کشور باید جانب احتیاط رعایت شود. دیگر محدودیت این پژوهش به ابزار جمع‌آوری داده که پرسشنامه است، باز می‌گردد. از آن جایی که این ابزار نمی‌تواند همه ذهنیت‌های درون ذهن پاسخ‌دهنده را کشف و ضبط نماید، به نظر می‌رسد استفاده از سایر ابزارهای جمع‌آوری داده، به‌ویژه تحلیل اسناد و مصاحبه، می‌تواند کیفیت یافته‌های این نوع از پژوهش‌ها را در آینده تحت تأثیر قرار دهد. محدودیت سوم، دسترسی مناسب نداشتن پژوهشگران به اعضای شورای شهر برای جمع‌آوری داده در سراسر شهرهای ایران بود که این چالش مهم به عنوان یک محدودیت زمان زیادی را می‌طلبید.

منابع

الف) انگلیسی

- Araei, V., Ghasemi, A., & Moeininfar, Y. (2018). Policy Recommendations about Barriers of Good Governance in Public Affairs (Case Study: Governorate and Municipality of Minoodasht). *Strategic Studies of Public Policy*, 7(25), 113-133. http://sspp.iranjournals.ir/article_29729.html.
- Badach, J., & Dymnicka, M. (2017). *Concept of 'Good Urban Governance' and Its Application in Sustainable Urban Planning*. Paper Presented at the IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/245/8/082017>.
- Eberle, S. (2003). *Social Capital and Good Governance: The Impact of Civil Society on Government Performance*. (Master of Arts in Politics and Management). University of Konstanz. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-opus-16386>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*: Sage Publications.
- Haji Yousefi, A. M., & Talebi, M. A. (2017). Barriers to Participation in the Challenges between Political Culture and Good Governance from the

- Perspective of Senior Managers in the Government of IR Iran. *Research Letter of Political Science*, 12(1), 7-40. http://www.ipsajournal.ir/article_308.html.
- Hekmatnia, H., Maleki, M., Mousavi, M. N., & Afshani, A. (2017). Assess the Implementation of Good Urban Governance in Iran (Case Study: Ilam City). *Human Geography Research*, 49(3), 607-619. <https://dx.doi.org/10.22059/jhgr.2016.57235>.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-Fit Indices for Partial Least Squares Path Modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565-580. <https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>.
- Jankauskas, V., & Šeputienė, J. (2007). The Relation between Social Capital, Governance and Economic Performance in Europe. *Business: Theory and Practice*, 8(3), 131-138.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*: The MIT Press.
- Kresl, P. K., & Fry, E. H. (2005). *The Urban Response to Internationalization*: Edward Elgar Publishing.
- Lombard, M. (2013). Citizen Participation in Urban Governance in the Context of Democratization: Evidence from Low-Income Neighbourhoods in Mexico. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(1), 135-150. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01175.x>.
- Maas, L. T. (2015). The Effect of Social Capital on Governance and Sustainable Livelihood of Coastal City Community Medan. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211(1), 718-722. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.092>.
- Madzova, V., Sajnoski, K., & Davcev, L. (2013). E-government as an Efficient Tool towards Good Governance (Trends and Comparative Analysis throughout Worldwide Regions and within West Balkan Countries). *Balkan Social Science Review*, 1(1), 157-174.
- Maloney, W., Smith, G., & Stoker, G. (2000). Social Capital and Urban Governance: Adding a More Contextualized 'Top-Down' Perspective. *Political Studies*, 48(4), 802-820. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00284>.
- McCarney, P., Halfani, M., & Rodriguez, A. (1995). Towards an Understanding of Governance: The Emergence of an Idea and Its Implications for Urban Research in Developing Countries. *Urban Research in the Developing World*, 4(1), 91-141.
- Perucca, F., & Sonntagbauer, P. (2016). *E-Governance and Urban Policy Design in Developing Countries*. Fupol Project and UN-Habitat.
- Pierre, J. (1999). Models of Urban Governance: The Institutional Dimension of Urban Politics. *Urban Affairs Review*, 34(3), 372-396.

- <https://doi.org/10.1177/10780879922183988>.
- Putnam, R. (2001). Social Capital: Measurement and Consequences. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 41-51.
- Relhan, G., Ionkova, K., & Huque, R. (2012). *Good Urban Governance through ICT: Issues, Analysis, and Strategies*: World Bank. <https://doi.org/10.1596/27158>.
- Rhodes, R. A. (1997). *Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability*: Open University Press. <http://eprints.soton.ac.uk/id/eprint/336524>.
- Ritter, T. (2013). *Administration and Multi Level Governance Social Capital as a Determinant for Good Governance—An Empirical Analysis of the 27 EU Member States—EGPA Annual Conference*. Edinburgh Scotland—UK EU.
- Safariyan, R., & Emamjomehzadeh, S. J. (2018). Model of Good Governance: Social Capital and Comprehensive Development. *State Studies*, 3(12), 145-181. <https://dx.doi.org/10.22054/tssq.2018.8389>.
- Stoker, G. (1998). Public-Private Partnerships and Urban Governance. In *Partnerships in Urban Governance* (pp. 34-51): Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-349-14408-2_3.
- Streib, G., & Navarro, I. (2006). Citizen Demand for Interactive E-Government: The Case of Georgia Consumer Services. *The American Review of Public Administration*, 36(3), 288-300. <https://doi.org/10.1177/0275074005283371>.
- Tsukamoto, T., & Vogel, R. K. (2004). *Globalization and Urban Governance: A Comparative Analysis of Decentralization in World Cities*. Paper Presented at the City Futures Conference, University of Illinois at Chicago.
- UN- Habitat (2016). *Global Campaign on Urban Governance*. Available at: <https://unhabitat.org>.
- Uzun, C. N. (2007). Globalization and Urban Governance in Istanbul. *Journal of Housing and the Built Environment*, 22(1), 127-138. <https://doi.org/10.1007/s10901-006-9069-y>.
- Van Kampen, M., & Van Naerssen, T. (2008). Globalization and Urban Governance in Two Asian Cities: Pune (India) and Cebu (The Philippines). *European Planning Studies*, 16(7), 941-954. <https://doi.org/10.1080/09654310802163736>.

(ب) فارسی

بدیعی ازندهی، مرجان، و حسینی نصرآبادی، نرجس السادات (۱۳۹۱). جهانی شدن و تحول مفهوم حاکمیت ملی. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۲(۲۵)، ۱۵۱-۱۷۲.

<http://jgs.khu.ac.ir/article-1-656-fa.html>

رهنورد آهن، فرج‌اله، و یزدان‌شناسان، نرجس (۱۳۹۴). تاثیر دولت الکترونیک بر حاکمیت خوب در پرتو درجه توسعه‌یافتگی کشورها. نشریه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۳(۱۰)، ۴۵-۶۶.

http://rmpjmd.jrl.police.ir/article_17767.html

ساعی ارسى، ایرج (۱۳۸۸). جهانی شدن و مولفه‌های پارادایم جدید توسعه در کشورهای پیرامونی. نشریه جامعه‌شناسی، ۵(۴)، ۶۳-۸۱.

شهرستانی، رضا (۱۳۹۵). بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در تحقق حکمروایی خوب شهری (مطالعه موردی منطقه ۶ تهران). دومین کنفرانس سالانه پژوهش‌های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری.

شهیدی، محمدحسین (۱۳۸۶). شهرسازی، حمل‌ونقل و حکمروایی شهری. نشریه جستارهای شهرسازی، ۶(۱۹-۲۰)، ۳۸-۴۴.

فرهنگ
فرهنگ

دوره ۳۴ - بهار ۱۴۰۰ - شماره ۱ - پیاپی ۱۱۵

عنوان مقاله: طراحی مدل بهینه انجام وظایف اجتماعی دولت با رویکرد حاکمیتی

محمدرضا سالاری^۱، ناصر حمیدی^۲، غلامرضا معمارزاده طهران^۳

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۳

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۸

چکیده:

هدف: انجام بهینه وظایف اجتماعی مهم‌ترین رکن حاکمیت دولت است، به گونه‌ای که به رشد کشور منجر شود. هدف پژوهش، طراحی مدل بهینه وظایف اجتماعی دولت ایران است.

طرح پژوهش/ روش‌شناسی/ رویکرد: پژوهش از نظر ماهیت داده‌ها، آمیخته است. در بخش کیفی، جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و سازمانی در حوزه مدیریت دولتی است. داده‌ها از طریق بررسی مبنای نظری استخراج شدند و با تشکیل گروه کانونی از خبرگان مصاحبه کیفی انجام گرفت. در بخش کمی، جامعه آماری شامل مدیران، معاونان، و کارکنان سازمان‌های دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد است. داده‌ها به وسیله پرسشنامه گردآوری شدند و به منظور طراحی مدل کمی از سیستم استنتاج فازی بهره گرفته شد.

یافته‌ها: ارتقای امور اجتماعی در سطوح فرد، سازمان، و سیستم به بهینه شدن وظایف اجتماعی دولت ایران منجر می‌شود. امور اجتماعی در سطح فرد بیش‌تر از سطوح دیگر بر انجام بهینه وظایف اجتماعی دولت اثرگذار است. در سطح فرد، جامعه مدنی نقش محوری داشته است.

ارزش/ اصالت پژوهش: در این پژوهش روشن می‌شود که لحاظ نمودن نوع وظایف اجتماعی و تمرکز بر برنامه‌ریزی مناسب لازمه پیشبرد وظایف اجتماعی است.

پیشنهادهای اجرایی/ پژوهشی: پیشنهاد می‌شود بیش‌تر بر جنبه جامعه مدنی به دلیل نقش محوری آن در وظایف اجتماعی تمرکز شود.

کلیدواژه‌ها: حاکمیت، وظایف اجتماعی، سطح کنش حاکمیتی، نقش آفرینان حاکمیت، استنتاج فازی سلسله‌مراتبی.

۱. دانش‌آموخته دکتری گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

mrs1211@qiau.ac.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

nhamidi@qiau.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

govmanagement@srbiau.ac.ir

مقدمه

به‌طور معمول، دولت‌ها با طیف گسترده‌ای از وظایف و نیازها روبه‌رو هستند. بحث در مورد این‌که وظایف دولت^۱ از چه اموری تشکیل می‌شود مهم است، زیرا تعیین می‌کند که آن وظیفه باید توسط دولت انجام شود یا می‌تواند به بازیگران غیردولتی (مانند جامعه مدنی، شرکت‌های خصوصی، سازمان‌های حرفه‌ای یا سازمان‌های مذهبی) واگذار شود (Lee, 2010). فعالیت‌های پیچیده دولت در قالب مفهوم حاکمیت تنظیم شده است (Donath et al., 2009). حاکمیت به مجموعه‌ای از نهادها و بازیگران اشاره دارد که برای اداره اثربخش و کارآمد امور کشور با یکدیگر مشارکت و همکاری می‌کنند (Keping, 2018). دیدگاه‌های مختلفی در زمینه وظایف دولت وجود دارد که به‌طور عمده می‌توان آن را به سه دسته شامل قائل بودن نقش کم‌رنگ برای دولت، قائل بودن نقش پررنگ برای دولت، و نقش متناسب برای دولت تقسیم نمود (Xiang, 2020). انجام وظایف دولت با تعامل نقش‌آفرینان دولتی، بخش خصوصی، و جامعه مدنی می‌تواند نوعی از حاکمیت را ایجاد نماید که به‌نحوی بهترین شکل از اجرای وظایف را به نمایش بگذارد (Bevilacqua et al., 2020). با توجه به نقش مهم امور اجتماعی در پیشرفت کشورها، وظایف اجتماعی از جمله مهم‌ترین وظایف دولت به‌شمار می‌آید. دولت‌ها در سال‌های اخیر نقش کلیدی در زمینه اقدام‌های اجتماعی همچون افزایش سلامت و رفاه اجتماعی، بهبود چشم‌انداز شغلی عموم افراد جامعه، و ایجاد امکانات زندگی برای جوانان داشته‌اند. ارائه خدمات شهروندی بین‌المللی را هم می‌توان به اقدام‌های اجتماعی دولت افزود. حمایت از بخش خصوصی، خدمات قانونی، و جامعه مدنی نیز از جمله فعالیت‌های اجتماعی دولت محسوب می‌شوند (Deeming, 2016). در صورت بروز مشکل در ارائه خدمات اجتماعی ممکن است مردم جامعه با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو شوند و جامعه و کشور از مسیر رشد و توسعه منحرف شود (بیان، ۱۳۶۹). دولت‌ها با مداخله زیاد در اجرای امور اجتماعی باعث ارائه ناکارآمد خدمات اجتماعی می‌شوند و اثربخشی ارائه خدمات اجتماعی را با مشکل مواجه می‌سازند و در نتیجه ممکن است باعث متضرر شدن جامعه و مردم شوند (Du et al., 2018). بنابراین، دولت‌ها باید تا حد مناسبی در امور اجتماعی وارد شوند و برای انجام امور اجتماعی از نقش سایر بازیگران حاکمیتی نیز بهره‌جویند و نقش‌هایی را نیز برای آنان قائل شوند (Herrera, 2015).

1. State

با مطرح شدن الگوهای نوین حاکمیتی، در خصوص سهم و نقش بخش‌های دولتی، خصوصی، و بخش سوم در خصوص انجام وظایف اجتماعی اختلاف نظر وجود دارد (Ventriss *et al.*, 2019). به دیگر سخن، میزان دخالت نقش‌آفرینان در انجام وظایف اجتماعی و نوع حاکمیت متناسب با آن از مهم‌ترین مسائلی است که برای اجرای هرچه بهتر وظایف اجتماعی مطرح شده است. بسیاری از نظریه‌پردازان مدیریت در خصوص میزان دخالت دولت در امور هم‌نظر نیستند و در مجریان خط‌مشی نیز این اختلاف‌ها دیده می‌شود و هر یک از آن‌ها میزانی از این اثرگذاری و سطح حاکمیت را در جهت داشتن بهترین سطح عملیاتی اجرا مد نظر قرار می‌دهد (Qiao *et al.*, 2019). روندهای آینده مدیریت دولتی اهمیت حکمرانی را برجسته می‌کند و نقش‌های متفاوتی را برای بخش خصوصی، جامعه مدنی، و بخش عمومی به رسمیت می‌شناسد (علوی، ۱۳۶۸). از آن جایی که مردم به دنبال دریافت و کسب بهترین خدمات هستند و از این میان می‌توانند هر یک از ارائه‌دهندگان خدمت را انتخاب کنند و با توجه به این که افزایش اندازه دولت‌ها هزینه‌های بیش‌تری را به مردم تحمیل می‌کند و گاه دولت‌ها را در ارائه خدمات با مشکل مواجه می‌سازد، تمایل به انجام وظایف دولت توسط بخش خصوصی و جامعه مدنی هم در بین دولتی‌ها و هم مردم و سایر بازیگران اجرای خط‌مشی وجود دارد. ولی میزان این مداخلات و حد و مرز آن‌ها و نوع و کیفیت و کمیت خدمات در هر یک از حالت‌ها متفاوت بوده و اختلاف نظر در این زمینه همیشه وجود داشته است (Bryson & George, 2020). البته رابطه بین سطح واگذاری و مشارکت‌ها و میزان حاکمیت دولتی مقوله‌ای است که در ادبیات نظری کم‌تر به آن پرداخته شده است (الوانی و مبصر، ۱۳۹۲). بنابراین، پژوهش حاضر تلاش می‌کند ضمن طرح وظایف اجتماعی، سطح و نوع مداخله هر یک از نقش‌آفرینان و بازیگران را در انجام بهینه وظیفه اجتماعی مشخص کند و این که در چه نوع و سطح حاکمیتی می‌توان انتظار بهترین اجرای وظایف را توسط هر یک از این نقش‌آفرینان داشت. از این‌رو، انجام پژوهشی در زمینه میزان مداخله بازیگران حاکمیتی در انجام امور اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است که در این پژوهش به آن پرداخته شده است.

مبانی نظری پژوهش

وظایف دولت

دولت یک سازمان سیاسی با یک حکومت متمرکز است که انحصار استفاده مشروع از قدرت را در یک قلمرو خاص بر عهده دارد (Cudworth *et al.*, 2007). دولت‌بودگی^۱، اصطلاحی

1. Stateness

است که به ظرفیت دولت برای انجام وظایف اساسی اشاره دارد (Ilyin et al., 2012). مطابق مدل دولت‌بودگی، وظایف اساسی دولت‌ها به این شرح قابل طبقه‌بندی است: امور اجتماعی؛ امور اقتصادی؛ امور سیاسی؛ و امور سیاسی - نظامی. البته در خصوص تعریف وظایف اساسی دولت میان اندیشمندان و دولتمردان اختلاف نظر وجود دارد. همان‌طور که کوک^۱ (۱۹۴۸) اشاره می‌کند، وظیفه سنتی دولت جلوگیری از خشونت در جامعه و برقراری نظام اثربخش حقوق جزایی بود. بعدها، با گسترش تجارت و مطرح شدن نظریه‌هایی مانند نظریه قرارداد اجتماعی، وظایف دولت به عنوان کارگزار تامین اجتماعی ارتقا یافت. امروزه، حدود مداخله دولت به شدت با نوع حکومت گره خورده است که در یک پیوستار از بیش‌ترین مداخله تا کم‌ترین مداخله پوشش داده می‌شود. وظایف اساسی دولت جمهوری اسلامی ایران به‌طور خاص در اصل سوم و همچنین دیگر اصول مرتبط مشخص شده است. علاوه بر قانون اساسی، قوانین موضوعه نیز به‌طور مستقیم یا ضمنی، وظایف اساسی دولت را تعریف کرده‌اند. طبق قانون مدیریت خدمات کشوری^۲، دستگاه‌های اجرایی موظف هستند که به تحقق سه دسته وظایف (امور اجتماعی، فرهنگی و خدمات؛ امور زیربنایی؛ و امور اقتصادی) بپردازند. قوانین بودجه سالانه نیز وظایف دولت را در قالب امور پنج‌گانه مشخص کرده است: امور عمومی؛ امور دفاعی و امنیتی؛ امور اجتماعی و فرهنگی؛ امور اقتصادی؛ و امور متفرقه.

وظایف اجتماعی

دولت‌ها نقش مهمی در ایجاد یکپارچگی اجتماعی ایفا می‌کنند و یک سیستم اجتماعی معتبر را ایجاد می‌نمایند. یکپارچگی اجتماعی، نوعی ویژگی رفتاری به منظور تعاملات اجتماعی بلندمدت میان افراد جامعه است (Du et al., 2018). آن‌ها از طریق ایجاد یک سیستم اجتماعی صحیح و معتبر به تشویق رفتار اخلاقی می‌پردازند (Zhang, 2015). طی سال‌های اخیر، دولت نقش کلیدی در زمینه اقدام‌های اجتماعی همچون افزایش سلامت و رفاه اجتماعی، بهبود چشم‌انداز شغلی عموم افراد جامعه و ایجاد امکانات زندگی برای جوانان داشته است. ارائه خدمات شهروندی بین‌المللی را هم می‌توان به اقدام‌های اجتماعی دولت افزود. نقش دولت در حمایت از بخش خصوصی، خدمات قانونی و جامعه مدنی نیز از جمله فعالیت‌های اجتماعی دولت محسوب می‌شود (Deeming, 2016). یکی از وظایف اجتماعی دولت، ایجاد رفاه همگانی، بهداشت و سلامت جامعه است. دولت، سیاست‌های اجتماعی و راهکارهای گوناگونی مانند نظام‌های بیمه‌ای یا تامین

1. Cook

2. <https://rkj.mcls.gov.ir/fa/moghararaat/ghavanin/ghanoonkeshvari>

اجتماعی را در این حوزه بکار می‌گیرد (Lakshminarayanan, 2011). در قوانین و برنامه‌های تدوین شده در ایران نیز وظایف متعددی برای دولت تعریف شده است که وظایف اجتماعی از جمله وظایف مهم و کلیدی دولت محسوب می‌شود. به‌طور کلی در زمینه وظایف اجتماعی دولت، نظریه‌پردازان معتقد هستند که دولت وظیفه دارد رفاه و امنیت عمومی و عدالت اجتماعی را برای جامعه فراهم کند و با اعطای آزادی عمل به جامعه، از فعالیت‌های بخش خصوصی و جامعه مدنی پشتیبانی نماید. برای نمونه طبق اصل سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، دولت وظیفه دارد آزادی‌های سیاسی و اجتماعی شهروندان را در حدود قانون تامین نماید، برخورداری از تامین اجتماعی از نظر بازنشستگی، بیکاری، پیری، از کارافتادگی، و بی‌سرپرستی را برای همه افراد جامعه ممکن سازد، و از آلودگی و تخریب محیط‌زیست ممانعت کند (Mosallanejad, 2012).

سطوح کنش حاکمیتی

تصمیم‌گیری در خصوص وظایف اجتماعی در سه سطح فرد، سازمان، و سیستم صورت می‌گیرد. سطوح کنش در حاکمیت عملیاتی ناظر بر مدیریت روابط در سطوح فردی، سازمانی، و سیستمی در انجام وظایف دولت است. سهم و نقش هر نقش‌آفرین حاکمیتی در انجام وظایف دولتی مستلزم برقراری مناسبات خاصی میان اشخاص، میان واحدهای سازمانی، و میان سازمان‌هاست که این مناسبات (روابط) باید مدیریت شود تا وظایف قابلیت اجرا پیدا کند (Farrell, 2008). سه سطح کنش حاکمیتی برای تصمیم‌گیری قابل تبیین است: ۱. سطح فردی: مربوط به سطح خرد است و این سطح، علت حوادث را در تصمیم‌گیرندگان بی‌واسطه در یک کشور جستجو می‌کند، ویژگی‌های افراد تصمیم‌گیرنده را شناسایی می‌کند و به مطالعه تاثیر و نقش ویژگی‌های افراد و تصمیم‌گیران بر رفتار نظام‌های سیاسی می‌پردازد (Farrell, 2008). ۲. سطح سازمانی: به سطح میانی مربوط است و بر روابط، ساختارها، کارکردها و فرایندهای موجود در درون سازمان‌ها و جوامع در میان مدت تمرکز دارد، مثل افزایش مزایای کارکنان توسط کارفرمایان که این تغییرات شامل خط‌مشی‌های درون سازمان است (Newman, 2007). ۳. سطح سیستمی: مرتبط با سطح کلان است. از یک دیدگاه، در این سطح بر روابط بین سازمان‌ها در جامعه تاکید می‌شود و در دیدگاهی جامع‌تر، در این سطح دو موقعیت برای دولت در نظر گرفته می‌شود، شامل موقعیت دولت در نظام بین‌الملل و ساختار داخلی دولت (ارتباط میان اجزای دولت) (Tamaki, 2015).

نقش آفرینان عرصه حاکمیت

اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران^۱ نقش آفرینان حاکمیتی را شامل بخش دولتی، خصوصی، و تعاونی می‌داند که با طبقه‌بندی فاری^۲ (۲۰۱۵)، و تالر و همکاران^۳ (۲۰۱۹) همخوانی دارد. البته در ادبیات نظری عموماً نقش آفرینان حاکمیتی در سه عرصه بخش عمومی، بخش خصوصی، و بخش سوم طبقه‌بندی می‌شوند (رهنورد، ۱۳۹۰؛ و Hill & Hupe, 2014; Pahl-Wostl, 2019; Alvani, 2009). دولت گروهی از نهادها هستند که علاوه بر مسئولیت‌های سیاسی و حکمرانی، خدمات عمومی را برای مصرف متقابل تأمین می‌کند و به توزیع درآمد و ثروت می‌پردازد. جامعه مدنی عبارت است از گروه‌های رسمی و غیررسمی از شهروندان که به‌طور گروهی در یک جامعه عمومی برای بیان منافع، احساسات و ایده‌های خود، تبادل اطلاعات، دستیابی به اهداف، ایجاد خواسته‌ها از دولت و پاسخگویی مسئولان دولتی اقدام می‌کنند (Akermi & Triki, 2017). و تلاش می‌کنند از حقوق افراد و منافع مشترک حمایت نمایند (Dalziel et al., 2018). بخش خصوصی به سازمان‌هایی گفته می‌شود که یک راهبرد و مأموریت اصلی برای مشارکت در فعالیت‌های سودجویانه داشته باشند، خواه با تولید کالا خواه ارائه خدمات یا تجارت. این بخش شامل موسسه‌های مالی و واسطه‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط، کارآفرینان فردی، کشاورزان، تعاونی‌ها، و شرکت‌های بزرگ است که در بخش‌های رسمی و غیررسمی فعالیت می‌کنند (Belova & Mickiene, 2015).

مبانی نظری پژوهش

پژوهش حاضر به بررسی حدود مداخله نقش آفرینان حاکمیتی در انجام وظایف اجتماعی پرداخته است. هرچند نقش آفرینان حاکمیتی به سه طبقه کلی بخش دولتی، خصوصی، و سوم قابل تقسیم هستند، اما در پژوهش حاضر بخش نظامی^۴ نیز بر اساس نظر خبرگان به نقش آفرینان حاکمیتی اضافه گردید. از سوی دیگر، مطالعه رفتار دولت‌ها و تفویض وظایف به نقش آفرینان حاکمیتی در سطوح مختلف تحلیل یکسان نخواهد بود. هیل و هوپ (۲۰۱۴)، در چارچوب حاکمیت چندگانه سه سطح فرد، سازمان، و سیستم را مطرح می‌کنند. بنابراین، مدل مفهومی پژوهش حاضر از سه بعد تشکیل می‌شود. بُعد اول مدل شامل وظایف اجتماعی دولت است. بُعد دوم

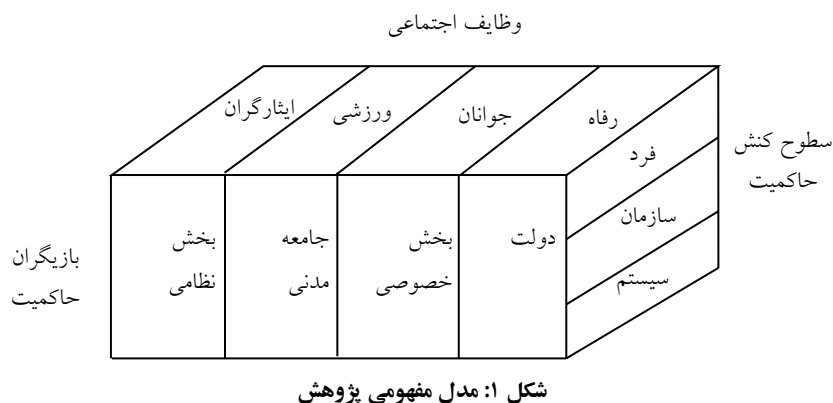
1. https://rc.majlis.ir/fa/content/iran_constitution

2. Fourie

3. Thaler

۴. بخش نظامی با ویژگی‌هایی همچون برخورداری از امتیاز مسلح بودن، داشتن حق استفاده از زور کنترل‌شده و اجبار برای حفظ امنیت جامعه، در اختیار داشتن حق مالکیت تسلیحات انحصاری، دائمی بودن و داشتن ماهیت قانونی عملیاتی گردید.

نیز نقش آفرینان عرصه حاکمیت را شامل می‌شود. بُعد سوم از سه سطح کنش حاکمیتی شامل سطح فردی (روابط بین فردی)، سطح سازمانی (روابط بین سازمانی)، و سطح سیستمی (فرایندهای خط‌مشی) تشکیل شده است (شکل ۱).



روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای و از لحاظ طرح پژوهش، توصیفی - پیمایشی محسوب می‌شود. از حیث ماهیت داده‌ها نیز از نوع آمیخته (کیفی و کمی) و از نظر بازه زمانی، تک‌مقطعی است. در بخش کیفی، جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و سازمانی در حوزه مدیریت دولتی است که از نظر آن‌ها برای شناسایی نقش بازیگران حاکمیتی در زمینه انجام وظایف اجتماعی دولت جمهوری اسلامی ایران استفاده شد. خبرگان دانشگاهی بر اساس معیار برخورداری از مدرک دکتری تخصصی و بالاتر در زمینه مدیریت دولتی و داشتن دست‌کم ۱۰ سال سابقه تدریس در این حوزه از میان استادان دانشگاه با رتبه علمی استادیار، دانشیار، و استاد انتخاب شدند. خبرگان حرفه‌ای نیز از میان روسای سازمان‌های دولتی ایران بر اساس معیار برخورداری از دست‌کم ۲۰ سال سابقه کار مرتبط و داشتن دست‌کم ۱۵ سال سابقه مدیریتی انتخاب شدند. در این راستا، تعداد چهار نفر خبره دانشگاهی و چهار نفر خبره سازمانی مورد شناسایی قرار گرفته و برای انجام مصاحبه کیفی انتخاب شده‌اند. اطلاعات مورد نیاز پژوهش از طریق بررسی مبانی نظری و پیشنهادی پژوهش جمع‌آوری گردید. همچنین، امور اصلی و فرعی و وظایف عمومی و فرعی حاکمیتی از

سند برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی کشوری و استانی^۱ استخراج شد. سپس، به منظور تعیین نقش چهار دسته از بازیگران حاکمیتی در انجام وظیفه اجتماعی در سطوح سه گانه کنش حاکمیتی، از طریق تشکیل گروه کانونی^۲ از خبرگان مصاحبه کیفی به عمل آمد. در بخش کمی پژوهش، جامعه آماری شامل مدیران، معاونان و کارکنان سازمان‌های دولتی، خصوصی، مردم‌نهاد، و نظامی است. در هر یک از سازمان‌های مورد مطالعه، پنج نفر از مدیران و کارکنان واجد صلاحیت به روش نمونه در دسترس انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش، از روش میدانی و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه با روش‌های روایی صوری و محتوایی، و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ارزیابی و تایید شد. برای ساخت مدل کمی از سیستم استنتاج فازی سلسله‌مراتبی با نرم‌افزار متلب استفاده شد. در این روش، به صورت پی در پی و سلسله‌مراتبی از سیستم استنتاج فازی برای سه سطح فرد، سازمان، و سیستم استفاده شده است. مدل استنتاج فازی سلسله‌مراتبی پژوهش از سه مرحله تشکیل شده است. در مرحله اول، شاخص‌های اولیه مدل (نقش بازیگران حاکمیتی) به عنوان متغیر ورودی در نظر گرفته شد. متغیر خروجی در این مرحله، یک شاخص ثانویه شامل امور فرعی (شامل امور ورزشی، جوانان، رفاه، و ایثارگران) است. در مرحله دوم، شاخص‌های ثانویه به عنوان متغیر ورودی وارد سیستم استنتاج فازی شدند و مورد استنتاج قرار گرفتند. خروجی در این بخش، امور اجتماعی است. در مرحله سوم نیز امور اجتماعی در سطوح فرد، سازمان، و سیستم به عنوان متغیرهای ورودی است و متغیر خروجی آن نیز حد بهینه امور اجتماعی دولت است. متغیرهای کلامی عبارات و اصطلاحاتی هستند که در جهت تعیین عدد فازی مشخص شده‌اند. پیش از شروع استنتاج فازی، مقادیر ورودی‌های اولیه بر اساس پرسشنامه‌های پیمایشی از طریق تحلیل توصیفی داده‌ها بر اساس شاخص میانگین در بازه ۱ تا ۱۰ محاسبه شده است. در این مدل، فازی‌سازی متغیرها از طریق تعیین توابع عضویت در بازه ۱ تا ۱۰ انجام شد که در **جدول (۱)** و **(۲)** ارائه گردید.

جدول ۱: افزایش متغیرهای ورودی

متغیرهای کلامی	کم (L)	متوسط (M)	زیاد (H)
عدد فازی	(۲، ۰)	(۲، ۵)	(۲، ۱۰)

1. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1014547>

2. Focus Group

جدول ۲: افزایش متغیر خروجی

متغیرهای کلامی بسیار کم (VL)	کم (L)	متوسط (M)	زیاد (H)	بسیار زیاد (VH)
عدد فازی (۰، ۰، ۲/۵)	(۱/۵، ۳، ۴/۵)	(۳/۵، ۵، ۶/۵)	(۵/۵، ۷، ۸/۵)	(۷/۵، ۱۰، ۱۰)

از دانش خبره برای تدوین قواعد فازی استفاده شد. با توجه به زیاد بودن مراحل و قوانین بکاررفته، در این بخش به قوانین مورد استفاده در مرحله آخر اشاره می‌شود. قوانین در **جدول (۳)** ارائه می‌گردد. به گزاره‌های «اگر - آنگاه»، قوانین فازی گفته می‌شود. بخش «اگر» را مقدم و «آنگاه» را نتیجه می‌گویند. در این پژوهش، برای هر مرحله از سیستم استنتاج فازی سلسله‌مراتبی از دانش خبره برای تدوین قواعد فازی استفاده شده است.

جدول ۳: قوانین فازی

شماره قانون	آنگاه (Then)	وظایف اجتماعی در سطح سیستم	اگر (If)	وظایف اجتماعی در سطح سازمان	وظایف اجتماعی در سطح فرد
۱	بسیار زیاد	زیاد	زیاد	زیاد	زیاد
۲	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط
۳	بسیار کم	کم	کم	کم	کم
۴	زیاد	متوسط	زیاد	زیاد	زیاد
۵	زیاد	زیاد	متوسط	متوسط	زیاد
۶	متوسط	زیاد	زیاد	زیاد	متوسط
۷	زیاد	کم	زیاد	زیاد	زیاد
۸	زیاد	زیاد	کم	کم	زیاد
۹	کم	زیاد	زیاد	زیاد	کم
۱۰	زیاد	کم	متوسط	متوسط	زیاد
۱۱	زیاد	متوسط	کم	کم	زیاد
۱۲	متوسط	کم	کم	کم	زیاد
۱۳	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط	زیاد
۱۴	متوسط	زیاد	کم	کم	متوسط
۱۵	متوسط	کم	زیاد	زیاد	متوسط
۱۶	متوسط	زیاد	متوسط	متوسط	متوسط

ادامه جدول ۳: قوانین فازی

شماره قانون	آنگاه (Then)	وظایف اجتماعی در سطح سیستم	اگر (If)	وظایف اجتماعی در سطح سازمان	وظایف اجتماعی در سطح فرد
۱۷	متوسط	کم	متوسط	متوسط	متوسط
۱۸	متوسط	متوسط	زیاد	متوسط	متوسط
۱۹	متوسط	متوسط	کم	متوسط	متوسط
۲۰	متوسط	کم	کم	متوسط	متوسط
۲۱	کم	متوسط	زیاد	کم	متوسط
۲۲	متوسط	زیاد	متوسط	کم	متوسط
۲۳	کم	زیاد	کم	کم	متوسط
۲۴	کم	متوسط	کم	کم	متوسط
۲۵	کم	کم	زیاد	کم	متوسط
۲۶	کم	کم	متوسط	کم	متوسط
۲۷	کم	متوسط	متوسط	کم	متوسط

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

نتایج پاسخ‌های نهایی خبرگان گروه کانونی در زمینه نقش هر یک از بازیگران حاکمیتی اصلی (دولت، بخش خصوصی، جامعه مدنی، و بخش نظامی) در انجام وظایف اجتماعی برای سطح سیستم در **جدول (۴)**، برای سطح سازمان در **جدول (۵)**، و برای سطح فرد در **جدول (۶)** به‌طور خلاصه ارائه شده است. در هر کدام از این جداول برحسب امور اصلی امور فرعی شناسایی و وظایف عمومی مرتبط در طی جلسات برگزار شده استخراج گردید، و در نهایت نقش‌آفرینان حاکمیتی اصلی در هر کدام از وظایف فرعی (وظایف عملیاتی) مشخص شدند.

جدول ۴: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح سیستمی

نقش آفرینان حاکمیتی اصلی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	امور اصلی امور فرعی وظایف عمومی
جامعه مدنی	تعمیق ورزش همگانی	ورزش همگانی
دولت	نظارت بر فعالیت‌های ورزشی همگانی	
دولت	تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	
بخش خصوصی	ایجاد و اداره باشگاه‌های ورزشی	امور ورزشی
جامعه مدنی	مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	
دولت	شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی	
جامعه مدنی	مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	ورزش حرفه‌ای
دولت	پایش ادواری فرهنگ ورزش و تحرک در جامعه	
دولت	تهیه و تدوین برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان	
جامعه مدنی	برجسته‌سازی نیازهای اساسی نسل جوان از طریق پژوهش	سامان‌دهی امور جوانان
دولت	رصد میزان تحقق برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان	
دولت	ارائه برنامه‌های مناسب برای اشتغال جوانان	
جامعه مدنی	توسعه مشارکت اجتماعی جوانان	امور جوانان
دولت	صدور اعتبارنامه برای متقاضیان دریافت مجوز سازمان مردم‌نهاد جوانان، نظارت و توانمندسازی آنان	
دولت	ارتقای سهم مشارکت جوانان در امور اجتماعی	
دولت	توانمندسازی جوانان از طریق توسعه فرهنگ ازدواج	امور فرهنگی و تربیتی
دولت	برنامه‌ریزی برای امور فراغتی جوانان	
دولت	تعیین استاندارد برای فعالیت‌های مراکز فرهنگی و هنری جوانان	

ادامه جدول ۴: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه قانونی برای سطح سیستمی

امور اصلی	امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
		حمایت‌های بیمه‌ای	برنامه‌ریزی طرح بیمه سلامت	دولت
		حمایتی، توانمندسازی و آسیب‌های اجتماعی	تدوین سیاست‌های بیمه اجتماعی و نظارت بر آن	دولت
			تدوین خط‌مشی‌های عدالت اجتماعی و سیاست‌های حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و نظارت بر اجرای آن	دولت
			تهیه طرح جامع کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی	دولت
			ایجاد کمیته‌های حمایتی و توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد	دولت
امور اجتماعی	امور رفاه و تامین اجتماعی	امداد و نجات	برنامه‌ریزی برای آمادگی پاسخگویی به حوادث و سوانح	دولت
			نهادینه کردن مشارکت جوانان در فعالیت‌های امدادی	جامعه مدنی
			ایجاد واحدها و تجهیزات پشتیبانی امداد و نجات	دولت
		بهداشت، درمان، و سلامت	تدوین خط‌مشی‌های حوزه بهداشت و درمان و سلامت	دولت
			تامین دارو و لوازم مصرفی پزشکی برای آحاد مردم	بخش خصوصی
			تامین تجهیزات پزشکی برای مراکز بهداشتی و درمانی	بخش خصوصی
			توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و ساختمانی حوزه بهداشت	دولت
			مدیریت بحران‌ها	بخش خصوصی
			پدافند غیرعامل	نظامی

ادامه جدول ۴: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح سیستمی

امور اصلی	امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
			تامین اعتبار برای توانمندسازی و خوداتکایی ایثارگران	دولت
			معیشت ایثارگران تدوین خط‌مشی مرتبط با تسهیلات رفاهی، معیشتی، بهداشتی، درمانی، و فرهنگی ایثارگران و خانواده آنان	دولت
			نظارت بر اجرای قوانین و مقررات ایثارگران	دولت
امور اجتماعی	امور ایثارگران	ترویج فرهنگ معرفتی الگوها و قهرمانان ملی ایثار و شهادت در متون درسی کلیه پایه‌های تحصیلی و رسانه‌های جمعی	تعمیق ایمان و ترویج باورها در صیانت از فرهنگ دینی و انقلابی	دولت جامعه مدنی
		خدمات‌رسانی به ایثارگران	پیش‌بینی و تامین بودجه برای خدمات‌رسانی به ایثارگران	دولت
			تحت پوشش قرار دادن خانواده‌های ایثارگران	دولت
			تدوین خط‌مشی استخدام دولتی ایثارگران و خانواده آنان	دولت

جدول ۵: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح سازمانی

امور اصلی امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
امور ورزشی	ورزش همگانی	تعمیق ورزش همگانی نظارت بر فعالیت‌های ورزشی همگانی تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	جامعه مدنی بخش خصوصی دولت
	ورزش قهرمانی	ایجاد و اداره باشگاه‌های ورزشی مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی	بخش خصوصی جامعه مدنی بخش خصوصی
	ورزش حرفه‌ای	مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی پایش ادواری فرهنگ ورزش و تحرک در جامعه	جامعه مدنی بخش خصوصی
	سامان‌دهی امور جوانان	تهیه و تدوین برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان برجسته‌سازی نیازهای اساسی نسل جوان از طریق پژوهش رصد میزان تحقق برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان ارائه برنامه‌های مناسب برای اشتغال جوانان	دولت بخش خصوصی بخش خصوصی دولت
	امور جوانان	توسعه مشارکت اجتماعی جوانان صدور اعتبارنامه برای متقاضیان دریافت مجوز سازمان مردم‌نهاد جوانان، نظارت و توانمندسازی آنان	جامعه مدنی دولت
	مشارکت‌های اجتماعی جوانان	ارتقای سهم مشارکت جوانان در امور اجتماعی	جامعه مدنی
	امور فرهنگی و تربیتی	توانمندسازی جوانان از طریق توسعه فرهنگ ازدواج برنامه‌ریزی برای امور فراغتی جوانان تعیین استاندارد برای فعالیت‌های مراکز فرهنگی و هنری جوانان	جامعه مدنی جامعه مدنی جامعه مدنی

ادامه جدول ۵: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح سازمانی

امور اصلی	امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
		حمایت‌های بیمه‌ای	برنامه‌ریزی طرح بیمه سلامت	دولت
			تدوین سیاست‌های بیمه اجتماعی و نظارت بر آن	دولت
		حمایتی، توانمندسازی و آسیب‌های اجتماعی	تدوین خط‌مشی‌های عدالت اجتماعی و سیاست‌های حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و نظارت بر اجرای آن	دولت
			تهیه طرح جامع کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی	دولت
			ایجاد کمیته‌های حمایتی و توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد	دولت
			برنامه‌ریزی برای آمادگی پاسخگویی به حوادث و سوانح	دولت
امور رفاه و تامین اجتماعی	امور اجتماعی	امداد و نجات	نهادینه کردن مشارکت جوانان در فعالیت‌های امدادی	جامعه مدنی
			ایجاد واحدها و تجهیزات پشتیبانی امداد و نجات	دولت
			تدوین خط‌مشی‌های حوزه بهداشت و درمان و سلامت	دولت
			تامین دارو و لوازم مصرفی پزشکی برای آحاد مردم	دولت
		بهداشت، درمان، و سلامت	تامین تجهیزات پزشکی برای مراکز بهداشتی و درمانی	بخش خصوصی
			توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و ساختمانی حوزه بهداشت	بخش خصوصی
			مدیریت بحران‌ها	دولت
			پدافند غیرعامل	دولت

ادامه جدول ۵: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح سازمانی

امور اصلی امور فرعی وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
	تامین اعتبار برای توانمندسازی و خوداتکایی ایثارگران	دولت
معیشت ایثارگران	تدوین خط‌مشی مرتبط با تسهیلات رفاهی، معیشتی، بهداشتی، درمانی، و فرهنگی ایثارگران و خانواده آنان	دولت
	نظارت بر اجرای قوانین و مقررات ایثارگران	دولت
امور اجتماعی	ترویج فرهنگ ایثار معرفتی الگوها و قهرمانان ملی ایثار و شهادت در متون درسی کلیه پایه‌های تحصیلی و رسانه‌های جمعی	دولت
ایثارگران	تعمیق ایمان و ترویج باورها در صیانت از فرهنگ دینی و انقلابی	جامعه مدنی
	پیش‌بینی و تامین بودجه برای خدمات‌رسانی به ایثارگران	دولت
خدمات‌رسانی به ایثارگران	تحت پوشش قرار دادن خانواده‌های ایثارگران	جامعه مدنی
	تدوین خط‌مشی استخدام دولتی ایثارگران و خانواده آنان	دولت

جدول ۶: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح فردی

امور اصلی	امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
امور اجتماعی	ورزش	ورزش همگانی	تعمیق ورزش همگانی	جامعه مدنی
			نظارت بر فعالیت‌های ورزشی همگانی	بخش خصوصی
			تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	دولت
		ورزش قهرمانی	ایجاد و اداره باشگاه‌های ورزشی	بخش خصوصی
	ورزش حرفه‌ای	ورزش همگانی	مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	جامعه مدنی
			شناسایی و پرورش استعدادها و ورزشی	جامعه مدنی
			مشارکت در تدوین خط‌مشی‌های ورزشی	جامعه مدنی
		ورزش حرفه‌ای	پایش ادواری فرهنگ ورزش و تحرک در جامعه	بخش خصوصی
	امور جوانان	سامان‌دهی امور جوانان	تهیه و تدوین برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان	دولت
			برجسته‌سازی نیازهای اساسی نسل جوان از طریق پژوهش	جامعه مدنی
			پایش و رصد میزان تحقق برنامه جامع سامان‌دهی امور جوانان	بخش خصوصی
		مشارکت‌های اجتماعی جوانان	ارائه برنامه‌های مناسب برای اشتغال جوانان	دولت
امور فرهنگی و تربیتی	امور جوانان	مشارکت‌های اجتماعی جوانان	توسعه مشارکت اجتماعی جوانان	جامعه مدنی
			صدور اعتبارنامه برای متقاضیان دریافت مجوز سازمان مردم‌نهاد جوانان، نظارت و توانمندسازی آنان	دولت
			ارتقای سهم مشارکت جوانان در امور اجتماعی	جامعه مدنی
		امور فرهنگی و تربیتی	توانمندسازی جوانان از طریق توسعه فرهنگ ازدواج	جامعه مدنی
			برنامه‌ریزی برای امور فراغتی جوانان	جامعه مدنی
			تعیین استاندارد برای فعالیت‌های مراکز فرهنگی و هنری جوانان	جامعه مدنی

ادامه جدول ۶: پاسخ‌های نهایی خبرگان در گروه کانونی برای سطح فردی

نقش‌آفرینان حاکمیتی اصلی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	وظایف عمومی	امور فرعی	امور اصلی
دولت	برنامه‌ریزی طرح بیمه سلامت	حمایت‌های بیمه‌ای		
دولت	تدوین سیاست‌های بیمه اجتماعی نظارت بر آن			
دولت	تدوین خط‌مشی‌های عدالت اجتماعی و سیاست‌های حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و نظارت بر اجرای آن			
دولت	تهیه طرح جامع کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی			
جامعه مدنی	ایجاد کمیته‌های حمایتی و توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد	حمایتی، توانمندسازی و آسیب‌های اجتماعی		
جامعه مدنی	برنامه‌ریزی برای آمادگی پاسخگویی به حوادث و سوانح			
جامعه مدنی	نهادینه کردن مشارکت جوانان در فعالیت‌های امدادی			
بخش خصوصی	ایجاد واحدها و تجهیزات پشتیبانی امداد و نجات			
دولت	تدوین خط‌مشی‌های حوزه بهداشت و درمان و سلامت	امور رفاه و تامین اجتماعی	امداد و نجات	
بخش خصوصی	تامین دارو و لوازم مصرفی پزشکی برای آحاد مردم			
بخش خصوصی	تامین تجهیزات پزشکی برای مراکز بهداشتی و درمانی			
بخش خصوصی	توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و ساختمانی حوزه بهداشت			
جامعه مدنی	مدیریت بحران‌ها			
جامعه مدنی	پدافند غیرعامل			
		بهداشت، درمان، و سلامت		

امور اصلی	امور فرعی	وظایف عمومی	وظایف فرعی (وظایف عملیاتی)	نقش آفرینان حاکمیتی اصلی
فرهنگ و هنر	معیشت ایثارگران	تدوین خط‌مشی مرتبط با تسهیلات رفاهی، معیشتی، بهداشتی، درمانی، و فرهنگی ایثارگران و خانواده آنان	تامین اعتبار برای توانمندسازی و خوداتکایی ایثارگران	دولت
			نظارت بر اجرای قوانین و مقررات ایثارگران	دولت
				دولت
	امور ایثارگران	ترویج فرهنگ ایثار و شهادت	معرفی الگوها و قهرمانان ملی ایثار و شهادت در متون درسی کلیه پایه‌های تحصیلی و رسانه‌های جمعی	دولت
			تعمیق ایمان و ترویج باورها در صیانت از فرهنگ دینی و انقلابی	جامعه مدنی
	خدمات‌رسانی به ایثارگران	پیش‌بینی و تامین بودجه برای خدمات‌رسانی به ایثارگران		دولت
			تحت پوشش قرار دادن خانواده‌های ایثارگران	جامعه مدنی
			تدوین خط‌مشی استخدام دولتی ایثارگران و خانواده آنان	دولت

سیستم استنتاج فازی سلسله‌مراتبی

سیستم استنتاج فازی در سطح فرد

استنتاج فازی برای متغیر امور ورزشی: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی $9/25$ ، بخش خصوصی $7/6$ ، و دولت 3 است، امتیاز قطعی برای امور ورزشی $7/17$ است. بنابراین، این عوامل در ارتقای امور ورزشی موثر هستند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید جامعه مدنی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

استنتاج فازی برای متغیر امور جوانان: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی $8/35$ ، بخش خصوصی 7 ، و برای دولت $5/3$ است، امتیاز قطعی برای امور جوانان $7/05$ است. بنابراین، می‌توان گفت که هر سه عامل در ارتقای امور جوانان نقش دارند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید جامعه مدنی و بخش خصوصی در مقایسه با دولت نقش محوری داشته باشند.

استنتاج فازی برای متغیر رفاه و امور اجتماعی: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی $8/1$ ، بخش خصوصی $7/15$ ، و دولت $4/5$ است، امتیاز قطعی برای رفاه و امور اجتماعی $7/34$ است. بنابراین، هر سه عامل در ارتقای رفاه و امور اجتماعی نقش دارند و تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید جامعه مدنی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

استنتاج فازی برای متغیر امور ایثارگران: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی $7/67$ ، بخش خصوصی $6/5$ ، و دولت $6/2$ است، امتیاز قطعی برای امور ایثارگران $6/29$ است. بنابراین، هر سه عامل در ارتقای امور ایثارگران نقش دارند و تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید جامعه مدنی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای امور اجتماعی: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای امور ورزشی $7/17$ ، جوانان $7/05$ ، رفاه $7/34$ ، و ایثارگران $6/29$ است، امتیاز قطعی برای امور اجتماعی $7/45$ است. بنابراین، هر چهار عامل در ارتقای امور اجتماعی نقش دارند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که رفاه بیش‌ترین تأثیر را بر امور اجتماعی دارد و امور ورزشی، جوانان، و ایثارگران به‌ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

سیستم استنتاج فازی در سطح سازمان

استنتاج فازی برای متغیر امور ورزشی: از آن جایی که امتیاز به دست آمده برای نقش جامعه مدنی $۸/۳$ ، بخش خصوصی $۸/۷۵$ ، و دولت ۵ است، امتیاز قطعی برای امور ورزشی $۸/۷۲$ است. بنابراین، عوامل اشاره شده در ارتقای امور ورزشی موثر هستند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که در وضعیت بهینه باید بخش خصوصی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای متغیر امور جوانان: از آن جایی که امتیاز نقش جامعه مدنی $۷/۵$ ، بخش خصوصی $۷/۶$ ، و دولت $۴/۳$ است، امتیاز قطعی برای امور جوانان $۷/۸۷$ است. بنابراین، هر سه عامل در ارتقای امور جوانان نقش دارند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که در وضعیت بهینه باید بخش خصوصی و جامعه مدنی در مقایسه با دولت نقش محوری داشته باشند.

نتایج استنتاج فازی برای متغیر رفاه و امور اجتماعی: از آن جایی که امتیاز جامعه مدنی ۷ ، بخش خصوصی $۷/۳۴$ ، و دولت $۶/۹۶$ است، امتیاز قطعی برای رفاه و امور اجتماعی ۷ است. بنابراین، هر سه عامل در ارتقای رفاه نقش دارند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که در وضعیت بهینه باید بخش خصوصی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای متغیر امور ایثارگران: از آن جایی که امتیاز به دست آمده برای نقش جامعه مدنی $۶/۵$ و برای دولت $۶/۸$ است، امتیاز قطعی برای امور ایثارگران $۶/۶$ است. بنابراین، هر دو عامل در ارتقای امور ایثارگران در سطح سازمان نقش دارند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که در وضعیت بهینه باید دولت در مقایسه با دو جامعه مدنی نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای امور اجتماعی: از آن جایی که امور ورزشی $۸/۷۲$ ، جوانان $۷/۸۷$ ، رفاه ۷ ، و ایثارگران $۶/۶$ است، امتیاز امور اجتماعی $۷/۷۵$ است. بنابراین، هر چهار عامل در ارتقای امور اجتماعی نقش دارند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که ارتقای رفاه بیشترین تاثیر را بر امور اجتماعی دارد و پس از آن امور جوانان، ورزشی، و ایثارگران در اولویت های بعدی قرار دارند.

سیستم استنتاج فازی در سطح سیستم

نتایج استنتاج فازی برای متغیر امور ورزشی: از آن جایی که امتیاز به دست آمده برای نقش جامعه مدنی $۷/۳۴$ ، بخش خصوصی ۵ ، و دولت $۸/۷۵$ است، امتیاز قطعی برای امور ورزشی $۷/۹۶$ است. بنابراین، این عوامل در ارتقای امور ورزشی در سطح سیستم اثرگذار هستند. تحلیل سبب بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می دهد که در وضعیت بهینه باید دولت در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته باشد.

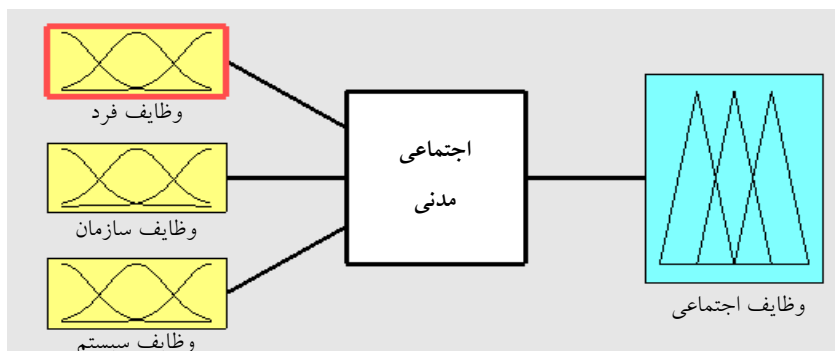
نتایج استنتاج فازی برای متغیر امور جوانان: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی ۶/۳۴ و دولت ۷/۱۳ است، امتیاز قطعی برای امور جوانان ۶/۸۴ است. بنابراین، هر دو عامل در ارتقای امور جوانان در سطح سیستم نقش دارند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید دولت در مقایسه با جامعه مدنی نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای متغیر رفاه و امور اجتماعی: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی ۸، بخش خصوصی ۷، دولت ۸/۷۵، و بخش نظامی ۸ است، امتیاز قطعی برای رفاه و امور اجتماعی ۸/۷۲ است. بنابراین، هر چهار عامل در ارتقای رفاه و امور اجتماعی دارند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید دولت نقش محوری داشته باشد.

نتایج استنتاج فازی برای متغیر امور ایثارگران: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای نقش جامعه مدنی ۶/۶۴ و دولت ۷/۵۷ است، امتیاز قطعی برای امور ایثارگران ۷/۲۷ است. بنابراین، می‌توان گفت که هر دو عامل در ارتقای امور ایثارگران در سطح سیستم نقش دارند. در سطح سیستم، خبرگان نقشی را برای نظامیان و بخش خصوصی در امور ایثارگران قائل نشده‌اند. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که در وضعیت بهینه باید دولت در مقایسه با جامعه مدنی نقش محوری داشته باشد.

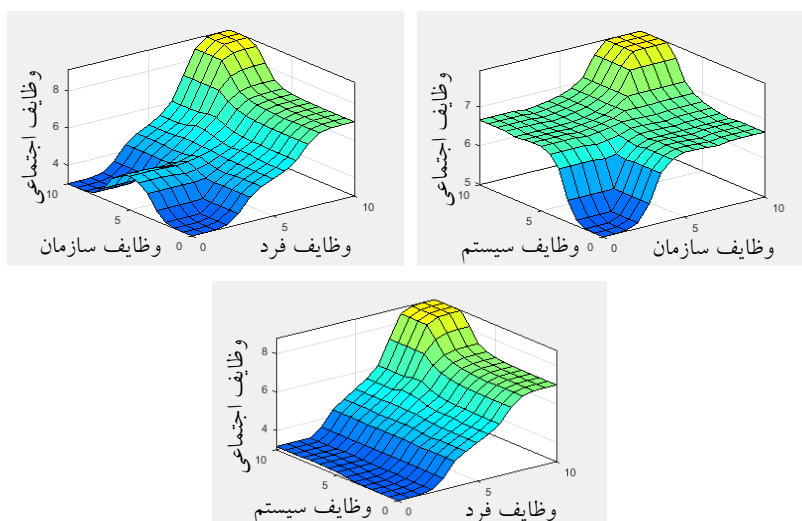
نتایج استنتاج فازی برای امور اجتماعی: از آن جایی که امتیاز به‌دست‌آمده برای امور ورزشی ۷/۹۶، جوانان ۶/۸۴، رفاه ۸/۷۲، و ایثارگران ۷/۲۷ است، امتیاز قطعی برای امور اجتماعی ۸/۶۱ است. بنابراین، هر چهار عامل در ارتقای امور اجتماعی نقش دارند. تحلیل سه‌بعدی رفتار متغیر خروجی نشان می‌دهد که رفاه بیش‌ترین تأثیر را بر امور اجتماعی دارد و امور ورزشی در رتبه بعدی قرار دارد. امور جوانان و ایثارگران به‌طور یکسان در اولویت سوم جای می‌گیرند.

استنتاج فازی برای وظایف اجتماعی دولت: در این مرحله، مدل نهایی که نشان‌دهنده حد بهینه وظایف اجتماعی دولت جمهوری اسلامی ایران است، ارائه می‌گردد. مدل اشاره‌شده که از تجمیع امور اجتماعی در سطوح کنش حاکمیتی به‌دست آمده است، از نوع چند ورودی و یک خروجی است که در آن، امور اجتماعی در سطح فرد، در سطح سازمان، و در سطح سیستم به عنوان متغیرهای ورودی و وظایف اجتماعی دولت نیز به عنوان متغیر خروجی در نظر گرفته شده است. در این مرحله، استنتاج فازی به وسیله ۲۷ قانون فازی و بر اساس روش ممدانی انجام شد. نمای کلی این مدل در نرم‌افزار متلب در شکل (۲) نمایش داده می‌شود.



شکل ۲: نمای کلی استنتاج فازی برای وظایف اجتماعی دولت

از آنجایی که امتیاز به دست آمده برای امور اجتماعی در سطح فرد $۷/۴۵$ ، در سطح سازمان $۷/۷۵$ ، و در سطح سیستم $۸/۶۱$ است، امتیاز قطعی برای وظایف اجتماعی دولت برابر $۶/۹۹$ است. بنابراین، می توان گفت که هر سه عامل در ارتقای وظایف اجتماعی دولت نقش موثری دارند. بر اساس شکل (۳) می توان نتیجه گرفت که ارتقای امور اجتماعی در سه سطح فرد، سازمان، و سیستم به بهینه شدن وظایف اجتماعی دولت جمهوری اسلامی ایران منجر می شود. امور اجتماعی در سطح فرد بیش تر از دو سطح دیگر بر انجام بهینه وظایف اجتماعی دولت اثرگذار است و از این لحاظ، امور اجتماعی در سطح سازمان و سیستم به طور یکسان در اولویت بعدی قرار دارند.



شکل ۳: رفتار وظایف اجتماعی دولت

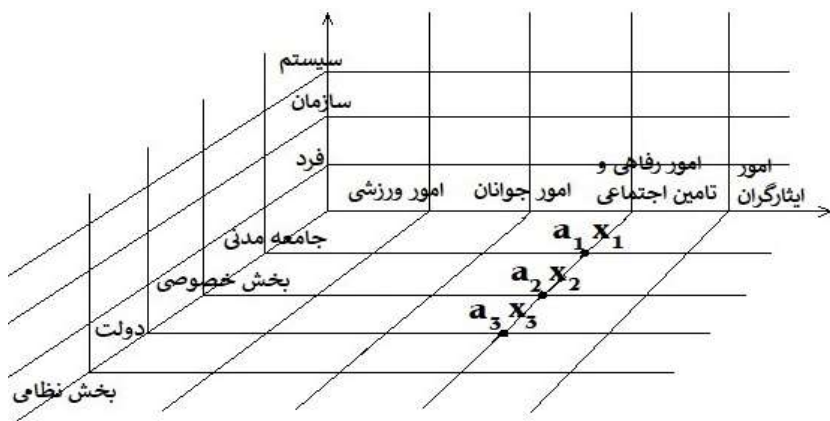
اعتبار سنجی مدل

در این پژوهش، اعتبارسنجی مدل شبیه‌سازی با روش اعتبارسنجی داده‌ها و اعتبارسنجی مدل مفهومی انجام شد. در اعتبارسنجی داده، بررسی داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهد که داده‌های مقنود وجود نداشته و همه داده‌ها در طیف مجاز انتخاب شده‌اند. بنابراین داده‌های گردآوری شده معتبر هستند. اعتبارسنجی مدل مفهومی پژوهش با روش تحلیل حساسیت انجام شد. برای این منظور، مقدار متغیرهای ورودی در بازه‌های یکسان تغییر داده شد و تاثیر آن‌ها بر مقدار متغیر خروجی بررسی شد. بر اساس **جدول (۷)**، تغییر در مقدار ورودی‌ها باعث تغییر در میزان خروجی شده است و می‌توان گفت که خروجی نسبت به تغییر ورودی‌ها حساس است. بنابراین، می‌توان اعتبار مدل مفهومی پژوهش را تایید نمود.

جدول ۷: میزان حساسیت خروجی به تغییر ورودی‌ها

مقدار ورودی‌ها در سطوح سه گانه	۱	۳	۵	۷	۹
مقدار خروجی در ازای تغییر ورودی در سطح فرد	۰/۸۹	۳/۱۴	۵/۰۲	۶/۹۸	۸/۷۹
مقدار خروجی در ازای تغییر ورودی در سطح سازمان	۱/۰۳	۳/۶۲	۵	۷/۱۲	۹/۱
مقدار خروجی در ازای تغییر ورودی در سطح سیستم	۱/۹۳	۲/۷۹	۵	۷/۲۳	۸/۸۵

مدل ریاضی پژوهش در **شکل (۴)** ارائه می‌گردد. در این مدل، i نشان‌دهنده امور رفاهی، ورزشی، جوانان، و ایثارگران و j نشان‌دهنده نقش‌آفرینان حاکمیت است. در **شکل (۴)** a_i نشان می‌دهد که در سطح فرد، اولویت با امور رفاه و تامین اجتماعی است که (در حوزه اجرای خطمشی) باید به جامعه مدنی واگذار شود. a_j بیان می‌کند که در سطح سازمان، اولویت با امور رفاه و تامین اجتماعی است که (در حوزه طراحی سازوکارهای عملیاتی) باید به بخش خصوصی واگذار شود، و در سطح سیستم نیز اولویت با امور رفاه و تامین اجتماعی است که (در حوزه تدوین خطمشی) باید به دولت واگذار شود.



شکل ۴: مدل ریاضی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، وظایف اجتماعی دولت ایران با امور فرعی همچون امور ورزشی (متشکل از وظایف عمومی مانند ورزش همگانی، قهرمانی، و حرفه‌ای)، امور جوانان (شامل سامان‌دهی امور جوانان، مشارکت‌های اجتماعی جوانان، امور فرهنگی، و تربیتی)، امور رفاه و تامین اجتماعی (حمایت‌های بیمه‌ای، حمایتی، توانمندسازی و آسیب‌های اجتماعی، امداد و نجات، بهداشت و درمان و سلامت)، و امور ایثارگران (شامل معیشت ایثارگران، ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، خدمات‌رسانی به ایثارگران) شناسایی شده است. بررسی نقش بازیگران حاکمیتی در امور فرعی در سطح فرد نشان می‌دهد که در زمینه اموری همچون امور ورزشی، جوانان، رفاه و امور اجتماعی، و ایثارگران بازیگران حاکمیتی از قبیل بخش‌های دولتی، خصوصی، و جامعه مدنی نقش‌آفرین هستند. اما در وضعیت بهینه، جامعه مدنی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری داشته است. با توجه به این‌که در سطح فرد، انجام امور مذکور نیازمند بیش‌ترین سطح تماس با جامعه است و افراد در آن نقش محوری دارند و نیز فرهنگ‌سازی و استفاده از بیش‌ترین توان عمومی پایه و اساس انجام این وظایف است، واگذاری چنین وظایفی به جامعه مدنی می‌تواند اثربخش‌تر و کارآمدتر باشد. از آن‌جایی که سطح فرد، سطح اجراست و از ویژگی‌های عملیاتی برخوردار است و نیز خط اول آن، همه افراد جامعه است، جامعه مدنی به عنوان نقش‌آفرین محوری و اصلی در سطح فرد مطرح می‌شود.

همچنین در سطح سازمان، در خصوص امور ورزشی، جوانان، رفاه و امور اجتماعی بازیگران حاکمیتی از قبیل بخش دولتی، خصوصی، و جامعه مدنی نقش آفرین هستند. اما در وضعیت بهینه، بخش خصوصی در مقایسه با دو بخش دیگر نقش محوری دارد. در زمینه امور ایثارگران نیز دولت و جامعه مدنی نقش آفرین هستند، اما در وضعیت بهینه، دولت از نقش محوری برخوردار است. زیرا، دولت با داشتن منابع و امکانات لازم می‌تواند در ایجاد سازوکارهای مورد نیاز برای انجام امور ایثارگران موفق‌تر عمل کند. جامعه مدنی به دلیل برخوردار نبودن از امکانات و شرایط لازم و بخش خصوصی به دلیل نبود سودآوری و جذابیت مالی امکان ورود به این بخش را نخواهند داشت. در مجموع می‌توان گفت که در سطح سازمان، نقش خصوصی در انجام بهینه وظایف حاکمیت پررنگ‌تر است. در این سطح، از آنجایی که هدف اصلی ایجاد سازوکارهای لازم برای اجرای خط‌مشی‌های حاکمیتی است، شایسته است که انجام امور به بخش خصوصی واگذار شود، زیرا این بخش سرعت عمل و رقابت‌پذیری بیش‌تر و بهره‌وری بالاتری در زمینه ایجاد سازوکارهای لازم برای اجرای خط‌مشی‌ها در سطح سازمان دارد و شرایط نظارت بر نحوه اجرای امور مورد نظر را برای دولت فراهم می‌سازد.

در سطح سیستم نیز در زمینه انجام اموری از قبیل امور ورزشی، جوانان، و ایثارگران سه بازیگر حاکمیتی شامل دولت، بخش خصوصی، و جامعه مدنی نقش دارند و در امور رفاه و تامین اجتماعی، علاوه بر بازیگران مذکور، بخش نظامی نیز در حوزه بهداشت و درمان در شرایط خاص از طریق پدافند غیرعامل نقش آفرین است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در سطح سیستم، هر چهار بازیگر حاکمیتی شامل دولت، جامعه مدنی، بخش خصوصی، و بخش نظامی در انجام وظایف اجتماعی دولت نقش آفرین هستند. اما در وضعیت بهینه، دولت در مقایسه با سایر نقش آفرینان نقش محوری دارد. با توجه به این‌که سطح سیستم سطح تدوین خط‌مشی‌هاست، باید تدوین خط‌مشی‌های کلان کشور توسط دولت تدوین شود تا دولت در قبال این خط‌مشی‌ها پاسخگو باشد و بر اجرای امور و وظایف حاکمیت نظارت نماید.

در هر سه سطح کنش حاکمیتی، رفاه بیش‌ترین تاثیر را بر انجام امور اجتماعی دارد. امور اجتماعی در سطح فرد بیش‌تر از سطوح دیگر بر انجام بهینه وظایف اجتماعی دولت اثرگذار است و از این لحاظ، سطح سازمان و سیستم به‌طور یکسان در اولویت بعدی قرار دارند. می‌توان دلیل اولویت انجام امور اجتماعی در سطح فرد نسبت به سایر سطوح کنش حاکمیتی را این‌گونه توجیه نمود که خط‌مشی‌ها و سازوکارهای تدوین‌شده احتمالاً متنوع و مناسب هستند، اما این خط‌مشی‌ها در مرحله اجرا با مشکل مواجه می‌شوند. بنابراین، خروجی و نتیجه اجرا با آنچه که از خط‌مشی‌های

تدوین می‌شود و از سازوکارهای طراحی‌شده انتظار می‌رود، همخوانی ندارد و شکاف میان این دو مشهود است. بنابراین، سطح فرد که مربوط به اجراست، نقش بسیار مهمی در بهینه‌سازی وظایف اجتماعی دولت ایفا می‌کند و دولت تلاش می‌کند در سطح سازمان و فرد کوچک‌تر شود.

نتایج پژوهش از نظر تعامل میان سه نقش‌آفرین حاکمیتی شامل دولت، بخش خصوصی، و جامعه مدنی و مشارکت فعال هر سه بخش در اجرای بهینه و کارآمد وظایف کلان دولت با نتایج بسیاری از پژوهش‌ها از جمله پژوهش‌های صورت‌گرفته توسط **رهنورد (۱۳۹۰)**، **مک‌لاکلین^۱ (۲۰۱۱)**، **لویس^۲ (۱۹۹۹)**، و **کلارک^۳ (۱۹۹۵)** سازگاری دارد. اما برخلاف نتایج پژوهش **لویس (۱۹۹۹)** که بر اهمیت نقش دولت نسبت به نقش سایر بازیگران تاکید دارد، نتایج این پژوهش نشان‌دهنده اولویت نقش جامعه مدنی نسبت به نقش دولت، بخش خصوصی، و بخش نظامی است. بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود در سطح فرد، اجرای امور اجتماعی دولت به جامعه مدنی واگذار شود. به منظور انجام هرچه بهتر و اثربخش وظایف توسط جامعه مدنی در سطح فرد نیاز است که سازمان‌های مردم‌نهاد از طریق آموزش و فرهنگ‌سازی و توانمندسازی تقویت شوند. در سطح سازمان نیز بهتر است طراحی سازوکارهای عملیاتی لازم برای اجرای امور اجتماعی به بخش خصوصی واگذار گردد. واگذاری موفقیت‌آمیز سازوکارهای عملیاتی به بخش خصوصی نیازمند تقویت مدیریت، مشارکت‌پذیری، و شایسته‌سالاری در این بخش و همچنین نظارت دقیق از جانب دولت است. همچنین، پیشنهاد می‌گردد در سطح سیستم که در حوزه تدوین خطمشی‌های حاکمیتی است، امور اجتماعی به دولت واگذار شود. به منظور تدوین خطمشی‌های مناسب، دولت باید از طریق گفتگو و مذاکره با سایر سطوح و سازمان‌ها و با نگاه به سطح اجرا، خطمشی‌های مناسب را تدوین نماید تا قابلیت اجرای اثربخش را داشته باشد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی بر اساس منابع پیش‌تر، سایر دسته‌بندی‌های ممکن در زمینه وظایف کلان دولت شناسایی شوند و در مدل لحاظ گردند، و مدل جامع‌تری در زمینه موضوع پژوهش ارائه شود. توصیه می‌گردد در پژوهش‌های آینده، تفاوت‌های موجود در انواع سازمان‌ها نیز در مدل پژوهش آورده شود و اجرای بهینه خطمشی‌های حاکمیت در سازمان‌های مختلف با در نظر گرفتن تفاوت‌های سازمانی (شامل فرهنگ سازمانی و سایر دسته‌بندی‌های سازمانی) مورد مطالعه و آزمون قرار گیرند.

1. McLoughlin
2. Lewis
3. Clark

الف) انگلیسی

- Akermi, R., & Triki, A. (2017). The Green Energy Transition and Civil Society in Tunisia: Actions, Motivations and Barriers. *Energy Procedia*, 136(1), 79-84. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2017.10.288>
- Alvani, S. M. (2009). Good Governance: A Network of Civil Society Interactors. *Journal of Development & Evolution Management*, 1388 (pre. no. 1), 1-6. http://www.jdem.ir/article_301.html
- Belova, J., & Mickiene, R. (2015). Formation of the Effectiveness of Public and Private Sector Companies of the Maritime Industry Based on an Integrated Analysis of Financial Results. *Intellectual Economics*, 9(1), 8-21. <https://doi.org/10.1016/j.intele.2015.09.001>
- Bevilacqua, C., Ou, Y., Pizzimenti, P., & Minervino, G. (2020). New Public Institutional Forms and Social Innovation in Urban Governance: Insights from the "Mayor's Office of New Urban Mechanics" (MONUM) in Boston. *Sustainability*, 12(1), 23-47. <https://doi.org/10.3390/su12010023>
- Bryson, J., & George, B. (2020). Strategic Management in Public Administration. In *Oxford Research Encyclopedia of Politics*.
- Clark, J. (1995). The State, Popular Participation, and the Voluntary Sector. *World Development*, 23(4), 593-601. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)00147-Q](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)00147-Q)
- Cook, T. I. (1948). The Functions of Modern Government: A Reinterpretation. *Western Political Quarterly*, 1(1), 16-28. <https://doi.org/10.1177/106591294800100102>
- Cudworth, E., Hall, T., & McGovern, J. (2007). *The Modern State: Theories and Ideologies*: Edinburgh University Press.
- Dalziel, P., Saunders, C., & Saunders, J. (2018). Civil Society and Social Capital. In *Wellbeing Economics* (pp. 67-87): Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93194-4_4
- Deeming, C. (2016). Rethinking Social Policy and Society. *Social Policy and Society*, 15(2), 159-175. <https://doi.org/10.1017/S1474746415000147>
- Donath, L., Miloş, M., & Miloş, L. (2009). Public Investment and Economic Growth in the European Union Member States. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 26(1), 39-53.
- Du, J., Li, W., Lin, B., & Wang, Y. (2018). Government Integrity and Corporate Investment Efficiency. *China Journal of Accounting Research*, 11(3), 213-232. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2017.03.002>
- Farrell, M. (2008). Perspectives on International Relations: Power, Institutions,

- and Ideas. *Journal of International Relations and Development* 11(1), 78–80. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jird.1800150>
- Fourie, D. J. (2015). Good Governance in Public-Private Partnerships Approaches and Applications: A South African Perspective. *African Journal of Public Affairs*, 8(1), 106-118. <http://hdl.handle.net/2263/52474>
- Herrera, M. E. B. (2015). Creating Competitive Advantage by Institutionalizing Corporate Social Innovation. *Journal of Business Research*, 68(7), 1468-1474. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.036>
- Hill, M., & Hupe, P. (2014). *Implementing Public Policy: An Introduction to the Study of Operational Governance*: Sage.
- Ilyin, M., Khavenson, T., Meleshkina, E., Stukal, D., & Zharikova, E. (2012). Factors of Post-Socialist Stateness. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP*, 3. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2020937>
- Keping, Y. (2018). Governance and Good Governance: A New Framework for Political Analysis. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 11(1), 1-8. <https://doi.org/10.1007/s40647-017-0197-4>
- Lakshminarayanan, S. (2011). Role of Government in Public Health: Current Scenario in India and Future Scope. *Journal of Family and Community Medicine*, 18(1), 26-30.
- Lee, K. (2010). Civil Society Organizations and the Functions of Global Health Governance: What Role within Intergovernmental Organizations? *Global Health Governance: The Scholarly Journal for the New Health Security Paradigm*, 3(2), 1-21.
- Lewis, J. (1999). Reviewing the Relationship between the Voluntary Sector and the State in Britain in the 1990s. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 10(3), 255-270. <https://doi.org/10.1023/A:1021257001466>
- McLoughlin, C. (2011). Factors Affecting State–Non–Governmental Organization Relations in Service Provision: Key Themes from the Literature. *Public Administration and Development*, 31(4), 240-251. <https://doi.org/10.1002/pad.611>
- Mosallanejad, A. (2012). Economic Policy and Social Responsibility of Government. *Politics Quarterly*, 42(1), 311-331. <https://dx.doi.org/10.22059/jpq.2012.29942>
- Neuman, L. W. (2007). *Social Research Methods*, 6/E: Pearson Education India.
- Pahl-Wostl, C. (2019). The Role of Governance Modes and Meta-Governance in the Transformation towards Sustainable Water Governance. *Environmental Science & Policy*, 91(1), 6-16. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2018.10.008>
- Qiao, M., Ding, S., & Liu, Y. (2019). Fiscal Decentralization and Government Size: The Role of Democracy. *European Journal of Political Economy*, 59(1), 316-330. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2019.04.002>

- Tamaki, T. (2015). The Levels of Analysis of the International System: In *Encounters with World Affairs*: Routledge.
- Thaler, G. M., Viana, C., & Toni, F. (2019). From Frontier Governance to Governance Frontier: The Political Geography of Brazil's Amazon Transition. *World Development*, 114(1), 59-72. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.09.022>
- Ventriss, C., Perry, J. L., Nabatchi, T., Milward, H. B., & Johnston, J. M. (2019). Democracy, Public Administration, and Public Values in an Era of Estrangement. *Perspectives on Public Management and Governance*, 2(4), 275-282. <https://doi.org/10.1093/ppmgov/gvz013>
- Xiang, J. (2020). Market Disputes and Government Intervention: An Explanatory Framework of Risk Transformation. *The Journal of Chinese Sociology*, 7(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/s40711-020-0115-z>
- Zhang, W. (2015). *Market and Government*: Northwestern University Press.

ب) فارسی

- الوانی، سیدمهدی، و مبصر، داریوش (۱۳۹۲). بررسی آثار راهبردهای مدیریت دولتی نوین بر سازمان‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران. *نشریه مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۳(۱۲)، ۲۳-۴۸.
- بیان، حسام‌الدین (۱۳۶۹). نقش سیاستگذاری استراتژیک در مدیریت دولتی. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۴(۴)، ۱۷-۲۹. <http://jmdp.ir/article-1-709-fa.html>
- رهنورد، فرج‌اله (۱۳۹۰). الگوی مدیریت دولتی برای تحقق حاکمیت تراز چشم‌انداز ۱۴۰۴. *نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۲(۶)، ۴۳-۵۸. http://jpap.sbu.ac.ir/article_94395.html
- علوی، سیدامین‌اله (۱۳۶۸). تحولات و نوآوری‌های مدیریت دولتی و سازگار ساختن آن با محیط‌های اجتماعی و اقتصادی گوناگون. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۳(۳)، ۲۷-۴۹. jmdp.ir/article-1-804-fa.html

عنوان مقاله: کاربرد چارچوب توسعه و تحلیل نهادی برای خطمشی‌گذاری مالیاتی در ایران

اشکان هراتی^۱، داود حسین‌پور^۲، محمدجواد کاملی^۳

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۳

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۸

چکیده:

هدف: این پژوهش به منظور شناسایی مسائل و مشکلات سطوح نهادی خطمشی‌گذاری مالیاتی در کشور و تدوین راهبردهای موثر بر این حوزه، با کاربرد چارچوبی معین به دنبال تبیین یک الگوی نهادی با تأکید بر نقش و ظرفیت هر یک از بازیگران کلیدی، عوامل زمینه‌ای، الگوهای تعاملی، و قواعد حاکم بر این عرصه است. **طرح پژوهش/ روش‌شناسی/ رویکرد:** روش پژوهش استقرایی و کیفی است و شواهد نظام‌مندی را با استفاده از روش تحلیل مضمون منابع بکار گرفته است، ازجمله نتایج مطالعه تطبیقی نظام خطمشی‌گذاری کشورهای الگو و نظرهای نمونه آماری پژوهش در قالب ۱۴ مصاحبه با خبرگانی از مقامات ارشد خطمشی‌گذار مالیاتی و متخصصان دانشگاهی. **یافته‌ها:** مراجع رسمی و غیررسمی کشور هر یک در جایگاه و ظرفیت خود نقش موثری را در نهاد خطمشی‌گذاری مالیاتی و کنترل عوامل زمینه‌ای اثرگذار بر این عرصه ایفا می‌کند. در سطوح مختلف نهاد مزبور کاستی‌هایی وجود دارد که در مواجهه با آن‌ها، ضمن اصلاح کنش‌های بازیگران می‌توان از راهبردهایی همچون مشارکت رسمی میان مراجع دولتی در جهت تقویت پاسخگویی و بهبود جریان اطلاعات، و مشارکت عمومی مراجع غیردولتی در جهت ایجاد اعتماد و حمایت از خطمشی‌ها بهره برد.

ارزش/ اصالت پژوهش: این پژوهش الگوی معینی را به منظور شناسایی سطوح مختلف نهاد خطمشی‌گذاری مالیاتی کشور ارائه می‌کند که می‌تواند در جهت ارائه راهبردهای موثر و تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی نظام مالیاتی کشور مورد استناد و کاربرد ذی‌نفعان و بازیگران کلیدی این عرصه همچون سازمان امور مالیاتی کشور و وزارت امور اقتصادی و دارایی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: چارچوب نهادی اُستروم، نهاد خطمشی‌گذاری مالیاتی، عوامل موثر بر خطمشی‌گذاری مالیاتی، عرصه کنش، الگوهای تعاملی، مشارکت عمومی.

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

a.harati@tax.gov.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). hoseinpour@atu.ac.ir

۳. دانشیار مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

مقدمه

طراحی نظام مالیاتی یک کشور نقش حیاتی در توسعه اقتصادی و اجتماعی آن ایفا می‌کند، به‌گونه‌ای که سازمان ملل آن را به عنوان اولویت کلیدی در توسعه پایدار و بسیج درآمدهای داخلی دولت‌ها می‌داند. این نظام باید ضمن تامین منابع مالی مورد نیاز دولت، به‌طور عادلانه بار مالیاتی را میان شهروندان تقسیم کند، رفتارهایی را که به فرار یا اجتناب از پرداخت مالیات منجر می‌شوند کاهش دهد، و وظیفه مودیان و مدیران مالیاتی را تا حد امکان ساده سازد (Knauer, 2014). این موارد مبانی اصلی خطمشی‌گذاری مالیاتی هستند، اگرچه از تفاوت‌های اقتصادی، سیاسی، و اجتماعی هر کشور می‌توان این‌گونه استنباط نمود که هر دولتی برای سیاست‌گذاری در خصوص اخذ مالیات‌های خود باید جنبه‌های گوناگونی را در نظر بگیرد (Mikesell, 2015). برای طراحی نظام درآمدی تقویت‌کننده توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار و برخوردار از حمایت گسترده عمومی، ضروری است پیشنهادهای در زمینه اصلاحات مالیاتی به‌دقت بررسی شوند، تجزیه و تحلیل‌های کمی و مباحثه‌های باز انجام گیرند و بازیگران محوری این عرصه بهترین پشتیبانی را از نهادهای مفهومی و اجتماعی تحت عنوان نهاد خطمشی‌گذاری مالیاتی به عمل آورند (Grote, 2019).

لزوم توجه به نظام مالیاتی کارآمد به عنوان یک خرده‌نظام اقتصادی و نیز معیاری برای ارزیابی عملکرد عمومی دولت، به‌ویژه در میان کشورهایی با اقتصاد متکی بر فروش منابع طبیعی، دارای اهمیت مضاعف است. این کشورها از یک‌سو با تجدیدنپذیری منابع خدادادی و از سوی دیگر با نوسانات شدید تقاضا و قیمت در بازارهای جهانی مواجه هستند و به منظور برون‌رفت از این وضعیت متلاطم باید در کنار برنامه‌ریزی برای افزایش توان تولید جامعه، با اتکای بیش‌تر به درآمدهای مالیاتی به عنوان درآمدی پایدار سیاست‌گذاری کنند (Hasanvand et al., 2020). اما ضعف سیاست‌گذاری مالیاتی در ایران به عنوان یک مسئله جدی از گذشته تا به امروز مورد توجه مقامات ارشد دولتی و همچنین پژوهشگران این حوزه قرار داشته و به زعم ایشان، الگوی خطمشی‌گذاری مالیاتی در ایران فرایند نظام‌مندی را با تاکید بر نقش کلیدی نهادها دنبال نکرده است (شیخ‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۷؛ و Mirzamani et al., 2019; Sanaei Aalam & Alvani, 2018). عدم شناسایی ظرفیت و نقش بازیگران و الگوهای تعاملی میان آن‌ها و همچنین اثر عوامل محیطی در فرایند خطمشی‌گذاری مالیاتی، علاوه بر بروز مشکلات در حوزه کسب‌وکار، مشارکت و جریان‌های اطلاعاتی، به اتخاذ

تصمیم‌های غیرمنطبق با نظام مالیاتی کارآمد و در نتیجه نارضایتی مودیان مالیاتی و ایجاد تنش میان آنان و سازمان امور مالیاتی کشور به عنوان مجری خطمشی‌ها منجر شده است. بنابراین، مطالعه خطمشی گذاری در قالب نهاد مالیاتی ضروری به نظر می‌رسد و دستیابی به یک نظام مالیاتی کارآمد مستلزم توجه و اهتمام جدی به پژوهش‌های علمی در این زمینه است.

مسئله اصلی در پژوهش حاضر نبود توجه کافی به نهاد خطمشی گذاری مالیاتی و عناصر کلیدی آن در کشور، از جمله بازیگران، قواعد نهادی، و عوامل زمینه‌ای موثر بر این عرصه است که می‌تواند به شکاف عمیق و شکل‌گیری خطمشی‌های ناکارآمد این حوزه منجر گردد. از این رو، در پژوهش حاضر پس از بررسی انواع چارچوب‌های خطمشی گذاری عمومی، با توجه به ماهیت خطمشی‌های مالیاتی و تجمع مراکز دولتی و اجتماعی در اتخاذ این خطمشی‌ها و چارچوب نهادی به کلیه سطوح تحلیل، چارچوب توسعه و تحلیل نهادی به عنوان چارچوب مناسب خطمشی گذاری مالیاتی در نظر گرفته شده است و در مسیر تبیین یک الگوی مناسب در قالب این چارچوب، علاوه بر تاکید بر عوامل زمینه‌ای و عناصر محوری عرصه کنش در نهاد مالیاتی، بر راهبردهایی که می‌توانند خبر از کنش‌ها و الگوهای تعاملی کارآمد دهند، تمرکز شده است. شناسایی بازیگران نهادی اثرگذار در فرایند خطمشی گذاری مالیاتی در قالب مراجع رسمی و غیررسمی، طبقه‌بندی عوامل محیطی موثر بر این عرصه، تفکیک موقعیت‌های خطمشی در فرایند خطمشی گذاری و همچنین، تبیین الگوهای تعاملی ناشی از کنش میان بازیگران عرصه خطمشی گذاری مالیاتی در کشور را می‌توان به عنوان سهم‌های این پژوهش در نظر گرفت. نتایج این پژوهش می‌تواند در اتخاذ رویکرد مناسب خطمشی گذاری مالیاتی مورد کاربرد ذی‌نفعان اصلی این حوزه از جمله وزارت امور اقتصادی و دارایی و سازمان امور مالیاتی کشور قرار گیرد.

مبانی نظری پژوهش

خطمشی گذاری و چارچوب‌های نظری

خطمشی گذاری عمومی یکی از مهم‌ترین ابزارهای مدیریت دولتی نوین است و تاکنون تعاریف متعددی از آن توسط پژوهشگران این عرصه ارائه شده است. اندرسون^۱ (۲۰۱۱)، رویکرد فرایندی، خطمشی گذاری عمومی را سلسله اقداماتی هدفمند می‌داند که توسط گروه‌ها یا فردی قدرتمند و مشروع، برای مقابله و رفع یک مشکل عمومی شکل می‌گیرد. از منظر معرفت‌شناختی،

1. Anderson

خطامشی‌گذاری عمومی عبارت است از «مجموعه‌ای از تصمیم‌های به هم وابسته که به وسیله گروه‌ها یا بازیگران سیاسی با هدف دستیابی به اهداف خاص یا به دست آوردن ابزار مناسب برای دستیابی به آن اهداف اتخاذ می‌شود» (Jenkins, 1978: 10). در یک تعریف کلی، خطامشی‌گذاری عمومی عبارت است از تصمیم‌ها و سیاست‌هایی که به وسیله مراجع مختلف بخش عمومی همچون مجلس، دولت، و قوه قضاییه که نماینده حفظ منافع عمومی جامعه هستند اتخاذ می‌شود. منظور از خطامشی‌گذاری در این پژوهش، طرح پیشنهادها و شکل‌گیری خطامشی است که در آن راه‌های مختلف برای حل مسئله بررسی می‌شود و در نهایت راه‌حل نهایی در قالب خطامشی به صورت قانونی تصویب و ابلاغ می‌شود. شکل‌گیری در این‌جا عبارت است از تجزیه و تحلیل گزینه‌ها و قانونی‌سازی آن‌ها (Daneshfard, 2015).

پژوهش‌ها در زمینه مدل‌سازی نهادی باید در سه سطح چارچوب‌ها، نظریه‌ها، و مدل‌ها دنبال شوند، که در این بین استفاده از چارچوب به عنوان یک پارادایم به شناسایی عناصر و روابط کمک می‌کند (Ostrom, 2019). طراحی مدل نهادی خطامشی‌گذاری مالیاتی نیز نیازمند بهره‌مندی از یک چارچوب نظری مناسب است. پس ابتدا به مقایسه و بررسی انواع رویکردها و چارچوب‌های خطامشی‌گذاری عمومی بر اساس مبانی نظری آن‌ها پرداخته و خلاصه این مقایسه در جدول (۱) ارائه می‌شود.

جدول ۱: مقایسه چارچوب‌های نظری خطمشی گذاری عمومی

چارچوب	منابع	مبانی نظری	کانون تمرکز	واحد تحلیل	سطح تحلیل	عناصر اصلی
اکتشاف مراحل	(Lasswell et al., 1951; Jones, 1970)	فرایند خطمشی گذاری به مجموعه‌ای از گام‌های مشخص (تدوین، اجرا، و ارزیابی) تقسیم می‌شود.	مراحل خطمشی گذاری	خطمشی	سطح خرد	دستورگذاری، تدوین، قانونی سازی، اجرا، و ارزیابی خطمشی
جریان‌های چندگانه	(Kingdon & Stano, 1984)	خطمشی در قالب سه جریان از نقش‌آفرینان و فرایندها شامل جریان مسئله، جریان خطمشی، و جریان سیاست شکل می‌گیرد.	کارآفرینان خطمشی	سیستم کلان	سطح عملیاتی (انتخاب جمعی)	مسائل، خطمشی، سیاست‌ها، پنجره‌ها، و کارآفرینان
ساخت اجتماعی	(Schneider & Ingram, 1993)	تاکید بر ویژگی‌های فرهنگی یا تصویر عمومی از افراد یا گروه‌هایی که رفتار و رفاه آنان از خطمشی عمومی تاثیر می‌پذیرد.	قدرت سیاسی گروه هدف	گروه اجتماعی	سطح خرد (گروه هدف)	جمعیت هدف، طرح‌های گذشته، حال و آتی، نهادها و فرهنگ و جامعه
اشاعه خطمشی	(Berry & Berry, 1990)	اقتباس خطمشی تابعی از ویژگی سیستم‌های سیاسی و گونه‌ای از فرایند اشاعه است.	نوآوری خطمشی	دولت/ دولت محلی	سطح کلان و خرد	نوآوری خطمشی، انتقال خطمشی
ائتلاف جانبدارانه	(Sabatier & Jenkins-Smith, 1993)	تمرکز خطمشی بر تعامل و رقابت ائتلاف‌هایی است که هر کدام متشکل از بازیگرانی از نهادهای مختلف با باورهای مشترک هستند.	تغییر در ائتلاف‌های حاکم	خرده سیستم خطمشی	سطح کلان، خرد و میانه	باورهای نخبگان، رقابت داخلی و فشار بیرونی سیستم، یادگیری
مطالعه تطبیقی/ قیف علیت	(Sharkansky, 1968)	مجموعه‌ای از مطالعات که متغیرهای متنوع را برای تبیین نوسان در برون دادهای خطمشی در میان دولت‌های مختلف توصیف می‌کند.	تدوین و اقتباس خطمشی	دولت، سازمان، شهر، خانواده	سطح عملیاتی (انتخاب جمعی)	تفاوت‌های خطمشی گذاری، تفاوت‌های نهادی
توسعه و تحلیل نهادی	(Ostrom, 2019)	قواعد نهادی در خطمشی گذاری، رفتار منطقی و راهبردی بازیگرانی را تغییر می‌دهد که در پی منافع خود هستند.	عرصه کنش (بازیگران - موقعیت کنش)	سازمان/ گروه/ کلیه سطوح کلان و فرد	عرصه کنش، الگوهای تعاملی، پیامدها، و معیارهای ارزیابی	عرصه کنش، عوامل زمینه‌ای، الگوهای تعاملی، پیامدها، و معیارهای ارزیابی

در میان چارچوب‌های نظری مزبور، این چارچوب نهادی است که از توجه دقیق و صریح به سطوح تحلیل برخوردار است. همچنین، برخلاف دیگر چارچوب‌ها، چارچوب نهادی از طریق اعطای اختیار شناسایی و تعیین واحد تحلیل به تحلیل‌گر، انعطاف‌پذیری و عمومیت را حفظ می‌کند. تبیین رویکرد نهادی **اُستروم (۲۰۱۹)**، به عنوان یکی از مهم‌ترین الگوهای نهادی اخیر، به جهت تفسیر شایسته خود از عوامل زمینه‌ای و نیز تحلیل عرصه خط‌مشی و الگوهای تعاملی آن، خط‌مشی‌گذاری در دولت‌های مدرن را دچار تحول ماهوی بنیادینی نموده است. این چارچوب با بهره‌گیری از تفکیک سطوح مختلف خط‌مشی‌گذاری و واگذاری بخشی از حقوق حکمرانی به بازیگران حاضر در سطح عملیاتی فعالیت‌های اقتصادی، از سازگاری بالایی با خط‌مشی‌گذاری مالیاتی برخوردار است. از این‌رو، در پژوهش حاضر به منظور درک وضعیت سطوح خط‌مشی‌های مالیاتی در ایران و ارائه راهبردهای موثر در این زمینه از چارچوب توسعه و تحلیل نهادی **اُستروم (۲۰۱۹)** استفاده شده است.

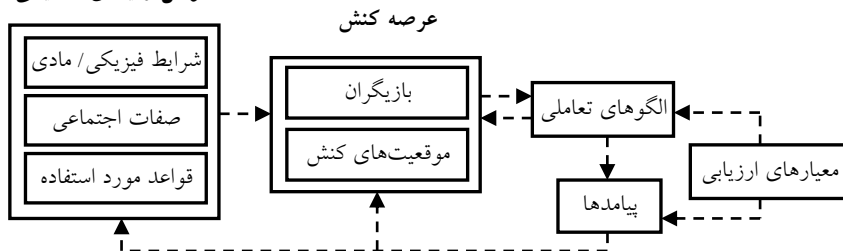
چارچوب توسعه و تحلیل نهادی

چارچوب نهادی به‌طور گسترده در ادبیات با هدف مطالعه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی بکار برده شده است (Pampel et al., 2019; Freedman, 2015; Knauer, 2014; Wales & Wales, 2012; Marriott & Holmes, 2006; Steinmo & Tolbert, 1998)، و قواعد آن رهنمودهایی را برای برجسته ساختن بینش‌های کلیدی در جنبه‌های نهادی، فنی و مشارکتی مداخلات جمعی در مسائل عمومی و تأثیرات ناشی از آن‌ها ارائه داده است (Nigussie et al., 2018). این چارچوب بر نقش نهادها (باورها، هنجارها، و سازمان‌ها) و التزام حکومت به نهادسازی در راستای اعمال حکمرانی تأکید دارد و به منظور تبیین و پیش‌بینی ساختار، فرایندها و پیامدهای نظام خط‌مشی‌گذاری از مولفه‌هایی چون عرصه کنش، عوامل زمینه‌ای، الگوهای تعاملی، معیارهای ارزیابی و پیامدها بهره برده است (Ostrom, 2019). در این بین، عرصه کنش به عنوان عنصر محوری چارچوب نهادی است و گام نخست در تحلیل یک مسئله، مشخص کردن این عرصه است که نشانگر «محل اتخاذ خط‌مشی» است (McGinnis, 2011). عرصه کنش شامل دو بخش موقعیت کنش و بازیگران عرصه است و پژوهشگر برای تشخیص، تبیین، و پیش‌بینی کنش‌ها به شناسایی هر دو عنصر مزبور نیاز دارد.

به دنبال گام‌های چارچوب توسعه و تحلیل نهادی (شکل ۱) و با استفاده از عرصه کنش به عنوان واحد تحلیل، تجزیه و تحلیل به‌طور نظام‌مند مسیر تصمیم‌گیری را از طرح پیشنهادها تا برنامه‌ریزی برای اجرا دنبال می‌کند. هنگامی که عرصه کنش و قواعد مرتبط با آن از نظر ساختار، مدیریت و پیامدهای مشارکت جمعی ارزیابی شوند، نتایج می‌تواند رهنمودهای مفیدی را برای

متخصصان در خصوص چگونگی و مکان کنش برای بهبود ارزش های گسترده اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی خطمشی ها ارائه دهد (Nigussie et al., 2018).

عوامل زمینه ای (محیطی)



شکل ۱: چارچوب توسعه و تحلیل نهادی اُستروم (Ostrom, 2019)

در عرصه کنش، منافع ذی نفعان مختلف در تقابل با یکدیگر برمی آیند و ابتکارهای برنامه ریزی شده شکل می گیرند (Polski & Ostrom, 1999). در مطالعه عرصه خطمشی گذاری مالیاتی کشور در این پژوهش، نویسندگان از مصادیق چالشی و به روز خطمشی های مالیاتی بهره برده اند. پس امکان تحلیل دقیق شکل گیری خطمشی در این عرصه و نوع مشارکت گروه ها و مراجع ذی نفع وجود داشته است.

خطمشی گذاری مالیاتی

خطمشی گذاری مالیاتی با محوریت مالیات نوعی خطمشی گذاری عمومی و دربرگیرنده اصول قانونی است، در این خصوص که چه کسی، چه مقدار و چگونه مالیات پرداخت نماید (Steinmo, 2004). این فرایند ممکن است به طور مرتب در مواجهه با تغییر شرایط سیاسی و اقتصادی تغییر کند و متمایز از سایر انواع خطمشی گذاری های عمومی باشد، چرا که با توجه به اثر مستقیم اقتصادی بر زندگی اشخاص، موجب تحریک بیش تر شهروندان می شود و شهروندان در مقابل آن واکنش قوی تری از خود نشان می دهند (Peters, 1991). در معرفی و شناخت فرایند خطمشی گذاری مالیاتی، منبع قوانین و مقررات مالیاتی ایده هایی دانسته می شود که از سوی منابع مختلف دولت یا خارج از آن ارائه می شود و با سایر عوامل زمینه ای ارتباط تنگاتنگی دارد (Seelkopf & Lierse, 2020). به همین دلیل اقدامات این حوزه شامل مجموعه ای از تصمیم گیری های پیچیده با ملاحظات سیاسی، اقتصادی، اداری، و اخلاقی است (Peters & Pierre, 2006) و عناصری مانند شرایط اجتماعی، مذهبی، و جمعیت شناختی نقش مهمی در این ارتباط ایفا می کنند (Seelkopf Lierse, 2020).

نهادگرایی در خطمشی گذاری مالیاتی

نوع نظام حاکمیتی بر اندازه دولت و نوع و روند تصمیم گیری ها و خطمشی گذاری های مالیاتی اثر می گذارد. میزان اعتماد و حمایت های مردمی در برابر نظام های حاکمیت مطلقه و دموکراسی متفاوت است. یک نظام دموکراتیک، با محدودیت اختیارات دولت به واسطه قانون اساسی و اختیار و کنترل عامه مردم مشخص می شود. در مقابل، در یک حاکمیت مطلقه (خودکامه) صرفاً یک یا چند شخص محدود، دارای کنترل و اختیارات نامحدود در تصمیم گیری های سیاسی و خطمشی گذاری ها هستند و ضمن بی توجهی به نقش نهادها در خطمشی گذاری های مالیاتی، تصمیم های آن ها وابسته به جلب رضایت یک گروه نخبه کوچک است. این تفاوت های نهادی می تواند نقش مهمی را در انگیزه و توانایی های خطمشی گذاران مالیاتی ایفا نمایند (Seelkopf & Lierse, 2020). به عبارت دیگر، خطمشی گذاری مالیاتی نیازمند مشارکت دموکراتیک نهادهای مردمی و دولتی است. از آن جا که در چارچوب توسعه و تحلیل نهادی، توسعه به مفهوم فرایند تغییرات پویای نهادی و نیز تغییر در اثرات آن ها در طول زمان تفسیر می شود (McGinnis, 2011)، و در فرایند خطمشی گذاری مالیاتی، به شکل بنیادین با مجموعه گسترده ای از نقش آفرینان و شبکه روابط پیچیده آن ها و گستره متنوعی از گفتمان ها، تعاملات، ارزش ها، تصورات، هویت ها و رویکردهای خاص مواجه هستیم (Steinmo & Tolbert, 1998)، نقش نهادگرایی در خطمشی گذاری مالیاتی برجسته می شود. از این رو، با توجه به نظام حاکمیتی ایران و تاکید بر نقش و جایگاه نهادها و عموم مردم در تصمیم گیری های اساسی در قالب یک نظام جمهوری و مردم سالار دینی، توجه به نقش نهادها و بخش خصوصی در کنار مراجع دولتی و بهره گیری از یک چارچوب نهادی منسجم در خطمشی گذاری های مالیاتی بسیار دارای اهمیت است.

در خصوص پژوهش های صورت گرفته در زمینه خطمشی گذاری مالیاتی، برخی از پژوهشگران خطمشی های مالیاتی را به طور ضمنی در تشریح مدل های شکل گیری خطمشی گذاری عمومی و به شکلی مستقل یا در مقایسه چند کشور در قالب یک مطالعه تطبیقی بررسی کرده اند (Steinmo, 2004; Holcombe, 1998)، و برخی نیز مدل خطمشی گذاری مالیاتی را با رویکرد اقتصادی و تحلیلی مورد توجه قرار داده اند (Auerbach et al., 2017). مهم ترین رویکردهایی که در این حوزه توسط پژوهشگران مورد تاکید قرار گرفته اند عبارتند از رویکرد نهادی (Pampel et al., 2019; Marriott & Holmes, 2006; Steinmo & Tolbert, 1998)، رویکرد فرایندی (James & Edwards, 2008)، رویکرد تدریجی (Hansen, 1983)؛

(Hettich & Winer, 2005)، و رویکرد انتخاب عمومی (Holcombe, 1998; Wicksell, 1958). در این بین رویکرد نهادی از رویکردهای سنتی و متداول خط‌مشی‌گذاری مالیاتی است که نشان می‌دهد چگونه نهادها به شکل‌گیری خط‌مشی‌ها در عرصه خاص و مهمی از حیات سیاسی کمک می‌کنند (Steinmo, 2004). در بررسی رویکرد و نگرش پژوهشگران و صاحب‌نظران خط‌مشی‌گذاری در ایران و سایر کشورها، خلاصه نتایج پژوهش‌های صورت‌گرفته مرتبط در **جدول (۲)** آمده است.

جدول ۲: نظریات پژوهشگران در حوزه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی

پژوهشگران	رویکرد	شرح دیدگاه
پمپل و همکاران (۲۰۱۹)	نهادی	نگرش‌ها و قواعد نهادی از راه‌های قابل‌پیش‌بینی بر تمکین مالیاتی اثر می‌گذارند، اما اثر آن‌ها در کشورهای مختلف متفاوت و متناقض است. در خط‌مشی‌گذاری مالیاتی قواعد نهادی بسیار اهمیت دارند و افراد به انگیزه‌های نهادی که با آن‌ها مواجه‌اند، به شکل معنادار و قابل‌قبولی پاسخ می‌دهند.
آرباخ و همکاران (۲۰۱۷)	نهادی	برآوردهای پویای اقتصادی می‌توانند اثر مهمی بر خط‌مشی‌های مالیاتی داشته باشند. هم‌اندیشی و مشارکت نهادهای تخصصی و اندیشکده‌های مالیاتی در تدوین خط‌مشی‌های مالیاتی نقش موثری در موفقیت و پیشبرد اهداف خط‌مشی‌ها ایفا می‌کنند.
فریدمن (۲۰۱۵)	نهادی	خط‌مشی‌گذاران باید خط‌مشی‌های بهینه مالیاتی را با مشاوره و تبادل نظر وضع کنند. آن‌ها نیازمند نوعی ساختار سازمانی و محیطی مستقل هستند که امکان مصاحبه با افراد و آگاهی از نظر متخصصان و اخذ مشاوره و همچنین اخذ نقطه‌نظرهای طیف گسترده‌ای از سایر دیدگاه‌ها را فراهم آورد.
کناور (۲۰۱۴)	نهادی	هدف اصلی خط‌مشی‌های مالیاتی، اطلاع‌رسانی، شفافیت و پاسخگویی بیش‌تر به نیازهای مودیان است. نظام مالیاتی باید به‌طور مستمر ویژگی‌های شخصیتی، اختلافات موجود میان مودیان و مراجع ذی‌نفع، و وجود بی‌عدالتی مالیاتی را در تدوین خط‌مشی‌های خود در نظر داشته باشد.
والس و والس (۲۰۱۲)	نهادی	بازیگران نهاد خط‌مشی‌گذاری مالیاتی را می‌توان در قالب نهادهای داخلی قوه مجریه، نهاد قانونگذاری (قوه مقننه)، نهادهای خارج از حاکمیت همچون اندیشکده‌های مالیاتی و همچنین، انجمن مودیان مالیاتی شناسایی نمود. خط‌مشی‌های مالیاتی موفق نیازمند پیوند اساسی میان نظام مالیاتی با نمایندگان اتحادیه و شرکت‌ها هستند و دولت‌ها باید دارای یک دستورالعمل روشن برای اصلاحات اساسی مالیاتی باشند.
حسنوند و همکاران (۲۰۲۰)	فرایندی	مهم‌ترین آسیب‌های خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در ایران عبارت‌اند از عدم تمکین مالیاتی، ضعف نظام اطلاعات مالیاتی، نبود فرهنگ و باور مالیاتی صحیح مودیان، جابه‌جایی‌های متعدد و سیاسی برای مدیران نظام مالیاتی، گستره و توزیع نامناسب معافیت‌های مالیاتی، و نبود نظارت و ارزیابی کافی در سیاست‌های مالیاتی.

ادامه جدول ۲: نظرهای پژوهشگران در حوزه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی

پژوهشگران	رویکرد	شرح دیدگاه
ثنایی اعلم و الوانی (۲۰۱۸)	نهادی	مدل هدف خط‌مشی‌گذاری مالیاتی کشور باید دارای سطحی از انتزاع باشد که حتی‌الامکان همه عوامل موثر بر تدوین و اجرای آن را در نظر بگیرد. در خط‌مشی‌گذاری مالیاتی باید به ویژگی‌های خط‌مشی و مولفه‌های شکل‌گیری خط‌مشی در کنار عوامل مربوط به عرصه خرد توجه نمود. همچنین، توجه به عوامل محیطی کلان مداخله‌گر و عرصه نهادی در خط‌مشی‌گذاری مالیاتی بسیار دارای اهمیت است.
شیخ‌حسنی و همکاران (۱۳۹۷)	نهادی	پیش از هرگونه خط‌مشی‌گذاری در حوزه مالیات باید سازگاری آن خط‌مشی با اصول و قوانین پایه مالیاتی بررسی شود. تصمیم‌گیری در حوزه مالیات، در مواردی فراتر از اختیارات مرجع خط‌مشی‌گذار است و خط‌مشی‌های مالیاتی با فشار اشخاص، نهادها و وزارتخانه‌های متعدد محدود می‌شوند یا تغییر می‌یابند. خط‌مشی مالیاتی در نقطه تعادل میان عوامل اقتصادی، سیاسی، و اداری شکل می‌گیرد و در این حوزه توجه به نگرش‌ها و اصول اعتقادی نیز دارای اهمیت است.
میرزمانی و همکاران (۲۰۱۹)	فرایندی	عوامل موثر بر فرایند دستورگذاری مالیاتی در سه گروه (۱) عوامل مربوط به مسئله، (۲) عوامل سیاسی، و (۳) عوامل مربوط به سیاست پیشنهادی دسته‌بندی می‌شوند و موثرترین بازیگران فرایند خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در دو دسته بازیگران درون حکومتی (شامل سازمان امور مالیاتی کشور، وزارت امور اقتصادی و دارایی، مجلس شورای اسلامی، هیئت دولت، رئیس‌جمهوری، کمیسیون اقتصادی مجلس، مرکز پژوهش‌های مجلس، وزارت صنعت معدن و تجارت، کمیسیون صنایع و معادن مجلس، و کمیسیون تلفیق بودجه مجلس)، و بازیگران بیرون از حکومت (شامل مودیان مالیاتی در قالب اشخاص، اصناف و تولیدکنندگان عمده، و گروه‌های ذی‌نفع) قابل‌شناسایی هستند.
واعظی و محمدی (۱۳۹۶)	فرایندی	در طراحی الگوی ارزیابی خط‌مشی‌گذاری مالیاتی توجه به سطوح محیطی، نهادی، و سازمانی بسیار دارای اهمیت است. الگوی ارزیابی خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در سه مرحله پیش از اجرا (شامل دستورگذاری، تدوین و تصویب قانون مالیات)، حین اجرا و پس از اجرا قابل‌مطالعه است. ارزیابی پیش از اجرا با توجه به نهاد ارزیابی‌کننده شامل دو بخش مکمل است: الگوی ارزیابی هزینه‌گرا توسط نهاد مجری و الگوی ارزیابی واقع‌گرا توسط نهاد مستقل.

فریدون کرمی

دوره ۲۴ - شماره ۱ - شماره ۱۴۰۰ - شماره ۱ - شماره ۱۱۵

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و توسعه‌ای محسوب می‌شود، مبتنی بر پارادایم تفسیری و رویکردی استقرایی است، و از روش کیفی بهره می‌برد. با توجه به ماهیت اکتشافی و تجربه‌گرا بودن

مسئله پژوهش، برای کشف مفاهیم پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر از راهبرد تحلیل مضمون^۱ استفاده شده است. در این رویکرد، داده‌های مورد نیاز با بهره‌گیری از شیوه تحلیل مضمون **براون و کلارک (۲۰۰۶)**^۲ گردآوری، کدگذاری و تحلیل شده و کدگذاری به دو صورت دستی و نرم‌افزاری (با استفاده از نرم‌افزار Nvivo12) صورت گرفته است. برای جمع‌آوری داده‌ها نیز از ابزار مصاحبه استفاده شده و همچنین به منظور دستیابی به کفایت منابع و شناخت عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی از بررسی اسناد، انتخاب نمونه خارجی و نتایج مطالعه تطبیقی خط‌مشی‌گذاری در ایران و کشورهای الگو با نظام خط‌مشی‌گذاری مالیاتی توسعه‌یافته بهره‌برده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل مستندات رسمی عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی و خبرگان و مقامات ارشد نهاد مالیاتی در ایران و برخی از کشورهای الگوست. برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان از روش هدفمند نمونه‌گیری استفاده شده و تعداد نمونه‌ها از قبل مشخص نبوده، بلکه با توجه به اشیاع نظری نمونه‌گیری انجام شده است. بر اساس این، تعداد ۱۴ خبره حوزه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند که توزیع آماری آن‌ها در **جدول (۳)** نشان داده شده است.

جدول ۳: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان (نمونه آماری)

تعداد	موقعیت حرفه‌ای / شغلی	مصاحبه‌شوندگان (شماره نمونه)
۳	استادان دانشگاه ملی مالیات ژاپن	دانشگاه ملی مالیات ژاپن ^۳
۲	خبرگان / معاونان مالیات‌های ژاپن	آژانس ملی مالیات ژاپن ^۴
۱	معاون مالیات‌های مستقیم سازمان مالیاتی استرالیا	سازمان مالیاتی استرالیا ^۵
۲	استادان حوزه حسابداری و مالیات دانشگاه ویکتوریایی نیوزلند	دانشگاه ویکتوریایی نیوزلند ^۶
۱	معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی ایران	وزارت امور اقتصادی و دارایی ایران
۲	رؤسای اسبق سازمان امور مالیاتی کشور	سازمان امور مالیاتی کشور
۲	معاونان سازمان امور مالیاتی کشور	سازمان امور مالیاتی کشور
۱	رئیس مرکز پژوهش و برنامه‌ریزی سازمان امور مالیاتی کشور	سازمان امور مالیاتی کشور

* کلیه مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک تحصیلی دکتری هستند و ۵ نفر از ایشان علاوه بر عضویت در نهاد خط‌مشی‌گذاری مالیاتی همزمان به عنوان عضو هیئت علمی دانشگاه در رشته‌های اقتصاد، حسابداری، و مدیریت فعالیت دارند.

1. Thematic Analysis
2. Braun & Clarke
3. National Tax College (NTC)
4. National Tax Agency (NTA)
5. Australian Taxation Office (ATO)
6. Victoria University of Wellington

مصاحبه‌ها به شکل حضوری و به‌طور متوسط حدود دو ساعت به طول انجامید. در ارتباط با ایجاد طرح گفتمانی با مصاحبه‌شوندگان داخلی، از مصادیق واقعی و به‌روز خط‌مشی‌گذاری مالیاتی کشور از قبیل طرح مالیات بر خانه‌های خالی، طرح مالیات بر عایدی سرمایه، لایحه تمدید مالیات بر ارزش‌افزوده و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان استفاده شد که در زمان انجام این پژوهش در زمره پرچالش‌ترین مسائل مالیاتی کشور بودند. مصاحبه با نمونه‌های خارجی نیز در جریان مأموریت‌های رسمی یکی از پژوهشگران در محل سازمان مالیاتی کشورهای استرالیا و ژاپن و همچنین دانشگاه ملی مالیات ژاپن و دانشگاه ویکتوریایی نیوزلند به صورت مصاحبه‌های باز و غیرساختاریافته و با مطرح کردن مباحث کلی در خصوص بازیگران و قواعد نهادی حاکم بر عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی آن کشورها صورت گرفت. به منظور اعتبارسنجی نتایج کیفی در جریان باورپذیری، اطمینان‌پذیری، تاییدپذیری، و انتقال‌پذیری بر اساس توصیه کینگ و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، از چهار رویه خودآزمون کدگذاری، استفاده از کدگذاران مستقل، دریافت بازخورد از مصاحبه‌شوندگان ضمن ارائه توصیف غنی، و ثبت جزئیات بررسی‌ها استفاده شد.

نتایج مقایسه نظام‌های خط‌مشی‌گذاری

به منظور مقایسه ساختارهای نهادی خط‌مشی‌گذاری مالیاتی کشورها و همچنین برجسته کردن اختلاف‌های رویکردی و قابلیت دولت‌ها در فرایند خط‌مشی‌گذاری، یک مطالعه تطبیقی میان نظام‌های خط‌مشی‌گذاری ایران و کشورهای الگو انجام گرفته است (هراتی و عبدی، ۱۳۹۸). انتخاب این کشورها بر اساس رتبه‌بندی انجام‌شده بر مبنای شاخص‌های کلیدی نظام‌های مالیاتی موفق، توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲ و شبکه خدمات حرفه‌ای چندملیتی پی دابلیو سی^۳ صورت گرفته است. همچنین، از جمله اولویت‌های موثر بر انتخاب این نمونه، امکان دسترسی به ادبیات نظری، مقامات مالیاتی و اشخاص مطلع در حوزه خط‌مشی‌گذاری آن کشورها بوده است. نتایج حاصل از مقایسه کارویژه‌های فرایندی در خط‌مشی‌گذاری عمومی این کشورها، شامل تصریح منافع (ابزار و روش مشارکت شهروندان در خط‌مشی‌گذاری‌های عمومی)، تالیف منافع (نهادهای مجاز به مشارکت و بیان‌کننده نیاز و خواسته‌های شهروندان)، و نهادهای مسئول شکل‌گیری، اجرا و نظارت بر خط‌مشی‌های عمومی در جدول (۴) نشان داده شده است.

1. King et al.

2. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

3. Price Waterhouse Coopers (PWC)

جدول ۴: کارویژه‌های فرایندی خط‌مشی‌گذاری عمومی در کشورهای الگو

کشورها	مؤلفه‌ها	تصریح منافع	تالیف منافع	شکل‌گیری خط‌مشی	اجرای خط‌مشی	نظارت بر اجرا
استرالیا	سطوح مختلف انجمن‌های محلی، نهادهای مدنی و دولتی	وزرا و رؤسای سازمان‌های دولتی	دولت و مجلس	دولت	دادگاه‌ها	دولت و دادگاه‌ها
کانادا	مجلس، گروه‌های ذی‌نفع، و انجمن‌های داوطلبانه	گروه‌های ذی‌نفع، احزاب، و سازمان‌های غیردولتی	مجلس، دولت، و دادگاه‌های قضایی	دولت و سازمان‌ها	وزارت دادگستری	دولت و وزارت دادگستری
نیوزلند	انجمن مشارکت عمومی نیوزلند	احزاب فعال و موسسه‌های مردم‌نهاد	مجلس	دولت	دولت	دولت
انگلستان	مشارکت در انتخابات و عضویت در گروه‌های شهروندی	احزاب سیاسی و سندیکاها	مجلس (عوام و اعیان) و وزیر	دولت	دولت و مجلس	دولت و مجلس
ژاپن	شرکت در انتخابات مجلس (نمایندگان و مشاوران)	احزاب سیاسی	مجلس (نمایندگان و مشاوران) و دولت	دولت	دادگاه‌های کشور	دولت و دادگاه‌های کشور
ایرلند	احزاب سیاسی و نمایندگان	احزاب و سازمان‌های مدنی	دولت و مجلس	دولت و سازمان‌ها	دولت و مجلس	دولت و مجلس
نروژ	احزاب سیاسی، نهادهای مدنی، و نمایندگان مجلس	احزاب فعال و گروه‌های ذی‌نفع	مجلس و دولت	دولت	مجلس	مجلس
آلمان	احزاب سیاسی، شورای فدرال، و مقامات دولتی یا مجلس	کمیسیون‌های تخصصی مجلس یا شورای فدرال	مجلس و شورای فدرال و دولت	دولت مرکزی و دولت‌های ایالتی	مجلس فدرال	مجلس فدرال
ایران	نمایندگان اتحادیه‌های صنفی و شرکت در انتخابات	مجلس (در غیاب احزاب واقعی)	رهبری، مجلس، دولت، قوه قضاییه، و شوراهای اجرایی	دولت، شهرداری‌ها، و سایر نهادهای اجرایی	مجلس، دولت، و شوراهای	مجلس، دولت، و شوراهای

منبع: (Almond et al., 1974)

خلاصه نتایج مقایسه بازیگران نهادی عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی در هر یک از موقعیت‌های این عرصه و وضعیت مشاوره عمومی و آموزش داخلی نهاد مزبور در ایران و کشورهای الگو در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۵: عناصر و ویژگی‌های نهاد خط‌مشی‌گذاری مالیاتی کشورهای الگو

نام کشور	توسعه‌دهنده خط‌مشی	تهیه‌کننده طرح و لایحه / پیش‌نویس	تصویب‌کننده خط‌مشی	مجری خط‌مشی	مشاوره عمومی	آموزش داخلی
کانادا	دایره خط‌مشی‌گذاری	دایره خط‌مشی‌گذاری، اداره درآمد و دادگستری	مجلس عوام و سنا و فرماندار کل	اداره درآمد کانادا	غیرقابل دسترس	غیرقابل دسترس
استرالیا	خزانه‌داری	خزانه‌داری	مجلس (نمایندگان و سنا)	سازمان مالیاتی	دارد - غیرعمومی گسترده	به صورت گسترده
انگلستان	هیئت مشاوره مالیاتی	هیئت مشاوره مالیاتی	مجلس	اداره درآمد و گمرک	به ندرت	غیرقابل دسترس
نیوزلند	اداره درآمد داخلی و خزانه‌داری	کمیته خط‌مشی‌گذاری مالیاتی جامع	مجلس	اداره درآمد داخلی	دارد	دارد
ژاپن	سازمان مالیاتی و دانشکده مالیات	وزارت دارایی، وزارت امور داخلی و ارتباطات	مجلس	آژانس ملی مالیات	دارد	دارد
جمهوری ایرلند	اداره مالیات - دایره خط‌مشی‌گذاری	اداره مالیات - دایره خط‌مشی‌گذاری مالیاتی	اداره مالیات جمهوری ایرلند	کمیسیون درآمدی	به صورت محدود	دارد
نروژ	وزارت دارایی (اداره خط‌مشی‌گذاری)	وزارت دارایی (اداره خط‌مشی‌گذاری مالیاتی)	مجلس	آژانس ملی مالیات	به صورت گسترده	دارد
آلمان	وزارت دارایی (اداره خط‌مشی‌گذاری)	وزارت دارایی	مجلس و شورای فدرال	سازمان مالیاتی	توسط دانشگاه	دارد
ایران	حساب مورد وزارت دارایی، دولت یا مجلس	حساب مورد در مجلس، دولت یا وزارت دارایی	مجلس، دولت، و وزارت دارایی	سازمان امور مالیاتی	بسیار محدود	بسیار محدود

منابع: (Wales & Wales, 2012; Arnold, 2013; Lang et al., 2016; Grote, 2019)

یافته‌ها

در جریان فرایند تحلیل مضمون و کدگذاری منابع پژوهش، ۱۵۱۱ کد مفهومی مرتبط استخراج شد و پس از مرتب‌سازی کدها و تلفیق و پالایش آن‌ها، ۲۹ مضمون سازمان‌دهنده در قالب سه مضمون فراگیر بازیگران عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی، موقعیت خط‌مشی‌گذاری، و عوامل موثر بر خط‌مشی‌گذاری مالیاتی شناسایی شدند. نمونه‌ای از کدگذاری‌های صورت‌گرفته و استخراج کدهای مفهومی در **جدول (۶)** نشان داده شده است. کدگذاری مفهومی گزاره‌ها در قالب‌های

ترکیبی حرفی و عددی صورت گرفته است. برای مثال، کدهای مفهومی مربوط به مضمون فراگیر بازیگران عرصه خط‌مشی‌گذاری مالیاتی با حرف A (Actor) و کدهای مفهومی مضامین مربوط به وزارت امور اقتصادی و دارایی با نماد (A2) نشان شده است.

جدول ۶: نمونه کدگذاری و شناسایی کدهای مفهومی

متن گزاره/ مصاحبه	کدگذاری مفهومی مضامین
در درون حاکمیت، بازیگران کلیدی این فرایند عبارت‌اند از وزارت دارایی که هزینه‌ها و درآمد عمومی را برآورد می‌کند، سایر وزیران که برای دستیابی به اهداف سیاسی از طریق نظام مالیاتی در تلاش هستند، و اداره درآمد داخلی که نقش آن اجرای قانون و بهبود وضعیت تمکین مالیاتی است. اغلب اهداف این نهادها در طرح پیشنهادی خط‌مشی مالیاتی در رقابت هستند، و این امر به ظهور خط‌مشی‌های پیچیده و مبادلات اداری منجر می‌شود.	A2: وزارت دارایی F4: هزینه و درآمد عمومی A5: سایر وزرا A1: اداره درآمد داخلی F12: تمکین مالیاتی S1: طرح پیشنهادی خط‌مشی S4: مشارکت و ارتباطات رسمی
موضوع مالیات بر عایدی سرمایه در سازمان امور مالیاتی مطرح شد و یک پیش‌نویس اولیه در این خصوص آماده شده و هم‌زمان طرحی را نیز مجلس آماده کرده و جلساتی هم در این زمینه برگزار شده است. مالیات بر عایدی سرمایه یک نظام مالیاتی جدید است که باید با سازوکارهای دقیقی اجرا شود و به همین جهت فرایند تهیه این طرح تاکنون به طول انجامیده است. طرح مجلس هم در این خصوص در دست کارشناسی است و نیاز به فرصت بیش‌تری دارد. با توجه به اهمیت این طرح، باید در این موضوع سریع‌تر اقدام شود تا با کمک بخش خصوصی بتوان این لایحه را به‌سرعت آماده کرد و به مجلس ارائه داد.	A1: سازمان امور مالیاتی S1: طرح پیشنهاد S5: طراحی خط‌مشی A3: مجلس S4: مشارکت و ارتباطات رسمی S2: رایزنی و مشاوره عمومی
بحث مشارکت و ارتباطات میان سازمان‌ها و نهادهای مختلف و همچنین بخش خصوصی در سیاست‌گذاری مالیاتی بسیار قابل توجه و اهمیت است. برای مثال، نهادهای دانشگاهی به‌ویژه دانشگاه‌های پیشرو در موضوعات اقتصادی می‌توانند مشاوره‌های قابل توجه و سازنده‌ای را در فرایند سیاست‌گذاری مالیاتی به واحد مربوطه ارائه دهند. علاوه بر این، نمی‌توان از تاثیر مشارکت نهادهای دولتی همچون دستگاه‌ها و وزارتخانه‌های مرتبط همچون وزارت صنعت معدن و تجارت غافل بود.	S2: رایزنی و مشاوره عمومی A6: مودیان مالیاتی A7: نهادهای دانشگاهی S4: مشارکت و ارتباطات رسمی A5: وزرا و اعضای هیئت دولت
دیدگاه جامعه در خصوص خط‌مشی‌های مالیاتی و مسائل اقتصادی بسیار دارای اهمیت است و باید نظر جامعه و عموم در این زمینه در نظر گرفته شود. ما در زمان تدوین خط‌مشی‌های مالیاتی باید به بررسی تاثیرگذاری بر رفتار جامعه و درک چگونگی تاثیرگذاری خط‌مشی‌های مالیاتی بر سیستم مالیاتی و اقتصاد بپردازیم. هدف تنها تدوین خط‌مشی‌های مالیاتی و وصول مالیات نیست، بلکه باید کل جامعه را در نظر داشت.	S2: مشاوره عمومی F12: رفتار مالیاتی سازگار

بازیگران عرصه خطمشی گذاری

این که چه کسانی تصمیم می گیرند و چرا این تصمیم ها را برای اجرا اتخاذ می کنند، همواره پرسش مهم پیشاروی دانش پژوهان خطمشی بوده است (Smith & Larimer, 2016). به دنبال تشخیص عرصه های کنش پیرامون خطمشی گذاری مالیاتی بر اساس چارچوب توسعه و تحلیل نهادی استروم، بازیگران کلیدی عرصه خطمشی گذاری در نهاد مالیاتی عبارت اند از: سازمان امور مالیاتی کشور، وزارت دارایی، مجلس شورای اسلامی، هیئت دولت / وزیران، کمیته خطمشی گذاری مالیاتی، مودیان (اشخاص حقیقی / حقوقی و اتحادیه های صنفی)، و موسسه های دانشگاهی و اندیشکده ها.

الف. سازمان امور مالیاتی

سازمان امور مالیاتی کشور در مواجهه با خطمشی های مالیاتی مختلف واکنش یکسانی ندارد. نقش حمایتی این سازمان در طراحی و اجرای خطمشی های درآمدزا همچون تمديد قانون مالیات بر ارزش افزوده پررنگ تر بوده است. این سازمان در اجرای اثربخش خطمشی های مدون از جریان مناسب تبادل اطلاعات مورد نیاز با دستگاه های ذی ربط برخوردار نبوده است و همواره این موضوع یکی از دلایل اصلی عدم اجرای به موقع و موثر خطمشی ها عنوان شده است. جریان نامطلوب تبادل اطلاعات را می توان ناشی از نبود انسجام و هماهنگی میان دستگاه های ذی نفع و مرتبط با خطمشی های مالیاتی دانست. یکی از ضعف های اساسی سازمان امور مالیاتی کشور در فرایند خطمشی گذاری، نبود فرایند مشاوره عمومی و مشارکت موثر این سازمان با مودیان و نمایندگان آنها چه در جریان خطمشی گذاری و چه در زمینه دریافت بازخورد پس از اجرای آنهاست که می تواند پیامدهای نامطلوبی همچون اعتراضات و اعتصابات صنفی را به همراه داشته باشد. از جمله وظایف و اختیارات رسمی این سازمان در عرصه خطمشی گذاری مالیاتی عبارت اند از: اظهار نظر و ارائه پیشنهادهای لازم در زمینه تدوین خطمشی های مالیاتی، تنظیم سیاست های اجرایی برای اخذ مالیات در کشور و نظارت بر حسن اجرای آنها، اتخاذ تدابیر لازم در خصوص چگونگی اجرای قوانین و مقررات مالیاتی از طریق تهیه و تنظیم آیین نامه ها و دستورالعمل های لازم و طراحی نظام ها و روش های اجرایی برای تشخیص و وصول مالیات، تامین و ارائه اطلاعات و آمارهای مالیاتی، برآورد هزینه های اجرای خطمشی، و تامین داده های ورودی مربوط به جنبه های عملی و اداری نوآوری های خطمشی^۱.

1. <https://www.intamedia.ir/vision-and-mission>

ب. وزارت امور اقتصادی و دارایی

وزارت امور اقتصادی و دارایی مسئول اصلی تنظیم سیاست‌های اقتصادی و مالی کشور است و ایجاد هماهنگی در امور و اجرای سیاست‌های مالی را بر عهده دارد^۱. یکی از اقدام‌های اساسی وزارت دارایی در حوزه خطمشی‌گذاری مالیاتی تشکیل یک کمیته خطمشی‌گذاری در خصوص طراحی و تدوین خطمشی‌های مالیاتی با حضور نمایندگانی از متخصصان و کارشناسان سازمان امور مالیاتی کشور است. در تدوین سیاست‌های مالیاتی نیز نظر نهایی، با وزارتخانه و شخص وزیر است که در این راه بهره‌گیری از مشاوران خبره وزیر و همچنین خبرگان عالی در سازمان امور مالیاتی می‌تواند به طراحی و تدوین پیشنهادهای اصلاحی و لوایح مالیاتی ارزشمندتر و اثربخش‌تری منجر گردد. در تدوین خطمشی‌های مالیاتی در ایران مشارکت موثری میان وزارت دارایی و سازمان امور مالیاتی کشور وجود دارد. اما این وزارتخانه در مشارکت و تبادل اطلاعات با سایر دستگاه‌ها و وزارتخانه‌ها در جریان خطمشی‌های مالیاتی همواره با مشکلات و کاستی‌های اساسی مواجه بوده است و می‌توان نبود مشارکت کارآمد در این زمینه را از دلایل تاخیر و تعویق در تدوین و اجرای خطمشی‌ها دانست.

پ. مجلس شورای اسلامی

نمایندگان و اعضای کمیسیون‌های تخصصی مجلس شورای اسلامی، همچون کمیسیون اقتصادی، کمیسیون تلفیق بودجه و مرکز پژوهش‌های مجلس جایگاه ویژه‌ای در روند خطمشی‌گذاری مالیاتی دارند. این اعضا به‌ندرت کارشناسان خبره خطمشی‌گذاری مالیاتی هستند، اما می‌توانند سهم قابل‌توجهی در توسعه خطمشی‌ها داشته باشند. اصولاً نمایندگان، نهادها و کمیسیون‌های وابسته به مجلس شورای اسلامی سه نقش کلیدی را در عرصه خطمشی‌گذاری مالیاتی در کشور ایفا می‌کنند: ۱) نظارت و تایید یا رد پیشنهادهای خطمشی (طرح‌ها و لوایح)، ۲) مشارکت در توسعه و تدوین خطمشی‌ها، و ۳) طرح پیشنهادهای خطمشی. در میان این موارد، نقش نظارت و تصویب خطمشی‌های مالیاتی برای مجلس مرسوم‌تر است. یکی از آفت‌های شایان توجه در نظام خطمشی‌گذاری مالیاتی ایران نبود همسویی و مشارکت لازم بین مجلس و دولت از حیث گرایش‌های حزبی است که این امر از دلایل اصلی طولانی شدن فرایندهای تدوین و تصویب خطمشی‌های مالیاتی در کشور، همچون تاخیر در ارائه لایحه مالیات بر عایدی سرمایه عنوان شده است.

1. <https://mefa.ir/fa-IR/mefa/5111>

ت. هیئت دولت

وزیران و اعضای هیئت دولت نقش بنیادینی در ختمشی‌گذاری مالیاتی ایفا می‌کنند. در مواردی مشاهده می‌شود که ختمشی‌های مالیاتی بر اساس مصوبه‌های هیئت دولت یا نظرهای مشورتی معاونت حقوقی رییس‌جمهوری شکل گرفته است (شیخ‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). در نهایت، آنچه که برای تصویب به مجلس در خصوص ختمشی‌های مالیاتی ارائه می‌گردد، باید به تایید هیئت دولت و کابینه مربوطه برسد. ازجمله وظایف هیئت دولت در جریان ختمشی‌گذاری مالیاتی در کشور عبارت‌اند از: تایید و تصویب کابینه‌ای لوایح مالیاتی پیشنهادی از سوی وزارت دارایی و سایر دستگاه‌های دولتی، بررسی تغییرات مالیاتی پس از اجرا و تنظیم لوایح مالیاتی، و ارائه به مجلس به منظور تصویب و قانونی‌سازی آن‌ها.

ث. کمیته ختمشی‌گذاری مالیاتی

گروته (۲۰۱۹) به گزارش صندوق بین‌المللی پول، در خصوص ختمشی‌گذاری مالیاتی، ضمن تاکید بر اهمیت نقش واحد ختمشی‌گذاری مالیاتی در ساختار وزارت دارایی کشورها، وظایف کلیدی را در حوزه ختمشی‌گذاری مالیاتی برای این واحد در نظر گرفته است. بر اساس گزارش این نهاد، این امر کاملاً مرسوم است که دولت‌ها تحلیل‌های دقیق حوزه ختمشی‌گذاری مالیاتی را به یک واحد دولتی متخصص تحلیل داده‌ها و مدل‌های اقتصادی واگذار نمایند (Grote, 2019). با توجه به تاکید بیش‌تر خبرگان در جریان فرایند مصاحبه، بر لزوم ایجاد واحد مزبور به عنوان عضوی رسمی در نهاد ختمشی‌گذاری مالیاتی کشور اتفاق نظر وجود داشته است. اگرچه تا زمان انجام این پژوهش چنین واحدی در بدنه وزارت دارایی یا در ساختار نظام مالیاتی ایران ماهیت وجودی پیدا نکرده است، اما کمیته ختمشی‌گذاری مالیاتی به صورت موردی در وزارت دارایی یا مجلس تشکیل شده است، همچون کارگروه راهبری سامانه مودیان در زمینه پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان.

ج. مودیان (اشخاص حقیقی / حقوقی و اتحادیه‌های صنفی)

در جریان مشارکت مودیان در فرایند ختمشی‌گذاری مالیاتی در چارچوب پژوهش و بر اساس نظرهای خبرگان، دو نقش کلیدی برای ایشان در نظر گرفته شده است که از نظر مفهومی کاملاً از یکدیگر متمایزند. نخستین مورد «مشارکت و مشاوره عمومی» با دولت در جریان برنامه‌ها و

خطمشی‌های مالیاتی است که در آن دولت به دنبال تعامل با اشخاص و اتحادیه‌های صنفی برای تحقق نقطه‌نظرهای آن‌ها و کسب اطلاعات و دانش مورد نیاز در تدوین و اجرای خطمشی‌هاست. مورد دوم «لابی‌گری» است که در عمل شامل طیف وسیعی از ارتباطات میان اشخاص و کسب‌وکارها با نهادهای تصمیم‌گیری است که تاثیر مستقیمی بر توسعه خطمشی‌های مالیاتی دارد. در ایران، فرصت مشارکت عمومی برای مودیان و نمایندگان آن‌ها به شکل رسمی وجود ندارد و تنها بازخورد نظرهای عمومی را می‌توان از کانال نمایندگان در مجلس شورای اسلامی شاهد بود، اگرچه در پاره‌ای از موارد مداخله اشخاص صاحب نفوذ نقش موثری در روند تصمیم‌گیری‌ها و حتی اجرای خطمشی‌های مصوب ایفا می‌کند.

چ. موسسه‌های دانشگاهی و اندیشکده‌ها

دانشگاه‌ها و اندیشکده‌ها از راه‌های مختلف می‌توانند به‌طور بالقوه سهم بسزایی در خطمشی‌گذاری مالیاتی داشته باشند و در هر دو انتهای فرایند خطمشی‌گذاری یعنی در حوزه طرح پیشنهاد (ایده) و بررسی نتایج خطمشی‌ها اثرگذار باشند. همچنین آن‌ها می‌توانند در فرایند توسعه خطمشی مشارکت نمایند (Wales & Wales, 2012). اگرچه در ایران تا حدودی از نظرهای اندیشمندان و متخصصان دانشگاهی در تدوین خطمشی‌های مالیاتی بهره برده می‌شود، اما سهم واقعی دانشگاه‌ها و اندیشکده‌ها از مشارکت در خطمشی‌گذاری‌های مالیاتی به واسطه عوامل گوناگونی ازجمله مسائل نگرشی که به‌طور ویژه بر روابط بین دانشگاه و دولت تاثیر می‌گذارد و مسائل ساختاری که ظرفیت و انگیزه‌های دانشگاهیان را برای تعامل با دولت در زمینه خطمشی‌های مالیاتی تحت تاثیر قرار می‌دهد، محدود است. به‌طور کلی، دانشگاه‌ها و اندیشکده‌ها در سه حوزه کلیدی در فرایند خطمشی‌گذاری ایفای نقش می‌کنند: (۱) ارزیابی محدود پس از اجرا، (۲) تجزیه و تحلیل پیشنهادهای خطمشی، و (۳) امکان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز برای اهداف پژوهشی و مطالعاتی در حوزه خطمشی‌گذاری مالیاتی.

موقعیت خطمشی‌گذاری

طرح و بیان موقعیت خطمشی‌گذاری مالیاتی در این پژوهش به منظور مجزاسازی ساختار بلافصل موثر بر فرایند خطمشی‌گذاری و شناسایی مراحل مرتبط چندگانه برای تبیین نظم مستتر در خطمشی‌گذاری و نتایج، که در آن مسائل و موضوع‌های خطمشی مالیاتی به شکلی کم و بیش متوالی از طرح مسائل و مشکلات تا قانونی‌سازی خطمشی‌ها جریان پیدا کرده، صورت گرفته

است (Ostrom, 2019). این موقعیت‌ها در ساختار مطلوب خطمشی‌گذاری و منطبق با نظام‌های خطمشی‌گذاری پیشرو، عبارت‌اند از: ارائه پیشنهاد اولیه، مشاوره و رایزنی عمومی، تجزیه و تحلیل خطمشی، مشارکت و ارتباطات رسمی، طرح خطمشی یا تنظیم لایحه، تهیه و انتشار پیش‌نویس قانون، بررسی در کمیته انتخابی و تصویب قانون. مشارکت‌کنندگان کلیدی که دارای نقش برجسته در هر یک از موقعیت‌ها در مراحل دستورگذاری، تدوین، و قانونی‌سازی خطمشی‌های مالیاتی هستند عبارت‌اند از: سیاستگذاران ارشد در سازمان امور مالیاتی، وزیر دارایی و سایر اعضای هیئت دولت، نمایندگان و اعضای نهادهای و کمیسیون‌های وابسته به مجلس، و همچنین مشارکت‌کنندگان غیردولتی شامل متخصصان دانشگاهی و بخش خصوصی که در کنار بازیگران دولتی نقش موثری را در بخش دستورگذاری خطمشی‌های مالیاتی، به‌ویژه در موقعیت مشارکت و مشاوره عمومی ایفا می‌کنند.

الگوهای تعاملی

تحلیل طراحی و درک خطمشی‌های مالیاتی کشور با توجه به مصادیق و موضوع‌های مورد نظر خبرگان در پژوهش حاضر این امکان را فراهم آورده است که بیش‌تر در مورد الگوهای تعاملی ناشی از کش‌های میان بازیگران این عرصه به‌وجود آید. از نظر پولسکی و اُستروم (۱۹۹۹)، الگوهای تعاملی اصلی در تجزیه و تحلیل‌های سیاسی - اقتصادی به‌طور معمول عبارت‌اند از: ساختار بازار^۱، جریان‌های اطلاعاتی^۲، و ساختار مشارکت سیاسی^۳ که در این پژوهش نیز متناسب با محدوده خطمشی‌گذاری مالیاتی تبیین شده‌اند.

الف. ساختارهای بازار

خطمشی‌های نظام مالیاتی تا حد بسیار بالایی بر ساختار بازار اثر می‌گذارند و ازجمله اهداف بسیاری از این خطمشی‌ها، مدیریت ساختار و روند بازارهاست، همچون طرح مالیات بر عایدی سرمایه که با هدف سامان‌دهی و حذف سوداگری در بازارهای غیرمولد مانند طلا، سکه، ارز، خودرو و مسکن در سال ۱۳۹۷ از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس مطرح شد^۴، یا طرح اصلاح ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم تحت عنوان مالیات بر خانه‌های خالی که با هدف مقابله با احتکار

1. Market Structure
2. Information Flows
3. Structure of Political Participation
4. https://rc.majlis.ir/fa/legal_draft/show/1561210

مسکن در جریان افزایش بی‌سابقه قیمت در بازار مسکن مطرح شد.^۱ اما بسیاری از کارشناسان اجرای این قانون را در جلوگیری از احتکار و کاهش قیمت مسکن موثر ندانستند. به‌طور کلی، تاکید بر اصلاح و بهبود ساختار بازار را می‌توان در قالب اهداف بسیاری از خطمشی‌های مورد نظر نظام مالیاتی کشور مشاهده نمود. اگرچه شواهد نشان‌دهنده این واقعیت است که به دلیل ساختار اقتصاد کشور و کیفیت نامطلوب نهادهای اقتصادی، تاثیر خطمشی‌ها بر رشد و توسعه سرمایه‌گذاری در کشور ناپایدار است و به انتقال سرمایه به بازارهای غیرمولد موازی منجر می‌شود.

ب. مشارکت

طراحی و تدوین خطمشی‌های مالیاتی اصولاً باید به شکل فرایندی مشارکتی انجام گیرد (Wales & Wales, 2012)، اما خطمشی‌گذاری مالیاتی در ایران به شکلی اثربخش و بهینه از چنین الگویی پیروی نمی‌کند. مصاحبه‌شوندگان داخلی در این پژوهش نیز اذعان می‌کنند که طراحی، تدوین و تصمیم‌گیری در خصوص مباحث مالیاتی در سطوح بالا اتفاق می‌افتد و مودیان و نهادهای دانشگاهی و اندیشکده‌ها و حتی دستگاه‌های اجرایی (اداره‌های امور مالیاتی)، مشارکت کم‌تری نسبت به سطوح بالای حاکمیت در این عرصه دارند. در این راستا، معاون سازمان امور مالیاتی کشور در مصاحبه خود اذعان دارد که: «مشارکت اشخاص و نهادهای خارجی، به‌ویژه مودیان، به اتخاذ تصمیم‌ها و تصویب قوانین مالیاتی اثربخش‌تری منجر می‌شود، زیرا مودیان و سایر بخش‌های ذی‌نفع نیز خود را به نوعی در تصمیم‌های اتخاذشده سهیم می‌دانند و در سطح اجرا نیز از این مصوبه‌ها حمایت می‌کنند، اما این اصل مهم آن‌چنان که باید در سطح نظام مالیاتی مورد توجه قرار نگرفته است». ضعف مشارکت عمومی در خطمشی‌گذاری مالیاتی مسئله‌ای جدی است و می‌تواند به تشدید مشکلات حکمرانی در نظام فعلی خطمشی‌گذاری مالیاتی در کشور منجر گردد. مسئله مشارکت از مشکلات اساسی در میان نهادهای حاکمیتی نیز محسوب می‌شود و در کنار مجلس، دولت نیز باید به عنوان مجموعه‌ای که انتفاع کامل از درآمدهای مالیاتی می‌برد، نقش خطمشی‌گذاری خود را به‌درستی ایفا کند. متأسفانه، در این زمینه تناقضاتی در پاسخگویی نقش‌آفرینان عرصه خطمشی‌گذاری و رفتار دولتمردان وجود دارد و به‌طور غالب از رویکرد بالا به پایین در خطمشی‌گذاری‌ها استفاده می‌شود.

1. <https://rc.majlis.ir/fa/news/show/1582116>

پ. جریان اطلاعات

نقص در جریان اطلاعات یکی از چالش‌های بنیادین شفافیت و خطامشی‌گذاری در نظام مالیاتی ایران است. برای مثال، قانون مالیات بر ارزش افزوده نیازمند اطلاعات به‌موقع و صحیح از کلیه مودیان است که این اطلاعات در سایه همکاری موثر سایر نهادها به‌دست می‌آید و تاکنون نیز این تامین اطلاعات توسط نهادهای مربوطه صورت نگرفته است. در اجرای قانون مالیات بر خانه‌های خالی نیز با وجود گذشت پنج سال از تصویب قانون برای راه‌اندازی و تکمیل سامانه املاک و اسکان، هنوز اطلاعات سکونتگاهی (اعم از مالکیت یا اجاره) برای بیش‌تر خانوارهای کشور در سامانه فوق ثبت نشده است که عدم پاسخگویی و اشتراک‌گذاری اطلاعات توسط دستگاه‌های اجرایی یکی از علل این نقص اساسی به‌شمار می‌رود، که در نتیجه امکان خطامشی‌گذاری را برای اعمال انواع ابزارهای تشویقی و تنبیهی در اجرای این طرح فراهم نمی‌سازد.

معیارهای ارزیابی

مدل توسعه و تحلیل نهادی، خود معیارهای ارزیابی الگوهای تعاملی و پیامدها را با جزئیات قابل‌توجهی توسعه نداده است، اما شامل زمینه‌های بالقوه پژوهش مانند کارایی، تامین مالی، حقوق صاحبان سهام، پاسخگویی، انطباق با ارزش‌ها و پایداری است (Nigussie et al., 2018). آدام اسمیت^۱ در کتاب مشهور خود «ثروت ملل»، چهار قاعده اصلی را در مورد مالیات خاطر نشان ساخته است. اصول مالیاتی وی، مجموعه قواعدی است که برای ایجاد نظام مالیاتی اثربخش و کارآمد ضروری بوده و به عنوان اصول مالیاتی مطرح شده است (AICPA, 2001). همچنین، این ابعاد توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و تحت عنوان اهداف اساسی خطامشی‌گذاری مالیاتی مورد تاکید قرار گرفته (Mirzamani et al., 2019; OECD, 2013)، و به عنوان معیارهای ارزیابی خطامشی‌های مالیاتی مورد استناد تحلیل منابع این پژوهش بوده است. این معیارها عبارت‌اند از: تامین منابع مالی دولت، رشد و توسعه سرمایه‌گذاری، رعایت عدالت و برابری و سادگی، ثبات و سازگاری خطامشی‌ها با قوانین و مقررات مالیاتی موجود.

عوامل زمینه‌ای موثر بر خطامشی‌گذاری مالیاتی

بر مبنای نتایج حاصل از تحلیل اسناد و نظرات خبرگان، عوامل موثر بر خطامشی‌گذاری مالیاتی در قالب سه دسته عوامل زمینه‌ای منطبق با چارچوب نهادی شناسایی شدند. از مهم‌ترین

1. Adam Smith

این عوامل در بخش عوامل اقتصادی و مادی عبارت‌اند از: درآمدها و هزینه‌های عمومی دولت و شرایط بازار. کسب‌وکارهای متأثر از این خطمشی‌ها و مهم‌ترین ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی که خطمشی‌گذاری در این عرصه را تحت تأثیر قرار می‌دهند عبارت‌اند از: اعتماد اندک عمومی به نظام مالیاتی کشور، ضعف در رفتار تمکینی مودیان، درک و آگاهی اندک عمومی نسبت به قوانین و مقررات مالیاتی، ناهمگنی ترجیحات خطمشی‌گذاران، و اعتقادات و باورهای مذهبی. همچنین، مهم‌ترین قواعد سیاسی و اداری حاکم بر این عرصه عبارت‌اند از: استفاده موثر از هنجارها و استانداردهای بین‌المللی مالیات، شفافیت اندک قوانین و مقررات مالیاتی، ناهماهنگی و ضعف روابط میان سازمان‌های دولتی، بالا بودن هزینه‌های اداری وصول، و عدم تطابق میان خطمشی‌ها با توان و ظرفیت دستگاه اجرایی. در این بین بااهمیت‌ترین عامل محیطی شناسایی‌شده از سوی خبرگان و مصاحبه‌شوندگان اعتماد و مشروعیت عمومی نسبت به نظام مالیاتی است که بیش از سایر عوامل مورد توجه پژوهشگران پیشین این حوزه نیز قرار گرفته است (Hasanvand et al., 2020 و شیخ‌حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). در ایران، اعتماد عمومی به نظام مالیاتی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و آمارهای تخمینی مربوط به فرار مالیاتی و عدم تمکین مودیان مالیاتی بیانگر این واقعیت است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، کاربرد چارچوب و ترتیبات نهادی عرصه خطمشی‌گذاری مالیاتی به منظور تبیین یک الگوی معین با تأکید بر نقش و ظرفیت هر یک از بازیگران کلیدی، عوامل زمینه‌ای، الگوهای تعاملی و قواعد حاکم بر این عرصه است که در برخورد با مسائل و مشکلات نهادی این حوزه می‌تواند راهبردهایی را ارائه نماید. در بازگشت به چارچوب توسعه و تحلیل نهادی اُستروم، یک نسخه خلاصه از نتایج تحلیل سطوح نهادی خطمشی‌گذاری مالیاتی کشور در شکل (۲) ارائه شده است. این مطالعه ترتیبات سطوح مختلف نهادی مربوط به خطمشی‌گذاری مالیاتی را با استناد بر تحلیل مستندات و نظرهای مصاحبه‌شوندگان داخلی مورد توجه قرار داده است.



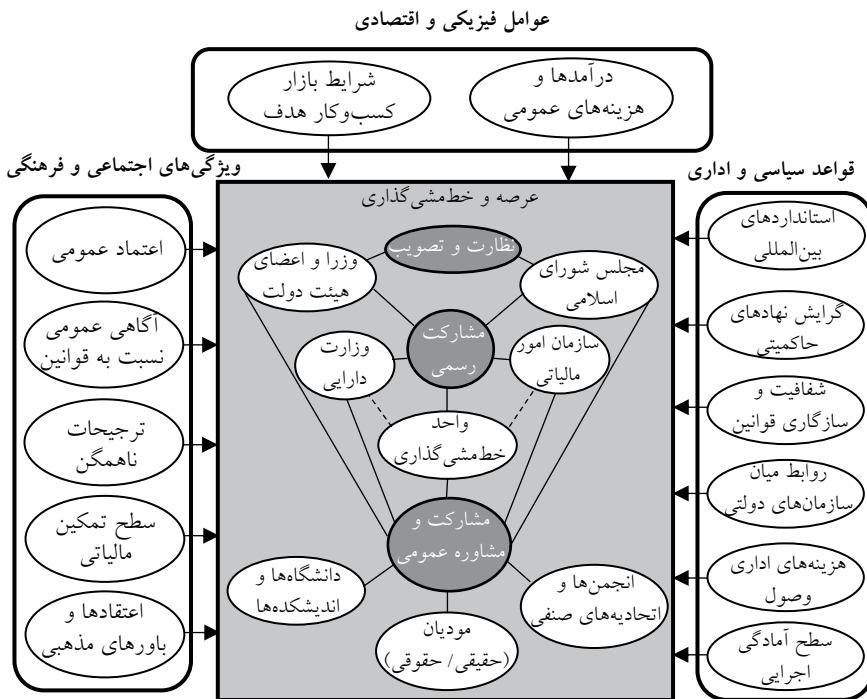
شکل ۲: تطابق چارچوب توسعه و تحلیل نهادی برای خطامشی‌گذاری مالیاتی در ایران

مبتنی بر تحلیل نظام مزبور، اطمینان از مشارکت عمومی تمامی ذی‌نفعان نهاد مالیاتی در جریان خطامشی‌گذاری مالیاتی به منظور حفظ حقوق مودیانی که بیش‌ترین تاثیر را از اجرای خطامشی‌ها متحمل می‌شوند، بسیار دارای اهمیت است. با وجود این، نویسندگان همچون

دیگر پژوهشگران این حوزه بر این امر واقف هستند که در این عرصه، اشتراک و همپوشانی قابل توجهی میان فرایند مشارکت عمومی و لابی‌گری مودیان وجود خواهد داشت و این مشارکت باید در کلیه مراحل خطمشی‌گذاری و در یک چارچوب مشخص و برنامه‌ریزی شده هدایت شود (Little *et al.*, 2018; Osborne & Green, 2015; Grote, 2015; Wales & Wales, 2012).

محدودیت بکارگیری این رویه در کشور و در قالب رایزنی بسیار محدود با نمایندگان مودیان در تعدادی از اتحادیه‌های صنفی به بیگانگی مودیان نسبت به روند خطمشی‌گذاری و کاهش اعتماد عمومی به خطمشی‌ها و نظام مالیاتی و به تبع آن کاهش سطح تمکین به قوانین مالیاتی منجر شده است. همچنین، اهمیت بکارگیری رویه‌های مشارکت رسمی و ایجاد جریان اطلاعات موثر میان بازیگران این عرصه به منظور نهاده‌سازی پاسخگویی و شفافیت در جریان دستورگذاری و تدوین خطمشی‌ها می‌تواند بر اساس الگویی از نظام خطمشی‌گذاری کشورهای پیشرو مورد تأیید قرار گیرد (Sanaei Aalam & Alvani, 2018) و شیخ حسنی و همکاران، (۱۳۹۷). در سال‌های اخیر، میزان پاسخگویی و مشارکت میان بازیگران نهاد مالیاتی در عرصه خطمشی‌گذاری کشور به لحاظ اختلاف‌های حزبی و سیاسی در سطح مطلوبی قرار نداشته است، و همسو نبودن دولت و مجلس در پیشبرد بسیاری از خطمشی‌ها همچون طرح مالیات بر عایدی سرمایه گویای این نقص اساسی در نظام خطمشی‌گذاری مالیاتی کشور است.

دولت در طراحی خطمشی‌های مالیاتی بیش از هر چیز به دنبال افزایش درآمد و تامین کسری بودجه عمومی بوده و در این مسیر توجه چندانی به ساختار بازار و همچنین مشارکت مودیان به عنوان ذی‌نفعان کلیدی این خطمشی‌ها در فرایند خطمشی‌گذاری به‌ویژه در بخش دستورگذاری نداشته است. به‌طور ویژه، مشکلات خطمشی‌گذاری مالیاتی کشور در این زمینه‌ها نهفته است: (۱) فرایند برنامه‌ریزی از بالا به پایین و غیرتعاملی، (۲) ضعف در جریان تبادل اطلاعات میان دستگاه‌های دولتی، (۳) عدم پاسخگویی و مشارکت رسمی میان نهادهای حاکمیتی، و (۴) تمرکز ویژه بر ابعاد فیزیکی و مادی در خطمشی‌گذاری‌ها و غفلت از پیامدهای نامطلوب اجتماعی خطمشی‌ها همچون کاهش اعتماد عمومی به نظام مالیاتی و کاهش سطح تمکین مودیان به خطمشی‌های مصوب. راهبرد موثر به منظور مقابله با این مسائل، نهاده‌سازی کردن رویکردهای مشارکتی و مشورتی در جریان کنش میان بازیگران عرصه خطمشی‌گذاری مالیاتی و الگوهای تعاملی حاکم بر این عرصه است که این اصول باید متناسب با شرایط ذی‌نفعان در نهاد مالیاتی و با توجه به عوامل زمینه‌ای موثر بر عرصه خطمشی‌گذاری در قالب شکل (۳) تبیین گردد.



شکل ۳: مدل نهادی خط‌مشی گذاری مالیاتی

همراستا با اهداف و نکات کلیدی مدل مزبور، پژوهشگران عرصه خط‌مشی گذاری عمومی نیز بر این باورند که دولت‌ها به منظور ارتقای ظرفیت خط‌مشی گذاری و کیفیت لوايح باید به مقوله‌های ظرفیت نهادی دولت، زیرساخت‌های خط‌مشی گذاری، به‌ویژه تعاملات محیطی مشارکت‌جویانه توجه ویژه داشته باشند و نسبت به تقویت و بازسازی این بخش‌ها اقدام نمایند (Mohammadi Fateh et al., 2016).

در عرصه خط‌مشی گذاری مالیاتی نیز برای ایجاد هماهنگی و بهبود روابط در چارچوب نهادهای دولتی، توصیه می‌شود به تشکیل یک کمیته رسمی با عضویت مشاوران و مقامات ارشد دولتی برای اطمینان از تعیین و توافق بر سر اولویت‌های مربوط به پیشنهادهاى خط‌مشی و اطلاع‌رسانی به سایر سازمان‌ها و اداره‌های دولتی از روند توسعه و پیشرفت طرح‌ها و لوايحي که ممکن است در فعالیت و ماموریت آن‌ها تاثیر گذارند، بپردازند. همچنین برای مشارکت موثر سازمان امور مالیاتی کشور در فرایند خط‌مشی گذاری مالیاتی پیشنهاد می‌شود به منظور حذف موانع رسمی و غیررسمی موجود در خط‌مشی گذاری مالیاتی در کشور و بهبود هماهنگی و همکاری میان وزارت دارایی و

سازمان امور مالیاتی کشور، سازمان مقامات ارشد خود را در هر یک از حوزه‌های اصلی خطمشی بکار گیرد. این مقامات باید به‌طور معمول از تجربه کار اجرایی و ارتباط مستقیم با مودیان برخوردار باشند. آن‌ها باید در تمام جلسات و مذاکرات مربوط به خطمشی مشارکت داشته و از اختیارات مشابه همتایان خود در وزارتخانه در زمینه خطمشی‌های مالیاتی برخوردار بوده باشند. این اقدام به افزایش فرصت‌های لازم برای به چالش کشیدن ایده‌های پیشنهادی خطمشی منجر خواهد شد. یکی از بخش‌های کلیدی نهاد مالیاتی در بیش‌تر کشورها واحد خطمشی‌گذاری مالیاتی است و ضرورت وجود این واحد در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جهان نیز به اثبات رسیده است (Grote, 2019). اما نظام اقتصادی ایران در مقطع کنونی فاقد چنین تشکیلاتی به شکل ثابت و در ساختار رسمی خود است. پس یکی از توصیه‌های مهم، با توجه به تأکید خبرگان خطمشی‌گذاری و مصاحبه‌شوندگان، سازمان‌دهی چنین واحدی در ساختار رسمی وزارت دارایی است. ازجمله توصیه‌های این بخش تعریف نقش‌های مربوط به وکلا، اقتصاددانان، دانشمندان علوم سیاسی، و متخصصان چندرشته‌ای و بکارگیری برنامه‌های آموزشی مستمر در درون این واحد است.

در خصوص نقش کلیدی کمیسیون‌ها و نهادهای وابسته به مجلس توصیه می‌شود در آغاز هر دوره از قانونگذاری، دولت برنامه‌های خود را در زمینه اصلاحات مالیاتی به مجلس ارائه نماید و یک کمیته تخصصی دائم در خصوص مسائل و خطمشی‌های مالیاتی در مجلس تشکیل گردد. پیشنهاد می‌شود بخشی از نقش اساسی ارزیابی خطمشی‌های مالیاتی به موسسه‌های دانشگاهی و اندیشکده‌ها اختصاص داده شود. همچنین، این موسسه‌ها باید نقش گسترده‌تری را در مرحله تجزیه و تحلیل پیشنهادهای اولیه خطمشی ایفا نمایند، به‌ویژه در مواردی که منابع دولت در این حوزه محدود است.

در راستای تحکیم رابطه میان مودیان و بخش دولتی نهاد مالیاتی و بهبود وضعیت اعتماد عمومی نسبت به نظام خطمشی‌گذاری مالیاتی کشور، توصیه می‌شود به مشاوره و رایزنی دولت با بخش خصوصی و دانشگاهیان با تمرکز بر مسائل مالیاتی که بر تجارت و سرمایه‌گذاری تأثیر می‌گذارد، پرداخته شود. سایر پژوهشگران حوزه خطمشی‌گذاری عمومی نیز بر این باورند که مشارکت ذی‌نفعان و شهروندان در فرایندهای خطمشی‌گذاری و پاسخگو بودن شبکه‌های تدوین خطمشی عمومی در این خصوص باعث تقویت رضایت عمومی و اثربخشی خطمشی‌ها می‌شود. در این رویکرد، شبکه‌های خطمشی دربرگیرنده بازیگران دولتی و اجتماعی است که تعامل میان آن‌ها به شکل‌گیری یا اجرای خطمشی مطلوب منجر می‌شود (Rahnavard et al., 2018). از

دیگر راهبردهای این حوزه، مشارکت رسمی کلیه سازمان‌ها و منابع رسمی ذی‌نفع در توسعه خط‌مشی‌های مالیاتی، استفاده از ارزیابی‌های گسترده عمومی در حوزه نظام مالیاتی، و توجه به نقش نظام آموزشی در درک و آگاهی عمومی از خط‌مشی‌های مالیاتی است.

توصیه می‌گردد بازیگران نهادهای دولتی در راستای تحقق پاسخگویی و مشارکت موثر متعهد گردند به انتشار یک مقاله در مرحله اولیه تنظیم پیشنهاد خط‌مشی که بیانگر محتوای پیشنهاد و منطق آن، جدول زمانی پیش‌بینی‌شده برای تصویب، و همچنین مشخصات مقامات مسئول باشد. این بازیگران باید نسبت به برگزاری دست‌کم یک مرحله مشاوره عمومی در زمینه جنبه‌های کلیدی پیشنهاد خط‌مشی پیش از مرحله تدوین، همراه با ارائه فرصت کافی برای پاسخگویی و برگزاری یک مرحله مشاوره و مشارکت رسمی پس از انتشار پیش‌نویس قانون اقدام نمایند.

انتشار برخط (آنلاین) صورت‌جلسه‌های رسمی که به عنوان بخشی از فرایند مشاوره است و انتشار عمومی داده‌ها و اطلاعاتی که بنای پیشنهاد خط‌مشی بر اساس آن است، می‌تواند به عنوان الزامات تدوین یک سیاست فراگیر در خصوص مشارکت در فرایند خط‌مشی‌گذاری در نظر گرفته شود.

شکل‌گیری خط‌مشی‌های مالیاتی تنها تحت تاثیر و کنترل یک سازمان یا وزارتخانه دولتی قرار ندارد، بلکه در کنار عوامل محیطی موثر بر این خط‌مشی‌ها، نهادی متشکل از بازیگران، قواعد و تعاملات میان آن‌هاست که نحوه تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها را مشخص می‌کند. این بازیگران می‌توانند در قالب یک واحد یا سازمان رسمی در ساختار نهاد مالیاتی ظاهر شوند یا به عنوان یک عضو غیردولتی در چارچوب آن نهاد ایفای نقش کنند. شواهد نشان می‌دهد بدون اصلاح الگوهای تعاملی و بهره‌مندی از رویکردهای مشارکتی در جلب اعتماد جامعه مودیان و بهبود رفتار تمکین قانونی ایشان و تغییر رویکرد جاری خط‌مشی‌گذاری، تدوین اثربخش و کارآمد خط‌مشی‌های مالیاتی در ایران به‌سختی میسر خواهد بود.

یافته‌های این پژوهش بیانگر این است که رویکردهای «غیرمشارکتی» موجود در خط‌مشی‌گذاری مالیاتی کشور به جهت برخورداری از ساختار «بالا به پایین» کارایی لازم را ندارد و می‌تواند بار منفی بر پیامدهای حاصل از الگوهای تعاملی و کنش میان بازیگران این عرصه تحمیل نماید. همچنین، ضعف در پاسخگویی و مشارکت رسمی نهادهای دولتی و جریان نامناسب تبادل اطلاعات میان دستگاه‌ها و مراجع ذی‌نفع در نهاد خط‌مشی‌گذاری مالیاتی به عدم تحقق اهداف مورد نظر این فرایند منجر خواهد شد. از این‌رو، توجه به توصیه‌های مربوط به نقش و کنش میان بازیگران نهادی، اصلاح الگوهای تعاملی و بهره‌مندی از ساختارهای پایین به بالای مشارکتی

می‌تواند گامی موثر در جهت رفع نقایص موجود باشد.

در پایان با توجه به این که پژوهش حاضر چارچوب نهادی خطمشی‌گذاری مالیاتی را در یک رویکرد کیفی و غالباً در بخش دستورگذاری و شکل‌گیری خطمشی‌ها مورد مطالعه قرار داده است و به جهت ظرفیت و محدودیت‌های پژوهش حاضر، ازجمله محدودیت زمانی خبرگان و مقامات ارشد نهاد مالیاتی، امکان جمع‌آوری وسیع داده‌ها و بررسی عمیق عرصه کنش در بخش‌های اجرا و ارزیابی خطمشی‌ها میسر نبوده است. به سایر پژوهشگران این حوزه پیشنهاد می‌گردد: (۱) عوامل استخراج‌شده در این پژوهش در زمینه عرصه کنش و عوامل موثر، با روش کمی و در قالب فرضیه‌ها صحت‌سنجی شوند، (۲) مطالعه عمیق اجرا و ارزیابی خطمشی‌های مالیاتی در یک چارچوب نهادی و در قالب یک موضوع پژوهشی مناسب مطرح شود، و همچنین (۳) پژوهشی مشابه برای سایر خطمشی‌های عمومی دیگر همچون خطمشی‌های آموزشی و بهداشتی انجام گیرد و الگوها و نظریه‌های جامع‌تر خطمشی‌گذاری با تاکید بر نقش نهادها در سایر حوزه‌ها تدوین و طراحی گردد.

منابع

الف) انگلیسی

- AICPA. (2001). *Guiding Principles of Good Tax Policy: A Framework for Evaluating Tax Proposals*. American Institute of Certified Public Accountants.
- Almond, G. A., Powell, G. B., Strom, K., & Dalton, R. J. (1974). *Comparative Politics Today: A World View*. Little, Brown.
- Anderson, J. E. (2011). *Public Policymaking*: Cengage Learning.
- Arnold, B. J. (2013). The Process for Making Tax Policy: An International Comparison. *Canadian Tax Journal*, 61(4), 989-1009.
- Auerbach, A. J., Grinberg, I., Barthold, T., Bull, N., Elkins, W. G., Moomau, P.,... Pomerleau, K. (2017). Macroeconomic Modeling of Tax Policy: A Comparison of Current Methodologies. *National Tax Journal*, 70(4), 819-836.
- Berry, F. S., & Berry, W. D. (1990). State Lottery Adoptions as Policy Innovations: An Event History Analysis. *American Political Science Review*, 84(2), 395-415. <https://doi.org/10.2307/1963526>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Daneshfard, K. (2015). *Public Policy Making Process*: Saffar Publication.

- Freedman, J. (2015). *Managing Tax Complexity: The Institutional Framework for Tax Policy-Making and Oversight*: Oxford University Centre for Business Taxation.
- Grote, M. (2015). *Establishing Tax Policy Units (TPUs) in Support of Tax Policy Reform*: International Monetary Fund.
- Grote, M. (2019). *How to Establish a Tax Policy Unit*: International Monetary Fund.
- Hansen, S. B. (1983). *The Politics of Taxation: Revenue without Representation*: Greenwood.
- Hasanvand, M., Yazdani Zazerani, M. R., & Goodarzi, M. (2020). Identify and Prioritize Tax Policy Process Issues in Islamic Republic of Iran. *Public Policy*, 6(1), 243-260. <https://dx.doi.org/10.22059/jppolicy.2020.76989>
- Hettich, W., & Winer, S. L. (2005). *Democratic Choice and Taxation: A Theoretical and Empirical Analysis*: Cambridge University Press.
- Holcombe, R. G. (1998). Tax Policy from a Public Choice Perspective. *National Tax Journal*, 51(2), 359-371.
- James, S., & Edwards, A. (2008). Developing Tax Policy in a Complex and Changing World. *Economic Analysis and Policy*, 38(1), 35-53. [https://doi.org/10.1016/S0313-5926\(08\)50005-1](https://doi.org/10.1016/S0313-5926(08)50005-1)
- Jenkins, W. I. (1978). *Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective*: Martin Robertson Co. Ltd.
- Jones, C. O. (1970). *An Introduction to the Study of Public Policy*: Belmont, Wadsworth.
- King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2018). *Interviews in Qualitative Research*: Sage.
- Kingdon, J. W., & Stano, E. (1984). *Agendas, Alternatives, and Public Policies* (Vol. 45): Little, Brown Boston.
- Knauer, N. J. (2014). Critical Tax Policy: A Pathway to Reform. *North Western Journal of Law & Social Policy*, 9(2), 206-263.
- Lang, M., Owens, J., Pistone, P., Rust, A., Schuch, J., Staringer, C., & Storck, A. (2016). *Trends and Players in Tax Policy*: IBFD.
- Lasswell, H. D., Lerner, D., & Fisher, H. H. (1951). *The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method*: Stanford University Press.
- Little, S., Nightingale, G. D., & Fenwick, A. (2018). *Tax Working Group, The Generic Tax Policy Process*. Tax Policy Group, Position Paper for Session 14 of the Tax Working Group.
- Marriott, L., & Holmes, K. (2006). Exploring the Application of Institutional Theory to Tax Policy for Retirement Savings in New Zealand and Australia. *Law in Context*, 24(2), 78-99.
- McGinnis, M. D. (2011). An Introduction to IAD and the Language of the

- Ostrom Workshop: A Simple Guide to a Complex Framework. *Policy Studies Journal*, 39(1), 169-183. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.2010.00401.x>
- Mikesell, J. L. (2015). *Changing State Revenue Strategies*. In M. M. Rubin, & K. G. Willoughby (Eds.). *Sustaining the States: The Fiscal Viability of American State Governments* (pp. 29-51). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Mirzamani, A., Alavi, A., Hossein, Sayyad, Amiri, A., & Esmaeeli, H. (2019). Understanding Tax Policy-making Process in Iran: Factors Affecting Tax Agenda Setting Process at the National Level and its Actors. *Journal of Tax Research*, 25(36), 211-249. <http://taxjournal.ir/article-1-1328-en.html>
- Mohammadi Fateh, A., Danaee Fard, H., Rahnavard, F., & Foroozandeh, L. (2016). Designing a Model for Promoting Policy-making Capacity in the Executive Branch of Iran Public Administration. *Quarterly Journal for Management and Development Process*, 29(3), 3-38. <http://jmdp.ir/article-1-2138-fa.html>
- Nigussie, Z., Tsunekawa, A., Haregeweyn, N., Adgo, E., Cochrane, L., Floquet, A., & Abele, S. (2018). Applying Ostrom's Institutional Analysis and Development Framework to Soil and Water Conservation Activities in North-Western Ethiopia. *Land Use Policy*, 71(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.11.039>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2013). *Policy Framework for Investment User's Toolkit*: OECD Publishing.
- Osborne MP, G., & Green, L. (2015). *A Guide to UK Taxation*: UK Trade & Investment.
- Ostrom, E. (2019). Institutional Rational Choice: An Assessment of the Institutional Analysis and Development Framework. In *Theories of the Policy Process* (pp. 21-64): Routledge.
- Pampel, F., Andrighetto, G., & Steinmo, S. (2019). How Institutions and Attitudes Shape Tax Compliance: A Cross-National Experiment and Survey. *Social Forces*, 97(3), 1337-1364. <https://doi.org/10.1093/sf/soy083>
- Peters, B. G., & Pierre, J. (2006). *Handbook of Public Policy*: Sage Publication.
- Peters, G. (1991). *The Politics of Taxation. A Comparative Perspective*: Basil Blackwell. Cambridge MA & Oxford UK.
- Polski, M. M., & Ostrom, E. (1999). An Institutional Framework for Policy Analysis and Design. 1999: *Workshop in Political Theory and Policy Analysis*.
- Rahnavard, F., Bayati Chaleshtari, T., Taherpour Kalantari, H., & Monavarian, A. (2018). Accountability in Public Policy Networks. *Quarterly Journal for Management and Development Process*, 30(4), 35-68. <http://jmdp.ir/article-1-3004-fa.html>
- Sabatier, P. A., & Jenkins-Smith, H. C. (1993). *Policy Change and Learning: An Advocacy Coalition Approach*: Westview Press.

- Sanaei Aalam, f., & Alvani, M. (2018). Pathology of Drafting and Implementation of Tax Reform from the Perspective of Policy Making (Case Study: Iranian National Tax Administration). *Public Policy in Administration*, 9(1), 1-15. http://ijpa.srbiau.ac.ir/article_12421.html
- Schneider, A., & Ingram, H. (1993). Social Construction of Target Populations: Implications for Politics and Policy. *American Political Science Review*, 87(2), 334-347. <https://doi.org/10.2307/2939044>
- Seelkopf, L., & Lierse, H. (2020). Democracy and the Global Spread of Progressive Taxes. *Global Social Policy*, 20(2), 165-191. <https://doi.org/10.1177/1468018120911567>
- Sharkansky, I. (1968). Environment, Policy, Output, and Impact: *Problems of Theory and Method in the Analysis of Public Policy*: Markham Publishing Co.
- Smith, K. B., & Larimer, C. W. (2016). *The Public Policy Theory Primer*: Westview Press.
- Steinmo, S. (2004). *Taxation and Democracy*: Yale University Press.
- Steinmo, S., & Tolbert, C. J. (1998). Do Institutions Really Matter? Taxation in Industrialized Democracies. *Comparative Political Studies*, 31(2), 165-187. <https://doi.org/10.1177/0010414098031002002>
- Wales, C. J., & Wales, C. P. (2012). *Structures, Processes and Governance in Tax Policy-Making: An Initial Report*: Oxford University Center for Business Taxation.
- Wicksell, K. (1958). A New Principle of Just Taxation. In *Classics in the Theory of Public Finance* (pp. 72-118): Springer.

ب) فارسی

- شیخ‌حسینی، علی؛ فقیهی، ابوالحسن، و دانش‌فرد، کرم‌اله (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی خطمشی‌گذاری مالیاتی در جمهوری اسلامی ایران: مطالعه نظام مالیات بر ارزش‌افزوده. *نشریه پژوهشنامه مالیات*، ۲۶(۳۸)، ۱۳۱-۱۶۵. <http://taxjournal.ir/article-1-1458-fa.html>
- هراتی، اشکان، و عبدی، محمدرضا (۱۳۹۸). *مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری مالیاتی*. انتشارات معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و امور بین‌الملل سازمان امور مالیاتی کشور.
- واعظی، رضا، و محمدی، محسن (۱۳۹۶). الگویی برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی در ایران (مطالعه خطمشی مالیات بر ارزش‌افزوده). *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۲۹(۸)، ۴۷-۷۲. http://jpap.sbu.ac.ir/article_95980.html

عنوان مقاله: تاثیر برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجی ساختار سازمانی و نقش تعدیل گری تلاطم محیطی در شرکت های مادر تخصصی

حبیب اله طاهر پور کلانتری^۱، محسن اصلانی^۲

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۰۳

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۷

چکیده:

هدف: این پژوهش به منظور بررسی تاثیر برآزش راهبردی (استراتژیک)، ساختار سازمانی، و تلاطم محیطی بر عملکرد سازمانی در شرکت های مادر تخصصی شهر تهران صورت می پذیرد. **طرح پژوهش/ روش شناسی/ رویکرد:** این پژوهش از نظر ماهیت در دسته پژوهش های علی قرار می گیرد، از لحاظ هدف شناختی کاربردی، و مبنای پژوهش کمی و روش جمع آوری داده ها میدانی است. پژوهش حاضر با دریافت ۸۲ پرسشنامه از ۴۱ شرکت مادر تخصصی از نظر روایی محتوایی، همگرا، واگرا، و پایایی مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل نتایج از روش های T تک نمونه ای، رگرسیون سلسله مراتبی، و مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) در نرم افزار SmartPLS استفاده شد.

یافته ها: نتایج مدل معادلات ساختاری حاکی از آن است که عملکرد شرکت های مادر در سطح به نسبت مطلوبی است. تحلیل مسیر مبتنی بر واریانس نشان می دهد که ساختار سازمانی و برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و معناداری دارند. همچنین، نتایج نشان می دهند که ساختار سازمانی روابط بین برآزش راهبردی و عملکرد سازمانی را به شکل مثبت و معناداری میانجی گری می کند و تلاطم محیطی از راه برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و معناداری دارد.

ارزش/ اصالت پژوهش: پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که تاثیر ساختار سازمانی و تلاطم محیطی در روابط بین برآزش راهبردی و عملکرد سازمانی شرکت های مادر تخصصی شهر تهران چگونه است. همچنین، یکی از نوآوری های پژوهش استفاده از ماتریس اشریخ در تحلیل راهبردهای سرپرستی است که تاکنون در ایران مورد استفاده قرار نگرفته بود.

کلیدواژه ها: عملکرد سازمانی، برآزش راهبردی، ماتریس اشریخ، ساختار سازمانی، تلاطم محیطی، شرکت های مادر تخصصی.

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی (نویسنده مسئول).

h.taherpour@imps.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.

m.aslani@imps.ac.ir

مقدمه

در یک محیط کسب و کار، برخی از سازمان‌ها نسبت به سایر رقبا دارای عملکرد بهتری هستند و سود بالاتری کسب می‌کنند. مسئله این است که چگونه می‌توان در یک محیط رقابتی نسبت به دیگران موفق‌تر عمل کرد. مدیران برای پاسخ عملی به این پرسش می‌کوشند با کمک برنامه‌ریزی، عملکرد بهتری را ارائه دهند. عملکرد سازمانی متأثر از عوامل بسیار زیادی است. یکی از راه‌های بهبود عملکرد سازمانی، بحث ساختار سازمانی رابینز^۱ (۱۳۷۹) و برازش راهبردی (Wu et al., 2014) است. به‌طوری که امروزه نقش برازش راهبردی در ارتقای عملکرد سازمانی، به‌ویژه سازمان‌های دولتی، بسیار مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (Rahnavard & Nikzad, 2009). با وجود شناخت اهمیت برازش راهبردی و ساختار سازمانی، پژوهش‌های اندکی در مورد تاثیر برازش راهبردی بر عملکرد صورت گرفته است.

امروزه در فضای رقابتی و متغیر، سازمان‌ها از راه‌های مختلفی تلاش می‌کنند عملکرد خود را بهبود بخشند و مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند. عملکرد سازمانی یک ساختار اساسی در مدیریت راهبردی است. ساختار عملکرد سازمانی اشاره به پدیده‌ای دارد که برخی سازمان‌ها موفق‌تر از دیگر سازمان‌ها هستند. ساختار، یک اصطلاح مفهومی است که پژوهشگران آن را برای توصیف یک پدیده واقعی تعریف می‌کنند که به‌طور طبیعی رویت‌پذیر نیست (Hamann et al., 2013). برازش راهبردی سازمانی نشان می‌دهد که سازمان‌ها باید به‌طور موثر راهبرد کسب و کار خود را با محیط‌شان، قابلیت‌های سازمانی خود را با راهبردشان، طراحی سازمانی و فرهنگ خود را با قابلیت‌هایشان، و رفتار رهبری خود را با طراحی سازمان‌شان هماهنگ کنند، زیرا هماهنگی و هم‌افزایی این عناصر برای سازمان بسیار مهم است. اصطلاح برازش نشان می‌دهد که موفقیت در برابر محیط به‌سرعت در حال تغییر است (Beer et al., 2005). ساختار سازمانی، الگو و نقشه ارتباط و تعامل میان بخش‌ها و اجزای یک سازمان است (Vaezi & Sabzikaran, 2010). روابط رسمی افراد، جایگاه مشاغل و سمت‌های سازمانی، میزان دسترسی به چارچوب اطلاعات، شرح وظایف (شیوه انجام کار)، شرح شغل، چگونگی کنارگذاری منابع، قوانین و مقررات، سازوکارهای پیروی و اجرای قوانین، و ایجاد هماهنگی میان فعالیت‌ها بخش‌هایی از نتایج ایجاد و طراحی

1. Robbins

ساختار سازمانی است (Ergeneli et al., 2007). ساختار سازمانی همواره به سه عنصر رسمیت، پیچیدگی، و تمرکز اشاره دارد (León & García, 2011).

تلاطم محیطی مفهومی است که به ناتوانی در پیش‌بینی یک رویداد محیطی اشاره دارد و ناشی از ناچیزی اطلاعات در دسترس است (Zahariadis, 2008). تلاطم محیطی بر پایه دو بُعد پیچیدگی و ناپایداری سنجش می‌شود. پیچیدگی محیط نشانگر ناهمگنی عوامل آن است، یعنی در محیط پیچیده تعداد زیادی عوامل با هم مرتبط بر سازمان اثر می‌گذارند. ناپایداری محیطی نیز نشانه تغییرپذیری سریع عوامل محیطی است. اُتول و مایر^۱ (۲۰۱۵)، معتقدند که تغییرات محیطی باعث مصرف منابع و فعالیت‌های سازمانی می‌شود، برای برنامه‌ریزی سازمان مشکلاتی را به وجود می‌آورد، و کاهش اثربخشی مدیریتی و عملکرد را به همراه دارد.

در کشور ما، در زمینه گروهی شدن شرکت‌ها و فعالیت آن‌ها به صورت شرکت‌های مادر تخصصی (هولدینگ) تلاش‌های زیادی انجام شده است. هم‌اکنون در ایران، تعداد زیادی شرکت هولدینگ وجود دارد و آمار آن‌ها رو به گسترش است. برای مثال، در میان ۱۰۰ شرکت برتر رتبه‌بندی شده توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۶ بیش از ۵۰ شرکت از آن‌ها را شرکت‌های هولدینگ تشکیل داده‌اند. داشتن الگوی تصمیم‌گیری و فعالیت هدفمند، منطقی، دارای ثبات رویه، و در یک کلام برخورداری از راهبرد لازمه موفقیت این شرکت‌ها (بنگاه‌ها) است. در غیر این صورت، عملکرد شرکت‌های هولدینگ که سهم بسزایی در اقتصاد ملی دارند، از بازدهی مناسبی برخوردار نخواهند بود و نتیجه چندان مطلوبی به همراه نخواهند داشت. علاوه بر این، افزایش خطرات ناشی از اشتباه در شرکت‌های هولدینگ برای خود بنگاه اقتصادی پرهزینه است و حتی در سطح ملی می‌تواند بحران‌های اقتصادی، اجتماعی، و گاه سیاسی ایجاد کند. این عوامل، مدیران حرفه‌ای را وادار می‌کند که ضمن پرداختن به مدیریت راهبردی با دقت و جدیت بیش‌تر، جامعه علمی را نیز به مطالعه و ارائه الگوهای علمی در این راستا تشویق نمایند (A'arabi & Chavoshi, 2010).

با توجه به اهمیت مطالب گفته‌شده و مرور پژوهش‌های پیشین، لزوم یک پژوهش واحد که همه عوامل تلاطم محیطی و برآزش راهبردی و عملکرد سازمانی و ساختار سازمانی را در نظر داشته باشد، به‌روشنی قابل‌مشاهده است. این پژوهش سعی در بررسی تاثیر برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی‌گری ساختار سازمانی و نقش تعدیل‌گری تلاطم محیطی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران دارد و یک شبکه روابط مبتنی بر نظریه تنظیم شده است

تا به صورت یکپارچه به روابط میان برآزش راهبردی، تلاطم محیطی، ساختار سازمانی، و عملکرد سازمانی پرداخته شود. همچنین پژوهش حاضر، در پی پاسخ به این پرسش است که تاثیر ساختار سازمانی و تلاطم محیطی در روابط بین برآزش راهبردی و عملکرد سازمانی شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران چگونه است؟

مبانی نظری پژوهش

با توجه به اهداف پژوهش، مرور جامع و نظام‌مند ادبیات پژوهش در چهار بخش کلی عملکرد سازمانی، برآزش راهبردی، ساختار سازمانی، و تلاطم محیطی انجام گرفت. در هر بخش، مفاهیم، مدل‌های سنجش، و ابعاد مورد بررسی قرار گرفتند.

عملکرد سازمانی

هو و هوانگ^۱ (۲۰۰۵)، بیان می‌کنند که عملکرد سازمانی شاخصی است که چگونگی تحقق اهداف یک سازمان را اندازه‌گیری می‌نماید. چادھاری و همکاران^۲ (۲۰۱۳)، معتقدند که عملکرد سازمانی جنبه‌های مختلفی دارد که بیش‌تر آن‌ها ملموس هستند، مانند کاهش هزینه، سودآوری، حجم فروش، گردش دارایی، گردش مالی حقوق صاحبان سهام، و گردش موجودی و شاخص‌های نامشهود عبارت‌اند از عملکرد مشتری و توسعه محصول. از دهه ۱۹۸۰ بسیاری از پژوهشگران محدودیت‌های مقیاس‌های مالی را برای سنجش عملکرد سازمانی مورد تاکید قرار دادند (Dixon *et al.*, 1990). در این پژوهش از مدل کارت امتیاز متوازن کاپلان و نورتون^۳ (۲۰۰۱) برای سنجش عملکرد سازمانی استفاده می‌شود که دارای چهار بُعد دیدگاه مالی، رشد و یادگیری، دیدگاه مشتری، و فرایندهای داخلی است. کارت امتیازی متوازن روشی برای توسعه موضوع‌های راهبردی از راه اندازه‌گیری عوامل فرایندی، ساختاری و کارکردهای کلیدی و مرتبط کردن آن‌ها با عملکرد سازمانی است (Daneshfard *et al.*, 2010). هدف کارت امتیازی متوازن تهیه عوامل کلیدی موفقیت کسب‌وکار برای مدیران و ایجاد هم‌ردیفی بین عملکرد و راهبرد کلی سازمان است (Johnson, 2003). دلیل انتخاب نام روش ارزیابی متوازن آن است که این روش شامل مجموعه‌ای از مقیاس‌هاست و یک تعادل و توازن میان اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت، مقیاس‌های مالی و غیرمالی، شاخص‌های رهبر و پیرو، و چشم‌اندازهای عملکرد داخلی و خارجی برقرار می‌کند

1. Hu & Huang
2. Choudhary *et al.*
3. Kaplan & Norton

و بر حفظ روابط علت و معلولی میان آن‌ها تاکید می‌کند (Milis & Mercken, 2004). معیارهای ارزیابی متوازن عبارت‌اند از:

دیدگاه مالی: منظر مالی از اجزای مهم مدل کارت امتیازی متوازن است. این منظر به ما می‌گوید که اجرای موفقیت‌آمیز اهدافی که در سه حوزه دیگر تعیین شده‌اند، در نهایت به چه نتایج و دستاوردهای مالی منجر شده‌اند. می‌توان همه تلاش و کوشش خود را صرف بهبود رضایتمندی مشتریان، ارتقای کیفیت، و کاهش زمان ارائه خدمات خود کرد، ولی اگر این اقدامات به نتایج ملموس مالی منجر نشود، ارزش چندانی ندارد (Kaplan & Norton, 2001).

دیدگاه مشتری: این حوزه یعنی قلب راهبرد و تعریف می‌کند که چگونه رشد تحقق خواهد یافت. ارزش‌های پیشنهادی، راهبرد خاص برای رقابت، جذب مشتریان جدید یا افزایش سهم داد و ستد با مشتریان فعلی را تعریف می‌کند. بسیاری از سازمان‌ها معتقدند که مشتریان خود را می‌شناسند و می‌دانند که برای آن‌ها چه خدماتی عرضه کنند، ولی در واقع، همه چیز را برای مشتریان عرضه می‌کنند. عدم تمرکز بر بخش خاصی از مشتریان و ارزش‌های مورد نظر آن‌ها موجب می‌شود که سازمان‌ها نتوانند به مزیت رقابتی دست یابند (Wong-On-Wing et al., 2007).

دیدگاه فرایندهای داخلی: از این منظر، سازمان‌ها باید فرایندهایی را مشخص کنند که با برتری یافتن در آن‌ها بتوانند به ارزش آفرینی برای مشتریان خود دست یابند. تحقق هر یک از اهدافی که در منظر مشتری تعیین می‌شود، مستلزم انجام یک یا چند فرایند عملیاتی به صورت کارا و اثربخش است. این فرایندها اعمال و بهبود موارد اداری، عملیات و نگهداری و تداوم بهبود مقررات سیستم‌های اطلاعاتی است (Wongrassamee et al., 2003).

دیدگاه رشد و یادگیری: منظور از این معیار، آن دسته اقداماتی است که باید در رشد و یادگیری، و آموزش کارکنان بکار گرفته شود تا از این راه وضعیت مطلوب از نظر ذی‌نفعان و مشتریان تحقق پیدا کند. معیار رشد و یادگیری توانمندی کارکنان، کیفیت سیستم اطلاعاتی سازمان، و چیدمان ابزار و تجهیزات آن برای دستیابی به اهداف است (Daneshfard et al., 2010).

بر ارزش راهبردی

بدون شک سازمان‌های امروزی پیوسته با امواج سهمگینی از تغییرات دائمی روبه‌رو هستند و مدیریت راهبردی یکی از بهترین ابزارها برای آن‌هایی است که درصددند بدون تسلیم در برابر تغییر، با حضوری آگاهانه و موفقیت‌آمیز در صحنه رقابت سرنوشت خود را رقم بزنند و آینده را تحت کنترل درآورند (Rugman & Verbeke, 2002). راهبرد برای برنامه‌های بلندمدت یک سازمان

است و به‌طور معمول درگیر مدیریت، روابط، و منابع است. به‌طور کلی، راهبرد به سه سطح مختلف تقسیم می‌شود: راهبرد سازمانی، کسب‌وکار، و عملکردی. راهبرد سازمانی شامل گزینه‌هایی برای تنوع محصولات و خدمات، دامنه جغرافیایی، ادغام عمودی، سرمایه‌گذاری‌های جدید و موارد دیگر تخصیص منابع میان نهادهای مختلف سازمان است. راهبردهای عملکردی خاص‌ترین نوع راهبرد است و شامل مدیریت منابع انسانی و مدیریت فروش است (Johnson et al., 2014). راهبرد کسب‌وکار نیز به عنوان راهبرد رقابتی مطرح می‌شود، زیرا شرکت باید کسب‌وکاری را راه‌اندازی کند که مزیت رقابتی خود را نسبت به رقبا در بازار یا صنعت داشته باشد و روی آن تمرکز کند (Grant, 1996). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که عملکرد سازمان‌های متعهد به مدیریت راهبردی بیش‌تر و بالاتر از سایر سازمان‌ها وابسته است. دستیابی به یک حلقه ارتباطی مناسب بین محیط یک سازمان و راهبرد، ساختار و فرایندهای آن، آثار مثبتی بر عملکرد آن سازمان دارد (هانگر و ویلن، ۱۳۹۲). در ادامه، تعاریفی از برازش راهبردی از دیدگاه پژوهشگران مختلف بیان می‌شود.

برازش راهبردی عبارت است از حدود همبستگی بین دو یا چند بُعد سازمانی برای ارتقای عملکرد سازمان (Miller, 1992). برازش با مجموعه‌ای از سازوکارهای ساختاری و رفتاری تحقق می‌یابد که برای مرتبط ساختن اجزای سازمان با یکدیگر بکار می‌روند و نیل به هدف‌های سازمانی را تسهیل می‌کنند (Armstrong, 2006). هر کدام از این سیستم‌های موجود در سطوح راهبردی سازمان باید با زیرسیستم‌های خود و سطوح بالادست و سیستم‌های هم‌تراز خود برازش داشته باشد تا باعث ایجاد هم‌افزایی برای رسیدن به هدف‌های سازمان شوند. دو نوع راه برای سنجش برازش راهبردی وجود دارد، یکی برای آن است که میزان تناسب بین نتایج را بررسی می‌کند که دو نوع مفهوم «سخت» و «نرم» دارد. مفهوم سخت به دنبال اندازه‌گیری تاثیر مستقیم بر نتایج مالی است و مفهوم نرم برای بررسی عوامل کم‌تر ملموس، مانند منابع انسانی و امثال آن است (Clarke, 1987). گولد و همکاران^۱ (۱۹۹۴)، ایده «مزیت شرکت‌های مادر» را پیشنهاد می‌دهند، یعنی این ایده را که چند کسب‌وکار با تحت تاثیر قرار دادن شرکت مادر ارزش ایجاد می‌کنند، بر صلاحیت‌های شرکت مادر متمرکز است. پس از آن گولد و همکاران (۱۹۹۴)، تلاش می‌کنند تعدادی از تحلیل‌ها را توسعه دهند و ابزارها و روش‌های تجربی را برای پشتیبانی از راهبرد شرکت‌ها طراحی کنند که از جمله آن‌ها ماتریس اشریج کمپل و گولد (۱۹۹۵) است. در این پژوهش، از تحلیل بدره‌ای اشریج بر مبنای نظریه والدینی (سرپرستی) کمپل و گولد (۱۹۹۵) برای سنجش برازش راهبردی استفاده می‌شود. این مدل بر این حقیقت پایبند است که ارزش‌آفرینی در یک فعالیت کسب‌وکار در درون بدره یک شرکت تابعه تنها بر

1. Goold et al.

ویژگی‌های آن کسب‌وکار وابسته نیست، بلکه بر ویژگی‌های شرکت مادر نیز وابسته است. بنابراین، تمرکز بر ایجاد برآزش بین یک کسب‌وکار و شرکت مادر ضروری است.

ماتریس اشریج

در تحلیل راهبردهای سرپرستی از ماتریس اشریج استفاده می‌شود. این ماتریس به تحلیل بدنه کسب‌وکار هولدینگ (شرکت مادر) بر اساس تناسب میان مهارت‌ها، منابع، و ویژگی‌های شرکت هلدینگ با فرصت‌های والدینی هر کسب‌وکار و عوامل کلیدی موفقیت هر کسب‌وکار می‌پردازد. ماتریس سرپرستی نشان می‌دهد که کدام یک از واحدهای کسب‌وکار باید در اولویت جهت‌گیری‌های هولدینگ قرار گیرند. این ماتریس گویای این است که اگر میان مهارت‌ها، منابع، و ویژگی‌های شرکت مادر با عوامل کلیدی موفقیت در آن کسب‌وکار از یک‌سو، و میان مهارت‌ها، منابع، و ویژگی‌های شرکت مادر با فرصت‌های والدینی در واحد کسب‌وکار از سوی دیگر، تناسب بالایی برقرار باشد، ارزش‌آفرینی در هولدینگ به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد (Goold et al., 1994). شکل ۱)، ماتریس اشریج را نشان می‌دهد. محور افقی در مدل اشریج نشانگر قابلیت‌های بالقوه شرکت مادر برای خلق سود بیش‌تر در درون یک کسب‌وکار است. برای مثال هزینه‌های عملیاتی، قابلیت‌های مدیریتی سطح شرکت در تسهیم منابع، و قابلیت‌های کاهش هزینه‌های شرکت. محور عمودی قابلیت تخریب ارزش‌ها توسط شرکت مادر را نشان می‌دهد. این تخریب می‌تواند ناشی از هزینه‌های سبک مدیریت شرکت مادر و راهبردهای نامناسب شرکت‌های تابعه باشد (Goold et al., 1994).

برآزش بین فرصت‌های سرپرستی SBU و منابع و مهارت‌های شرکت مادر		بالا پایین	
برآزش بین عوامل کلیدی موفقیت SBU و مهارت‌های شرکت مادر	بالا	حواش پرت‌ها	کسب‌وکار در سرزمین قلب‌ها
	پایین	بیگانگان	تله‌های ارزشی

شکل ۱: ماتریس اشریج

این ماتریس دلالت بر این دارد که در کدام ناحیه ائتلاف سرمایه صورت می‌پذیرد. ائتلاف سرمایه در ناحیه‌های زیر اتفاق می‌افتد: (۱) بیگانگان^۱، (۲) تله‌های ارزشی^۲، و (۳) حواس‌پرت‌ها^۳. در ناحیه سرزمین قلب‌ها^۴ ائتلاف سرمایه‌ای وجود ندارد. در **جدول (۱)**، توضیح نواحی ماتریس اشتریج بیان شده است.

جدول ۱: توضیح نواحی ماتریس اشتریج

بدره اشتریج		
رفتار	توصیف	طبقه
محور اصلی راهبرد آتی شرکت	شرکت مادر می‌تواند بدون ریسک آسیب به SBU ارزش‌آفرینی کند.	سرزمین قلب‌ها
نیازمند اقدام شرکت مادر	شرکت مادر SBU را می‌شناسد، اما نمی‌تواند ارزش‌آفرینی کند.	حواس‌پرت‌ها
تمرکز	شرکت مادر ارزش‌آفرینی می‌کند، اما ممکن است آسیب‌رسان باشد.	تله‌های ارزشی
مرتب کردن کارها	شرکت مادر دارای برازش ضعیف با SBU است و کمک‌کننده نیست.	بیگانگان

گولد و همکاران (۱۹۹۴)، معتقدند که برای برقراری برازش راهبردی باید سه قدم تحلیلی برداشت:

۱. بررسی هر واحد بازرگانی^۵ از حیث عوامل کلیدی موفقیت آن. عوامل کلیدی موفقیت عبارت‌اند از آن دسته از عناصر که موفقیت یا شکست شرکت را تعیین می‌کنند. آن‌ها برای حصول مزیت رقابتی بر شایستگی‌های باارزش تاکید می‌کنند. درست مثل عوامل راهبردی، عوامل اصلی موفقیت از یک شرکت به شرکت دیگر و از یک فعالیت به فعالیت دیگر فرق می‌کنند. معمولاً در زمان طراحی راهبرد برای واحدهای تجاری، عوامل اصلی موفقیت را کشف و شناسایی می‌کنند (بrazش کلیدی).

۲. بررسی هر واحد بازرگانی از حیث حوزه‌هایی که می‌توان عملکرد را بهبود بخشید. این

1. Alien Territory
2. Value Trap
3. Ballast
4. Heartland
5. Strategic Bussiness Unit (SBU)

حوزه‌ها را فرصت‌های سرپرستی به‌شمار می‌آورند. برای مثال، دو واحد تجاری می‌توانند با ترکیب نیروهای فروش خود به صرفه‌جویی مقیاس دست یابند. در حالتی دیگر، ممکن است یک واحد مهارت تولیدی و لجستیکی خوبی داشته باشد، اما زیاد نباشد. اگر شرکت مادر از تخصصی در سطح جهانی در این حوزه‌ها برخوردار باشد، می‌تواند عملکرد آن واحد را ارتقا بخشد. همچنین، شرکت مادر می‌تواند برخی از کارکنان را از یک واحد تجاری که دارای مهارت‌های مطلوب و مورد نظر است، به واحد دیگری منتقل کند که به آن مهارت‌ها نیاز دارد (برازش فرصتی).

۳. تجزیه و تحلیل میزان هماهنگی شرکت مادر تخصصی با واحد بازرگانی. شرکت مادر باید از نقاط قوت و ضعف خود از حیث منابع، مهارت‌ها، و قابلیت‌ها آگاه باشد. به این منظور، شرکت مادر باید از خود بپرسد که آیا ویژگی‌های لازم را برای انتقال فرصت‌های خود به هر واحد تجاری داراست یا خیر؟ همچنین، باید از خود بپرسد که آیا میان مشخصات شرکت مادر و عوامل راهبردی هر واحد تجاری ناهماهنگی وجود دارد یا خیر؟

ساختار سازمانی

دفت (۱۳۷۹)، ساختار سازمان را چارچوب وظایف و فعالیت‌های سازمان می‌داند. از نظر او ساختار سازمانی، سیستم رسمی وظایف و ارتباطات سازمان است که به کنترل، هماهنگی، و انگیزش افراد در سازمان منجر می‌شود و رسیدن به اهداف سازمان را ممکن می‌سازد. همچنین، او بر این عقیده است که ساختار سازمانی باید توان تسریع و تسهیل تصمیم‌گیری، واکنش مناسب نسبت به محیط و حل تعارضات میان واحدها را داشته باشد. **احمدی و همکاران (۲۰۱۶)**، بیان می‌کنند که توجه به ساختار سازمانی نشانه‌ای از تفکرات نظام‌مند در سازمان است، زیرا سازمان ترکیبی از اجزا و روابط میان آن‌هاست. ساختار راه و روشی است که طبق آن فعالیت‌های سازمانی تقسیم و سازمان‌دهی می‌شوند. ساختار سازمانی آیین تمام‌نمای مقررات، رویه‌ها، استانداردها، جایگاه‌های تصمیم‌گیری، الگوهای ارتباطات، روابط گزارش‌دهی و گزارش‌گیری، تلفیق وظایف و فعالیت‌ها، جریان اطلاعات، سلسله‌مراتب اختیار، و مسئولیت است (**Rameshgar et al., 2015**). ابعاد ساختار سازمانی با توجه به دید پژوهشگران دارای تنوع زیادی است که البته نظریه‌پردازان سازمانی از جمله رابینز ابعاد آن را پیچیدگی، رسمیت، و تمرکز می‌دانند. مقصود از پیچیدگی، تعداد کارها یا سیستم‌های فرعی است که درون یک سازمان وجود دارد (**Daft & Lane, 2008**). رسمیت موجب کاهش میزان آزادی عمل کارکنان در انجام کارهای خود و افزایش کنترل مدیریت بر آن‌ها می‌شود. این شرایط به ایجاد احساس بی‌شخصیتی منجر می‌گردد که غالباً در سازمان‌های

رسمی وجود دارد (Hatch, 2018). تمرکز اشاره به قدرت تصمیم‌گیری در سطوح بالای مدیریتی دارد و با میزان پراکندگی در سازمان و تعیین این که چه کسی حق تصمیم‌گیری دارد، مرتبط است (Taboli & Rahmani, 2014).

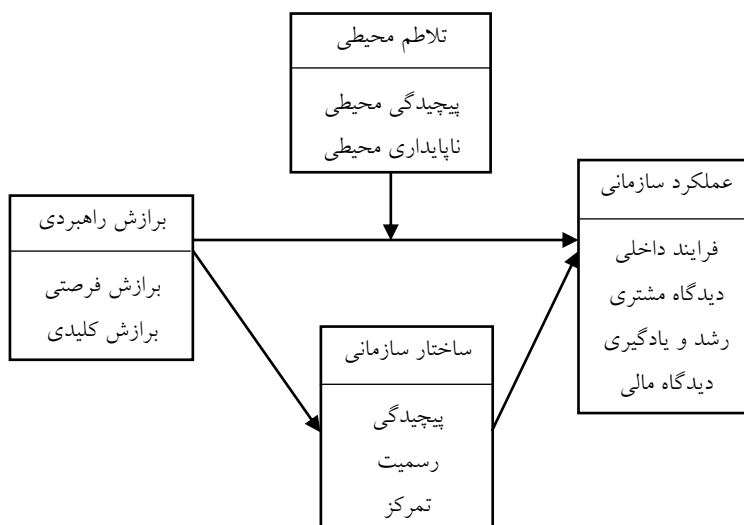
شرط بقا و حیات هر سازمانی در محیط متغیر و متلاطم امروزی ارتقای بهره‌وری است و آنچه در ارتقای بهره‌وری نقش بسزایی دارد، ساختار سازمانی است. هدف از ساختار سازمانی، هماهنگی نیروی انسانی و منابع موجود برای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان است (Foster & Washington, 2009). ساختار هر سازمان معمولاً بر پایه اهداف و با توجه به راهبردهایی طراحی می‌شود که برای رسیدن به اهداف سازمان تدوین می‌گردد. ساختار نامناسب، تحقق اهداف سازمانی را با مشکل مواجه می‌کند، و افراد کارا و پرتوان را به افراد ضعیف و ناتوان مبدل می‌سازد و افزایش هزینه‌ها و ناکارایی بخش‌های سازمان را به دنبال دارد (Farajollahi et al., 1970). بین و چن^۱ (۲۰۰۸)، بیان می‌کنند که ساختار سازمانی صحیح موجب می‌شود که هر فرد بر اساس نظر شخصی اقدام نکند، بلکه در چارچوب اهداف سازمانی گام بردارد. ساختار سازمانی مناسب در بهره‌وری، رضایت شغلی، کارآمدی، و انگیزه کارکنان سازمان نقش مهمی را ایفا می‌کند و بر آن‌ها تاثیر دارد.

تلاطم محیطی

اگر در سال‌های دهه اول قرن بیستم بررسی توانایی‌های گذشته سازمان و تطبیق آن با راهبرد رقابتی، امکان فعالیت موثر در محیط را فراهم می‌کرد، افزایش تلاطم‌های محیطی به‌طور تدریجی نشان داد که اصرار در استفاده از توانایی‌های گذشته برای فعالیت در محیط حال و آینده تاثیر کم‌تری پیدا کرده است. به دلیل اهمیت محیط و تاثیر زیاد آن بر عملکرد سازمان‌ها اندیشمندان متعددی به آن توجه می‌کنند. اهمیت توجه سازمان به محیط به عنوان یک متغیر مهم، توجه‌کننده عملکرد سازمان است. ساختار سازمان از راهبرد تبعیت می‌کند، همچنین راهبرد در واکنش به تلاطم‌های محیطی تحول پیدا می‌کند، و سازمان برای پاسخگویی به این تلاطم‌ها باید راهبرد مشخصی داشته باشد (رحمان سرشت، ۱۳۷۷). تلاطم محیطی معیاری در مورد تغییر در محیط سازمان است و محیط‌های متلاطم به وسیله سطح بالای تغییر و پویایی، پیچیدگی و ظرفیت پایین محیط مشخص می‌شوند (Caldart & Ricart, 2002). تلاطم محیطی اشاره به غیرقابل پیش‌بینی بودن محیط اطراف سازمان و تغییرپذیری سریع و زیاد در آن دارد (Wong, 2014).

1. Yin & Chen

در این پژوهش، از دو بُعد پیچیدگی و ناپایداری محیطی برای سنجش تلاطم محیطی استفاده می‌شود. آنچه امروز به عنوان ناپایداری محیطی شناخته می‌شود عبارت است از ناتوانی مدیران در شناسایی محرک‌های تغییر و پیش‌بینی تأثیرات آن‌ها بر محیط و آینده شرکت متبوع‌شان. طبق این تعریف، ناپایداری یکی از ویژگی‌های محیط است که در نتیجه ضعف‌های ادراکی مدیران نمود می‌یابد (Vecchiato & Roveda, 2010). ناپایداری همواره مفهومی اساسی در ادبیات موضوع نظریه‌های سازمانی بوده است، به‌ویژه در آن بخش از این نظریه‌ها که به دنبال توضیح رابطه بین سازمان‌ها و محیط‌شان است. تامپسون^۱ (۱۹۶۷)، ادعا می‌کند که اساسی‌ترین چالش پیش‌روی مدیران ارشد سازمان‌ها کنترل ناپایداری محیطی است. پیچیدگی محیط نشان‌دهنده ناهمگن بودن عوامل آن است (Sia et al., 2004). یعنی در محیط پیچیده تعداد زیادی عوامل با هم ارتباط دارند و بر سازمان تأثیر می‌گذارند و ناپایداری محیطی معرف تغییرپذیری سریع عوامل محیطی است. مدل مفهومی پژوهش حاضر بیانگر بررسی نقش ساختار سازمانی در روابط بین برآزش راهبردی با عملکرد سازمانی با تاکید بر تعدیل‌گری تلاطم محیطی است که ساختار کلی آن مطابق با شکل (۲) ارائه می‌شود.



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، پرسش‌های پژوهش به شرح زیر قابل طرح هستند:

- میزان عملکرد سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران در چه سطحی است؟
- آیا برازش راهبردی بر عملکرد سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران تاثیر دارد؟
- آیا برازش راهبردی بر ساختار سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران تاثیر دارد؟
- آیا ساختار سازمانی بر عملکرد سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران تاثیر دارد؟
- آیا تلاطم محیطی در رابطه با برازش راهبردی و عملکرد سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران در نقش تعدیل‌گر ظاهر می‌شود؟
- آیا ساختار سازمانی در رابطه با برازش راهبردی و عملکرد سازمانی در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران در نقش میانجی ظاهر می‌شود؟

روش‌شناسی پژوهش

بر اساس مدل پیاز پژوهش **ساندرز و همکاران**^۱ (۲۰۰۳)، این پژوهش از حیث جهت‌گیری پژوهش کاربردی، از حیث فلسفه پژوهش اثبات‌گرایی، از حیث رویکردهای پژوهش استقرایی - قیاسی، از حیث راهبردهای پژوهش پیمایشی، از حیث اهداف پژوهش توصیفی، و از حیث افق‌های پژوهش مقطعی است. جامعه آماری در این پژوهش، کلیه شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران هستند که در مجموع ۱۱۰ شرکت مادر تخصصی برآورد شده‌اند و با در نظر گرفتن تکنیک ۱۰ برابر، ۴۰ شرکت به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند (در عمل پرسشنامه برای یک شرکت اضافه‌تر پخش شد) و پرسشنامه‌ها میان آن‌ها توزیع گردید که ۸۲ پرسشنامه از آن‌ها به‌دست آمد. در این پژوهش، از روش تصادفی سیستماتیک برای نمونه‌گیری استفاده شده است و به دلیل این‌که واحد تحلیل در این پژوهش شرکت مادر تخصصی است، برای آزمون پرسش‌های پژوهش داده‌های سطح فردی به سطح سازمانی تبدیل شده است. لازم به اشاره است که ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش حاضر بر مبنای پرسشنامه است که پژوهشگران برای متغیر مستقل (برازش راهبردی) داده‌های خود را به دلیل کمبود تعداد پرسش‌های پرسشنامه با طرح تعدادی پرسش و ارزیابی روایی محتوا با توزیع پرسشنامه میان جامعه آماری جمع‌آوری کرده است. ارزیابی روایی محتوایی از نظر متخصصان در مورد میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه‌گیری و هدف پژوهش استفاده می‌شود. برای این منظور دو روش کیفی و کمی در نظر گرفته می‌شود. در بررسی کیفی محتوا، پژوهشگر از متخصصان درخواست می‌کند که پس از بررسی کیفی ابزار، بازخورد لازم را ارائه دهند که بر اساس آن موارد اصلاح شوند. برای

1. Saunders et al.

بررسی روایی محتوایی به شکل کمی، از متخصصان درخواست می‌شود تا هر آیت را بر اساس طیف سه‌بخشی اساسی، مفید، و غیرضرور بررسی نمایند. اگر مقدار محاسبه‌شده از ۰/۴۹ بزرگ‌تر باشد، اعتبار محتوای آن آیت پذیرفته می‌شود. برای پرسشنامه برآزش راهبردی در این پژوهش با توجه به این که ضریب محاسبه‌شده بزرگ‌تر از ۰/۴۹ بود، در نتیجه تصمیم بر توزیع پرسشنامه گرفته شد. پرسشنامه این پژوهش از چهار بخش اساسی شامل سنجش عملکرد سازمانی بر اساس کارت امتیاز متوازن کاپلان و نورتون (۲۰۰۱)، سنجش ساختار سازمانی بر اساس رابینز (۱۳۷۹)، سنجش برآزش راهبردی بر اساس گولد و همکاران (۱۹۹۴)، و سنجش تلاطم محیطی بر اساس سیا و همکاران (۲۰۰۴) تشکیل شده است. پرسشنامه تهیه‌شده دارای ۶۳ پرسش اصلی و ۱۰ پرسش پیرامون ویژگی‌های جمعیت‌شناختی است که در ادامه شرح هر یک از این بخش‌ها آورده شده است. پرسش‌های پرسشنامه از نوع پرسش‌های بسته هستند. برای پاسخ به پرسش‌های پرسشنامه از طیف پنج‌تایی لیکرت استفاده شده است که یکی از رایج‌ترین مقیاس اندازه‌گیری پاسخ‌های بسته به‌شمار می‌رود. سپس، داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS23 شدند و با استفاده از آزمون T و نرم‌افزار PLS2 مورد تحلیل قرار گرفتند. در جدول (۲)، متغیرها، ابعاد، و تعداد پرسش‌هایی آورده شده است که برای سنجش هر یک از این ابعاد بکار رفته‌اند.

جدول ۲: ترکیب پرسش‌های پرسشنامه

متغیرهای پژوهش (منبع)	ابعاد	شماره پرسش‌ها
عملکرد سازمانی (Kaplan & Norton, 2001)	دیدگاه مشتری	۱-۵
	دیدگاه فرایندهای داخلی	۶-۱۰
	دیدگاه رشد و یادگیری	۱۱-۱۵
	دیدگاه مالی	۱۶-۲۲
برآزش راهبردی (Goold et al., 1994)	برآزش فرصتی	۲۳-۳۱
	برآزش کلیدی	۳۲-۳۶
ساختار سازمانی (رابینز، ۱۳۷۹)	رسمیت	۳۷-۴۱
	پیچیدگی	۴۲-۴۶
	تمرکز	۴۷-۵۳
تلاطم محیطی (Sia et al., 2004)	پیچیدگی محیط	۵۴-۵۷
	ناپایداری محیط	۵۸-۶۳

روایی و پایایی پرسشنامه

در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد از منابع بین‌المللی مطابق **جدول (۲)** استخراج شده است و متناسب با جامعه آماری تغییراتی در آن ایجاد شده است. همچنین، برای سنجش روایی پرسشنامه علاوه بر استفاده از مبانی نظری در تعریف عملیاتی متغیرها، از راه مطالعه مقدماتی بر مبنای نظر مشاور و خبرگان اهل فن عمل شده است. روایی صوری ملاک نظر استادان و صاحب‌نظران قرار داده شده و روایی محتوایی سنجیده شده است، که در حد مطلوبی قرار داشت. همچنین، روایی واگرا متغیرهای پژوهش در **جدول (۳)** بیان شده است که با توجه به این جداول روایی واگرا و همگرایی مدل قابل قبول است.

جدول ۳: روایی واگرا مدل روش فورنر و لارکر (۱۹۸۱)

عملکرد سازمانی برازش راهبردی ساختار سازمانی تلاطم محیطی			
عملکرد سازمانی	۱/۰۰		
برازش راهبردی	۰/۷۷	۱/۰۰	
ساختار سازمانی	۰/۶۶	۰/۶۶	۱/۰۰
تلاطم محیطی	۰/۵۷	۰/۶۹	۰/۷۹
			۱/۰۰

همان‌طور که در **جدول (۳)** برگرفته از روش **فورنر و لارکر^۱ (۱۹۸۱)** مشخص است، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیش‌تر است. از این‌رو، می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل تعامل بیش‌تری با شاخص‌های خود دارند تا سازه‌های دیگر. به بیان دیگر، روایی واگرای مدل در حد مناسب است.

1. Fornell & Larcker

جدول ۴: شاخص‌های پایایی و روایی همگرا

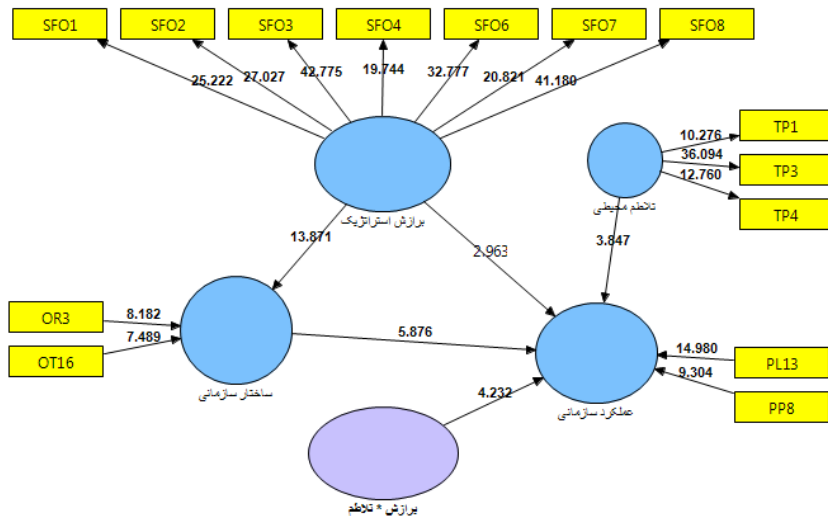
متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	پایایی اشتراکی	AVE
عملکرد سازمانی	۰/۸۱	۰/۸۷	۰/۶۳	۰/۶۳
برآزش راهبردی	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۷۰	۰/۷۰
ساختار سازمانی	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۸۸	۰/۸۸
تلاطم محیطی	۰/۷۲	۰/۸۴	۰/۶۵	۰/۶۵

همان‌طور که در جدول (۴) قابل‌مشاهده است، شاخص‌های پایایی مربوط به برآزش مدل از شرایط مطلوبی برخوردار هستند. به این صورت که تمام آلفاهای کرونباخ بالای ۰/۷، پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ است و در نهایت، مقادیر اشتراکی که کیفیت مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. همچنین مقدار AVE نیز بالاتر از ۰/۵ است.

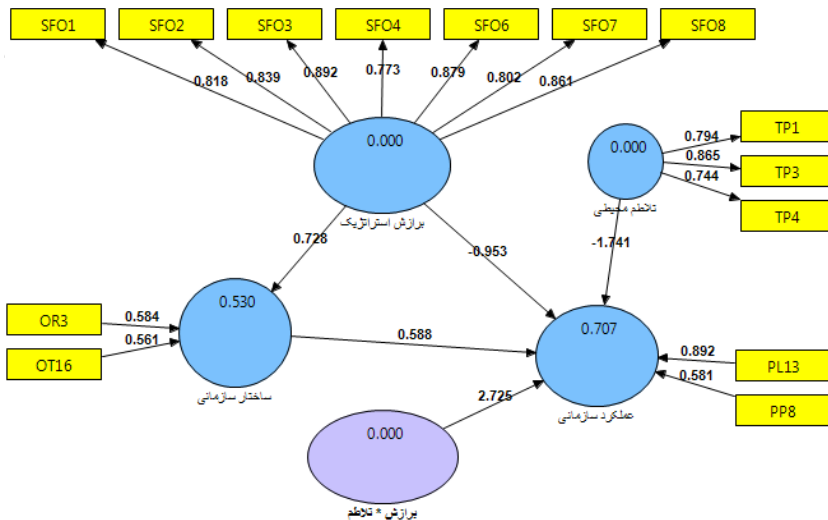
R2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل معادلات ساختاری بکار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا می‌گذارد. نکته ضروری در این‌جاست که مقدار R2 تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل محاسبه می‌گردد و در مورد سازه‌های برون‌زا، مقدار این معیار صفر است. مقدار R2 مربوط به سازه‌های عملکرد سازمانی و ساختار سازمانی درون‌گرا به‌ترتیب برابر با ۰/۷۰۷ و ۰/۵۳ است که نشان‌دهنده برآزش خوب مدل ساختاری است.

معناداری ضرایب

در صورتی که مقدار عدد معناداری بالای ۱/۹۶ باشد، رابطه معنادار است و فرضیه‌های پژوهش تایید می‌شود. اشاره به این نکته ضروری است که عدد معناداری فقط صحت روابط را نشان می‌دهد و شدت روابط را نمی‌توان با آن سنجید.



شکل ۳: خروجی ضرایب T-Value نرم افزار PLS



شکل ۴: خروجی ضرایب نرم افزار PLS

همان طور که در شکل (۴) دیده می شود، مقدار R^2 مربوط به سازه ساختار سازمانی برابر با ۰/۵۳ و عملکرد سازمانی برابر با ۰/۷۰۷ است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. با توجه

به شکل (۳)، (۴) و نتایج حاصل از آزمون پرسش‌ها، مقدار ضریب مسیر مربوط به پرسش نخست (تاثیر برازش راهبردی بر عملکرد سازمانی) برابر با ۰/۹۵-، و عدد معناداری ۲/۹۶۳ با سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است. مقدار ضریب مسیر مربوط به پرسش دوم (تاثیر برازش راهبردی بر ساختار سازمانی) برابر با ۰/۷۲، و عدد معناداری ۱۳/۸۷ با سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است. مقدار ضریب مسیر مربوط به پرسش سوم (تاثیر ساختار سازمانی بر عملکرد سازمانی) برابر با ۰/۵۸، و عدد معناداری ۵/۸۷ با سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است. مقدار ضریب مسیر مربوط به پرسش چهارم (تاثیر تلاطم محیطی در تعدیل‌کنندگی بین برازش راهبردی و عملکرد سازمانی) برابر با ۱-/۷۴، و عدد معناداری ۳/۸۴ با سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که تلاطم محیطی رابطه بین برازش راهبردی و عملکرد سازمانی را تعدیل می‌کند. همچنین، برای پرسش غیرمستقیم از آزمون سوبل استفاده می‌شود که نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد که عدد معناداری فرضیه پنجم (برازش راهبردی از راه ساختار سازمانی بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد) برابر با ۹/۳۰، با ضریب مسیر ۰/۴۲ و در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که ساختار سازمانی رابطه بین برازش راهبردی و عملکرد سازمانی را میانجی‌گری می‌کند.

برازش کلی مدل با معیار نیکویی برازش (GOF)^۱

این معیار مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. بدین معنا که پژوهشگران می‌توانند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل کنند.

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} = 0.71 \times 0.54 = 0.38$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود، عدد محاسبه‌شده برای GOF برابر با ۰/۳۸ است که نشان از برازش کلی بسیار خوب مدل دارد.

1. Goodness of Fit

بررسی پرسش‌های پژوهش

جدول ۵: نتایج آزمون پرسش‌های پژوهش

ردیف	عنوان پرسش	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	عدد معناداری	نتیجه
۱	تاثیر برآزش راهبردی بر عملکرد سازمانی	-۰/۹۵۳	۰/۴۲۸	-۰/۵۲۵	۲/۹۶۳	تایید
۲	تاثیر برآزش راهبردی بر ساختار سازمانی	۰/۷۲۸	-	۰/۷۲۸	۱۳/۸۷۱	تایید
۳	تاثیر ساختار سازمانی بر عملکرد سازمانی	۰/۵۸۸	-	۰/۵۸۸	۵/۸۷۶	تایید
۴	تاثیر تلاطم محیطی بر عملکرد سازمانی	-۱/۷۴۱	-	-۱/۷۴۱	۳/۸۴۷	تایید

در این‌جا برای آزمون پرسش غیرمستقیم از آزمون سوبل استفاده شده است. از نتایج آزمون سوبل مقدار Z-value به‌دست می‌آید که در صورت بیش‌تر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بودن تاثیر میانجی یک متغیر را تایید نمود. آزمون سوبل نشان می‌دهد که عدد معناداری پرسش پنجم برابر ۹/۳۰ است. بنابراین، این فرضیه با سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد مورد تایید است.

جدول ۶: آزمون T تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت متغیر عملکرد سازمانی

ارزش آزمون = ۳						
ابعاد	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	کرانه پایین / کرانه بالا
دیدگاه مشتری	۴۴/۷۵۸	۴۰	۰/۰۰۰	۱/۳۸۵۳۷	۱/۳۲۲۸	۱/۴۴۷۹
عملکرد	۴۲/۲۶۶	۴۰	۰/۰۰۰	۱/۳۷۰۷۳	۱/۳۰۵۲	۱/۴۳۶۳
سازمانی رشد و یادگیری	۳۲/۳۳۳	۴۰	۰/۰۰۰	۱/۳۱۴۶۳	۱/۲۳۲۵	۱/۳۹۶۸
دیدگاه مالی	۲۹/۹۲۳	۴۰	۰/۰۰۰	۱/۲۹۶۱۷	۱/۲۰۸۶	۱/۳۸۳۷

با توجه به نتایج خروجی نرم‌افزار، مقدار آزمون تک‌نمونه‌ای در **جدول (۶)** نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱، ابعاد عملکرد سازمانی (دیدگاه مشتری، فرایند داخلی، رشد و یادگیری، و دیدگاه مالی) شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران در سطح به‌نسبت مطلوبی قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که برازش راهبردی بر عملکرد شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد و تلاطم محیطی و جهت‌گیری راهبردی این رابطه را به‌خوبی تعدیل می‌کنند. نتایج این پژوهش با نتایج یایلا و هو^۱ (۲۰۱۲) همسوست. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین برازش و عملکرد سازمانی همبستگی مثبتی وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش حاضر با رهنورد و نیکزاد (۲۰۰۹)، و برگرون و همکاران (۲۰۰۴) همسوست.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران در سطح به‌نسبت مطلوبی (میانگین برابر با ۴/۳۳) است. بنابراین، با توجه به شاخص‌های عملکرد شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران می‌توان پیشنهادهایی را به شرح زیر ارائه داد. شرکت اطلاعات جدید مربوط به حوزه کاری خود را شناسایی کند، زیرا کارکنان با انجام این فعالیت مهم می‌توانند با افزایش آگاهی خود در ارائه هرچه بهتر خدمات شرکت نقش موثری ایفا کنند. مدیران شرکت‌ها باید به تقویت کانال‌های باز برقراری ارتباط میان خود و کارمندان و افزایش انعطاف‌پذیری توجه نمایند، همچنین اقدام‌هایی مانند متمایز کردن راهبرد شرکت نسبت به راهبردهای سایر شرکت‌های حوزه فعالیت؛ حمایت از تفاوت‌های افکار و دیدگاه کارکنان رده پایین‌تر و تقویت آن‌ها؛ شناسایی و آمادگی برای درک روابط و مناسبات در شرایط گسج‌کننده و پیچیده؛ تسهیل دسترسی مشتری‌ها به خدمات شرکت برای سبقت گرفتن از سایر شرکت‌ها؛ و کاهش قوانین و مقررات زاید برای سبقت گرفتن از سایر شرکت‌ها را در دستور کار قرار دهند. از آن‌جا که شرح شغل مدون در شرکت‌ها وجود دارد و این امر سبب رها شدن کارکنان چندوظیفه‌ای در شرکت می‌شود و نیز باعث پاسخگویی کارکنان فقط در حیطه شرح شغل مدون خود می‌گردد، باید سالانه در شرح شغل اصلاح صورت گیرد.

با توجه به این‌که مدل این پژوهش در شرکت‌های مادر تخصصی شهر تهران مورد آزمون قرار گرفت، پیشنهاد می‌شود که برای تعمیم‌پذیری بیش‌تر مدل این پژوهش در سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی انجام گیرد. همچنین، سایر عوامل موثر بر بهبود عملکرد سازمانی با تاثیر برازش راهبردی بررسی شود. با توجه به تاثیرپذیری عملکرد سازمانی از تلاطم محیطی، می‌توان در پژوهش‌های آتی از این متغیر به عنوان تعدیل‌کننده بین ساختار سازمانی و عملکرد سازمانی استفاده کرد. در پژوهش‌های آتی، متغیرهایی همچون فرهنگ سازمانی را می‌توان به

عنوان تعدیل کننده/ میانجی در نظر گرفت. برای مطالعات تکمیلی علاوه بر پژوهش‌های کمی، پژوهش‌های کیفی به صورت مصاحبه درباره متغیرهای پژوهش نیز انجام شود. با توجه به این که برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است، با در نظر گرفتن محدودیت ذاتی پرسشنامه این احتمال وجود دارد که ادراک افراد کاملاً با واقعیت منطبق نباشد. همان‌طور که در پیشینه پژوهش اشاره شده است، عوامل متعددی بر عملکرد سازمانی تأثیر دارند و با توجه به این که اجماع نظر کافی در میان نویسندگان در مورد سنجش متغیرها در این حوزه وجود ندارد، نمی‌توان به‌طور قطع در مورد جامعیت آن صحبت کرد و آن را تعمیم داد. با وجود این، نتایج این پژوهش با احتیاط می‌تواند در مورد سایر شرکت‌ها استفاده شود. با توجه به این که در این پژوهش برای تدوین مدل معادلات ساختاری از نرم‌افزار PLS2 استفاده شده است، محدودیت این روش که مبتنی بر واریانس است، نباید نادیده گرفته شود.

منابع

الف) انگلیسی

- A'arabi, S. M., & Chavoshi, S. K. (2010). A Strategic Control Style and Performance of Holding Companies. *Journal of Strategic Management Studies*, 1(1), 7-26. http://www.smsjournal.ir/article_88663.html
- Ahmady, G. A., Mehrpour, M., & Nikooravesh, A. (2016). Organizational Structure. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 230(1), 455-462. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.09.057>
- Armstrong, M. (2006). *Human Resource Management: A Guide to Action*: Kogan Page.
- Beer, M., Voelpel, S. C., Leibold, M., & Tekie, E. B. (2005). Strategic Management as Organizational Learning: Developing Fit and Alignment through a Disciplined Process. *Long Range Planning*, 38(5), 445-465. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2005.04.008>
- Bergeron, F., Raymond, L., & Rivard, S. (2004). Ideal Patterns of Strategic Alignment and Business Performance. *Information & Management*, 41(8), 1003-1020. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.10.004>
- Caldart, A. A., & Ricart, J. E. (2002). *Understanding Environmental Turbulence: A Dynamic Model*: University of Navarra.
- Campbell, A., & Goold, M. (1995). Corporate Strategy: The Quest for Parenting Advantage. *Harvard Business Review*, 73(2), 120-132.

- Choudhary, A. I., Akhtar, S. A., & Zaheer, A. (2013). Impact of Transformational and Servant Leadership on Organizational Performance: A Comparative Analysis. *Journal of Business Ethics*, 116(2), 433-440. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1470-8>
- Clarke, C. J. (1987). Acquisitions Techniques for Measuring Strategic Fit. *Long Range Planning*, 20(3), 12-18. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(87\)90067-7](https://doi.org/10.1016/0024-6301(87)90067-7)
- Daft, R., & Lane, P. (2008). *The Leadership Experience*: Thomson South-Western.
- Daneshfard, K., Vahdani, K., & Aghaz, A. (2010). Assess the Role of Balance Scorecard in Improving Organizational Performance. *Quarterly Journal of Educational Leadership & Administration*, 4(2), 55-72. http://edu.journals.iau-garmsar.ac.ir/article_538785.html
- Dixon, J. R., Nanni, A. J., & Vollmann, T. E. (1990). *New Performance Challenge: Measuring Operations for World-Class Competition (Irwin/APICS Series in Production Management)*: McGraw-Hill Professional Publishing, Homewood.
- Ergeneli, A., Ari, G. S. I., & Metin, S. (2007). Psychological Empowerment and Its Relationship to Trust in Immediate Managers. *Journal of Business Research*, 60(1), 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.09.012>
- Farajollahi, M., Hasani, K., Safari, S., & Moeinikia, M. (1970). Designing of the Organizational Structure of Open and Distance Universities: The Case Study of Payame Noor University. *Research in School and Virtual Learning*, 4(15), 49-64.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Foster, W. M., & Washington, M. (2009). Organizational Structure and Home Team Performance. *Team Performance Management: An International Journal*, 15(3/4), 158-171. <https://doi.org/10.1108/13527590910964937>
- Goold, M., Campbell, A., & Alexander, M. (1994). *Corporate Level Strategy: Creating Value in the Multibusiness Company*: John Wiley & Sons.
- Goold, M., Campbell, A., & Alexander, M. (1998). Corporate Strategy and Parenting Theory. *Long Range Planning*, 31(2), 308-314. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)00017-X](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)00017-X)
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*: John Wiley & Sons.
- Hamann, P. M., Schiemann, F., Bellora, L., & Guenther, T. W. (2013). Exploring the Dimensions of Organizational Performance: A Construct Validity Study. *Organizational Research Methods*, 16(1), 67-87. <https://doi.org/10.1177/1094428112470007>
- Hatch, M. J. (2018). *Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern*

- Perspectives*: Oxford University Press.
- Hu, Q., & Huang, C. D. (2005). *Aligning IT with Firm Business Strategies Using the Balance Scorecard System*. Paper Presented at the Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2005.72>
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2014). *Exploring Strategy: Text & Cases*: Prentice Hall Imprint.
- Johnson, S. (2003). EFQM and Balanced Scorecard for Improving Organizational Performance. *Inland Revenue, A Reaserch Report*.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). Transforming the Balanced Scorecard from Performance Measurement to Strategic Management: Part 1. *Accounting Horizons*, 15(1), 87-104. <https://doi.org/10.2308/acch.2001.15.1.87>
- León, I. M. M., & García, J. M. (2011). The Influence of Organizational Structure on Organizational Learning. *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 537-566. <https://doi.org/10.1108/01437721111158198>
- Milis, K., & Mercken, R. (2004). The Use of the Balanced Scorecard for the Evaluation of Information and Communication Technology Projects. *International Journal of Project Management*, 22(2), 87-97. [https://doi.org/10.1016/S0263-7863\(03\)00060-7](https://doi.org/10.1016/S0263-7863(03)00060-7)
- Miller, D. (1992). Environmental Fit Versus Internal Fit. *Organization Science*, 3(2), 159-178. <https://doi.org/10.1287/orsc.3.2.159>
- O'Toole Jr, L. J., & Meier, K. J. (2015). Public Management, Context, and Performance: In Quest of a More General Theory. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 25(1), 237-256. <https://doi.org/10.1093/jopart/muu011>
- Rahnavard, F., & Nikzad, S. (2009). Aligning Organizational Elements in the Light of Strategic Reference Points and Its Relationship with Organizational Performance. *Journal of Public Administration (Management Knowledge)*, 1(2), 19-34. https://jipa.ut.ac.ir/article_20292.html
- Rameshgar, R., Rajae Pour, S., & Siadat, S. A. (2015). A Comparative Study on the Organizational Structure of Isfahan University and Isfahan University of Medical Sciences. *Higher Education Letter*, 7(27), 77-98.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. (2002). Edith Penrose's Contribution to the Resource-Based View of Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 23(8), 769-780. <https://doi.org/10.1002/smj.240>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research Methods for Business Students*: Prentice Hall: Financial Times.
- Sia, C.-L., Teo, H.-H., Tan, B. C., & Wei, K.-K. (2004). Effects of Environmental Uncertainty on Organizational Intention to Adopt Distributed Work Arrangements. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51(3),

- 253-267. <https://doi.org/10.1109/TEM.2004.830859>
- Taboli, H., & Rahmani, M. (2014). Identify the Relationship Between the Dimensions of Organizational Structure and Organizational Commitment. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4(54) 565-573.
- Thompson, J. D. (1967). *Organizations in Action*: McGraw-Hill.
- Vaezi, R., & Sabzikaran, E. (2010). Relationship between Organizational Structure and Personnel Empowerment in NIOPDC-Tehran Area. *Transformation Management Journal*, 2(3), 153-178. <https://dx.doi.org/10.22067/pmt.v2i3.4262>
- Vecchiato, R., & Roveda, C. (2010). Strategic Foresight in Corporate Organizations: Handling the Effect and Response Uncertainty of Technology and Social Drivers of Change. *Technological Forecasting and Social Change*, 77(9), 1527-1539. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2009.12.003>
- Wong, S. K.-S. (2014). Impacts of Environmental Turbulence on Entrepreneurial Orientation and New Product Success. *European Journal of Innovation Management*, 17(2), 229-249. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2013-0032>
- Wong-On-Wing, B., Guo, L., Li, W., & Yang, D. (2007). Reducing Conflict in Balanced Scorecard Evaluations. *Accounting, Organizations and Society*, 32(4-5), 363-377. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.05.001>
- Wongrassamee, S., Simmons, J. E., & Gardiner, P. (2003). Performance Measurement Tools: The Balanced Scorecard and the EFQM Excellence Model. *Measuring Business Excellence*, 7(1), 14-29. <https://doi.org/10.1108/13683040310466690>
- Wu, S. P.-J., Straub, D. W., & Liang, T.-P. (2015). How Information Technology Governance Mechanisms and Strategic Alignment Influence Organizational Performance. *MIS Quarterly*, 39(2), 497-518. <https://www.jstor.org/stable/26628363>
- Yayla, A. A., & Hu, Q. (2012). The Impact of IT-Business Strategic Alignment on Firm Performance in a Developing Country Setting: Exploring Moderating Roles of Environmental Uncertainty and Strategic Orientation. *European Journal of Information Systems*, 21(4), 373-387. <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.52>
- Yin, G., & Chen, Y. (2008). IT Organizational Transformation, Knowledge Integration, and IT Assimilation: A Case Study. *Tsinghua Science & Technology*, 13(3), 400-407. [https://doi.org/10.1016/S1007-0214\(08\)70064-6](https://doi.org/10.1016/S1007-0214(08)70064-6)
- Zahariadis, N. (2008). Ambiguity and Choice in European Public Policy. *Journal of European Public Policy*, 15(4), 514-530. <https://doi.org/10.1080/13501760801996717>



(ب) فارسی

دفت، ریچارد ال. (۱۳۷۹). *تئوری و طراحی سازمان*. ترجمه سیدمحمد اعرابی و علی پارسایان، جلد دوم، چاپ دوم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رایینز، استیفن. پی. (۱۳۷۹). *مبانی مدیریت*. ترجمه محمد اعرابی، محمدعلی رفیعی، و بهروز اسراری ارشاد، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رحمان سرشت، حسین (۱۳۷۷). *تئوری‌های سازمان و مدیریت از نوین‌گرایی تا پسانوین‌گرایی*. انتشارات فن و هنر.

هانگر، جی. دیوید، و ویلن، توماس ال. (۱۳۹۲). *مبانی مدیریت/استراتژیک*. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ چهارم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

عنوان مقاله: مدل تبیین آثار مدیریت منابع انسانی متعهدانه

ولی‌اله میرزایی الموتی^۱، محمد عطایی^۲، زهره مقدس^۳

دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۲۲

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۱/۲۵

مقاله پژوهشی

چکیده:

هدف: مدیریت موثر و کارآمد منابع انسانی برای موفقیت هر سازمان حیاتی است. ارتقای عملکرد کارکنان یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها در بخش دولتی است. پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل مدیریت منابع انسانی با تعهد بالا در میان کارکنان آموزش و پرورش استان قزوین و مناطق ۱۴ گانه آن انجام می‌شود.

طرح/روش‌شناسی پژوهش/رویکرد: نمونه آماری مطابق جدول مورگان ۲۶۰ نفر انتخاب گردید. پژوهش حاضر از نوع پیمایشی است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش مدلسازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS₂ انجام شده است.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده به‌طور مستقیم و مثبتی بر عملکرد فردی اثرگذار است. در ضمن، یافته‌ها نشانگر آن است که متغیرهای التزام کاری، تعهد حرفه‌ای، و حمایت سازمانی ادراک‌شده در روابط بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده و عملکرد فردی در نقش میانجی ظاهر می‌شوند.

ارزش/اصالت: این پژوهش تلاش دارد رابطه بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده بر عملکرد فردی را مورد بررسی قرار دهد تا مدل جامع‌تری از روابط بین متغیرها کسب نماید. بی‌شک، نتایج این پژوهش در ارتقای دانش مدیریت منابع انسانی متعهدانه تعیین‌کننده است. یافته‌های این پژوهش با مدلسازی مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده در سطح فردی، حوزه دانش جدیدی را در ادبیات موضوع مطرح می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: مدیریت منابع انسانی متعهدانه، عملکرد فردی، اقدام‌های تواناسازی، اقدام‌های انگیزه‌سازی، اقدام‌های فرصت‌سازی.

۱. دکتری مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

mirzaei.vali@qiau.ac.ir

ataei@qiau.ac.ir

zmoghaddas@qiau.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۳. استادیار گروه ریاضی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

مقدمه

از دو دهه گذشته، پژوهشگران در مدیریت منابع انسانی راهبردی بررسی می‌کنند که چرا و چگونه سازمان‌ها با استفاده از شیوه‌های منابع انسانی به اهداف خود دست می‌یابند. اگرچه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی سنتی بر تاثیر شیوه‌های فردی منابع انسانی متمرکز است، دیدگاه راهبردی در پژوهش مدیریت منابع انسانی بر بسته‌های شیوه‌های منابع انسانی، اغلب به عنوان سیستم‌های کارآمد با کارایی بالا، سیستم‌های کاری با مشارکت بالا، و سیستم‌های کاری با تعهد بالا تاکید دارد. یک جنبش رو به رشد از پژوهش‌های حوزه مدیریت منابع انسانی راهبردی نشان می‌دهد که استفاده از سیستم‌های شیوه‌های مدیریت منابع انسانی برای افزایش دانش، مهارت‌ها و توانایی‌ها، و انگیزه و فرصت کارکنان برای مشارکت با پیامدهای مثبتی مانند تعهد بیش‌تر، جابجایی کم‌تر، بهره‌وری با کیفیت بالاتر، عملکرد بهتر خدمات، بهبود عملکرد ایمنی، و عملکرد مالی بهتر همراه است (Jiang et al., 2012). در دهه گذشته، شواهد نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین مدیریت منابع انسانی و عملکرد سازمانی وجود دارد. این شواهد از «اعتقاد عقلانی» به شدت حمایت می‌کند، زیرا بهبود نحوه مدیریت افراد به‌طور اجتناب‌ناپذیری به بهبود عملکرد شرکت منجر می‌شود. رویکرد غالب مورد استفاده در بررسی ارتباط بین مدیریت منابع انسانی و عملکرد، مدیریت منابع انسانی را به عنوان یک مجموعه ایده‌آل از شیوه‌ها مورد توجه قرار می‌دهد. این شیوه‌ها به‌روشنی با نام شیوه‌های «عملکرد بالا»، «تعهد بالا» یا «مشارکت بالا» در نظر گرفته می‌شوند، زیرا به نظر می‌رسد ذخایر استفاده‌نشده از «منابع انسانی» با افزایش تعهد و مشارکت کارکنان آزاد می‌شود (Gould-Williams, 2004).

عملکرد اصلی مدیریت سازمانی مدرن، مانند افزایش توانایی و انگیزه کارکنان، بیشینه کردن رضایت شغلی و عملکرد سازمانی است (Kang & Kang, 2016). افراد در سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای به عنوان یک منبع کلیدی برای ایجاد ارزش شناخته می‌شوند. به‌طور خاص، جذب و حفظ کارکنان با دانش بالا، که دارای سطوح عملکرد بسیار بالا هستند، می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی بر اثربخشی سازمان اثر بگذارد. پژوهشگران معتقدند حفظ و نگهداری عملکرد برتر بر کارایی سازمانی اثر می‌گذارد، زیرا انتقال آن‌ها نه تنها هزینه‌های جایگزینی را افزایش می‌دهد، بلکه موجب کاهش روحیه سازمانی می‌شود. با توجه به رقابت جهانی مبتنی بر دانش، به نظر می‌رسد که اهمیت حفظ عملکرد برتر به دلیل تهدید بالقوه انتقال

دانش ارزشمند توسط اعضای برتر به سازمان‌های رقیب تقویت می‌شود (Kwon et al., 2010). منافع شدید در زمینه مدیریت منابع انسانی در مورد این که چگونه مدیریت منابع انسانی می‌تواند ارزش سازمان را افزایش دهد، به تمرکز بیش‌تر بر سیستم‌های کاری با عملکرد بالا منجر می‌شود. در عین حال، مفسران به‌طور فزاینده‌ای در مورد نیاز به تجدیدنظر در پژوهش‌های موجود برای رفع برخی از ضعف‌های روش‌شناختی در این حوزه می‌پردازند. یک مسئله این است که بسیاری از مدل‌های مدیریت منابع انسانی و عملکرد شرکت بر پایه فرضیه‌های نظری درباره نتایج برخی از شیوه‌های مدیریت منابع انسانی به‌جای مشاهده‌های تجربی مبتنی هستند. گِست (۱۹۹۷)، همچنین از دیدگاه کارکنان در این بحث همراه با متغیرهای رایج سطح سازمانی استفاده می‌کند. مدیریت منابع انسانی اثربخش برای موفقیت هر سازمانی حیاتی است. کیفیت منابع انسانی سازمان، احساس افراد از برخورد عادلانه، تعهد کارکنان به سازمان، اشتیاق و رضایت آن‌ها از شغل و تجربیاتشان، همه بر بهره‌وری سازمان، خدمات مشتری، شهرت سازمان و بقای آن اثرگذارند (Renz, 2016). در عصر جهانی شدن و پیشرفت سریع فناوری، سرمایه انسانی به عنوان مهم‌ترین سرمایه سازمان‌ها قلمداد می‌شود. سرمایه انسانی مجموعه‌ای از مهارت‌ها، دانش، و ویژگی‌های عمومی افراد در سازمان است که می‌تواند نشان‌دهنده ظرفیت انجام کار امروز و ظرفیت بالقوه کار فردا باشد (Hitt et al., 2006). عملکرد فردی یک معیار سنجش مرتبط و اغلب مورد استفاده در محیط حرفه‌ای است. در دهه‌های گذشته، پژوهش‌های زیادی در زمینه‌های مدیریتی، بهداشت حرفه‌ای، و روان‌شناسی صنعتی - سازمانی برای کشف پیش‌بینی‌ها و اثرهای عملکرد فردی انجام شده است. در ادامه، توجه بیش‌تری به تعریف ساختار عملکرد فردی و درک ساختار اصلی آن صورت گرفت (Rotundo & Sackett, 2002; Dalal, 2005). بنابراین، تعریف روشن و چارچوب نظری عملکرد کار فردی، یک پیش‌شرط برای اندازه‌گیری معتبر از ساختار است. در این پژوهش، تمرکز ما بر درک کارکنان مدیریت منابع انسانی متعهدانه است که به‌طور خاص به منظور افزایش اثربخشی سازمانی با اثر نگرش‌های فردی (یعنی تعهد) می‌پردازد (Boon & Kalshoven, 2014). این پژوهش تلاش دارد رابطه بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده بر عملکرد فردی را مورد بررسی قرار دهد تا مدل جامع‌تری از روابط بین متغیرها کسب نماید. بی‌شک، نتایج این پژوهش در ارتقای دانش مدیریت منابع انسانی متعهدانه تعیین‌کننده است. یافته‌های این پژوهش با مدلسازی مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده در سطح فردی، حوزه دانش جدیدی را در ادبیات موضوع مطرح می‌سازد.

مدیریت منابع انسانی متعهدانه

برخلاف ادبیات گسترده در خصوص مدیریت منابع انسانی متعهدانه^۲ در سازمان‌های بخش خصوصی، پژوهش‌های صورت‌گرفته در سازمان‌های دولتی بسیار محدود است (Farnham & Giles, 1996; Boyne *et al.*, 1999; Hays & Kearney, 2001). هرچند در سازمان‌های دولتی بر استانداردسازی اقدام‌های منابع انسانی تاکید می‌شود، اما تاکید بر آموزش کارکنان، امنیت شغلی، و شایسته‌سالاری معرف نوعی مدیریت منابع انسانی متعهدانه در بخش دولتی است. بنابراین، انتظار می‌رود که چنین سیستم‌هایی به تربیت کارکنان متعهد و باانگیزه منجر شود، اما این چیزی نیست که در عمل مشاهده می‌شود (Osborne & Pasterik, 1997; Boyne, 2002). شاید یک دلیل، این گفته باشد که رفتار حمایتی بیش از حد به‌نوعی به تبلی کارکنان منجر شده است. دلیل دیگر این مغایرت را باید در اقدام‌های عملی منابع انسانی جستجو کرد که با وجود تاکید قانونی بر آموزش، شایسته‌سالاری و مانند این‌ها در عمل اقدام‌های صوری در مدیریت منابع انسانی باعث شده است که سازمان‌ها از مدیریت منابع انسانی متعهدانه فاصله زیادی داشته باشند. در ضمن، وجود خط‌مشی‌های استانداردسازی در زمینه مدیریت منابع انسانی به این معنا نیست که در عمل تمامی سازمان‌های دولتی از سیستم واحدی در مدیریت منابع انسانی استفاده می‌کنند. برای مثال، سیستم‌های مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های دولتی با مقررات استخدامی خاص بیش‌تر شبه‌بازار هستند (Boyne *et al.*, 1999). مدیریت منابع انسانی متعهدانه یکی از سیستم‌های مدیریت منابع انسانی است که در آن خط‌مشی‌های توان‌سازی، انگیزه‌سازی، و فرصت‌سازی با رویکرد افزایش تعهد کارکنان تدوین و به اجرا گذاشته می‌شود. **پفر و جفری**^۳ (۱۹۹۸)، در تبیین مفهوم مدیریت منابع انسانی متعهدانه آن را رابطه استخدامی بلندمدت تعریف می‌کنند که ویژگی مهم آن احساس امنیت استخدامی است. مهم‌ترین تعاریف ارائه‌شده در مورد مدیریت منابع انسانی با تعهد بالا به شرح **جدول (۱)** است.

۱. متن این بخش توسط ویراستار کوتاه شده است.

2. High Commitment Human Resource Management (HC-HRM)

3. Pfeffer & Jeffrey

جدول ۱: تعاریف مدیریت منابع انسانی متعهدانه

ردیف	منبع	تعاریف
۱	آرتور ^۱ (۱۹۹۴)	مدیریت منابع انسانی با تعهد بالا در مورد شکل دادن رفتار و نگرش کارکنان با توسعه روابط روانی بین اهداف سازمانی و فردی به منظور افزایش کارایی و بهره‌وری است.
۲	وایتنر ^۲ (۲۰۰۱)	شیوه‌هایی که یک راهبرد تعهد بالا را نشان می‌دهند شامل هر مجموعه‌ای از سیاست‌ها و روش‌های مدیریت منابع انسانی می‌شود که بر تعهد کارکنان تأثیر می‌گذارد.
۳	بون و کالسون (۲۰۱۴)	هدف اقدام‌های مدیریت منابع انسانی تعهدمحور ایجاد شرایطی است که به کارکنان بفهماند سازمان به خواسته‌ها و نیازهای آن‌ها توجه می‌کند تا کارکنان به اهداف سازمان متعهد شوند و برای تحقق اهداف سازمان سرسختانه تلاش کنند.
۴	دتا و همکاران (۲۰۰۵) ^۳ و سان و همکاران (۲۰۰۷) ^۴	سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه به عنوان مجموعه‌ای از شیوه‌های منسجم تعریف می‌شود که بر توسعه مهارت‌ها، افزایش انگیزه، و ارائه فرصت‌ها به منظور شرکت در تصمیم‌گیری تمرکز می‌کنند.

سنجش مدیریت منابع انسانی متعهدانه

سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه در سطح فردی را می‌توان بر مبنای ادراک کارکنان مورد سنجش قرار داد. ادراک از این‌که تا چه حد خط‌مشی‌های فرصت‌سازی، انگیزه‌سازی، و تواناسازی در اقدام‌های منابع انسانی برای تربیت نیروی انسانی با تعهد بالا مد نظر قرار گرفته است (Sun et al., 2007). پریو و پیلاز پز سانتانا^۵ (۲۰۱۲)، با استفاده از چارچوب توانایی، انگیزش، و فرصت (AMO)^۶، مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده را بر مبنای ابعاد سه‌گانه به شرح جدول (۲) مورد سنجش قرار می‌دهند.

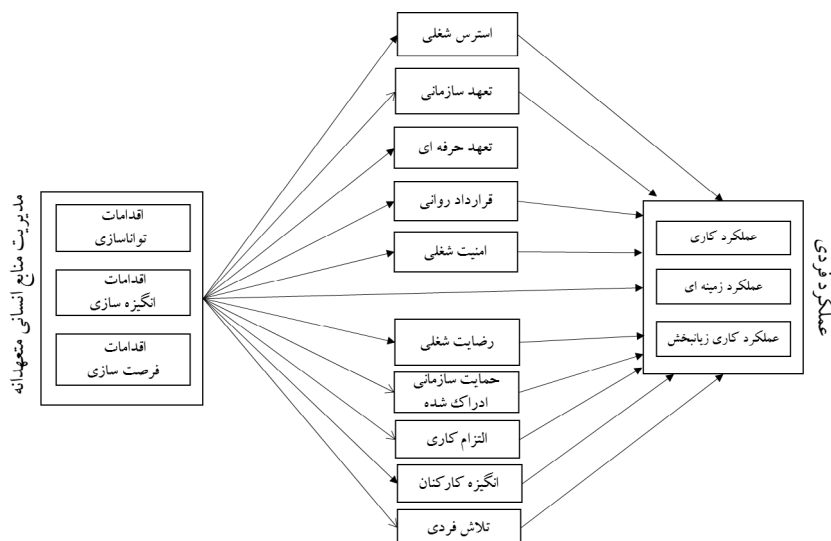
1. Arthur
2. Whitener
3. Datta et al.
4. Sun et al.
5. Prieto & Pilar Pérez Santana
6. Ability, Motivation, and Opportunity-Enhancing (AMO)

جدول ۲: ابعاد و مولفه‌های سنجش مدیریت منابع انسانی متعهدانه (Prieto & Pilar Pérez Santana, 2012)

سازه	ابعاد	مولفه‌ها
مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده (HC-HRM)	اقدام‌های تواناسازی (Ability-Enhancing Practices)	بکارگماری گزینشی، امنیت استخدامی، و آموزش و بهبود گسترده.
	اقدام‌های انگیزه‌سازی (Motivation-Enhancing Practices)	ارزیابی عملکرد توسعه‌ای، پرداخت مبتنی بر عملکرد، و جبران خدمات رقابتی.
	اقدام‌های فرصت‌سازی (Opportunity-Enhancing Practices)	استقلال عمل، مشارکت در تصمیم‌گیری، و وظایف کاری منعطف.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مبانی نظری مدیریت منابع انسانی متعهدانه، و با در نظر گرفتن پیشینه پژوهش، می‌توان پیامدهای سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه را به شرح شکل (۱) کسب نمود. آثار این سیستم را می‌توان در قالب سه دسته متغیرهای سطح فردی، سطح گروهی، و سطح سازمانی دسته‌بندی کرد. به علاوه، برخی از متغیرها در نقش میانجی ظاهر می‌شوند.



شکل ۱: مدل مفهومی آثار مدیریت منابع انسانی متعهدانه

همان‌طور که در شکل (۱) دیده می‌شود، مطالعات گذشته بر آثار مدیریت منابع انسانی متعهدانه متمرکز شده و در میان آن‌ها نقش عملکرد فردی برجسته بوده است. با توجه به مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود:

فرضیه‌های پژوهش

- H_1 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_2 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق استرس شغلی بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_3 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق تعهد سازمانی بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_4 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق تعهد حرفه‌ای بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_5 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق رضایت شغلی بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_6 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق حمایت سازمانی ادراک‌شده بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_7 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق التزام کاری بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_8 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق انگیزه کارکنان بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_9 : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق تلاش فردی بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.
- H_{10} : مدیریت منابع انسانی متعهدانه از طریق انگیزه کارکنان بر عملکرد فردی اثر مثبت و معنادار دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی است. برای بررسی مدل و آزمون فرضیه‌ها از مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر PLS استفاده شده است.

به دلیل آن که واحد تحلیل در این پژوهش فرد است. همچنین سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه به صورت ادراک شده مورد سنجش قرار گرفته است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان رسمی آموزش و پرورش استان قزوین و مناطق ۱۴ گانه آن است. کل جامعه آماری ۱۵۳ نفر زن و ۶۶۴ نفر مرد و در مجموع ۸۱۷ نفر هستند. با توجه به جدول مورگان ۲۶۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند. ابزار گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر پرسشنامه است. داده‌های پژوهش از سنجش مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک شده (Prieto & Pilar Pérez Santana, 2012)، عملکرد فردی (Koopmans *et al.*, 2014)، استرس شغلی (Keller, 1994; Kang & Kang, 2016)، تعهد سازمانی (Meyer & Allen, 1997)، تعهد حرفه‌ای (Jauch *et al.*, 1978)، قرارداد روانی (Rousseau, 2000)، امنیت شغلی (Price, 1997)، رضایت شغلی (Price, 1997)، انگیزه کارکنان (Cruz *et al.*, 2009)، حمایت سازمانی ادراک شده (Eisenberger *et al.*, 1986)، التزام کاری (Schaufeli *et al.*, 2001)، و تلاش فردی (Brown & Leigh, 1996) گردآوری شده است. با توجه به مدل‌های سنجشی پیشگفته، ابعاد و مولفه‌های متغیرهای پژوهش به شرح جدول (۳) به دست می‌آید.

جدول ۳: ابعاد و مولفه‌های سنجش متغیرهای سطح فردی

متغیر	منبع	ابعاد و مولفه‌های سنجش
عملکرد فردی (Individual Performance)	(Koopmans <i>et al.</i> , 2014)	۱. عملکرد کاری (Task Performance): کیفیت کار، برنامه‌ریزی و سازماندهی کار، نتیجه‌گرا بودن، اولویت‌بندی، و کارآمدی. ۲. عملکرد زمینه‌ای - بین‌کارکنانی (Contextual Performance – Interpersonal): ابتکار عمل، پذیرش و یادگیری از بازخورد، همکاری با دیگران، و ارتباطات اثربخش. ۳. عملکرد زمینه‌ای - سازمانی (Contextual Performance – organizational): مسئولیت‌پذیری، مشتری‌مداری، خلاق بودن، و تقبل وظایف کاری چالش‌برانگیز. ۴. رفتار کاری زیان‌بخش (Counterproductive Work Behavior): نمایش منفی بیش از حد، رفتار سازمانی آسیب‌زا، دگرآزاری، و اشتباه‌های عمدی.
استرس شغلی (Job Stress)	(Keller, 1984; Kang & Kang, 2016)	- من در انجام وظایف شغلی دچار تنش می‌شوم. - برخی از جنبه‌های کاری من منبع ناامیدی هستند. - انجام وظایف شغلی من در دسرهای زیادی به همراه دارد. - من معمولاً در کارم احساس فشار می‌کنم.
تعهد سازمانی (Organizational Commitment)	(Meyer & Allen, 1997)	۱. تعهد عاطفی (Affective Commitment): - از بحث کردن درباره سازمانم با افراد خارج از سازمان لذت می‌برم. - واقعاً مسائل این سازمان را مسائل خودم می‌دانم. - احساس تعلق قوی نسبت به این سازمان دارم. ۲. تعهد مستمر (Continuous Commitment): - ماندن در این سازمان برایم ضرورت دارد. - ترک سازمان در آینده نزدیک برای من بسیار پرهزینه خواهد بود. - یکی از پیامدهای ترک سازمان برای من کمبود سازمان‌هایی است که بتوانم جایگزین این سازمان کرد. ۳. تعهد تکلیفی (Normative Commitment): - حتی اگر شغل بهتری به من پیشنهاد شود، احساس می‌کنم که ترک این سازمان صحیح نیست. - یکی از دلایل اصلی ادامه کارم با این سازمان آن است که به اعتقاد من وفاداری مهم است. بنابراین، خود را ملزم می‌دانم در این سازمان باقی بمانم. - رفتن از یک سازمان به سازمان دیگر برایم به منزله یک عمل غیراخلاقی است.

ادامه جدول ۳: ابعاد و مولفه‌های سنجش متغیرهای سطح فردی

متغیر	منبع	ابعاد و مولفه‌های سنجش
تعهد حرفه‌ای (Professional Commitment)	(Jauch et al., 1978)	- من در حرفه خودم از دانش و مهارت‌های لازم استفاده می‌کنم. - من در پی افزایش دانش رشته خودم هستم. - تلاش می‌کنم با همکارانی با شایستگی فنی بالا کار کنم. - من در انجام وظایف شغلی به دنبال ساختن شهرت حرفه‌ای هستم. - من روی مسائل سخت و چالش‌برانگیز حرفه خودم کار می‌کنم. - من تلاش می‌کنم ایده‌های جدیدی را در حرفه خود خلق کنم.
قرارداد روانی (Psychological Contract)	(Rousseau, 2000; Rousseau & Schalk, 2000)	- سازمان برای تامین انتظارات کارکنان به‌طور مستقیم قول می‌دهد. - سازمان به تعهدهای خود در مورد من عمل می‌کند. - سازمان به قول‌های داده‌شده به من عمل می‌کند. - سازمان برای تامین حقوق مکفی قول‌های غیرمستقیم می‌دهد. - من به تعهدهای خود در مورد سازمان عمل می‌کنم. - من به قول‌های خود در مورد سازمان عمل می‌کنم.
امنیت شغلی (Job Security)	(Price, 1997)	- مطمئن هستم تا زمانی که بخواهم بتوانم برای این سازمان کار کنم. - شغل من امن است. - اگر شغل فعلی من حذف شود، شغل دیگری در این سازمان به من پیشنهاد خواهد شد.
حمایت سازمانی ادراک‌شده (POS)	(Eisenberger et al., 1986)	- سازمان به عقاید من اهمیت می‌دهد. - سازمان به رفاه من اهمیت می‌دهد. - سازمان قویاً اهداف و ارزش‌های مرا در نظر می‌گیرد. - سازمان در جهت رفع مشکلات فردی کمک‌کننده است. - سازمان اشتباه‌های سهوی مرا نادیده می‌گیرد. - اگر فرصت داده شود، سازمان از ابتکارهای من بهره‌مند خواهد شد (R). - سازمان چندان به من بها نمی‌دهد (R). - اگر من به لطف خاصی نیاز داشته باشم، سازمان مایل است به من کمک کند.

ادامه جدول ۳: ابعاد و مولفه‌های سنجش متغیرهای سطح فردی

متغیر	منبع	ابعاد و مولفه‌های سنجش
التزام کاری (Work Engagement)	(Schaufeli et al., 2001)	۱. شور و حرارت (Vigor) - من در کارم احساس انرژی زیادی دارم. - من در کارم احساس قوی و شور و حرارت زیادی دارم. - هنگامی که صبح بیدار می‌شوم، احساس خوبی برای رفتن به کار دارم. - من می‌توانم در مدت‌زمان بسیار طولانی کار کنم. - من در کارم از لحاظ ذهنی بسیار انعطاف‌پذیر هستم.
		۲. بها دادن به شغل (Dedication) - من کارهایی را که پر از معانی و هدف باشد انجام می‌دهم. - من در مورد کارم مشتاق هستم. - کارم به من الهام می‌بخشد. - من به کارهایی که انجام می‌دهم افتخار می‌کنم. - به نظرم کارم چالشی است.
		۳. مجذوب‌شدگی (Absorption) - وقتی کار می‌کنم، زمان به سرعت می‌گذرد. - وقتی کار می‌کنم، همه چیز را در اطرافم فراموش می‌کنم. - وقتی به شدت کار می‌کنم خوشحال می‌شوم. - من در کارم غوطه‌ور هستم. - وقتی کار می‌کنم از حواشی دور می‌شوم. - برایم دشوار است که خودم را از کارم جدا کنم.

ادامه جدول ۳: ابعاد و مولفه‌های سنجش متغیرهای سطح فردی

متغیر	منبع	ابعاد و مولفه‌های سنجش
انگیزه کارکنان (Employee Motivation)	(Cruz et al., 2009)	انگیزه بیرونی (Extrinsic Motivation) ۱. محرک‌های قوی (High Powered Incentives) - من در قبال انجام کار حقوق مکفی از سازمان دریافت می‌کنم. - من در قبال انجام کار از مزایای مناسب برخوردار می‌شوم. - من در قبال انجام کار تخصصی خود فوق‌العاده شغلی دریافت می‌کنم. ۲. شناخت (Recognition) - در قبال انجام کارهای اضافی به من اضافه‌کار پرداخت می‌شود. - در ازای عملکرد بهتر به من پاداش تعلق می‌گیرد. - در صورت عملکرد شغلی بهتر به عنوان کارمند نمونه معرفی می‌شوم. - در صورت ارائه پیشنهاد مناسب نام من در سازمان شناخته می‌شود. ۳. ارتقا (Promotion) - امکان ارتقای شغلی در سازمان برای من وجود دارد. - افراد برای ارتقا به سمت‌های بالاتر مورد ارزیابی سالانه قرار می‌گیرند. - افراد در مسیر پیشرفت شغلی تحت آموزش ضمن خدمت قرار می‌گیرند. ۴. ثبات (Stability) - من در شغل احساس امنیت می‌کنم. - تداوم شغلی من در سازمان تضمین شده است. - احتمال تغییرات شغلی کم‌تری در سازمان وجود دارد. انگیزه درونی (Intrinsic Motivation) ۵. اعتماد به نفس (Self-Confidence) - فعالیت من در سازمان باعث بهبود شخصی می‌شود. - فعالیت من در سازمان به بلوغ روانی‌ام کمک می‌کند. - فعالیت من در سازمان به خودساختگی‌ام کمک می‌کند. ۶. استقلال (Autonomy) - متناسب با مسئولیت شغلی از اختیار لازم برخوردار هستم. - برای تصمیم‌گیری در مسائل شغلی خود از استقلال عمل برخوردار هستم. - اجازه دارم در انجام وظایف محوله از ابتکارات شخصی استفاده کنم. ۷. صداقت (Honesty) - در ارتباطات سازمانی با دیگران روراست هستم. - به نظر من فعالیت‌های سازمان با مأموریت آن سازگار است. - صادقانه برای تحقق اهداف سازمان فعالیت می‌کنم. ۸. عضویت (Membership) - تعلق خاطر زیادی به سازمان خود دارم. - به سازمان خود وفادار هستم. - در معرفی خود به دیگران از وابستگی خود به سازمان استفاده می‌کنم.

ادامه جدول ۳: ابعاد و مولفه‌های سنجش متغیرهای سطح فردی

متغیر	منبع	ابعاد و مولفه‌های سنجش
رضایت شغلی (Job Satisfaction)	(Price, 1997)	- شغلم برای من یک سرگرمی است. - شغلم معمولاً به اندازه کافی جالب است که مانع از خستگی من شود. - از کارم بیش‌تر از اوقات فراغتم لذت می‌برم. - من از شغل فعلی خودم احساس رضایت خوبی دارم. - من در حال حاضر از شغلم راضی هستم. - من احساس می‌کنم در مقایسه با دیگر افراد از کارم راضی‌تر هستم. - بیش‌تر روزها مشتاق انجام کارم هستم. - من کارم را بیش‌تر از میانگین کارکنان دوست دارم. - لذت واقعی در کار من است.
تلاش فردی (Individual Effort)	(Brown & Leigh, 1996)	- من در این سازمان ماورای مسئولیت‌های شغلی خود تلاش می‌کنم. - من برای انتفاع سازمان خارج از شرح شغل خود تلاش می‌کنم. - من در شرایط چالشی حاضرم میزان کار خودم را افزایش دهم.

لازم به توضیح است که آلفای کرونباخ تمامی پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ به دست آمد. همچنین، روایی همگرا تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۵ است. روایی واگرایی متغیرها نیز به روش ماتریس فورنل-لارکر محاسبه شد که در حد مناسبی بود.

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

با توجه به مدل مفهومی این پژوهش که به صورت ارتباط ساختاری میان سازه‌هایی است که به عنوان متغیر پنهان در مدل نشان داده شده‌اند، برای بررسی روابط میان متغیرها از مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس استفاده شده است. باید در نظر داشت که به دلیل استفاده از تکنیک PLS ضرورتی به آزمون نرمال بودن متغیرها نیست، زیرا این تکنیک آماری حساسیتی به نرمال بودن داده‌ها ندارد. برای پاسخ به این پرسش که مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک شده در سازمان آموزش و پرورش استان قزوین در چه سطحی است، نتایج فرض‌های آماری به شرح جدول (۴) ارائه می‌شود:

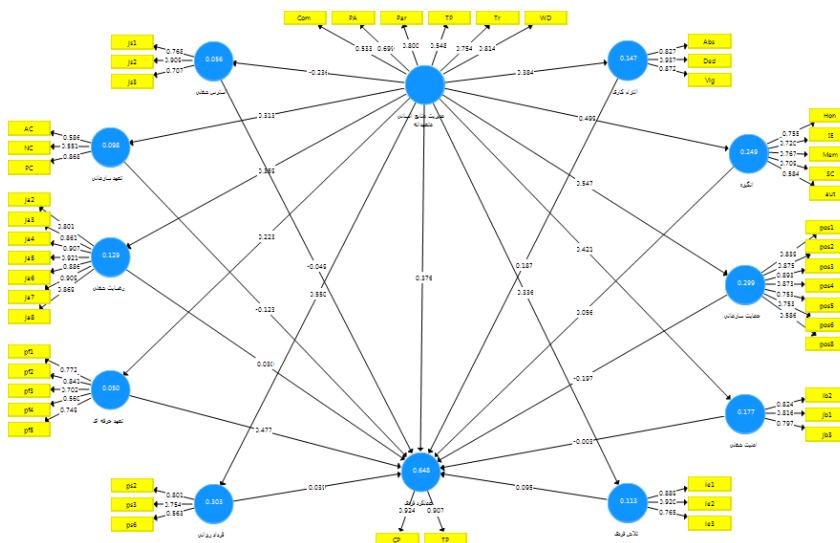
جدول ۴: آزمون مطلوبیت مدیریت منابع انسانی با تعهد بالا

ارزش آزمون = ۳						ابعاد مدیریت منابع انسانی متعهدانه
فاصله اطمینان ۹۵ درصد		میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
کرانه بالا	کرانه پایین					
-۰/۳۷	-۰/۵۴	۲/۵۴	۰/۰۰۰	۲۵۹	-۱۰/۲۴	اقدام‌های تواناسازی
-۰/۷۳	-۰/۹۱	۲/۱۷	۰/۰۰۰	۲۵۹	-۱۷/۶۴	اقدام‌های انگیزه‌سازی
-۰/۳۲	-۰/۵۱	۲/۵۸	۰/۰۰۰	۲۵۹	-۸/۴۳	اقدام‌های فرصت‌سازی

همان‌طور که در جدول (۴) دیده می‌شود، با توجه به منفی بودن مقادیر T و با محاسبه سطح معناداری یک‌طرفه، در فاصله اطمینان ۹۵ درصد نمی‌توان فرض صفر را رد کرد. به سخن دیگر، مدیریت منابع انسانی متعهدانه در آموزش و پرورش استان قزوین در سطح مطلوبی نیست. اقدام‌های تواناسازی، انگیزه‌سازی، و فرصت‌سازی به ترتیب با میانگین‌های ۲/۵۴، ۲/۱۷، و ۲/۵۸ نشانگر کم‌توجهی به استقرار کامل سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه در آموزش و پرورش است.

مدل ساختاری

برای پاسخ به این پرسش که چه روابط ساختاری میان متغیرهای پژوهش برقرار است، از تحلیل مسیر مبتنی بر واریانس استفاده شده است که نتایج آن به شرح شکل (۲) است:



شکل ۲: مدل ساختاری در حالت ضرایب مسیر استاندارد شده

مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، AVE، و ضریب تعیین مدل در جدول (۵) آمده است.

جدول ۵: مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، AVE و R^2 متغیرهای پژوهش

آلفای کرونباخ	ضریب تعیین (R^2)	پایایی ترکیبی	AVE	سازه‌ها
۰/۷۳۶	۰/۰۵۶	۰/۸۴۰	۰/۷۳۶	استرس شغلی
۰/۸۵۴	۰/۱۴۷	۰/۹۱۱	۰/۸۵۴	التزام کاری
۰/۷۴۴	۰/۱۷۷	۰/۸۵۴	۰/۷۴۴	امنیت شغلی
۰/۷۵۴	۰/۲۴۹	۰/۸۳۴	۰/۷۵۶	انگیزه کاری
۰/۷۷۷	۰/۰۵۰	۰/۸۴۹	۰/۷۷۷	تعهد حرفه‌ای
۰/۴۸۵	۰/۰۹۸	۰/۷۱۵	۰/۴۸۵	تعهد سازمانی
۰/۸۲۴	۰/۱۱۳	۰/۸۹۵	۰/۸۲۴	تلاش فردی

ادامه جدول ۵: مقادیر آلفای کروناخ، پایایی ترکیبی، AVE و R² متغیرهای پژوهش

آلفای کروناخ	ضریب تعیین (R ²)	پایایی ترکیبی	AVE	سازه‌ها
۰/۹۰۴	۰/۲۹۹	۰/۹۲۶	۰/۹۰۴	حمایت سازمانی
۰/۹۵۱	۰/۱۲۹	۰/۹۶۰	۰/۹۵۱	رضایت شغلی
۰/۸۰۷	۰/۶۴۸	۰/۹۱۲	۰/۸۰۷	عملکرد فردی
۰/۵۰۸	۰/۳۰۳	۰/۷۵۳	۰/۵۰۸	قرارداد روانی
۰/۸۰۲	-	۰/۸۴۹	۰/۸۰۲	مدیریت منابع انسانی متعهدانه

AVE میزان همبستگی یک سازه را با نشانگرهای خود نشان می‌دهد، و هرچه همبستگی بیش‌تر باشد، برازش نیز بیش‌تر است. مقدار AVE بالای ۰/۵ روایی همگرایی قابل‌قبول را نشان می‌دهد. تنها سازه تعهد سازمانی دارای مقدار کم‌تر از ۰/۵ هستند. مقصود از پایایی، میزان اعتبار یا اعتمادپذیری ابزار جمع‌آوری داده‌هاست. در این پژوهش برای پایایی پرسشنامه‌ها از روش ضریب آلفای کروناخ و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شده است. معیار پایایی مرکب، معیاری مدرن‌تر از آلفای کروناخ برای بررسی پایایی است و برتری آن نسبت به آلفا در این است که پایایی سازه را نه به صورت مطلق بلکه با استفاده از همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌کند. ضرایب پایایی کروناخ همه سازه‌ها به‌جز تعهد سازمانی و قرارداد روانی بالای ۰/۷ است. در مورد پایایی مرکب مشاهده می‌شود که همگی سازه‌ها مقداری بیش‌تر از ۰/۷ کسب کرده‌اند که می‌تواند نشان از تکرارپذیری و قابلیت اعتماد پرسشنامه باشد.

جدول ۶: ماتریس فورنل - لارکر برای روایی واگرا

استرس	التزام	امنیت	انگیزه	تعهد	تعهد	تلاش	حمایت	رضایت	عملکرد	قرارداد مدیریت	
شغلی	کاری	شغلی	کاری	حرفه‌ای	سازمانی	فردی	سازمانی	شغلی	فردی	روانی	منابع
(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)	(۱۰)	(۱۱)	(۱۲)
۰/۷۹۹ (۱)											
۰/۲۷۸ - ۰/۸۸۰ (۲)											
۰/۲۵۵ - ۰/۴۶۲ ۰/۸۱۳ (۳)											
۰/۳۰۶ - ۰/۶۷۰ ۰/۵۴۸ ۰/۷۱۰ (۴)											
۰/۰۹۱ - ۰/۵۲۶ ۰/۳۱۴ ۰/۴۱۹ ۰/۷۳۱ (۵)											
۰/۱۰۲ - ۰/۵۸۳ ۰/۳۹۱ ۰/۵۵۰ ۰/۸۵۸ ۰/۶۸۳ (۶)											
۰/۱۰۳ - ۰/۶۲۰ ۰/۳۸۴ ۰/۷۱۲ ۰/۵۴۲ ۰/۵۶۷ ۰/۸۶۱ (۷)											

ادامه جدول ۶: ماتریس فورنل - لارکر برای روایی واگرا

استرس شغلی	التزام کاری	امنیت شغلی	انگیزه کاری	تعهد حرفه‌ای	تعهد سازمانی	تلاش فردی	حمایت سازمانی	رضایت شغلی	عملکرد فردی	قرارداد روانی	منابع
(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)	(۱۰)	(۱۱)	(۱۲)
(۸) ۰/۱۵۳ -	۰/۱۷۲	۰/۳۰۷	۰/۴۵۲	-۰/۰۲۲	۰/۱۵۶	۰/۱۲۹	۰/۸۰۲				
(۹) ۰/۲۴۸ -	۰/۶۵۶	۰/۴۶۲	۰/۶۲۷	۰/۳۲۴	۰/۴۸۴	۰/۴۳۰	۰/۳۶۶	۰/۸۸۰			
(۱۰) ۰/۲۳۲ -	۰/۶۱۸	۰/۳۹۴	۰/۵۳۱	۰/۶۵۵	۰/۵۹۹	۰/۵۶۸	۰/۰۸۸	۰/۴۱۳	۰/۹۱۵		
(۱۱) ۰/۲۰۸ -	۰/۳۵۷	۰/۴۵۲	۰/۵۰۴	۰/۲۲۸	۰/۳۷۳	۰/۲۷۲	۰/۵۵۵	۰/۳۹۸	۰/۳۴۱	۰/۷۱۳	
(۱۲) ۰/۲۳۶ -	۰/۳۸۴	۰/۴۲۱	۰/۴۹۹	۰/۲۲۳	۰/۳۱۳	۰/۳۳۶	۰/۵۴۷	۰/۳۵۹	۰/۵۱۰	۰/۵۵۰	۰/۷۰۱

مجذور مقدار AVE در قطر اصلی قرار می‌گیرد و چون این مقدار از تمامی همبستگی‌های سطر و ستون مربوطه بیش‌تر است، روایی واگرا تایید می‌شود. پیش از بحث درباره ضرایب و بررسی فرضیه‌ها، مقادیر معناداری ضرایب را که با آماره T برای هر مسیر ارائه می‌شود. اگر مقدار T ضریب مسیری بیش‌تر از ۱/۹۶ باشد، آنگاه آن ضریب در سطح خطای ۵ درصد معنادار است و فرضیه مربوط به آن تایید می‌گردد و در غیر این صورت آن فرضیه معنادار نیست و رد می‌شود. **جدول (۷)**، نتایج جزئیات آزمون فرضیه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۷: ضرایب مسیر و مقادیر T

مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	T	مسیر	ضریب	انحراف استاندارد	T
انگیزه کاری به عملکرد فردی	۰/۰۵۶	۰/۰۷۶	۰/۷۳۹	مدیریت منابع به حمایت سازمانی	۰/۵۴۷	۰/۰۵۲	۱۰/۶۲۰
قرارداد روانی به عملکرد فردی	۰/۰۳۹	۰/۰۶۵	۰/۵۹۲	مدیریت منابع به رضایت شغلی	۰/۲۵۹	۰/۰۵۱	۷/۰۶۱
التزام کاری به عملکرد فردی	۰/۱۸۷	۰/۰۷۶	۲/۴۶۶	مدیریت منابع به امنیت شغلی	۰/۴۲۱	۰/۰۵۲	۸/۰۳۴
تلاش فردی به عملکرد فردی	۰/۰۹۵	۰/۰۶۲	۱/۵۳۹	مدیریت منابع به استرس شغلی	-۰/۲۳۶	۰/۰۵۹	۳/۹۸۸
حمایت سازمانی به عملکرد فردی	-۰/۱۹۷	۰/۰۵۸	۳/۳۸۹	مدیریت منابع به قرارداد روانی	۰/۵۵۰	۰/۰۵۳	۱۰/۳۹۰
تعهد حرفه‌ای به عملکرد فردی	۰/۴۷۷	۰/۱۱۲	۴/۲۵۹	مدیریت منابع به تلاش فردی	۰/۳۳۶	۰/۰۶۰	۵/۵۹۹
رضایت شغلی به عملکرد فردی	۰/۰۳۰	۰/۰۶۵	۰/۴۵۹	مدیریت منابع به تعهد حرفه‌ای	۰/۲۲۳	۰/۰۷۶	۲/۹۲۴
امنیت شغلی به عملکرد فردی	-۰/۰۰۳	۰/۰۴۳	۰/۰۶۶	مدیریت منابع به تعهد سازمانی	۰/۳۱۳	۰/۰۶۳	۴/۹۵۴
تعهد سازمانی به عملکرد فردی	-۰/۱۳۳	۰/۱۰۸	۱/۱۴۴	مدیریت منابع به انگیزه کاری	۰/۴۹۹	۰/۰۴۱	۱۲/۲۲۸
استرس شغلی به عملکرد فردی	-۰/۰۴۹	۱/۱۱۰	۰/۰۴۴	مدیریت منابع به التزام کاری	۰/۳۸۴	۰/۰۵۷	۶/۷۱۱
مدیریت منابع انسانی به عملکرد فردی							
	۰/۳۷۶	۰/۰۶۰	۶/۳۰۴				

برای پاسخ به این پرسش که چه عواملی در رابطه بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه و عملکرد فردی در نقش میانجی ظاهر می‌شوند، باید از آزمون سوبل (Sobel) استفاده نمود. یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای تشخیص معناداری اثر غیرمستقیم یا میانجی بودن یک متغیر آزمون سوبل است. به‌طور کلی، در آزمون سوبل می‌توان از تخمین نرمال برای بررسی معناداری رابطه استفاده کرد. با داشتن برآورد خطای استاندارد اثر غیرمستقیم می‌توان فرضیه صفر را در مقابل فرض مخالف آزمون کرد. با در نظر گرفتن سطح خطای $\alpha = 0.05$ اگر مقدار Z از 0.05 کوچک‌تر باشد، اثر غیرمستقیم مشاهده‌شده از نظر آماری معنادار است (جدول ۸).

جدول ۸: آزمون میانجی بودن متغیرها (آزمون سوبل)

مسیر مستقل به میانجی	مدیریت منابع به استرس شغلی	مدیریت منابع به التزام کاری	مدیریت منابع به امنیت شغلی	مدیریت منابع به انگیزه کاری	مدیریت منابع به تعهد حرفه‌ای	مدیریت منابع به تعهد سازمانی	مدیریت منابع به تلاش فردی	مدیریت منابع به حمایت سازمانی	مدیریت منابع به رضایت شغلی	مدیریت منابع به قرارداد روانی
ضریب مسیر (a)	-۰/۲۳۶	۰/۳۸۴	۰/۴۲۱	۰/۴۹۹	۰/۲۲۳	۰/۳۱۳	۰/۳۳۶	۰/۵۴۷	۰/۲۵۹	۰/۵۵۰
Sa	۰/۰۵۹	۰/۰۵۷	۰/۰۵۲	۰/۰۴۱	۰/۰۷۶	۰/۰۶۳	۰/۰۶۰	۰/۰۵۲	۰/۰۵۱	۰/۰۵۳
مسیر میانجی استرس شغلی عملکرد فردی به وابسته	استرس شغلی عملکرد فردی	التزام کاری به عملکرد فردی	امنیت شغلی به عملکرد فردی	به انگیزه کاری به عملکرد فردی	تعهد حرفه‌ای به عملکرد فردی	تعهد سازمانی به عملکرد فردی	تلاش فردی به عملکرد فردی	حمایت سازمانی به عملکرد فردی	رضایت شغلی به عملکرد فردی	قرارداد روانی به عملکرد فردی
ضریب مسیر (b)	-۰/۰۴۹	۰/۱۸۷	-۰/۰۰۳	۰/۰۵۶	۰/۴۷۷	-۰/۱۲۳	۰/۰۹۵	-۰/۱۹۷	۰/۰۳۰	۰/۰۳۹
Sb	۱/۱۱۰	۰/۰۷۶	۰/۰۴۳	۰/۰۷۶	۰/۱۱۲	۰/۱۰۸	۰/۰۶۲	۰/۰۵۸	۰/۰۶۵	۰/۰۶۵
آماره سوبل	۰/۰۴۳	۲/۲۸۹	۰/۰۶۹	۰/۷۳۳	۲/۳۷۲	۱/۰۸۹	۱/۴۵۶	۳/۲۱۹	۰/۴۵۱	۰/۵۹۶
نتیجه آزمون	بی معنا	معنادار	بی معنا	بی معنا	معنادار	بی معنا	بی معنا	معنادار	بی معنا	بی معنا

با توجه به سطح معناداری آزمون سوبل می‌توان متغیرهای التزام کاری، تعهد حرفه‌ای، و حمایت سازمانی را به عنوان متغیر میانجی بین رابطه مدیریت منابع انسانی و عملکرد فردی پذیرفت.

برازش مدل

در نرم‌افزار PLS معیار مناسب بودن مدل، ضریب تعیینی است که برای مدل ارائه می‌شود و تعبیری مشابه رگرسیون دارد. یعنی هرچه ضریب تعیین به یک نزدیک‌تر باشد، مدل قوی‌تر عمل می‌کند (البته قدرت مدل بستگی به ابزار مناسب یعنی پرسشنامه مناسب دارد). مقدارهای توصیه‌شده برای ضریب تعیین در مدل‌های ساختاری ۰/۳۳ برای مدل متوسط و ۰/۶۶ برای مدل قوی است. ضریب تعیین تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل حساب می‌شود که مقادیر آن در ستون دوم **جدول (۹)** آورده شده است. به دلیل آن که بیش‌تر سازه‌های درون‌زا تحت تاثیر تنها یک سازه برون‌زا هستند، برای این پژوهش معیار اندازه اثر رابطه چندان مناسب و برای بیش‌تر سازه‌ها قابل‌محاسبه نیست. به‌جای آن معیار Q2 مورد استفاده قرار می‌گیرد. علاوه بر ضریب تعیین در PLS، مقدار Q2 است که قدرت پیش‌بینی مدل را نشان می‌دهد.

جدول ۹: شاخص‌های نیکویی برازش مدل

سازه‌ها	ضریب تعیین (R^2)	معیار Q2
انگیزه کاری	۰/۲۵	۰/۰۷۵
عملکرد فردی	۰/۶۵	۰/۳۳۱
التزام کاری	۰/۱۵	۰/۰۴۹
حمایت سازمانی	۰/۳۰	۰/۲۹۸
رضایت شغلی	۰/۱۳	۰/۰۸۴
امنیت شغلی	۰/۱۸	۰/۰۸۳
استرس شغلی	۰/۰۶	-۰/۰۱۵
قرارداد روانی	۰/۳۰	۰/۱۷۳
تلاش فردی	۰/۱۱	۰/۰۴۰
تعهد حرفه‌ای	۰/۰۵	-۰/۰۰۳
تعهد سازمانی	۰/۱۰	۰/۰۱۴

با توجه به **جدول (۹)**، ضریب تعیین عملکرد فردی (۰/۶۵) در حد مناسب و قابل قبول است. به سخن دیگر، مدل به‌دست آمده به‌نسبت قوی است. معیار Q2 نیز که مقدار توصیه‌شده آن بیش‌تر از ۱۵/۰ برای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی متوسط و ۰/۳۵ برای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی مناسب است. این مقدار برای سازه عملکرد فردی، حمایت سازمانی، و قرارداد روانی در حد مناسبی است، یعنی قدرت پیش‌بینی‌کنندگی این سازه‌ها مناسب هستند. معیار نیکویی برازش تنها معیار برای سنجش برازش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند. **وتزلز و همکاران (۲۰۰۹)**، مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵، و ۰/۳۶ را به‌ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط، و قوی برای نیکویی برازش کلی مدل تعیین می‌نمایند. میانگین مقادیر اشتراکی سازه‌های مرتبه اول مدل پژوهش که همان مقادیر AVE سازه‌هاست برابر با ۰/۶۲ است و میانگین مقادیر R² سازه‌های درون‌زای مدل پژوهش نیز ۰/۲۴ است. بنابراین، مقدار معیار GOF عدد ۰/۳۶ به‌دست آمد که نشان‌دهنده برازش قوی مدل پژوهش است.

تعیین شدت اثر میانجی

برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین صفر و یک را اختیار می‌کند. هرچه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی بودن تاثیر متغیر میانجی دارد. در پژوهش حاضر سازه‌های التزام کاری، تعهد حرفه‌ای، و حمایت سازمانی ادراک‌شده رابطه مدیریت منابع انسانی متعهدانه (ادراک‌شده) و عملکرد فردی را میانجی‌گری می‌کنند. طبق نتایج و محاسبه‌های انجام‌شده شدت اثر میانجی این سازه‌ها به‌ترتیب ۱۶، ۲۱، و ۴۰ درصد است (**جدول ۱۰**).

جدول ۱۰: تعیین شدت اثر میانجی

مسیر مستقل به میانجی	مدیریت منابع به التزام کاری	مدیریت منابع به تعهد حرفه‌ای	مدیریت منابع به حمایت سازمانی
ضریب مسیر (a)	۰/۳۸۴	۰/۲۲۳	۰/۵۴۷
مسیر میانجی به وابسته	التزام کاری به عملکرد فردی	تعهد حرفه‌ای به عملکرد فردی	حمایت سازمانی به عملکرد فردی
ضریب مسیر (b)	۰/۱۸۷	۰/۴۷۷	-۰/۱۹۷

ادامه جدول ۱۰: تعیین شدت اثر میانجی

مسیر مستقل به میانجی	مدیریت منابع به التزام کاری	مدیریت منابع به تعهد حرفه‌ای	مدیریت منابع به حمایت سازمانی
مسیر مستقل به وابسته	مدیریت منابع انسانی متعهدانه به عملکرد فردی		
ضریب مسیر (c)	۰/۳۷۶		
axb	۰/۰۷۲	۰/۱۰۶	-۰/۱۰۸
(a×b)+c	۰/۴۴۸	۰/۴۸۲	۰/۲۶۸
VAF	۰/۱۶	۰/۲۱	-۰/۴۰

معیار اندازه تاثیر F²

این معیار رابطه میان سازه‌های مدل را تعیین می‌کند. مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵، و ۰/۳۵ به ترتیب بیانگر اندازه تاثیر کوچک، متوسط، و زیاد یک سازه بر سازه دیگری است. بر اساس این، مقدار اندازه تاثیر برای هر یک از روابط موجود در مدل پژوهش در **جدول (۱۱)** گزارش شده است.

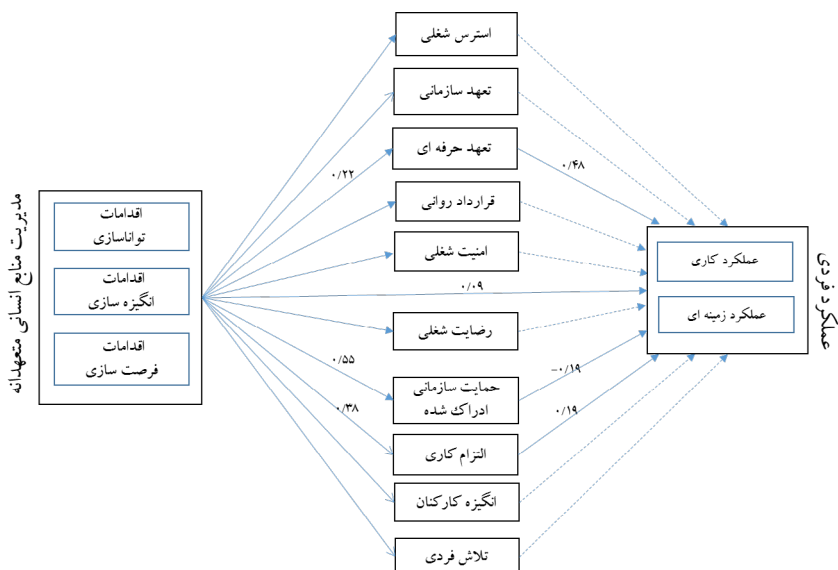
جدول ۱۱: شاخص اندازه اثر رابطه‌ها

سازه‌ها	اندازه اثر F2	سازه‌ها	اندازه اثر F2
انگیزه کاری به عملکرد فردی	۰/۰۰۲	قرارداد روانی به عملکرد فردی	۰/۰۰۲
مدیریت منابع به عملکرد فردی	۰/۲۱۸	تلاش فردی به عملکرد فردی	۰/۰۰۹
التزام کاری به عملکرد فردی	۰/۰۳۶	تعهد حرفه‌ای به عملکرد فردی	۰/۱۴۳
حمایت سازمانی به عملکرد فردی	۰/۰۵۳	تعهد سازمانی به عملکرد فردی	۰/۰۰۸
رضایت شغلی به عملکرد فردی	۰/۰۰۱	استرس شغلی به عملکرد فردی	۰/۰۰۶
امنیت شغلی به عملکرد فردی	۰/۰۰۰		

با توجه به اندازه اثر رابطه مدیریت منابع انسانی متعهدانه به عملکرد فردی که ۰/۲۱۸ است، اندازه اثر این رابطه در حد متوسط است. اندازه اثر تعهد سازمانی با ۰/۰۰۸ و حمایت سازمانی با ۰/۰۵، و التزام کاری با ۰/۰۴ دارای اندازه اثر کوچک است. اندازه اثر تعهد حرفه‌ای به عملکرد فردی نیز در حد متوسط است (۰/۱۴۳).

مدل نهایی پژوهش

مدل نهایی مدیریت منابع انسانی با تعهد بالا با توجه به ابعاد و مولفه‌های پژوهش و ارتباط آن‌ها با یکدیگر و چگونگی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری هر یک از متغیرها به صورت **شکل (۳)** ترسیم می‌گردد.



شکل ۳: مدل ساختاری آثار مدیریت منابع انسانی متعهدانه

همان‌طور که در **شکل (۳)** دیده می‌شود، مدیریت منابع انسانی متعهدانه ضمن تاثیرگذاری مستقیم بر عملکرد فردی، بر تمامی متغیرهای سطح فردی از استرس شغلی گرفته تا تلاش فردی تاثیرگذار است. البته از میان متغیرهای پیشگفته، تنها سه متغیر تعهد حرفه‌ای، حمایت سازمان ادراک‌شده، و التزام کاری در رابطه بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه (ادراک‌شده) و عملکرد فردی در نقش میانجی ظاهر می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های ما ممکن است پیامدهای مهمی برای شیوه‌های مدیریت منابع انسانی متعهدانه داشته باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد رابطه مستقیمی بین مدیریت منابع انسانی متعهدانه (ادراک‌شده) و عملکرد فردی وجود دارد. یعنی استقرار مدیریت منابع متعهدانه باعث افزایش عملکرد فردی می‌شود و همچنین، سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه بر استرس شغلی، تعهد سازمانی، تعهد حرفه‌ای، قرارداد روانی، امنیت شغلی، رضایت شغلی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، التزام کاری، انگیزه کارکنان، و تلاش فردی تأثیرگذار است. البته از میان متغیرهای اشاره‌شده، متغیرهای تعهد حرفه‌ای، حمایت سازمانی ادراک‌شده، و التزام کاری در رابطه بین عملکرد فردی (متغیر وابسته) و مدیریت منابع انسانی متعهدانه ادراک‌شده (متغیر مستقل) در نقش میانجی ظاهر می‌شوند. دلالت ضمنی یافته‌های پژوهش آن است که سازمان آموزش و پرورش با استقرار جامع مدیریت منابع انسانی متعهدانه می‌تواند متغیرهای سطح فردی را از جمله عملکرد فردی کارکنان ارتقا دهد. نتایج پژوهش با بون و کالسون (۲۰۱۴)، لاتوره و همکاران^۱ (۲۰۱۶)، کانگ و کانگ (۲۰۱۶)، و چیانگ و همکاران^۲ (۲۰۱۱) در تأثیرگذاری مدیریت منابع انسانی متعهدانه بر عملکرد فردی هماهنگی دارد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ابعاد سه‌گانه مدیریت منابع انسانی متعهدانه در سازمان آموزش و پرورش در سطح قابل‌قبولی نیست. اقدام‌های تواناسازی، انگیزه‌سازی، و فرصت‌سازی به‌ترتیب با میانگین‌های ۲/۵۴، ۲/۱۷، و ۲/۵۸ نشانگر کم‌توجهی به سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه در آموزش و پرورش است. بنابراین پیشنهاد می‌شود برای استقرار کامل این نوع سیستم مدیریت منابع انسانی اقدام‌هایی مانند گزینش کارکنان مبتنی بر شایسته‌سالاری و آموزش و توسعه آنان مبتنی بر نیازهای راهبردی سازمان، جبران عادلانه خدمات و مدیریت عملکرد کارکنان با تأکید بر نتایج بلندمدت و کار گروهی، و طراحی شغل مبتنی بر کار تیمی و همکاری شبکه‌ای و همچنین استقرار تصمیم‌گیری مشارکتی در دستور کار قرار گیرد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی متعهدانه بر عملکرد فردی تأثیرگذار است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای ارتقای عملکرد کارکنان آموزش و پرورش، سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه به صورت کامل جایگزین سیستم مدیریت منابع انسانی کنترل‌گرا شود.

1. Latorre *et al.*

2. Chiang *et al.*

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سیستم مدیریت منابع انسانی متعهدانه هم به‌طور مستقیم و هم از طریق متغیرهای تعهد حرفه‌ای، حمایت سازمانی ادراک‌شده، و التزام کاری بر عملکرد فردی تاثیرگذار است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود سازوکارهای لازم برای تعمیق تعهد حرفه‌ای کارکنان و پایداری آنان بکار گرفته شود. در ضمن، ادراک کارکنان نشان می‌دهد که حمایت سازمانی قابل‌قبولی از کارکنان به عمل نمی‌آید و ضروری است سازمان آموزش و پرورش به برنامه‌های رفاهی و حل مشکلات فردی کارکنان توجه بیشتری نشان دهد.

با توجه به این که مسائل جدیدی در حین پژوهش برای پژوهشگران مطرح شده است، توصیه می‌شود پژوهش‌های تکمیلی زیر دنبال شود: اولاً برخلاف نتایج ادبیات پژوهش تعدادی از متغیرها در نقش میانجی ظاهر نشدند، که این موضوع می‌تواند ناشی از عوامل تعدیل‌کننده‌ای باشد که در این پژوهش مد نظر قرار نگرفته است. توصیه می‌شود با در نظر گرفتن متغیرهای تعدیل‌گر از طریق خبرسنجی یا لحاظ کردن متغیرهای سطح سازمانی، پژوهش‌های تکمیلی دیگری انجام گیرد. ثانیاً این مدل تنها ناظر بر سازمان آموزش و پرورش است، پیشنهاد می‌شود برای ایجاد مدل بومی جامع‌تر، این مدل در دیگر دستگاه‌های اجرایی مورد آزمون مجدد قرار گیرد. در این مدل بیش‌تر بر عوامل فردی تاکید شده است، پیشنهاد می‌گردد که در پژوهش‌های آتی مدلسازی با تاکید بر عوامل سطح گروهی و سازمانی دنبال شود.

هر پژوهش دارای محدودیت‌های خاص خود است. دو محدودیت اصلی در این پژوهش عبارتند از: الف. محدودیت تعمیم. از آنجایی که یافته‌های این پژوهش ناظر بر یک سازمان دولتی در ایران است، در خصوص تعمیم آن به دیگر سازمان‌ها باید جانب احتیاط را رعایت کرد. و ب. محدودیت تکنیک آماری. از آنجایی که در این پژوهش از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس استفاده شده است، محدودیت توان آماری این تکنیک را نباید نادیده گرفت.

منابع

الف) انگلیسی

- Arthur, J. B. (1994). Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover. *Academy of Management Journal*, 37(3), 670-687. <https://doi.org/10.5465/256705>
- Boon, C., & Kalshoven, K. (2014). How High-Commitment HRM Relates to Engagement and Commitment: The Moderating Role of Task Proficiency. *Human Resource Management*, 53(3), 403-420. <https://doi.org/10.1002/hrm.21569>

- Boyne, G. A. (2002). Public and Private Management: What's the Difference? *Journal of Management Studies*, 39(1), 97-122. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00284>
- Boyne, G., Poole, M., & Jenkins, G. (1999). Human Resource Management in the Public and Private Sectors: An Empirical Comparison. *Public Administration*, 77(2), 407-420. <https://doi.org/10.1111/1467-9299.00160>
- Brown, S. P., & Leigh, T. W. (1996). A New Look at Psychological Climate and Its Relationship to Job Involvement, Effort, and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(4), 358-368. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.81.4.358>
- Chiang, H. H., Han, T. S., & Chuang, J. S. (2011). The Relationship between High-Commitment HRM and Knowledge-Sharing Behavior and Its Mediators. *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 604-622. <https://doi.org/10.1108/01437721111158224>
- Cruz, N. M., Pérez, V. M., & Cantero, C. T. (2009). The Influence of Employee Motivation on Knowledge Transfer. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 478-490. <https://doi.org/10.1108/13673270910997132>
- Dalal, R. S. (2005). A Meta-Analysis of the Relationship between Organizational Citizenship Behavior and Counterproductive Work Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1241-1255. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1241>
- Datta, D. K., Guthrie, J. P., & Wright, P. M. (2005). Human Resource Management and Labor Productivity: Does Industry Matter? *Academy of Management Journal*, 48(1), 135-145. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.15993158>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Farnham, D., & Giles, L. (1996). People Management and Employment Relations. In *Managing the New Public Services* (pp. 112-136): Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-349-24723-3_6
- Gould-Williams, J. (2004). The Effects of 'High Commitment' HRM Practices on Employee Attitude: The Views of Public Sector Workers. *Public Administration*, 82(1), 63-81. <https://doi.org/10.1111/j.0033-3298.2004.00383.x>
- Guest, D. E. (1997). Human Resource Management and Performance: A Review and Research Agenda. *International Journal of Human Resource Management*, 8(3), 263-276. <https://doi.org/10.1080/095851997341630>
- Hays, S. W., & Kearney, R. C. (2001). Anticipated Changes in Human Resource Management: Views from the Field. *Public Administration Review*, 61(5), 585-597. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00129>
- Hitt, M. A., Miller, C. C., & Colella, A. (2006). Organizational Behaviour: A Strategic Approach: John Wiley & Sons.

- Jauch, L. R., Glueck, W. F., & Osborn, R. N. (1978). Organizational Loyalty, Professional Commitment, and Academic Research Productivity. *Academy of Management Journal*, 21(1), 84-92. <https://doi.org/10.5465/255664>
- Jiang, K., Lepak, D. P., Hu, J., & Baer, J. C. (2012). How Does Human Resource Management Influence Organizational Outcomes? A Meta-Analytic Investigation of Mediating Mechanisms. *Academy of Management Journal*, 55(6), 1264-1294. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0088>
- Kang, S.-W., & Kang, S.-D. (2016). High-Commitment Human Resource Management and Job Stress: Supervisor Support as a Moderator. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 44(10), 1719-1731. <https://doi.org/10.2224/sbp.2016.44.10.1719>
- Keller, R. T. (1984). The Role of Performance and Absenteeism in the Prediction of Turnover. *Academy of Management Journal*, 27(1), 176-183. <https://doi.org/10.5465/255965>
- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., de Vet, H. C., & van der Beek, A. J. (2014). Measuring Individual Work Performance: Identifying and Selecting Indicators. *Work*, 48(2), 229-238.
- Kwon, K., Bae, J., & Lawler, J. J. (2010). High Commitment HR Practices and Top Performers. *Management International Review*, 50(1), 57-80. <https://doi.org/10.1007/s11575-009-0023-6>
- Latorre, F., Guest, D., Ramos, J., & Gracia, F. J. (2016). High Commitment HR Practices, the Employment Relationship and Job Performance: A Test of a Mediation Model. *European Management Journal*, 34(4), 328-337. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.05.005>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*: Sage Publications.
- Osborne, D., & Plastrik, P. (1997). *Banishing Bureaucracy: The Five Strategies for Reinventing Government*: ERIC.
- Pfeffer, J., & Jeffrey, P. (1998). *The Human Equation: Building Profits by Putting People First*: Harvard Business Press.
- Price, J. L. (1997). Handbook of Organizational Measurement. *International Journal of Manpower*, 18(4/5/6), 305-558. <https://doi.org/10.1108/01437729710182260>
- Prieto, I. M., & Pilar Pérez Santana, M. (2012). Building Ambidexterity: The Role of Human Resource Practices in the Performance of Firms from Spain. *Human Resource Management*, 51(2), 189-211. <https://doi.org/10.1002/hrm.21463>
- Renz, D. O. (2016). *The Jossey-Bass Handbook of Nonprofit Leadership and Management*: John Wiley & Sons.
- Rotundo, M., & Sackett, P. R. (2002). The Relative Importance of Task,

- Citizenship, and Counterproductive Performance to Global Ratings of Job Performance: A Policy-Capturing Approach. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 66-80. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.1.66>
- Rousseau, D. (2000). *Psychological Contract Inventory Technical Report*. Heinz School of Public Policy and Management: Carnegie Mellon University.
- Rousseau, D., Schalk, R. (2000). *Psychological Contracts in Employment: Cross-National Perspectives*: Sage Publications.
- Schaufeli, W., Taris, T., Le Blanc, P., Peeters, M., Bakker, A., & De Jonge, J. (2001). *Maakt arbeid gezond. Op zoek naar de bevlogen werknemer*. De Psycholoog, 422-428.
- Sun, L.-Y., Aryee, S., & Law, K. S. (2007). High-Performance Human Resource Practices, Citizenship Behavior, and Organizational Performance: A Relational Perspective. *Academy of Management Journal*, 50(3), 558-577. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.25525821>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.
- Whitener, E. M. (2001). Do "High Commitment" Human Resource Practices Affect Employee Commitment? A Cross-Level Analysis Using Hierarchical Linear Modeling. *Journal of Management*, 27(5), 515-535. <https://doi.org/10.1177/014920630102700502>

عنوان مقاله: تدوین چارچوبی برای هویت شهری مطلوب:

مورد مطالعه شهر جدید پرند

مریم صوفی^۱، فاطمه عزیزآبادی فراهانی^۲، ابراهیم حاجیان^۳، سیدرضا صالحی امیری^۴

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۷

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

چکیده:

هدف: مکان‌های سازنده بخشی از هویت افرادند. هویت مکان بر کیفیت رابطه انسان - مکان موثر است. شهرهای امروزی، متأثر از شهرنشینی و سیستم شهرسازی جدید کارکرد هویتی خود را از دست داده‌اند و به محیط‌هایی تهی از هویت منبث از مکان تبدیل شده‌اند. از این‌رو هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مدل مطلوب هویت‌یابی مکانی در شهرهای جدید است.

طرح پژوهش / روش‌شناسی / رویکرد: این پژوهش بنیادی از نوع توصیفی - اکتشافی از روش تحلیل مضمون استفاده می‌کند. داده‌های گردآوری‌شده از بررسی مبانی نظری و دیدگاه‌های مختلف صاحب‌نظران این حوزه و همچنین، مصاحبه عمیق با ۱۰ نفر از مدیران شهری است. برای شناسایی مضمون‌های مرتبط از نرم‌افزار کیفی مکس کیو دی ای (MAXQDA) استفاده شده است.

یافته‌ها: در مجموع ۴۶ کد اولیه و ۴ مضمون اصلی شناسایی، و روابط میان این مضمون‌ها نیز در قالب مدل ارائه شده است. این مدل راهکارهایی را برای حل مسئله هویت مکانی شهر جدید پرند ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: مکان، هویت، هویت‌یابی مکانی، شهرهای جدید، تحلیل

مضمون

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
f.a.farahani@srbaiu.ir

۳. دانشیار و عضو هیئت علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

۴. دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
r-salehisrbiau@ac.ir

مقدمه

شهر پدیده‌ای بوم‌شناختی (اکولوژیک) است که از کار جمعی انسان‌ها پدید می‌آید، رشد می‌کند، با محیط اطراف خود هماهنگ می‌شود، متأثر از عوامل طبیعی نیست، و تمام عناصر و فضای کالبدی و سایر اجزای آن در حال تحرک، پویایی، و دارای کارکرد و استمرار هستند. شهرها معمولاً در مقایسه با سایر سکونتگاه‌های انسانی از وسعت بیش‌تری برخوردار هستند و جمعیت بالایی دارند. کمتر از یک قرن پیش، بیش از دوسوم جمعیت جهان در نقاط روستایی زندگی می‌کردند، اما با ظهور انقلاب صنعتی و آشکار شدن پیامدهای آن همچون تغییر شیوهٔ زیست از کشاورزی به صنعت و خدمات، رشد کمی شهرها و نقاط شهری و هجوم روستاییان به شهرها آغاز شد. از آن‌جا که شهرها گنجایش این میزان جمعیت تازه‌وارد را نداشتند، نگرانی‌هایی در مورد پیامدهای اجتماعی و کالبدی شرایط زیست در شهرهای بزرگ به‌وجود آمد، مانند شرایط نامناسب مسکونی، ازدحام، کمبود فرصت‌های شغلی، کیفیت بد محیطی، شکل‌گیری سکونتگاه‌های غیررسمی در حاشیه شهرها، و کیفیت نامناسب زندگی در این سکونتگاه‌های برنامه‌ریزی‌نشده و خودرو که موجب شده است در کشورهای مختلف جهان، سیاست تمرکززدایی از شهرهای بزرگ از طریق ایجاد شهرهای برنامه‌ریزی‌شده و خودکفا از نظر فرصت‌های شغلی و قابلیت پذیرش کلیه گروه‌های جامعه در دستور کار قرار گیرد. در حقیقت دولت‌ها به عنوان نماینده نظام اجتماعی، برای رفع نیازهای ساکنان به‌ویژه نیاز به مسکن، به فکر ایجاد شهرهای جدید افتاده‌اند. شهرهای جدید به دلیل سرریز جمعیت شهری، تمرکززدایی جمعیت و اشتغال در جهان در نیم قرن گذشته به عنوان یک ضرورت ایجاد شدند (ابراهیم‌زاده و نگهبان مروی، ۱۳۸۳).

اما رویکردی که در ساخت شهرهای جدید وجود داشت، تک‌بعدی بود و در آن به شهر صرفاً به عنوان فضایی برای اقامت و استراحت، اشتغال، یا مکانی برای جذب سرریز جمعیت کلان‌شهرها نگاه می‌شد و برای دولتمردان و شهرسازان صرفاً مسائل مالی، اداری، و توجیهات اقتصادی آن اولویت داشت. هدف از ساخت شهرهای جدید همواره این بوده که محیط‌زیست مناسب و عاری از مشکلات شهرهای بزرگ داشته باشند. این در حالی است که شهرهای جدید دنیا با وجود دستاوردهایی، در طول دوران توسعه خود، با مشکلات و تهدیدهایی روبه‌رو بودند. این مشکلات ابعاد گوناگونی داشته، و در طول زمان ماهیت آن‌ها تغییر کرده است. مشکلاتی که شهرهای جدید در آغاز و سال‌های نخستین توسعه به آن

دچار می‌شوند، با مشکلات دوران بلوغ آن‌ها متفاوت است. آنچه در بررسی‌های اولیه این پژوهش در مورد شهرهای جدید مشخص می‌شود، این است که یکی از اصلی‌ترین مشکلات این شهرها که به دوره بلوغ آن‌ها برمی‌گردد، فقدان الگوی هویتی مناسب در آن‌هاست (Varesi et al., 2012). به عبارتی، هویتی که شهر جدید (مکان) دارد، آن قدر انسجام‌بخش، مشارکتی، و همدلانه نیست که بتواند یکپارچگی مناسب را در ساکنان خود ایجاد کند. نکته بسیار اساسی که در واقع مهم‌ترین مانع بر سر راه آن‌ها در تبدیل شدن به یک شهر متعارف است، نگرشی است که شهرهای جدید را به عنوان خوابگاه شهرهای بزرگ تعریف می‌کند. این موضوع محدودیت رشد شهرهای جدید را به‌طور دائم بازتولید کرده و به مانع اصلی توسعه متعارف شهرهای جدید و در نتیجه، هویت‌یابی آن‌ها تبدیل شده است. هرچند که شهر جدید نیز مانند سایر شهرها برای کسب هویت به وقت و زمان احتیاج دارد، ولی سیاستگذاران و تصمیم‌گیران می‌توانند برای شکل‌گیری، تسریع، و کمک به انجام این فرایند با برنامه‌ریزی و اتخاذ رویکردهای مدیریت مشارکتی (از پایین به بالا و با حضور همه‌جانبه مردم در تمامی سطوح تصمیم‌گیری)، زمان رسیدن به مطلوب را کوتاه‌تر نمایند.

بر اساس این، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود که با شناسایی ابعاد و مولفه‌هایی که شهرهای جدید (مکان) و در پی آن ساکنان این شهرها را واجد هویت می‌نماید و پیشنهاد الگوی مطلوب هویت‌یابی مکانی شهرهای جدید، به سیاستگذاران، تصمیم‌گیرندگان، و شهرسازان در اجرای برنامه‌های آتی یاری شود. در مجموع، مرور و بررسی حدود ۱۰۰ پژوهش انجام‌شده در خصوص شهرهای جدید از سال ۱۳۸۵ تا به امروز این نتیجه را به‌دست می‌دهد که بیش‌ترین تعداد پژوهش‌ها متمرکز بر تاثیر متغیرهایی چون مدت زمان سکونت در شهر جدید، دسترسی به خدمات شهری و حمل‌ونقل عمومی، نما و منظر شهری، سرزندگی و نشاط شهری، و شکل‌گیری آن‌هاست. این پژوهش‌ها بیش‌تر به روش کمی و با استفاده از داده‌های آماری صورت گرفته‌اند، و به‌طور کلی می‌توان گفت هیچ یک از پژوهش‌ها به ارائه الگویی جدید و متناسب با شهرهای جدید کشور ما منتج نشد. به عبارتی دیگر، پژوهش بنیادی در این خصوص صورت نگرفته است. هرچند برخی پژوهشگران، پیشنهادهایی را در خصوص رفع مشکل عدم احساس هویت منبعت از شهر جدید به عنوان مکان زندگی ارائه داده‌اند، اما پیشنهادها یکسان و بسیار عمومی هستند و در نهایت فاقد پیشنهادهای مشخص و راهکارهایی برای جذب و پایداری جمعیت شهرهای جدید و ایجاد تغییر مثبت در آینده آن‌ها هستند. همچنین، سیر نزولی پژوهش‌های مرتبط با هویت در شهرهای جدید در سال‌های اخیر به‌روشنی قابل‌مشاهده است. بر اساس این، با توجه به شرایط کنونی شهرهای بزرگ به لحاظ متغیرهایی همچون جمعیت، محیط‌زیست، و اشتغال که بر ایجاد هویت مکانی

تاثیرگذارند، نیاز به پژوهش‌های کاربردی در این خصوص احساس می‌شود.

یکی از نیازهای اساسی انسان، تعلق او به فضای زیستن است. اگر این نیاز اساسی مورد توجه قرار نگیرد، ارتباط انسان و مکان زندگی به سمت بی‌اعتنایی می‌رود و حس تعلق به مکان در او از دست می‌رود. از سوی دیگر، اگر حس مکان و احساس تعلق به محیط در افراد شکل گیرد، مکان برای انسان زیست‌پذیرتر و دوست‌داشتنی‌تر می‌شود، شهر در جهت توسعه انسان‌مدار پیش می‌رود، و فعالیت‌های متنوع‌تری در شهر رخ می‌دهد (Relph, 1976). در کشور ما، ایجاد شهرهای جدید دو رویکرد متفاوت را طی نموده است. پیش از انقلاب، شهرهای جدید پذیرای جمعیتی بودند که شغل ساکنان آن از پیش در نزدیکی همان شهر تعریف گردیده و در قالب شهرک‌های صنعتی، نظامی، نفتی یا اداری شکل گرفته بوده است (Ayati & Komeili, 2012). اما امروزه شهرهای جدید با هدف تمرکززدایی از شهرهای بزرگ، جذب مازاد جمعیتی آن‌ها، انتقال برخی صنایع از شهرهای بزرگ، و تامین مسکن کارکنان کم‌درآمد شکل می‌گیرند. به بیان دیگر، شهرهای جدید پیش از انقلاب در محل استقرار صنایع و پادگان‌های نظامی ساخته شده‌اند، اما «بنیانگذاری شهرهای جدید در سال‌های پس از انقلاب، مهم‌ترین تدبیر برای هدایت شهرنشینی و ساماندهی زندگی شهرنشینی بوده است» (زیاری، ۱۳۹۲: ۱۱۰). و این امید وجود داشت که پس از ایجاد شهرهای جدید، با انتقال صنایع و بخش‌های تولیدی به این شهرها بتوان برای ساکنان آن شغل ایجاد نمود.

ابزار مورد استفاده در این پژوهش، مصاحبه و پرسشنامه ساخته پژوهشگران است. در این پژوهش، برای بررسی پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس ۲۰ مورد پرسشنامه، پایایی به میزان ۱/۹۱ تخمین زده شده است که در حد مطلوبی بود. از آن‌جا که هویت مفهومی پیچیده و چندبعدی است، تلاش شد که با استفاده از ترکیبی از رویکردهای کمی و کیفی که درک بهتری از موضوع در مقایسه با استفاده هر کدام از روش‌ها به‌تنهایی به‌دست می‌دهد، به مدل مناسبی برای هویت‌یابی مکانی شهرهای جدید رسید. این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون به عنوان روشی برای شناخت موضوع و تحلیل گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی و تحلیل داده‌های مبتنی بر مصاحبه، ضمن شناسایی مولفه‌های وضعیت موجود هویتی شهر جدید پرنده و طراحی مولفه‌های وضعیت مطلوب هویتی شهر جدید پرنده، شبکه مضامین مرتبط با هویت مکانی و مدل مطلوب هویتی شهرهای جدید را ارائه می‌دهد.

شهر جدید پرنده در ۳۳ کیلومتری جنوب غربی تهران در مسیر آزاد راه تهران - ساوه و ۱۰ کیلومتری رباط کریم واقع شده است. این شهر بر اساس مصوبه شورای عالی معماری و شهرسازی در سال ۱۳۶۸ در دستور کار وزارت مسکن و شهرسازی قرار گرفت و طرح توسعه و عمران آن در

سال ۱۳۷۷ به تصویب رسید. در سند چشم‌انداز شهر آمده است که پرند شهری پویا و خوداتکا در زمینه اشتغال و پیشرو در زمینه صنعت است، و به عنوان یکی از قطب‌های اصلی صنعتی است که در ارتباط با شهر فرودگاهی امام خمینی ایفای نقش می‌کند. دو هدف اصلی برای احداث این شهر وجود داشته است: اسکان بخشی از سرریز جمعیت شهر تهران و اسکان کارکنان فرودگاه امام خمینی. این شهر به دلیل موقعیت ویژه‌اش در دسترسی به آزاد راه تهران - ساوه، پروژه متروی تهران - پرند، و نزدیکی به فرودگاه امام خمینی در طرح‌های توسعه مسکن کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در آخرین طرح تهیه‌شده برای این شهر به عنوان کلان‌شهری فعال با غلبه بخش خدمات پیشرفته و صنایع برخوردار از فناوری نوین در نظر گرفته شده است. اراضی شهر پرند قابلیت پذیرش جمعیت تا حدود ۳۰۰ هزار نفر را داراست. وجود ارتفاعات شمالی و رودخانه شور در جنوب و فرودگاه امام خمینی در شرق، توسعه کالبدی شهر را تحت تاثیر قرار داده و الگوی نهایی توسعه شهر، توسعه خطی بوده است. این الگو جدایی‌گزینی نسبی میان طبقات و گروه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی را به دنبال دارد و هر یک از گروه‌های مسکن دربرگیرنده طبقه خاصی است. بیش‌ترین توسعه و ساخت‌وسازها در فازهای صفر، یک، و دو انجام شده است و کم‌ترین توسعه مربوط به فازهای پنج و شش است که به مسکن مهر اختصاص دارد. مشاغل پایه این شهر در بخش صنعت و تعدادی از مشاغل مربوط به فرودگاه مهرآباد است. بر اساس آمار جمعیتی سال ۱۳۹۵، جمعیت پرند ۹۷۴۶۴ است. این جمعیت با اهداف جمعیتی تعیین‌شده فاصله دارد و نتوانسته است در جذب جمعیت سرریز شهر مادر موفق باشد. همچنین، فرصت شغلی مناسب برای ساکنانش فراهم نکرده و امکانات و خدمات مطلوبی به ساکنان خود ارائه ننموده است. عدم راه‌اندازی مترو تهران - پرند هم یکی از موضوع‌هایی است که موجبات نارضایتی ساکنان را تا زمان انجام این پژوهش به دنبال داشته است.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم هویت

هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات فردی، اجتماعی، احساسات، و اندیشه‌های مربوط به آن‌ها که فرد از راه توانایی کنش متقابل با خود و با یافتن تصوراتی از خود به‌دست می‌آورد و در جواب پرسش «من کیستم؟» ارائه می‌دهد (Ahmadloo & Afrough, 2003). هویت به دو سطح فردی و اجتماعی (جمعی) تقسیم می‌شود (Rafie Habibzadeh, 2012). هویت فردی از مجموع هویت شخصیتی و هویت‌های اجتماعی فرد تشکیل می‌شود. به عبارتی دیگر، هویت یعنی

کیفیت یکسان داشتن در ذات، ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و همه شرایط (Rahimi et al., 2015). هویت فردی، معطوف به بازشناسی مرز بین خود و دیگری است. در مقابل هویت فردی، هویت اجتماعی به رابطه بین خود و دیگران یا دیگر گروه‌های اجتماعی اشاره دارد (Niazi et al., 2013). هویت اجتماعی عبارت است از دانش فرد نسبت به تعلق او به گروه‌های اجتماعی و هیجانات و معانی ارزش که از تعلق داشتن به آن‌ها حاصل می‌شود. به عبارت دیگر، هویت اجتماعی پنداشت درباره خود است که مبنای آن گروه و بستگی‌های گروهی است. هویت اجتماعی افراد در جریان ارتباط و تعامل اجتماعی آنان شکل می‌گیرد. در این دیدگاه هویت امری اجتماعی است که فرد آن را در تعامل با افراد و گروه‌های اجتماعی کسب می‌کند.

مفهوم هویت مکانی

هویت مکانی بخشی از زیرساخت هویت فردی انسان و حاصل شناخت‌های عمومی وی درباره جهان فیزیکی است که در آن زندگی می‌کند. می‌توان گفت بخشی از شخصیت وجودی هر انسان که هویت فردی وی را می‌سازد، مکانی است که خود را با آن می‌شناسد و به دیگران معرفی می‌نماید (Proshansky, 1978). اغلب پژوهشگران هنگامی که عبارت «هویت مکان» را مورد استفاده قرار می‌دهند از این مفهوم فراتر می‌روند و به کنش بین یک فرد و یک مکان به‌نجوی توجه می‌کنند که هویت هر دو درهم می‌آمیزد و نوعی سازندگی دوسویه پیدا می‌کند. این بودن یا تجربه کردن آن مکان است. در این راستا رلف می‌گوید: «این تنها هویت یک مکان نیست که دارای اهمیت است، بلکه هویتی که یک فرد یا گروه با آن مکان دارد، نیز مهم است، به‌ویژه این که آیا افراد، مکان را به عنوان یک غریبه یا آشنا تجربه می‌کنند» (Relph, 1976: 45).

مفهوم بحران هویت

از دست رفتن تنوع مکانی در دنیای مدرن، حاصل از دست رفتن معانی و مفاهیم بزرگ‌تری است که تنوع مکانی بر آن‌ها اشاره داشته است. رلف (۱۹۷۶)، از محورهای توسعه‌یافته تجاری و شهرهای جدید به عنوان نمونه‌های بی‌مکان یاد می‌کند. قرارگیری شهرهای جدید در ردیف فضاهای بی‌مکان بر فقر کلی فرهنگی و معنایی این فضاها اشاره دارد. هنگامی که تنوع مکان‌ها از بین رود، حس بی‌مکانی شکل می‌گیرد و این بزرگ‌ترین تهدید در ایجاد احساس تعلق مکانی است (Relph, 1976). نیاز به اشاره است که طی بررسی‌های صورت‌گرفته، پژوهش‌های بسیار محدودی به بررسی مولفه‌های

مدیریت فرهنگی و اجتماعی به عنوان یکی از عوامل موثر بر هویت‌یابی مکانی پرداخته‌اند.

چارچوب مفهومی

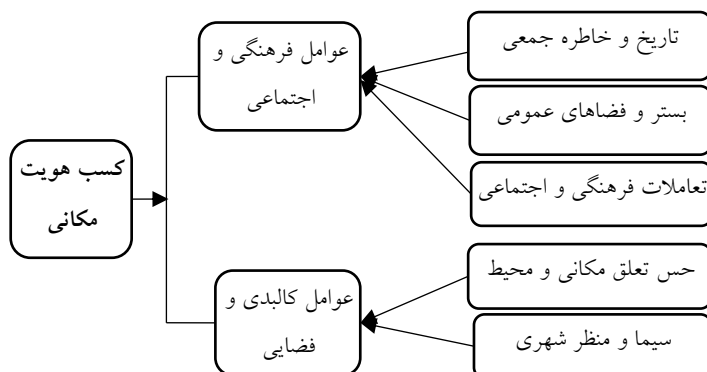
عوامل و اجزای مشترک تشکیل‌دهنده هویت مکان و حس مکان بر اساس نظریه‌های مختلف و در قالب پژوهش اسنادی انجام‌شده به شرح **جدول (۱)** استخراج شده است.

جدول ۱: بررسی مولفه‌ها و شاخص‌ها بر اساس ادبیات نظری

شاخص	پژوهشگر(ان)
تعاملات انسانی، حافظه تاریخ هنر، و زیباشناسی.	(Nasr & Majedi, 2014)
مولفه‌های طبیعی، مصنوعی، و انسانی.	(Nasr, 2017)
مولفه‌های کالبدی، عملکردی، و اجتماعی.	(Zarei & Najafi, 2019)
بازگشت به ریشه‌های اولیه هویت.	(Boussaa, 2018)
ساختمان و نما.	(Yaldiz et al., 2014)
نفوذپذیری، گوناگونی، خوانایی، انعطاف‌پذیری، تناسبات بصری، غنای حسی، کارایی، انرژی، حفاظت از اکوسیستم‌ها، پاکیزگی محیط.	(Rezaei, 2013)
سرزندگی، کنترل، دسترسی به فرصت‌ها، شادی، اصالت، معنای زندگی اجتماعی و همگانی، خوداتکایی شهری محیطی برای همه.	(Mousavi et al., 2018)
پیش‌بینی فضا، داشتن تواضع، آموختن از گذشته، ترکیب کاربری مقیاس انسانی، تشویق به آزادی حرکت، مشارکت محلی، خوانا ساختن برای بقا، اجتناب از تغییر بسیار زیاد، افزایش پیچیدگی، لذت و ایجاد خوشایند بصری.	(Jalali et al., 2019)
معنا و عمل، کالبد، فعالیت و تصورات.	(Vahdat et al., 2018)
تعلق، دلبستگی، یکی شدن با اهداف، مشارکت و در نهایت حس فداکاری تعهد عمیق نسبت به مکان.	(Meshkini et al., 2015)

دیدگاه‌های مختلف چه در سطح خرد و چه در سطح کلان (دیدگاه صاحب‌نظران کلاسیک (امیل دورکیم، اگوست کنت، جورج زیمل، ماکس وبر)، دیدگاه صاحب‌نظران تضادگرا (کارل مارکس، لویی آلتوسر، نیکولاس پولاتزاس)، دیدگاه صاحب‌نظران کنش متقابل نمادین (چارلز کولی، جورج هربرت مید، موریس روزنبرگ، ریچارد جنکینز، پیتز برگر، و توماس لاکمن)، دیدگاه صاحب‌نظران رفتارگرایی اجتماعی (جورج هومنز و پیتز بلاو)، و دیدگاه صاحب‌نظران تلفیق‌گرا (آنتونی گیدنز، ایمانوئل کاستلز، و یورگن هابرماس)، همه به نوعی به تغییر و تحول اجتماعی به صورت پویا اعتقاد دارند. متناسب با این

تغییر و تحول، جوامع ساده و ابتدایی (سنتی) به جوامع پیچیده (مدرن) تغییر می‌یابند. در این چارچوب تشابه‌پذیری جوامع سنتی جای خود را به تفاوت‌پذیری می‌دهد و نقش‌های محول به نقش‌های پژوهشگر تحول می‌یابند. در این رابطه هویت جمعی افراد نیز از حالت خاص‌گرایانه به عام‌گرایانه و در نهایت، عام‌ترین سطح خود (همنوع) اعتلا می‌یابد. این فرایند با دگرگونی جوامع از حالت ابتدایی (سنتی) به پیچیده و اجتماعات بزرگ‌تر (مدرن) و تقسیم کار اجتماعی ساده به تقسیم کار پیچیده رخ می‌دهد. در ادامه، چارچوب مفهومی استخراج‌شده از ادبیات نظری پژوهش ارائه می‌گردد (شکل ۱).



شکل ۱: چارچوب مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، از راهبرد تحلیل تماتیک^۱ (مضمون) استفاده شده است. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل، و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. منظور از الگو مدلی است که از راه نظم مفهومی داده‌های مستخرج به‌دست می‌آید. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clarke, 2006). تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی خاصی نیست، بلکه فرایندی است که می‌تواند در بیش‌تر روش‌های کیفی بکار رود. به‌طور کلی، تحلیل مضمون روشی است برای دیدن متن، برداشت و درک مناسب از اطلاعات به‌ظاهر نامرتبط، تحلیل اطلاعات کیفی، مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان یا فرهنگ، و تبدیل داده‌های کیفی به داده‌های کمی (Boyatzis, 1998: 4). روش نمونه‌گیری این پژوهش بنیادی نظری

1. Thematic Analysis

است، بدین معنا که منابعی انتخاب می‌شوند که بیش‌ترین اطلاعات و داده را برای پاسخ به پرسش پژوهش فراهم می‌کنند. در پژوهش‌های کیفی افرادی را که در پژوهش شرکت می‌کنند، فرد یا نمونه نمی‌گویند، بلکه شرکت‌کننده یا صاحب اطلاع محسوب می‌شوند، زیرا روی این افراد مداخله‌ای صورت نمی‌گیرد و فعالانه در پژوهش شرکت دارند (Speziale et al., 2011). افراد به دلیل اطلاعات دست‌اولی انتخاب می‌شوند که دربارهٔ پدیده مورد پژوهش در اختیار دارند. در این پژوهش، افراد خبره و متخصص در حوزه مورد بررسی مد نظر هستند، بنابراین برای انتخاب آنان به شکل نظری یا مبتنی بر هدف عمل‌شده تلاش شد که افراد بر مبنای این انتخاب شوند که چه نوع اطلاعات خاصی را در دست دارند. انتخاب افراد مصاحبه‌شونده بر اساس معیارهای خبرگی (سابقه بالای ۵ سال در حوزه شهری، مدیریت فرهنگی، و تحصیلات کارشناسی و بالاتر) بود. از میان آن‌ها تعداد ۱۰ نفر از کارشناسان و مدیران شهرداری، شرکت عمران شهر جدید پرد، و اعضای شورای شهر (جدول ۲)، بر اساس روش نمونه‌گیری گلوله برفی تا حصول به اشیاع نظری انتخاب گردیدند. محل گفتگوها، محل کار آنان بود و روزهای مصاحبه با هماهنگی پیشین تعیین شد. مدت مصاحبه‌ها به‌طور میانگین یک ساعت بود. از ابزار مصاحبه اکتشافی و نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری اطلاعات از مطلعان کلیدی استفاده شد. محور اصلی گفتگوها در مصاحبه اول، رویکردها و سیاست‌های سازندگان و مدیران شهری با تمرکز بر برنامه‌های جامع و عملیاتی و اهداف کلان بود. در مصاحبه دوم که بعد از توزیع پرسشنامه و گفتگو با شهروندان انجام شد، میزان توفیق شهرهای جدید در دستیابی به اهداف تعیین‌شده با توجه به نظرهای شهروندان و احساس تعلق آن‌ها به شهر جدید و انتقادهای آن‌ها، به‌ویژه در خصوص برخی تبعیض‌ها، بهبود دسترسی به خدمات عمومی و اجتماعی، و فضاهای مطلوب شهری مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۲: اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	مدرک تحصیلی	رشته تخصصی	جنسیت
۱	کارشناس ارشد	عمران	آقا
۲	دکتری تخصصی	مدیریت دولتی	آقا
۳	کارشناس ارشد	تربیت بدنی	آقا
۵	کارشناس ارشد	ادبیات انگلیسی	خانم
۶	کارشناس ارشد	جامعه‌شناسی	خانم
۷	کارشناس ارشد	آمار	آقا
۸	کارشناس ارشد	مهندسی کامپیوتر	آقا
۹	کارشناس ارشد	شهرسازی	آقا
۱۰	کارشناس ارشد	روان‌شناسی	خانم

روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

کینگ و همکاران^۱ (۲۰۰۸)، با بررسی و جمع‌بندی تلاش‌های سایر پژوهشگران تحلیل مضمونی، فرایندی سه مرحله‌ای را برای تحلیل مضمونی ارائه نموده‌اند. این فرایند شامل سه مرحله کدگذاری توصیفی^۲، کدگذاری تفسیری^۳، و یکپارچه‌سازی از راه مضامین فراگیر^۴ است که در ادامه تشریح می‌گردد.

مرحله یکم: کدگذاری توصیفی

غرق شدن در داده‌ها، مستلزم بررسی و مرور مکرر داده‌ها به روشی فعال است. در این مرحله، دست‌کم یک‌بار پیش از شروع کدگذاری، کل داده‌ها بررسی می‌شود. در این حالت به هنگام بررسی متن، برخی از ایده‌ها و الگوها شناخته می‌شود. این گام، ستون فقرات مراحل بعدی را شکل می‌دهد. در این گام است که ایده‌های خوبی درباره کدگذاری‌ها و الگوها شکل می‌گیرد. پس از این کار، پژوهشگر آماده است که فرایند کدگذاری را آغاز کند، ولی کدگذاری در کل فرایند تحلیل صورت می‌گیرد و تعریف می‌شود. داده‌های به‌دست‌آمده از منابع دست اول (مصاحبه‌ها) و ادبیات (منابع دست دوم) در نرم‌افزار تحلیل کیفی مکس کیو دی ای بارگذاری شد تا فرایند کدگذاری صورت پذیرد.

مرحله دوم: کدگذاری تفسیری

گام دوم، زمانی آغاز می‌شود که پژوهشگر داده‌ها را بررسی کرده و با آن‌ها آشنا شده باشد و فهرست اولیه‌ای از ایده‌های موجود و نکته‌های جالب آن‌ها را در داده‌ها تهیه کرده باشد. از این‌رو، این گام مستلزم ایجاد کدهای اولیه از داده‌هاست. در این گام، از کدها برای تقسیم داده‌های متنی به بخش‌های فهمیدنی و قابل استفاده مانند بند، عبارت، کلمه یا سایر معیارهایی استفاده می‌شود که برای تحلیل خاص لازم است. کدهای موجود در چارچوب کدگذاری باید حد و مرز مشخص و تعریف‌شده‌ای داشته باشند، به‌گونه‌ای که تغییرپذیر یا تکراری نباشند. همچنین، باید محدود به قلمرو پژوهش باشند و به‌طور روشن بر موضوع تمرکز داشته باشند تا از کدگذاری هر جمله از متن اصلی اجتناب شود. این گام به لحاظ تفسیری دارای اهمیت است.

1. King *et al.*
2. Descriptive Coding
3. Interpretive Coding
4. Overarching Themes

مرحله سوم: یکپارچه‌سازی

گام سوم زمانی شروع می‌شود که همه داده‌ها، کدگذاری اولیه و گردآوری شده باشند و فهرستی طولانی از کدهای مختلف در مجموعه داده‌ها شناخته شده باشد. در این گام که به تحلیل در سطحی کلان‌تر از کدها تمرکز دارد، کدهای مختلف در قالب مضامین مرتب می‌شوند و همه داده‌های کدگذاری‌شده مرتبط با هر یک از مضامین، شناخته و گردآوری می‌شود. اساساً در این مرحله، کدها تجزیه و تحلیل می‌شوند و به نحوه ترکیب و تلفیق کدهای مختلف برای تشکیل مضمون پایه توجه می‌شود. در این مرحله می‌توان از شکل، نمودار، جدول، نقشه‌های ذهنی، یا نوشتن نام هر کد همراه با توضیح خلاصه‌ای از آن روی کاغذی جداگانه و قرار دادن آن در ستون مضمون مرتبط برای مرتب کردن کدهای مختلف در قالب مضامین بهره گرفت. در این مرحله، ممکن است مجموعه‌ای از کدها به هیچ مضمونی اختصاص پیدا نکند یا ممکن است از برخی کدها صرف نظر شود. برای چنین کدهایی می‌توان به‌طور موقت استفاده کرد تا در صورت بررسی مجدد جایگاه مناسب آن‌ها در قالب مضامین تعیین شود. کدگذاری را می‌توان دستی یا با نرم‌افزارهای رایانه‌ای انجام داد. همچنین، می‌توان با نوشتن یادداشت روی متن یا حواشی آن یا با استفاده از مدادهای رنگی و ماژیک، داده‌های مورد نظر را برجسته کرد. همچنین، می‌توان از یادداشت‌های فهرست‌بندی‌شده و فیش‌های پژوهشی استفاده کرد که در این پژوهش نیز از این فرایند استفاده شد. داده‌های کدگذاری‌شده بر اساس دو مرحله پیشین مضمون‌بندی شدند و بر اساس قابلیت مکس مپ نرم‌افزار مکس کیو دی ای، نقشه و نمودار درختی آن ارائه گردید (شکل‌های ۲ و ۳).

ارزیابی اتکاپذیری یافته‌های کیفی

می‌توان گفت پژوهش حاضر از اعتمادپذیری کافی برخوردار است و نتایج حاصل از آن نماینده داده‌های پژوهش است. همچنین، انجام مصاحبه‌ها به صورت عمیق در فضایی دوستانه و به تعداد کافی همراه با مرور چندین باره مصاحبه‌ها موجب شده است که پژوهش از راستی، تصدیق‌پذیری، تطابق، و فهم‌پذیری کافی برخوردار باشد و در نهایت، می‌توان گفت نتایج حاصل از پژوهش از اتکاپذیری کافی برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

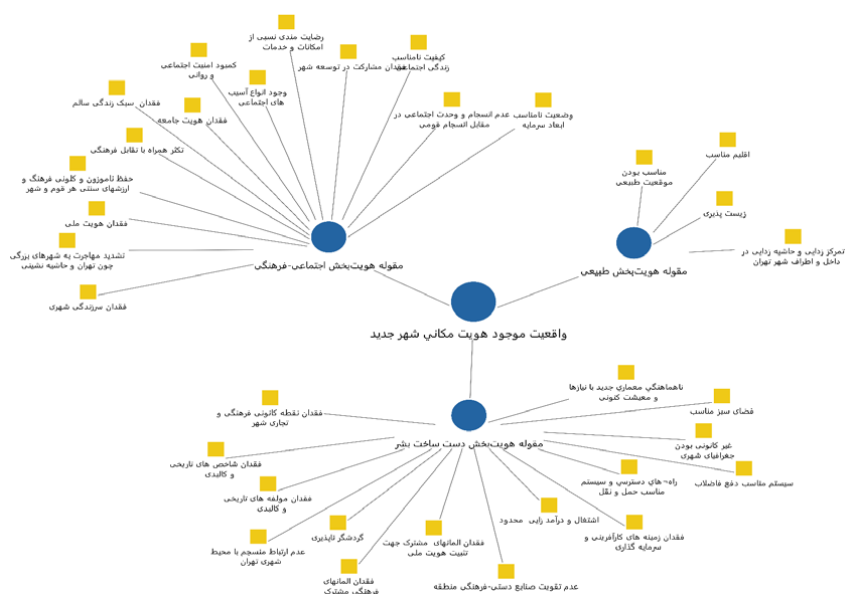
تحلیل مضمون، طیف گسترده‌ای از روش‌ها و فنون را در بر می‌گیرد. در فرایند تحلیل مضمون با توجه به اهداف و پرسش‌های پژوهش می‌توان از روش‌های تحلیلی مناسب استفاده کرد. داده‌های

پژوهش از راه بررسی اسناد، مصاحبه عمیق، و مشاهده مستقیم پژوهشگر گردآوری شد. سپس کدگذاری توصیفی برای بررسی عمیق داده‌های گردآوری‌شده انجام پذیرفت و آماده کدگذاری شدند و کدگذاری تفسیری برای ایجاد کدهای اولیه صورت پذیرفت. ۷۵ کد اولیه شناسایی و استخراج شد. ۲۹ کد اولیه به چستی واقعیت موجود هویت مکانی شهر جدید پرند و ۴۶ مورد به چگونگی چارچوب مطلوب هویت شهری در شهر جدید پرند دلالت داشتند. پس از این که فهرستی از کدهای اولیه بر اساس داده‌ها ایجاد گردید، مرحله سوم کار یعنی یکپارچه‌سازی آغاز شد. در این گام که یک سطح کلان‌تر است، کدهای مختلف در قالب مضامین مرتب شدند. کدها تجزیه و تحلیل شدند تا مفاهیم پایه مضامین شکل بگیرند که در نهایت با استفاده از نقشه ذهنی مدل مضامین وضعیت موجود هویت مکانی شهر جدید پرند در قالب سه مضمون شامل مولفه‌های هویت‌بخش اجتماعی - فرهنگی، هویت‌بخش طبیعی، و هویت‌بخش ساخته دست شناسایی شدند (شکل ۲). مضامین چارچوب مطلوب هویت شهری شهر جدید پرند نیز در چهار دسته اصلی جغرافیایی - فیزیکی - اکولوژیک، اجتماعی، فرهنگی - تاریخی، و اقتصادی شناسایی شدند (شکل ۳).

چستی واقعیت موجود هویت مکانی شهر جدید پرند

بر پایه شبکه مضامین شناسایی‌شده در خصوص واقعیت موجود هویت مکانی شهر جدید پرند سه مضمون اصلی و محوری مشخص شد. مضمون (مقوله) هویت‌بخش اجتماعی - فرهنگی با ۱۴ کد اولیه شناسایی شد که شامل وضعیت نامناسب ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت و پیوندها، و شبکه‌های اجتماعی)، عدم انسجام و وحدت اجتماعی در مقابل انسجام قومی، کیفیت نامناسب زندگی اجتماعی، فقدان مشارکت در توسعه شهر، رضایتمندی نسبی از امکانات و خدمات (بهداشتی، تفریحی، و زیرساختی)، وجود انواع آسیب‌های اجتماعی، کمبود امنیت اجتماعی و روانی، فقدان هویت جامعه محلی، فقدان سبک/ روش زندگی سالم، تکرر همراه با تقابل فرهنگی، حفظ ناموزون و کلونی فرهنگ و ارزش‌های سنتی هر قوم و شهر، فقدان هویت ملی، تشدید مهاجرت به شهرهای بزرگی چون تهران و حاشیه‌نشینی، فقدان تبادل و تعاملات فرهنگی، و فقدان سرزندگی شهری می‌شود. مضمون (مقوله) هویت‌بخش طبیعی با چهار کد اولیه مناسب بودن موقعیت طبیعی، اقلیم مناسب (آب و هوای خنک، هوای سالم، آسمان آبی، دارای شیب مناسب و چشم‌اندازهای زیبا، زیست‌پذیری مناسب (محیطی آرام و ساکت)، تمرکززدایی و حاشیه‌زدایی در داخل و اطراف شهر تهران مشخص شد. مضمون (مقوله) سوم شبکه‌های هویت‌بخش دست ساخت بشر با ۱۵ کد اولیه با فقدان نقطه کانونی فرهنگی و تجاری شهر، فقدان شاخص‌های تاریخی و کالبدی، فقدان

مولفه‌های تاریخی و کالبدی فرهنگی مشترک یا خرده‌فرهنگ‌های منسجم، عدم ارتباط منسجم با محیط شهری تهران، گردشگرناپذیری، فقدان عناصر فرهنگی مشترک با تنوع فرهنگی، فقدان عناصر مبتنی بر ارزش‌های تاریخی و فرهنگی مشترک برای تثبیت هویت ملی، عدم تقویت صنایع دستی - فرهنگی منطقه، اشتغال و درآمدزایی محدود، فقدان زمینه‌های کارآفرینی و امکان سرمایه‌گذاری بر بسترهای فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی قابل قبول، راه‌های دسترسی و سیستم مناسب حمل‌ونقل (زمینی، ریلی، هوایی)، سیستم مناسب دفع فاضلاب، غیرکانونی بودن جغرافیای شهری، فضای سبز مناسب، ناهماهنگی معماری جدید با نیازها و معیشت کنونی گردید.



شکل ۲: واقعیت موجود هویت مکانی شهر جدید پرد

حرکت از وضع موجود به شرایط مطلوب

در این جا سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب با توجه به منابع و ظرفیت‌های موجود پرد و مولفه‌های یادشده ارائه می‌شود. بر اساس ۴۶ کد اولیه شناسایی‌شده مدل مضامین در قالب چارچوب مطلوب هویت شهری شهر جدید پرد تهیه و ترسیم گردید. عمده

کدهای اولیه شناسایی شده بر اساس اصول کدگذاری از داده‌های مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌باز انجام شده به دست آمد. به طور کلی، ۴۶ کد اولیه در قالب ۴ مضمون دسته‌بندی شدند. از این رو، چارچوب مطلوب ارائه شده در قالب ۴ زمینه موضوعی (تماتیک) به این شرح است:

۱. مضمون (مقوله) جغرافیایی - فیزیکی - اکولوژیک: کدهای اولیه شناسایی شده این تم شامل شناخت و معرفی موقعیت طبیعی، شناخت و معرفی تنوع اقلیمی، امکان زیست‌پذیری، امکان ممانعت از ایجاد حاشیه در شهرهای بزرگ، امکان کنترل مهاجرت به شهرهای بزرگ، امکان تمرکززدایی از شهرهای بزرگ، سیستم مناسب حمل و نقل و ترافیک، سیستم مناسب دفع فاضلاب، وجود و دسترسی مناسب به مراکز تفریحی، آموزشی، خدماتی و تجاری، کانونی بودن جغرافیای شهری، فضای سبز مناسب، هماهنگی معماری جدید با نیازها و معیشت، راه‌های دسترسی مناسب، بسترهای فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، و در نهایت محله‌محوری و توجه به نقاط کانونی است. در حال حاضر، فاصله زیادی بین انتظارات ساکنان شهر و وضعیت استاندارد وجود دارد و شهروندان به صورت مداوم در مورد کمبود امکانات و خدمات درخواست دارند. دغدغه اصلی مردم شغل است، به همین خاطر مکان‌یابی شهرهای جدید باید به گونه‌ای در کنار فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی، یا عمرانی باشند: «ما ظرفیت خالی زیادی در شهر داریم. یکی از اهداف احداث این شهرها، پاسخگویی به سرریز جمعیت شهرهای مجاور بوده است. بر اساس این، یکی از اولین عوامل سکونت‌پذیر کردن این شهرها، دسترسی آسان به حمل و نقل بین شهرهای جدید و مادر است. یک سیستم حمل و نقل سریع، آسان و ارزان باعث ترغیب مردم به زندگی در آن شهر می‌شود، که قول آن را به مردم داده‌ایم. این‌جا آرامش هست و ازدحام شهرهای بزرگ نیست، اما اگر کار مردم به محل زندگی‌شان نزدیک باشد، امکانات زندگی برایشان فراهم باشد، و امنیت و شغل و تفریح داشته باشند، جمعیت شهر به آنچه که برای آن در نظر گرفته شده است، می‌رسد».

در خصوص مولفه‌های هویت‌بخش طبیعی با توجه به مختصات جغرافیایی و اظهار شهروندان، شهر پرنده در موقعیت مطلوبی به سر می‌برد و مدیران به خوبی می‌توانند از این مزیت رقابتی برای جذب جمعیت پایدار بهره‌برداری کنند. اما در خصوص مولفه‌های هویت مصنوعی شرایط کمی متفاوت است و به نظر می‌رسد با توجه به آن که ساکنان این شهر از قومیت‌ها و مناطق مختلف کشور هستند، می‌توان از سرمایه عظیم انسانی به خوبی استفاده کرد و با نصب عناصر و نمادهای آنان در جای‌جای شهر جدید، انتخاب نام خیابان‌ها، کوچه‌ها، میادین، و محله‌ها بر اساس متفکران و مفاخر شهرهای کشور، برگزاری جشن‌ها، مناسبت‌های آیینی، نمایشگاه‌های فرهنگی و مصنوعات محلی، بازی‌ها و مسابقات ورزشی محلی برای بالا بردن حس تعلق بهره‌برد. فضاهای دلنشین

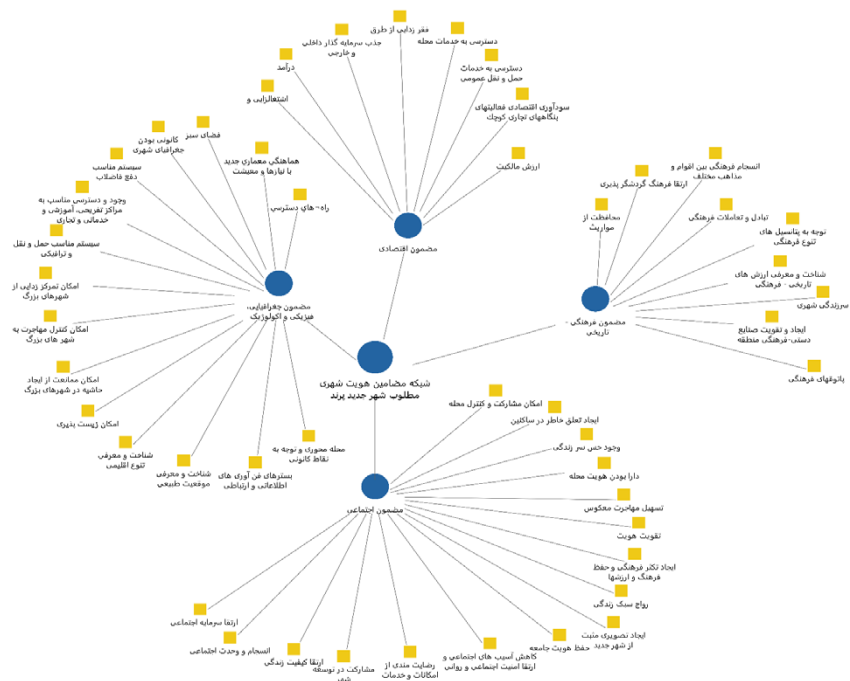
و خودمانی در محله ارتباطات انسانی را به وجود می‌آورد و می‌تواند حس نزدیکی و همسایگی را در ساکنان یک شهر ایجاد کند. این فضاها به استفاده‌کنندگان امکان نظارت اجتماعی و کنترل رفتار دیگران را فراهم می‌کند که این خود خاطرات و تجربیات مثبت را به وجود می‌آورد. هرچه این خاطرات بیش‌تر و قوی‌تر باشد، هویت شهر یا انسان کامل‌تر می‌گردد. این فضاها می‌توانند سنتی و مدرن باشند، ولی عامل مهم، چگونگی سازماندهی آن‌هاست که ایجاد یک پاتوق و همبستگی اجتماعی را ایجاد نماید. رویدادها و اتفاقات روزانه نیز در تشکیل خاطرات شهر و انسان موثر است. برگزاری مسابقات، گردهمایی‌های محلی، منطقه‌ای و ملی، نمایش‌های خیابانی و عزاداری‌ها از جمله رویدادهایی است که در حافظه شهر می‌ماند و شهر خاطره‌انگیز می‌گردد. شهر با خاطره، علاقه فرد به محیط زندگی را به وجود می‌آورد. تاثیر دادن آرا و نظرات مردم در برنامه‌ریزی‌ها و طراحی‌های شهری از دیگر ابزارهای ایجاد زمینه هویت در بافت‌های شهری و شهرهای جدید است. در صورت مشارکت شهروندان در امور شهری است که این تفکر به وجود می‌آید و شهرنشینان را به سوی شهروند شدن هدایت می‌کند که گستره‌ای فعال‌تر از ساکن شدن صرف دارد: «مردم از جاهای مختلف و سطوح فرهنگی مختلف کنار هم جمع شده و آشنایی قبلی با آداب و رسوم هم نداشته و به جبر و مسائل اقتصادی در شهری غیر از شهر خودشان ساکن شده‌اند. ما برخی رویدادهای فرهنگی را برنامه‌ریزی کردیم تا در قالب آن‌ها مردم با هم و آداب و رسوم و صنایع دستی شهرهایشان آشنا بشوند. در نتیجه، اجتماعات خوبی شکل گرفت».

۲. مضمون (مقوله) اجتماعی: این مضمون نیز از کدهای اولیه‌ای از این قرار تشکیل می‌شود: ارتقای سرمایه اجتماعی، انسجام و وحدت اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی، مشارکت در توسعه شهر، رضایتمندی از امکانات و خدمات، کاهش آسیب‌های اجتماعی و ارتقای امنیت اجتماعی و روانی، حفظ هویت جامعه محلی، ایجاد تصویری مثبت از شهر جدید، رواج سبک زندگی سالم، ایجاد تکرر فرهنگی و حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی هر قوم و شهر، تقویت هویت ملی، تسهیل مهاجرت معکوس، دارا بودن هویت محله‌ای، وجود حس سرزندگی، ایجاد حس تعلق خاطر در ساکنان، امکان مشارکت و کنترل محله‌ای: «همان‌طور که بارها گفته شد، نگاه به کارکرد شهرهای جدید، صرفاً به عنوان محلی برای سرریز جمعیت شهرهای بزرگ موجب شده که آن‌ها به یک‌سری خوابگاه در کنار شهرهای بزرگ تبدیل شوند. اما آنچه اکنون در کانون توجه ما قرار دارد، نه صرفاً ساختمان‌سازی، بلکه انسان و نیازهای اوست»، یا «بسیاری از ساکنان شهرهای جدید، مهاجرانی هستند که از راه‌های دور و نزدیک به این‌جا آمده‌اند، غریبه بودن آن‌ها با هم و نداشتن رابطه همسایگی، نداشتن خاطره در این شهر، نبود عناصر هویت‌بخش و فضاهای عمومی

خاطره‌انگیز، احساس تبعیض و نبود امنیت، نبود محلی برای گذران اوقات فراغت ساکنان بخشی از مسائل شهرهای جدید است که برای حل آن‌ها برنامه‌ریزی شده است. مردم می‌توانند با هم تبادل فرهنگی داشته باشند و با آداب و رسوم و سنت‌های هم آشنا شوند، مانند جشنواره غذاهای سنتی که برگزار شد».

۳. مضمون (مقوله) فرهنگی - تاریخی: این مضمون نیز از کدهای اولیه مشخصی ایجاد می‌شود که عبارت‌اند از محافظت از میراث فرهنگی، ارتقای فرهنگ گردشگری، انسجام فرهنگی بین اقوام و مذاهب مختلف، تبادل و تعاملات فرهنگی، توجه به ظرفیت‌های تنوع فرهنگی، شناخت و معرفی ارزش‌های تاریخی و فرهنگی، سرزندگی شهری، ایجاد و تقویت صنایع دستی - فرهنگی منطقه، و پاتوق‌های فرهنگی: «اگر بخواهیم تعداد افراد با سکونت طولانی و پایدار داشته باشیم، در کنار توسعه عمرانی باید شرایط مطلوب را برای حضور آنان فراهم کنیم. شهرهای جدید باید دارای ویژگی خاص باشند و برای ساکنان جاذبه داشته باشند و برنامه ما تبدیل یک شهر بی‌جان در وسط بیابان به یک شهر دوستدار ورزش، فرهنگ و هنر، طبیعت یا حیوانات است».

۴. مضمون (مقوله) اقتصادی: این مضمون کدهای اولیه را با موضوعیت اقتصادی در بر می‌گیرد، از جمله اشتغال‌زایی و کارآفرینی، درآمدزایی، جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی، فقرزدایی از راه‌های مختلف، دسترسی به خدمات محله‌ای، دسترسی به خدمات حمل‌ونقل عمومی، سودآوری اقتصادی فعالیت‌های بنگاه‌های تجاری کوچک و ارزش مالکیت محلی: «در خصوص مولفه‌های هویت انسانی (اجتماعی، فرهنگی - تاریخی، و اقتصادی) باید از تمرکز بر رویکرد مدیریت متمرکز، فرمایشی و از بالا به پایین، به سمت رویکرد مشارکتی و از پایین به بالا متمرکز شد. به‌طوری که با ایجاد بسترها و زمینه‌های مناسب اجتماعی و فرهنگی، امکان ایجاد و گسترش شاخص‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگی از جمله اعتماد، پیوند و انسجام، مشارکت بین‌فردی تا کلان‌محلی، حس همدلی و پیوستگی با همسایه‌ها و کل جامعه محلی فراهم گردد. با این اقدامات به نظر می‌رسد ضمن افزایش احساس تعلق به شهر و محل زندگی، شرایطی برای افزایش انسجام محلی و نهایت امکان ایجاد، حفظ و تعمیق و تعمیم هویت مکانی فراهم گردد. در آن صورت، افراد از زندگی در شهری که خودشان را در سرنوشت آن سهیم می‌دانند لذت می‌برند و برای آن احترام قائل هستند. همین موضوع می‌تواند باعث کاهش انواع آسیب‌ها و مشکلات این شهر شود: «مسئله اشتغال در شهرهای جدید هم از نظر مردم و هم مسئولان در اولویت قرار دارد. ما باید از صنایع خلاق حمایت کنیم و فرایندهای جذب سرمایه را در شهرهای جدید تسهیل کنیم، تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی شهری از سیاست‌های اقتصادی شهرهای جدید است».



شکل ۳: شبکه مضامین الگوی هویت شهری مطلوب شهر جدید پرند

بحث و نتیجه گیری

شهر با هویت، شهری است که مردم در آن حضور فعال، مستمر، و بانشاط داشته باشند و زندگی در آن را موقتی و به مثابه دوره گذار تلقی نکنند. در خصوص ابعاد سه گانه هویت مکانی (طبیعی، مصنوع، و اجتماعی) که پیش تر گفته شد، پژوهش نشان می دهد که بی توجهی دست اندرکاران، مدیران، و شهرسازان به هر یک از این مولفه ها، پیامدهایی از قبیل عدم تمایل شهروندان به زندگی در شهر جدید یا سکونت به اجبار فاقد هرگونه احساس تعلق را به دنبال دارد. به نظر می رسد در هیچ یک از فرایندهای ایجاد شهر جدید اعم از مکان یابی، برنامه ریزی، طراحی، و اجرا این موضوع در نظر گرفته نشده است. در نتیجه، ساکنان به دلیل نبود مولفه های هویت بخش اجتماعی-فرهنگی هیچ گونه احساس تعلق و مسئولیتی در قبال محل سکونت خود نداشته و هیچ گونه پیوند و شبکه ای ایجاد نکرده اند. آن ها به عنوان جمعیتی شناور تلقی می شوند که هر لحظه امکان جابه جایی دارد.

این شهر از لحاظ مولفه‌های هویت‌بخش اجتماعی-فرهنگی وضعیت مناسبی ندارد، به‌طوری که برخی معتقدند ارزیابی موفقیت یا عدم موفقیت پروژه‌هایی چون شهرهای جدید معمولاً به زمان طولانی نیاز دارد و به عوامل گوناگون متکی است و بحث هویت‌یابی در این شهرها هم از این موضوع جدا نیست.

در همین راستا، چندین مسئله در کندی فرایند هویت‌یابی شهرهای جدید دخالت دارند. از مهم‌ترین این عوامل ضعف تنوع اقدام‌ها و فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی در میان ساکنان شهرهای جدید است. نکته بسیار اساسی که در واقع مهم‌ترین مانع بر سر راه آن‌ها در تبدیل شدن به یک شهر متعارف است، نگرشی است که شهرهای جدید را به عنوان خوابگاه شهرهای بزرگ تعریف می‌کند. این موضوع محدودیت رشد شهرهای جدید را به‌طور دائم بازتولید کرده و به مانع اصلی توسعه متعارف شهرهای جدید و هویت‌یابی آن‌ها تبدیل شده است. همچنین، یکی از مهم‌ترین مسائل شهرهای جدید، موضوع جذب و تثبیت جمعیت، و جلوگیری از شنواری بودن جمعیت است. در همین زمینه، ایجاد تعلق مکانی به منظور حفظ جمعیت یکی از مهم‌ترین موضوع‌هایی است که ذهن مدیران شهرهای جدید و متخصصان و برنامه‌ریزان شهرسازی و پژوهشگران حوزه‌های مختلف شهرسازی و علوم اجتماعی را به خود مشغول کرده است. به‌طوری که در شهر جدید، فرد بیش‌تر از آن‌که شهروند باشد، ساکن است. او به‌گونه‌ای ارادی یا غیرارادی از سر اجبار یا میل، سکونت را در شهر جدید اختیار کرده است. او در مکانی سکنی می‌گزیند که هیچ نشانه یا شناسه‌ای در آن‌جا وجود ندارد، در کنار فرد یا افرادی زندگی می‌کند که تا امروز آن‌ها را نمی‌شناسد، با روحیه‌های آن‌ها آشنا نیست، و هیچ رمز و راز یا استعاره و تمثیلی را با آنان سراغ ندارد. او در مکانی ساکن شده است که هیچ خاطره‌ای از پیش از آن در ذهن ندارد. شهر نیز خاطره‌ای از خود به یاد ندارد، چون در جایی استقرار یافته که پیش از او فضایی باز و گسترده در دامن طبیعت بوده است. این فضا با استقرار مردم به مکانی تبدیل می‌شود که بدون خاطره و هویت پیشین است. پس هم شهر و هم ساکنان شهر از پی یک مقصود، اولی در پی اعلام هویت مکانی، و دومی در پی اعلام هویت شهروندی روان می‌شوند. یعنی دو امر متقابلی که یکی بدون دیگری ناممکن است. در همین امر متقابل است که هم شهر در حافظه شهروندان می‌نشیند و هم شهروند مکانی را باز می‌شناسد که مهر و نشانه خود را بر آن زده و آن را از آن خود کرده است.

در مجموع، نتایج نشان می‌دهد که شهر جدید پرند دچار اخلاص هویت ناشی از مولفه‌های هویت مصنوع و هویت اجتماعی است. پایین بودن کیفیت زندگی در پرند به علت نبود امکانات خدماتی، حمل‌ونقل عمومی، گذراندن اوقات فراغت، و محدودیت شغل در شهرهای جدید (دور

بودن محل کار از محل زندگی)، که ساکنان پرند در مصاحبه‌های بسیار به آن اشاره کرده‌اند، پرند را شهری فاقد هویت مکانی برای ساکنان تبدیل کرده و تجربه شهرسازی را در آن با شکست مواجه ساخته است: «من و خواهرم دو سال با هم در این‌جا زندگی می‌کنیم. این‌جا افراد مجرد زیاد زندگی می‌کند و برای مردم عادی است. فقط اگر شب و نیمه‌های شب مشکلی پیش بیاید ما نمی‌توانیم از خانه بیرون برویم. مخصوصاً فاز ۴ که اصلاً امنیت ندارد، یعنی هیچی ندارد! دو نانوايي داشت که بسته شد. چند کیلومتر راه باید طی شود تا بتوان به نانوايي رسید. از کدام مشکل پرند باید گفت! بدون امکانات، بدون بانک، بدون مرکز درمانی».

برای جبران آنچه اتفاق افتاده و نیل به اهداف تعیین شده، لازم است مدلی واقع‌بینانه برای برنامه‌ریزی فرهنگی مختص به این نو-شهرها ارائه شود و چشم‌انداز و مأموریت‌های اجتماعی و فرهنگی به‌طور خاص برای آن‌ها تدوین گردد. از این‌رو، باید تغییراتی در رویکردهای موجود صورت گیرد تا با جلب نظر و مشارکت مردم به عنوان مخاطب و بهره‌بردار اصلی شهر شاهد رشد، توسعه، و نشاط شهر باشیم و از هدررفت انرژی و سرمایه بیش از این جلوگیری شود. واقعیت آن است که تحقق یک شهر مطلوب امری آهسته و پیوسته است: «زمانی که ساکن پرند شدم نه میدان استقلال وجود داشت نه بلوار جمهوری و نه پارک فدک، و مسکن مهر هم نبود. پرند هنوز گاز نداشت. آب معمولاً شب تا صبح قطع بود. فقط یک کیوسک تلفن این‌جا بود که صف بود همیشه. یک منزل ویلایی بود که مطب شده بود و یک داروخانه که فقط تا ۹ شب باز بود. از نظر من، این شهر خیلی پیشرفت کرده است، و بهتر هم می‌شود، ولی باید صبر کرد. آدم‌های این‌جا کمی ضعیف هستند، اما می‌توانند کمک کنند که این‌جا شهر بهتری برای زندگی شود».

تمدن شهری را باید از منظر توسعه تدریجی در ابعاد مختلف در نظر گرفت و دیدن آن به عنوان یک پروژه امری خطاست. سیاست‌گذاران و مدیران شهرهای جدید باید مسئله جامعیت شهر را درک کنند و از خطای تقلیل شهر به مسکن، محل کار، و حمل‌ونقل، و خطای تقدم برنامه‌ریزی کالبدی بر برنامه‌ریزی اجتماعی پرهیزند. توجه آن‌ها به شهر باید شامل ابعاد انسانی باشد و در سیاست‌ها و اقدام‌های خود اهمیت مقیاس‌های انسانی را برای شهرسازی درک کنند: «من از دخترم خجالت می‌کشم. این‌جا هیچ جای تفریحی ندارد. او خیلی باهوش است و اهل کتاب خواندن، اما این‌جا هیچ امکاناتی برای او وجود ندارد!».

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و مباحث نظری ارائه شده در حوزه هویت و مکان، پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی در جهت تقویت مضامین موثر بر هویت‌یابی مکانی اجرا شود. لازم است که پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی همزمان با مکان‌یابی و پژوهش‌های عمرانی و فنی صورت گیرد

و زیرساخت‌ها و عناصر اجتماعی - فرهنگی سازنده شهر (و نه صرفاً ساخت تعدادی دیوار به نام مسکن) با جلب مشارکت و اخذ نظرات و سلايق شهروندان به عنوان بهره‌برداران اصلی شهر فراهم گردد. به نقش و اهميت فضاهاى عمومى به عنوان محلى براى شكل‌گيرى تعاملات اجتماعى، ايجاد خاطره، و گذراندن اوقات فراغت براى گروه‌هاى مختلف جنسى، سنى، و قومى توجه ويژه صورت گيرد. شهرهاى جديد تاريخ و گذشته‌اى ندارند، اما بايد از حال، تاريخى براى آيندگان ساخته شود تا در آينده خاطرات جمعى نقاط هويتى شكل بگيرد.

با توجه به غناى محدود ادبيات نظرى در اين حوزه پيشنهاده مى‌شود مدل ارائه‌شده اين پژوهش با محوريت مضمون‌هاى اصلى در شكل‌گيرى هويت مطلوب شهر جديد توسط ساير پژوهشگران كیفى ارتقا يابد و ساير جنبه‌هاى اين موضوع از راه تكنيك‌هاى كیفى متنوع اعم از تحليل داده‌بنیاد و تحليل پديدارشناسانه شناسايى گردد. همچنين، پژوهشگران كمى مى‌توانند با ارزيايى ميدانى مدل ارائه‌شده به اثبات آن در جهت رد يا تايد فرضيه‌هاى پژوهش بپردازند.

منابع

الف) انگلیسی

- Ahmadloo, H., & Afrough, E. (2003). The Relationship between National Identity and Ethnic Identity among the Youth of Tabriz. *National Studies*, 1(13), 109-144.
- Ayati, H., & Komeili, M. (2012). An Analysis of New Cities as a Part of Government Intervention in Urbanism (With an Emphasize on Post-Islamic Revolution Period). *Journal of Studies on Iranian Islamic City*, 1(6), 97-106.
- Boussaa, D. (2018). Urban Regeneration and the Search for Identity in Historic Cities. *Sustainability*, 10(1), 48-64. <https://doi.org/10.3390/su10010048>
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*: Sage Publication.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Jalali, A., Pourjafar, M. R., & Ranjbar, E. (2019). Prioritization Strategies in Preparing the "Urban Design Framework" Document in the Center of Golbahar New Town, Using AHP Model. *Geography and Urban Space Development*, 5(1), 171-153. <https://dx.doi.org/10.22067/gusd.v5i1.69911>
- King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2018). *Interviews in Qualitative Research*: Sage Publication.
- Meshkini, A., Ghasemi, A., & Hamzehnejad, M. (2015). The Evaluation of the

- Residents Sense of Attachment to Place in the New Towns (Case Study: Hashtgerd New Town). *Journal of Geographic Space* 14(48), 41-56. <http://geographical-space.iau-ahar.ac.ir/article-1-1522-fa.html>
- Mousavi, S. Y., Sahraeian, Z., & Eghball, M. (2018). The Role of a Pedestrian Street in the Social Quality Promotion Tehran City (Case study: Shahrvivar 17th Sidewalk). *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*, 8(28), 83-98. http://gps.gu.ac.ir/article_70697.html
- Nasr, T. (2017). The Significance of "Landmarks" in Analysis of the Components of "Identity" and "Culture" in the Image of Iranian City (Case Study: Image of Shiraz City). *Hoviatshahr*, 11(1), 17-28. http://hoviatshahr.srbiau.ac.ir/article_10588.html
- Nasr, T., & Majedi, H. (2014). The Significance of "Identity" in Urban Planning. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 6(11), 269-277. http://www.armanshahrjournal.com/article_33478.html
- Niazi, M., Shafaei, M. E., & Khedmatkar, D. (2013). Language and Identity; Establishing the Relationship between Foreign Language and National, Personal, Socio-Cultural Identity. *Quarterly of Cultural Studies and Communication*, 9(30), 203-233. http://jcsc.iaocsc.ir/article_15434.html
- Proshansky, H. (1978). The Self and the City. *Environment and Behavior*, 10(2), 147-169.
- Rafie, J. A., & Habibzadeh, K. R. (2012). A Study on Influential Factors on Collective Identity of Guilaki Citizens. *Quarterly Journal of Socio - Cultural Development Studies* 1(2), 100-129. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-32-fa.html>
- Rahimi, H., Ghoraba, M., & Dehbashi, A. (2015). The Analysis of Identity Dimensions in Students University of Kashan and its Relationship with Internet Addiction. *Journal of Higher Education Curriculum Studies*, 6(11), 71-84. http://www.icsajournal.ir/article_15683.html
- Relph, E. (1976). *The Modern Urban Landscape*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Rezaei, M. (2013). Walk Ability Criteria The Role of Walk Ability in Improving the Sense of Place. Honar-Ha-Ye-Ziba: *Memory Va ShahrSazi*, 18(19), 15-24. <https://dx.doi.org/10.22059/jfaup.2013.51678>
- Speziale, H. S., Streubert, H. J., & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative Research in Nursing: Advancing the Humanistic Imperative*: Lippincott Williams & Wilkins.
- Vahdat, S., Karimi, M. M., & Bakhshi, B. A. (2018). Factors Contributing To This Sense of Place and Urban Planners from the User Perspective (Case Study: Orumiye Revolution Square and the Supreme Leader). *Geographical Planning of Space Quarterly Journal* 7(26), 129-144. http://gps.gu.ac.ir/article_60544.html

- Varesi, H., Alizadeh, J., & Salehi, M. (2012). Sense of Identity Evaluation in Residents of New Towns (Case Study: Fooladshahr New Town). *Spatial Planning*, 1(3), 37-62. http://sppl.ui.ac.ir/article_15905.html
- Yaldiz, E., Aydın, D., & Sıramkaya, S. B. (2014). Loss of City Identities in the Process of Change: The City of Konya-Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 140(1), 221-233. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.413>
- Zarei, M., & Najafi, T. S. N. (2019). Designing the Central Part of the Cities with Approach of Identity Creation to Space; Case Study: The Central Part of Behshahr. *Journal of National Studies*, 20(79), 115-136.

ب) فارسی

ابراهیم‌زاده، عیسی، و نگهبان مروی، محمد (۱۳۸۳). تحلیلی بر شهرنشینی و جایگاه شهرهای جدید در ایران. نشریه تحقیقات جغرافیایی، ۱۹(۴)، ۱۵۲-۱۷۲.

زیاری، کرامت‌اله (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی شهرهای جدید. چاپ نهم، انتشارات سمت.



عنوان مقاله: تاثیر خصوصیات فروشنده و رفتار رابطه‌مند

بر وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: بیمه‌های

عمر و پس‌انداز)

جواد محرابی^۱، مهدی زکی‌پور^۲

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۸

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۵

چکیده:

هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ویژگی‌های فروشنده و تعاملات بین فروشنده - مشتری بر کیفیت روابط تعاملی و وفادارسازی مشتریان در صنعت بیمه است.

طرح/روشن‌شناسی پژوهش/رویکرد: جامعه آماری پژوهش شامل مشتریان خدمات بیمه عمر شرکت بیمه ایران در نمایندگی‌های این شرکت در شهر کرج می‌شوند. تعداد ۲۵۳ پرسشنامه با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای میان آنان توزیع گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که خصوصیات فروشنده بر کیفیت رابطه بین مشتری و فروشنده اثر مثبت و معناداری دارد. رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری اثر مثبت و معناداری دارد. همچنین، نتایج حاکی از تایید نقش میانجی کیفیت رابطه مشتری به صورت مثبت و معنادار بین خصوصیات فروشنده و وفاداری مشتریان است.

ارزش/اصالت پژوهش: ارزش پژوهش حاضر نسبت به مطالعات مشابه، بررسی متغیرهای اثرگذار بر کیفیت رابطه و وفاداری مشتریان به صورت همزمان و نیز دو متغیر قیمت درک‌شده و آمادگی مشتری برای رابطه به عنوان تعدیل‌گر در رابطه بین خصوصیات فروشنده و رفتار فروش رابطه‌مند با کیفیت رابطه با مشتری است که به صورت معنادار تایید شده است. این یافته‌ها با توجه به ماهیت خدماتی صنعت بیمه می‌تواند مورد توجه و استفاده شرکت‌های بیمه قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: خصوصیات فروشنده، رفتار فروش رابطه‌مند، کیفیت

رابطه با مشتری، قیمت درک‌شده، آمادگی مشتری

برای رابطه، وفاداری مشتری.

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

mehrabijavad@qiau.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (نویسنده مسئول).

m.zakipour@qiau.ac.ir

مقدمه

افزایش رقابت، پویایی و پیچیده شدن محیط، پررنگ شدن بخش خصوصی، رشد انتظارات مشتریان و ظهور نوآوری‌های جدید در صنعت خدمات کشور تحولات بسیاری در نگرش شرکت‌ها نسبت به مقوله مشتری ایجاد نموده و آنان را به اهمیت مشتری و منافع‌ی که می‌تواند برای شرکت‌ها به دنبال داشته باشد، واقف نموده است (Ansari & Riasi, 2016). مشتریان وفادار در صنعت بیمه مزایای بسیاری از جمله سودآوری شرکت‌های بیمه، کاهش هزینه‌های بازاریابی، افزایش فروش شرکت و حساسیت کمتر نسبت به بهای پرداخت‌شده در ازای بیمه‌ها برای شرکت‌های بیمه به ارمغان می‌آورند (Dominique-Ferreira, 2018). از این‌رو، شرکت‌های بیمه که درگیر رقابتی سخت در میان مشتریانی مشکل‌پسند با حق انتخاب بالا هستند، نیاز به شناختن علل و عواملی دارند که می‌تواند بر کیفیت روابط ایشان با مشتریان و بهبود نگرش‌ها به‌ویژه در زمینه وفادارسازی ایشان نسبت به سازمان و خدمات آن اثرگذار باشد.

در این پژوهش، خصوصیات فروشنده اثرگذار بر کیفیت روابط در قالب سه خصیصه تبجر، دوست‌داشتنی بودن، و همانندی ارائه می‌گردد. پژوهش‌های پیشین تلویحاً رابطه میان این سه متغیر و کیفیت روابط را نشان داده‌اند (Chen et al., 2008; Lee et al., 2009). همچنین، رفتارهای فروش رابطه‌مند در این مطالعه در قالب سه متغیر تسهیم اطلاعات، افشاسازی دوطرفه، و کثرت تعاملات ارائه می‌گردد. مطالعات در این زمینه نیز اشاراتی به اهمیت سه متغیر یادشده در زمینه تقویت کیفیت روابط داشته‌اند (Tai et al., 2010; Ndubisi, 2007). همچنین، در این مطالعه کیفیت رابطه نیز در قالب سه متغیر رضایت، اعتماد، و تعهد ارائه می‌گردد تا بدین وسیله اطمینان هرچه بیش‌تری در زمینه پوشش ابعاد مختلف متغیرهای خصوصیات فروشنده، رفتار فروش رابطه‌مند، و کیفیت رابطه مشتری به‌دست آید.

مسئله اصلی که پژوهش حاضر بدان خواهد پرداخت بررسی تاثیر دو پیشاینده مهم برآمده از ادبیات موجود در زمینه کیفیت روابط بین فروشنده و مشتری و متعاقباً وفاداری مشتریان است. این دو پیشاینده یا دو عامل تعیین‌کننده، ویژگی‌های فروشنده و تعاملات رفتاری بین فروشنده و مشتری و تاثیر آن‌ها بر وفاداری مشتریان است. دغدغه اصلی پژوهشگران این است که در بازار پُررقابت صنعت بیمه که مشتریان حق انتخاب بالایی در خصوص شرکت بیمه‌کننده دارند، نشان دهند

که توانمندی‌های فنی و رفتاری فروشندگان و رفتارهای تعاملی فروشندگان با مشتریان چگونه می‌تواند بر کیفیت روابط درک‌شده از سوی مشتریان و نگرش‌های آنان، به‌ویژه در وفاداری، اثرگذار باشد؟ در واقع، با توجه به مزیت‌های بالای وفادارسازی مشتریان، نقش فروشندگان تا چه حد در این زمینه حیاتی است؟ و نقش کیفیت روابط درک‌شده از سوی مشتری در زمینه سوق دادن وی به سوی رفتارهای وفادارانه چگونه خواهد بود؟

با توجه به مرور ادبیات موجود مشاهده می‌شود که در پژوهش **یو و سنگ**^۱ (۲۰۱۶) به ارتباط بین متغیرهای خصوصیات فروشنده و رفتار فروش رابطه‌مند با وفاداری مشتری پرداخته شده است، ولی شکافی که در این مطالعه و همچنین مطالعات مشابه مانند **لین**^۲ (۲۰۱۳) مشاهده می‌شود، نبود توجه به متغیر آمادگی مشتری برای رابطه است. از طرفی، در پژوهشی که توسط **لین** (۲۰۱۳) انجام شده است، کیفیت رابطه به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است، در حالی که در پژوهش حاضر این متغیر بنابر ادبیات (Gharepasha et al., 2018; Choi & Hyun, 2017) به عنوان متغیر اثرگذار بر وفاداری مشتری مد نظر قرار گرفته است. همچنین بر اساس **لین** (۲۰۱۳)، متغیر قیمت درک‌شده به عنوان متغیری که می‌تواند رابطه بین رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه را تعدیل نماید، وارد مدل پیشنهادشده **یو و سنگ** (۲۰۱۶) شده است و نقش کیفیت رابطه به عنوان متغیری که خصوصیات فروشنده و رفتار فروش رابطه‌مند و وفاداری مشتری را میانجی‌گری می‌کند نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری پژوهش، ایجاد و توسعه فرضیه‌ها

خصوصیات فروشنده و کیفیت رابطه

مهارت و خبرگی یک فروشنده عموماً توسط دانش، قابلیت‌های فنی و توانمندی او به منظور فراهم نمودن پاسخ پرسش‌های پیچیده یا خاص مشتریان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Guenzi & Georges, 2010). فروشندگان با دانش و باتجربه قادرند ابهامات مشتریان و احساسات نامطلوب را در زمینه آسیب‌پذیر بودن کاهش دهند (Guenzi & Georges, 2010). سطح و میزان تخصص و چیرگی موجود در یک فروشنده که مبتنی بر دانش، تجربه یا مهارت‌های وی در یک حوزه فعالیت خاص است، عاملی حیاتی و تعیین‌کننده در زمینه کیفیت روابط شناخته

1. Yu & Tseng

2. Lin

می‌شود. **بی و همکاران**^۱ (۲۰۱۱)، نشان می‌دهند که دوستانه بودن رفتار یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و مهارت‌های ارتباطی فروشندگان است که در ایجاد ادراکات مطلوب در زمینه مطبوعیت رفتاری فروشنده و ایجاد حس راحتی در مشتریان سهیم است. یک فروشنده با مهارت ایجاد جوّی دوستانه از طریق ایجاد فضای غیررسمی و آزاد قادر است مشتریان را به بازگو کردن احساسات خود وادارد و بدین ترتیب استرس‌ها و ابهامات مشتری را در حیطه خدمات در حال خرید کاهش دهد. به علاوه، مهارت فروشنده در ایجاد جوّی که مبتنی بر آن خریدار احساس کند فروشنده در جبهه اوست (شباهت)، و به دنبال حمایت از منافع اوست، ویژگی مهم دیگری است که به ایجاد روابطی پایدار با مشتریان منجر می‌گردد (Yi et al., 2011).

در پژوهش حاضر کیفیت رابطه با مشتری در قالب سه عامل رضایت، تعهد، و اعتماد ظاهر می‌گردد. اعتماد به معنای اطمینان مشتری به فعالیت‌های بیمه‌گر و تمایلات وی نسبت به تکیه بر رفتارها و پیشنهادهای بیمه‌گر است. رضایت به میزان خرسندی مشتری از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای فراهم‌آمده توسط ارائه‌کننده خدمت اشاره دارد و تعهد به میزان تکمیل شدن قول‌ها و وعده‌های ارائه‌کننده خدمات به مشتری وابسته است (Yu & Tseng, 2016). خصوصیات فروشنده در پژوهش حاضر در قالب سه متغیر تبجر، دوست‌داشتنی بودن، و همانندی ارائه می‌گردد. تبجر عموماً به وسیله سطح دانش، قابلیت‌های فنی، و توانمندی‌های فروشنده در زمینه پاسخگویی به مشتریان ارزیابی می‌شود (Guenzi & Georges, 2010). دوست‌داشتنی بودن به ارزیابی و درک فرد از میزان دوستانه بودن رفتار، ادب و تواضع، و خوشایند بودن رفتارهای طرف مقابل اشاره دارد (Yi et al., 2011). شباهت بین فروشنده - مشتری به میزان شباهت درک‌شده از سوی مشتری در زمینه سبک زندگی، طبقه اجتماعی، و میزان تحصیلات فروشنده اشاره دارد. این خصوصیات به دلیل اثراتی که بر ادراکات مشتریان در زمینه توانمندی‌های فروشندگان دارد، می‌تواند به خرید مشتریان و تمایلات رفتاری در مشتریان به منظور معرفی خدمات به دیگران منجر گردد. بنابراین، می‌توان انتظار داشت که هرچه خبرگی فروشنده و توانمندی‌های وی در قالب خصوصیات رفتاری و عملکردی بالاتر باشد، مشتریان متأثر از این خصوصیات، روابط باکیفیت‌تری با سازمان برقرار خواهند کرد و رفتارهای وفادارانه بیش‌تری از خود نشان خواهند داد. از این‌رو:

H₁: خصوصیات فروشنده بر کیفیت رابطه مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارد.

H₂: خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارد.

1. Yi et al.

رفتارهای فروش رابطه‌مند

بولز و همکاران^۱ (۲۰۰۰)، از توسعه‌دهندگان مفهوم رفتار فروش رابطه‌مند هستند. این مفهوم دربردارنده فعالیت‌هایی همچون به اشتراک‌گذاری اطلاعات، افشاسازی متقابل، تعاملات بالا و تمایل به همکاری، و مشارکت متقابل است. در این زمینه به اشتراک‌گذاری اطلاعات به عنوان اساسی‌ترین بخش در زمینه ایجاد و توسعه اعتماد به رابطه و رضایت از سوی شرکت قادر به تسهیل (Boles et al., 2000). در واقع، تسهیم اطلاعات با مشتریان از سوی شرکت قادر به تسهیل فرایندهای حل مسائل و مشکلات موجود در مشتریان است و با ایجاد حس حمایت درک‌شده در مشتریان به تقویت تمایل به توسعه روابط در ایشان منجر می‌شود. به علاوه، به اشتراک‌گذاری اطلاعات به کاهش ابهامات در مشتریان و روشن شدن روندهای موجود در زمینه استفاده از خدمات منجر می‌گردد (Tai et al., 2010). **آیینیه و همکاران**^۲ (۲۰۲۰)، به این نتیجه می‌رسند که شخصیت نماینده و رفتار فروش رابطه‌مند اثر مثبت و معناداری بر کیفیت رابطه دارند. رفتارهای فروش رابطه‌مند بدون وجود شفافیت در رفتارها و عملکردهای متقابل چندان موثر واقع نمی‌گردد. در واقع، مشتریان با مشاهده شفافیت عملکردی شرکت‌ها و معین بودن تمامی فرایندها و مراحل خود نیز متمایل به فعالیت در مسیری شفاف می‌شوند و این شفافیت به‌خوبی بر کیفیت روابط بلندمدت دو طرف اثرگذار است (Ndubisi, 2007). در پژوهش حاضر این مفهوم بر مبنای سه عامل تسهیم اطلاعات، افشاسازی متقابل، و کثرت تعاملات قرار می‌گیرد. تسهیم اطلاعات به معنای کیفیت (دقت، تمامیت، قابلیت اعتماد، و مناسبت) و محتوای اطلاعات ردوبدل شده بین فروشنده و مشتری است (Li & Lin, 2006). افشاسازی متقابل به میزان اطلاعات حساس و مهم فراهم‌شده برای مشتری از سوی بیمه‌گر در زمینه شرکت بیمه و نبود اطلاعات غیرشفاف ارائه‌شده برای شرکت از سوی مشتری اشاره دارد. از این‌رو:

H₃: رفتار فروش رابطه‌مند بر کیفیت رابطه مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارد.

H₄: رفتار فروش رابطه‌مند بر وفاداری مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارد.

وفاداری مشتری

در دیدگاه امروزی، وظیفه بازاریابی شامل رشد دادن مشتری، یعنی توجه به رضایتمندی و کیفیت ادراک‌شده، وفاداری مشتری و ارتباط موثر با وی است، در نتیجه سازمان‌ها تلاش می‌کنند

1. Boles et al.
2. Ainiyah et al.

مشتریان وفادار داشته باشند (Konjkav Monfared et al., 2015). لارسن و استریت^۱ (۲۰۰۴)، وفاداری را ایجاد تعهد در مشتری برای انجام معامله با سازمانی خاص و خرید کالاها و خدمات به طور مکرر می‌داند. مشتریان وفادار ممکن است وفاداری‌شان را به روش‌های گوناگون نشان دهند. آنها ممکن است ماندن با یک خدمات‌دهنده را انتخاب کنند یا این که ممکن است تعداد یا میزان خریدهای خود را افزایش دهند. وفاداری مشتریان دربردارنده تمایل به خرید مشتریان و نیز تمایل به توصیه خدمات شرکت به دیگران از طریق فعالیت‌هایی چون تبلیغات شفاهی یا دهان به دهان است (Li & Lin, 2006). هانتلی^۲ (۲۰۰۶)، درمی‌یابد هنگامی که کیفیت روابط بین شرکت و مشتری بالاست، مشتریان تمایل و خواسته بالاتری به منظور توصیه پیشنهادهای فروشندگان خدمات به دوستان و همکاران خود دارند و میزان خریدهای ایشان نیز افزایش می‌یابد. مبتنی بر چن و لای^۳ (۲۰۱۰)، تقویت و توسعه روابطی با کیفیت بالا با مشتریان بر تمایلات ایشان به منظور توصیه محصولات و خدمات به دیگران اثرگذار خواهد بود. همچنین آیینیه و همکاران (۲۰۲۰)، به این نتیجه می‌رسند که کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان اثر مثبت و معناداری دارد. از طرفی، کیفیت روابط بالا یعنی اعتماد، تعهد، و رضایت بالا از رابطه در بلندمدت ضمن ایجاد نوعی حالت حمایتی در مشتری نسبت به محصول یا برند، وی را در زمینه معرفی آن به دیگران نیز مشتاق و خواهان می‌نماید. از این رو:

H₅: کیفیت رابطه مشتری با سازمان بر وفاداری مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارد.

آمادگی مشتری برای رابطه

آمادگی مشتری به شرایط یا وضعیتی که مصرف‌کننده در آن آماده است و احتمالاً برای اولین بار از یک خدمت یا نوآوری استفاده می‌کند اطلاق می‌شود (Poushneh & Vasquez-Parraga, 2019). این مفهوم به نگرش‌های مشتریان در زمینه تمایل به برقراری و توسعه روابط با تامین‌کننده خدمت یا محصول اشاره دارد و از آنجایی نشئت می‌گیرد که تمام مشتریان به یک اندازه تمایل به برقراری روابط بلندمدت با شرکت/سازمان ارائه‌دهنده خدمت ندارند (Lin, 2013). میزان اثرگذاری رفتار فروش رابطه‌مند بر روابط میان فروشنده و خریدار و در نهایت ایجاد یک رابطه باکیفیت و خوب به میزان زیادی تحت تاثیر انتظاراتی است که مشتریان از نقش‌های رفتاری فروشندگان دارند

1. Larson & Street
2. Huntley
3. Chen & Lai

(Solomon et al., 1985). چيو و همكاران^۱ (۲۰۰۷)، در بررسی همبستگی میان ترفیعات فروش و رفتارهای مشتری درمی‌یابند که در میان مشتریانی با آمادگی برقراری ارتباط متفاوت در حیطه یک فعالیت ترفیعی معین و مشابه، مشتریانی که از آمادگی بالاتری برخوردار بودند، مزیت‌های بیش‌تری را درک کرده و رفتارهای مطلوب‌تری از خود نشان داده‌اند. همچنین، مشتریانی با تمایل نه‌چندان بالا به برقراری رابطه، چندان لذتی از ترفیعات شرکت نبرده و مزیت‌های ادراکی ایشان نیز چندان پر قدرت نبوده است. همچنین چن و لای (۲۰۱۰)، نشان می‌دهند که نگرش‌های مشتریان به صورت معنادار و قابل توجهی همبسته با سطح و کیفیت روابط ایشان است، که این سطح از همبستگی قادر است بر تمایلات رفتاری به منظور افزایش خرید از شرکت اثرگذار باشد. از این‌رو:

H₆: آمادگی مشتری برای برقراری رابطه، نقش تعدیل‌کننده مستقیم و معناداری در رابطه بین خصوصیات فروشنده و کیفیت رابطه مشتریان دارد.

قیمت درک‌شده

این مفهوم به ادراک‌ها و برداشت‌های ذهنی مشتریان در زمینه سطح قیمت خدمات و محصولات اشاره دارد. قیمت به عنوان یکی از نشانه‌های خارجی از مهم‌ترین ابزارهای در دست مشتریان به منظور ارزیابی و قضاوت در زمینه کیفیت محصولات و خدمات است (Lin, 2013). از منظر روابط تجاری و داد و ستد، قیمت به عنوان مقدار پولی در نظر گرفته می‌شود که به منظور کسب و به‌دست آوردن محصول یا خدمتی خاص هزینه می‌گردد. هرچه سطح پرداختی مشتری بالاتر باشد، تقاضای ایشان برای دریافت خدمت یا محصول بالاتر افزایش می‌یابد و به صورت کلی، یک محصول یا خدمت با قیمت بالا دارای ریسک بالاتری برای مصرف‌کننده است، که اشاره به ریسک فرصت از دست‌رفته دارد (Chen et al., 2007). بنابراین، هنگامی که مشتریان محصول یا خدمتی را با قیمت بالا خریداری می‌کنند، این امید را دارند که کارکنان ارائه‌کننده خدمت یا محصول تعاملات و افشاسازی بالاتری را به منظور کاهش ریسک‌های موجود در خریدشان فراهم آورند (Lin, 2013). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت قیمت درک‌شده به عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده می‌تواند روابط متغیرهای رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه را تعدیل نماید. از این‌رو:

H₇: قیمت درک‌شده از سوی مشتری، نقش تعدیل‌کننده مستقیم و معناداری در رابطه بین رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه مشتریان دارد.

1. Chiu et al.

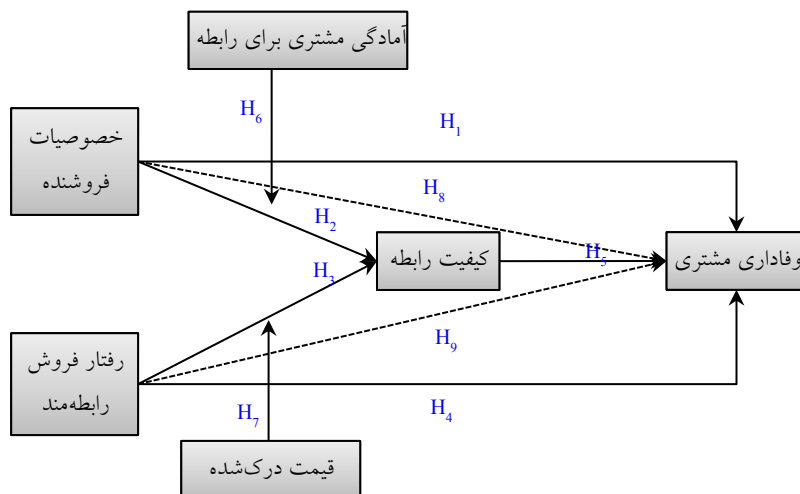
کیفیت رابطه و وفاداری مشتری

مبتنی بر آنچه که در فرضیه‌های پیشین بدان اشاره گردید، سطح و میزان تخصص و چیرگی موجود در یک فروشنده که مبتنی بر دانش، تجربه یا مهارت‌های وی در یک حوزه فعالیتی خاص است، عاملی حیاتی و تعیین‌کننده در زمینه کیفیت روابط شناخته می‌شود. **بی و همکاران (۲۰۱۱)**، نشان می‌دهند که دوستانه بودن رفتار و توانمندی در ایجاد جوّی فارغ از رسمیت یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و مهارت‌های ارتباطی فروشندگان است که در ایجاد ادراکات مطلوب در زمینه مطبوعیت رفتاری فروشنده و ایجاد حس راحتی در مشتریان سهیم است. از سویی مبتنی بر **چن و لای (۲۰۱۰)**، تقویت و توسعه روابطی با کیفیت بالا با مشتریان بر تمایلات ایشان به منظور توصیه محصولات و خدمات به دیگران اثرگذار است. در این زمینه، به اشتراک‌گذاری اطلاعات یکی از اساسی‌ترین اجزای ایجاد و توسعه اعتماد در رابطه و رضایت از رابطه در نظر گرفته می‌شود (**Wang & Singh, 2007**). از طرفی **هانتلی (۲۰۰۶)**، درمی‌یابد هنگامی که کیفیت روابط میان شرکت و مشتری بالاست، مشتریان تمایل و خواسته بالاتری برای شنیدن توصیه‌های فروشندگان خدمات دارند. همچنین، سطح بالای روابط بین مشتری و شرکت به معنای وجود فرصت‌های بالاتر برای ایجاد تعاملات بین شرکت و مشتری و متعاقب آن افزایش احتمال منتفع شدن مشتری از این تعاملات است که در بلندمدت می‌تواند به ایجاد رفتارهای وفادارانه در مشتریان منجر گردد (**Macintosh, 2007**). از این‌رو:

H_8 : کیفیت رابطه مشتری با سازمان نقش میانجی‌گری مستقیم و معناداری در تاثیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتریان دارد.

H_9 : کیفیت رابطه مشتری با سازمان نقش میانجی‌گری مستقیم و معناداری در تاثیر رفتار فروش رابطه‌مند بر وفاداری مشتریان دارد.

با توجه به مطالب گفته‌شده و همچنین مبانی نظری و تجربی، می‌توان مدل مفهومی پژوهش را به صورت **شکل (۱)** بیان کرد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

ما در این پژوهش اقدام به بررسی نقش تعدیل‌گرانه قیمت درک‌شده در ارتباط بین رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه و نیز نقش تعدیل‌گری آمادگی مشتری در رابطه بین خصوصیات فروشنده و کیفیت رابطه نموده‌ایم. پژوهش حاضر با توجه به مد نظر قرار دادن و ترکیب مدل‌های موجود در مقالات مرتبط و بررسی نقش تعدیل‌گری قیمت درک‌شده و آمادگی مشتری برای رابطه در مدل مفهومی دارای نوآوری است.

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از مشتریان خدمات بیمه عمر شرکت بیمه ایران در نمایندگی‌های این بیمه در شهر کرج است. روش نمونه‌گیری به صورت دوجمله‌ای بوده و از روش خوشه‌ای استفاده شده است. به این صورت که شهر کرج به پنج بخش شمال، جنوب، شرق، غرب، و مرکز تقسیم شده و از هر بخش دو شعبه نمایندگی بیمه ایران انتخاب شده و پژوهشگران با حضور در این شعب و با کمک نمایندگی‌ها، پرسشنامه‌ها را برای تکمیل در اختیار مشتریان بیمه عمر قرار داده‌اند. با توجه به واریانس پیش‌آزمون‌ها و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۵۰ نمونه برای استفاده در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها مد نظر قرار گرفت. بدین منظور، در ابتدا تعداد ۵۰۰ پرسشنامه توزیع شد که پس از جمع‌آوری ۳۶۵ پرسشنامه (با نرخ بازگشت ۷۳ درصد) در نهایت

تعداد ۲۵۳ پرسشنامه انتخاب و وارد فرایند پژوهش گردید. نیاز به اشاره است در مرحله انتخاب پرسشنامه‌ها برای جلوگیری از سوءگیری روش مشترک، سعی شد که پرسشنامه‌های انتخاب‌شده در میان دو جنسیت با توجه به پنج رده سنی و درآمدی مختلف از توزیع به نسبت یکسانی برخوردار باشند. مدت زمان جمع‌آوری داده‌ها ۴۵ روز بود.

جدول (۱)، خلاصه‌ای از سازه‌ها، منابع، و تعداد گویه‌های اندازه‌گیری هر یک از متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. مطابق با این جدول، ضریب آلفای کرونباخ (α) برای کلیه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است که پایایی پرسشنامه را تایید می‌کند.

جدول ۱: سنجش عملیاتی و پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	ابعاد	پرسش‌ها	منابع	α
خصوصیات فروشنده	مهارت (تبحر)	۱-۳	چن و مانو ^۱ (۲۰۰۹)	۰/۸۶۴
	دوست‌داشتنی بودن	۴-۶	بی و همکاران (۲۰۱۱)	
	همانند بودن (شباهت)	۷-۹	لیختنتال و تلفسن ^۲ (۲۰۰۱)	
رفتار فروش رابطه‌مند	تسهیم اطلاعات	۱۰-۱۲	لی و لین (۲۰۰۶)	۰/۷۵۸
	افشاسازی متقابل	۱۳-۱۶	لی و لین (۲۰۰۶)	
	فراوانی (کثرت) تعامل	۱۷-۲۱	بولز و همکاران (۲۰۰۰)	
کیفیت رابطه	رضایت	۲۲-۲۶	لین (۲۰۱۳)	۰/۷۲۶
	صداقت	۲۷-۳۰	لین (۲۰۱۳)	
	تعهد	۳۱-۳۴	لین (۲۰۱۳)	
وفاداری مشتری		۳۵-۳۸	پوشنه و واسکز - پاراگا (۲۰۱۹)	۰/۷۹۵
قیمت درک‌شده		۳۹-۴۱	لیختنتال و تلفسن (۲۰۰۱)	۰/۸۳۲
آمادگی مشتری برای رابطه		۴۲-۴۵	لی و لین (۲۰۰۶)	۰/۸۴۹

جدول (۲)، نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. در این جدول شاخص‌های مرکزی، شاخص‌های پراکندگی، شاخص‌های انحراف از قرینگی که شامل چولگی و کشیدگی می‌شود، و در نهایت شاخص توزیع داده‌ها به منظور بررسی نرمال بودن آن‌ها گزارش شده است. با توجه به **جدول (۲)**، فرض صفر آزمون یعنی نرمال بودن توزیع داده‌ها در سطح خطای ۵ درصد تایید می‌شود و این امر نشان می‌دهد که اختلاف معناداری بین توزیع نمونه با توزیع نرمال وجود

1. Chen & Mau

2. Lichtenthal & Tellefsen

ندارد. با توجه به نرمال بودن داده‌ها از نرم‌افزار AMOS برای مدلسازی معادلات ساختاری^۱ استفاده شده است. بررسی مدل معادلات ساختاری به دو فاز کلی مدل اندازه‌گیری و تحلیل مسیر از طریق مدل ساختاری تقسیم می‌شود. در بخش اندازه‌گیری ارتباط شاخص‌ها با سازه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد و در بخش ساختاری ارتباط سازه‌های مورد بررسی با یکدیگر برای آزمون فرضیه‌ها مورد توجه است.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص‌های مرکزی		شاخص‌های انحراف از قرینگی		شاخص توزیع	
	میانگین	انحراف	پراکندگی	وارianس	چولگی	کشدگی
خصوصیات فروشنده	۳/۶۶۴	۰/۵۴۲	۰/۲۹۵	۰/۴۳۰	۰/۰۷۷	۰/۰۲۱
رفتار فروش رابطه‌مند	۳/۵۴۳	۰/۶۴۹	۰/۴۲۲	۰/۱۳۱	۰/۱۴۶	۰/۰۳۰
کیفیت رابطه	۳/۶۴۶	۰/۵۴۲	۰/۲۹۴	۰/۳۸۷	۰/۴۵۶	۰/۰۲۴
وفاداری مشتری	۳/۶۴۶	۰/۷۵۷	۰/۵۷۳	-۰/۱۱۵	-۰/۳۲۵	۰/۰۲۹
قیمت درک‌شده	۳/۶۱۰	۰/۷۲۷	۰/۵۳۰	۰/۲۱۹	-۰/۳۵۶	۰/۰۳۵
آمادگی برای رابطه	۳/۶۷۴	۰/۵۹۰	۰/۳۴۹	۰/۰۶۷	۰/۴۷۲	۰/۱۲۳

برازش مدل‌های اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه معیار پایایی شاخص (پایایی ترکیبی^۲ و ضرایب بارهای عاملی^۳)، روایی همگرا، و روایی واگرا استفاده شده است. از آنجایی که معیار آلفای کرونباخ یک معیار سنتی برای تعیین پایایی سازه‌هاست، روش حداقل مربعات جزئی معیار مدرن‌تری نسبت به آلفای کرونباخ به نام پایایی ترکیبی (CR) بکار می‌برد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردد. در نتیجه، برای سنجش بهتر پایایی در پژوهش حاضر هر دوی این معیارها بکار برده شده‌اند. در صورتی که مقدار CR برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب مدل‌های اندازه‌گیری دارد. روایی همگرا یکی دیگر از معیارهایی

1. Structural Equation Model (SEM)
2. Composite Reliability (CR)
3. Factor Loadings

است که برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری بکار می‌رود. در این خصوص **فورنل و لارکر**^۱ (۱۹۸۱)، معیار میانگین واریانس استخراج‌شده^۲ را برای سنجش روایی همگرا معرفی می‌کنند و اظهار دارند که مقدار AVE بالای ۰/۵ روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهد. **جدول (۳)**، مقادیر پایایی ترکیبی و ضرایب بارهای عاملی را برای سنجش پایایی شاخص‌های اندازه‌گیری و ضریب روایی همگرا را برای سنجش روایی همگرای سازه‌ها نشان می‌دهد. پس از اجرای الگوریتم PLS برای متغیرهای پژوهش، و مشاهده بارهای عاملی پرسش‌های مربوط به متغیرها، پرسش‌های شماره ۳۰، ۳۳، و ۴۲ به دلیل این که بار عاملی کم‌تر از ۰/۵ کسب کرده‌اند، از روایی کافی برخوردار نبوده و در روند تحلیل باقی نمانده‌اند (Hulland, 1999; Rivard & Huff, 1988).

جدول ۳: بار عاملی، پایایی ترکیبی، و روایی همگرای متغیرهای پژوهش

سازه و گویه	روایی همگرا	پایایی ترکیبی	بار عاملی
مهارت (تبحر)	۰/۵۸۹	۰/۸۷۷	
فروشنندگان بیمه عمر ایران از دانش تخصصی بالایی در این زمینه برخوردار هستند.			۰/۶۶۳
فروشنندگان بیمه عمر ایران به صورت حرفه‌ای بیمه عمر را معرفی می‌کنند.			۰/۵۰۲
فروشنندگان بیمه عمر ایران توانایی پاسخ به سوالات در زمینه بیمه عمر را دارند.			۰/۶۳۶
دوست‌داشتنی بودن	۰/۶۱۷	۰/۸۲۸	
فروشنندگان بیمه عمر ایران رفتار مهربانانه‌ای با مشتریان دارند.			۰/۷۱۲
فروشنندگان بیمه عمر ایران مودب هستند.			۰/۵۳۰
فروشنندگان بیمه عمر ایران با مشتریان با خوشرویی برخورد می‌کنند.			۰/۷۰۴
همانند بودن (شباهت)	۰/۶۱۳	۰/۸۲۶	
بیمه عمر ایران با سبک زندگی من مطابقت دارد.			۰/۶۶۶
بیمه عمر ایران با سطح اجتماعی من هم‌تراز است.			۰/۷۳۴
با توجه به سطح تحصیلات من، بیمه عمر ایران قابل فهم است.			۰/۷۳۵
تسهیم اطلاعات	۰/۵۹۳	۰/۷۴۶	
اطلاعاتی که فروشنندگان بیمه عمر ایران در اختیارم می‌گذارند بسیار دقیق است.			۰/۷۲۱
اطلاعاتی که درباره بیمه عمر در اختیارم می‌گذارند، بسیار کامل است.			۰/۷۶۸
اطلاعاتی که در زمینه بیمه عمر ایران در اختیارم گذاشته می‌شود، قابل اعتماد است.			۰/۷۸۲

1. Fornell & Larcker
2. Average Variance Extracted (AVE)

ادامه جدول ۳: بار عاملی، پایایی ترکیبی، و روایی همگرایی متغیرهای پژوهش

بار عاملی	پایایی ترکیبی	روایی همگرایی	سازه و گویه
۰/۸۵۷	۰/۶۶۸		افشاسازی متقابل
۰/۸۰۷			بیمه ایران مشتریان خود را در جریان وضعیت مالی شرکت قرار می‌دهد.
۰/۶۶۴			بیمه ایران مشتریان خود را در جریان اهداف مالی شرکت قرار می‌دهد.
۰/۶۲۰			بیمه ایران مشتریان خود را در جریان رشد مالی شرکت قرار می‌دهد.
۰/۵۰۲			بیمه ایران در مورد ارزش‌ها و راهبردهای خود با مشتریان تعامل دارد.
۰/۷۹۶	۰/۶۳۵		فراوانی (کثرت) تعامل
۰/۷۸۷			فروشنندگان بیمه عمر ایران مرتب با من در تماس هستند.
۰/۷۶۵			فروشنندگان بیمه عمر ایران در مورد تغییرات احتمالی در بیمه عمر با من در ارتباط هستند.
۰/۷۵۴			فروشنندگان بیمه عمر ایران برای بررسی نیازهای بیمه‌ای با من در ارتباط هستند.
۰/۷۷۶			بیمه ایران هدیه‌ای را برای سالروز تولد مشتریان خود در نظر می‌گیرد.
۰/۷۴۸			بیمه ایران برای دادن اطلاعات در مورد بیمه عمر با مشتریان خود در تعامل است.
۰/۸۱۲	۰/۵۸۳		رضایت
۰/۷۸۴			حس خوبی در تعامل با فروشنندگان بیمه عمر ایران دارم.
۰/۷۵۳			از ارائه خدمات حرفه‌ای فروشنندگان بیمه عمر ایران حس رضایت دارم.
۰/۷۸۵			از کیفیت خدمات فروشنندگان بیمه عمر ایران احساس رضایت می‌کنم.
۰/۸۲۳			از ارتباطی که با فروشنندگان بیمه عمر ایران دارم، راضی هستم.
۰/۸۳۷			به‌طور کلی از خدمات بیمه ایران رضایت دارم.
۰/۷۸۴	۰/۶۷۱		صداقت
۰/۸۱۵			فروشنندگان بیمه عمر ایران رفتاری دوستانه دارند.
۰/۸۲۳			فروشنندگان بیمه عمر ایران در کارشان تقلب نمی‌کنند.
۰/۶۲۵			فروشنندگان بیمه عمر ایران در حل مشکلات مشتریان خود صادقانه برخورد می‌کنند.
۰/۸۱۶	۰/۶۲۲		تعهد
۰/۵۳۷			متعهد می‌شوم که با بیمه ایران ارتباط طولانی‌مدت داشته باشم.
۰/۶۶۲			حتی اگر جایگزینی برای خدمات بیمه‌ای داشته باشم، قصد دارم ارتباطم را با بیمه عمر داشته باشم.
۰/۶۲۲			میان شرکت بیمه ایران و مشتریانش تعهد و وفاداری وجود دارد.
۰/۷۶۶	۰/۵۹۵		وفاداری مشتری
۰/۷۴۳			مایلم شرکت بیمه ایران را به دیگران توصیه کنم.
۰/۸۴۴			استفاده از خدمات بیمه ایران را ادامه خواهم داد.
۰/۸۸۷			به نظر من بهترین انتخاب در میان شرکت‌های بیمه، بیمه ایران است.
۰/۷۳۱			از سایر خدمات بیمه‌ای این شرکت نیز استفاده خواهم کرد.

ادامه جدول ۳: بار عاملی، پایایی ترکیبی، و روایی همگرایی متغیرهای پژوهش

سازه و گویه	روایی همگرا	پایایی ترکیبی	بار عاملی
قیمت درک شده	۰/۶۶۸	۰/۸۴۷	
نرخ خدمات بیمه‌ای در بیمه ایران از سایر شرکت‌های بیمه پایین‌تر است.			۰/۸۸۴
متوسط نرخ خدمات بیمه‌ای در بیمه ایران در مقایسه با نرخ خدمات در بازار بیمه پایین‌تر است.			۰/۸۹۶
هزینه‌های خدمات بیمه در بیمه ایران پایین‌تر است.			۰/۹۱۸
آمادگی مشتری برای رابطه	۰/۶۴۹	۰/۷۵۸	
می‌خواهم با بیمه ایران به‌طور منظم ارتباط داشته باشم.			۰/۸۵۷
می‌خواهم به عنوان یک مشتری ارتباط پایداری با بیمه ایران داشته باشم.			۰/۸۶۷
می‌خواهم با فروشندگان بیمه عمر ایران به‌طور فعال ارتباط داشته باشم.			۰/۸۱۳

برای بررسی روایی واگرایی سازه‌های اندازه‌گیری از روش فورنل و لارکر استفاده شده است. در جدول (۴)، سازه‌های پژوهش با اعداد مهارت (۱)، دوست‌داشتنی بودن (۲)، همانند بودن (۳)، تسهیم اطلاعات (۴)، افشاسازی متقابل (۵)، کثرت تعامل (۶)، رضایت (۷)، صداقت (۸)، تعهد (۹)، وفاداری مشتری (۱۰)، قیمت درک شده (۱۱)، و آمادگی برای رابطه (۱۲) مشخص شده‌اند. فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، بیان می‌کنند که زمانی روایی واگرا در سطح قابل قبولی است که میزان جذر AVE برای هر سازه بیش‌تر از وارینانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد. بررسی این مدل توسط یک ماتریس به صورت جدول (۴) انجام می‌پذیرد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، خانه‌های این جدول حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. اعداد مندرج در قطر اصلی جدول از مقادیر زیرین خود بیش‌تر است. بنابراین، مدل‌های اندازه‌گیری از روایی واگرایی قابل قبولی برخوردار هستند.

جدول ۴: ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

سازه	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)	(۱۰)	(۱۱)	(۱۲)
(۱)	۰/۷۶۷											
(۲)	۰/۷۵۶	۰/۷۸۵										
(۳)	۰/۷۳۰	۰/۷۴۳	۰/۷۸۲									
(۴)	۰/۷۳۴	۰/۶۳۳	۰/۶۶۵	۰/۷۷۰								
(۵)	۰/۷۳۸	۰/۷۲۹	۰/۶۵۷	۰/۷۱۶	۰/۸۱۷							
(۶)	۰/۶۷۳	۰/۷۴۶	۰/۷۴۱	۰/۷۴۱	۰/۶۵۳	۰/۷۹۶						

ادامه جدول ۴: ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورتل و لارکر

سازه	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)	(۱۰)	(۱۱)	(۱۲)
(۷)	۰/۶۴۴	۰/۶۱۷	۰/۶۱۸	۰/۷۴۵	۰/۶۶۷	۰/۷۴۲	۰/۷۶۳					
(۸)	۰/۶۵۰	۰/۷۲۱	۰/۷۵۳	۰/۷۵۹	۰/۷۳۴	۰/۷۱۹	۰/۶۳۶	۰/۸۱۹				
(۹)	۰/۷۱۸	۰/۶۷۳	۰/۷۶۹	۰/۷۴۳	۰/۶۸۰	۰/۶۵۵	۰/۶۵۱	۰/۷۰۹	۰/۷۸۸			
(۱۰)	۰/۶۵۸	۰/۶۸۸	۰/۶۵۱	۰/۶۰۵	۰/۷۵۸	۰/۷۴۹	۰/۷۵۱	۰/۷۲۷	۰/۷۷۷	۰/۷۷۳		
(۱۱)	۰/۶۴۵	۰/۶۳۱	۰/۶۳۸	۰/۷۱۵	۰/۷۰۷	۰/۷۴۳	۰/۷۲۰	۰/۷۱۶	۰/۷۲۴	۰/۶۷۳	۰/۸۱۷	
(۱۲)	۰/۷۲۷	۰/۷۶۵	۰/۷۰۹	۰/۷۶۵	۰/۶۸۴	۰/۶۹۱	۰/۵۱۶	۰/۸۰۲	۰/۷۰۵	۰/۷۱۷	۰/۷۸۱	۰/۸۰۵

بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش

مقدار R-Square یا R^2 به دست آمده در مدل ساختاری در حالت PLS نشان از میزان تبیین و تعریف متغیر وابسته از طریق متغیر یا متغیرهای مستقل دارد. هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیش‌تر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین^۱ (۱۹۹۸)، مقدار بیش‌تر از ۰/۶۷ را به عنوان یک ملاک برای برازش قوی بخش ساختاری مدل معرفی کرده‌اند. این مقدار برای متغیر کیفیت رابطه ۰/۹۵۷، و برای متغیر وفاداری مشتری برابر با ۰/۸۱۳ به دست آمد که نشان از برازش قوی بخش ساختاری مدل به وسیله معیار R^2 دارد. شاخص کلی برازش^۲ (GOF) نیز با توجه به مقادیر میانگین هندسی و میانگین اشتراکی (R^2) به صورت زیر محاسبه شده است:

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities} \times \overline{R^2}}$$

$$\overline{Communalities} = (0.431 + 0.534 + 0.551 + 0.81 + 0.743 + 0.647)/6 = 0.619$$

برای محاسبه مقدار $\overline{R^2}$ ، باید مقادیر تمامی R^2 های موجود را در مدل در نظر گرفت و میانگین آنها را محاسبه نمود. میزان $\overline{R^2}$ برابر با ۰/۸۸۵ است. پس مقدار معیار GOF برابر است با:

$$GOF = \sqrt{0.619 \times 0.885} = 0.741$$

مقدار ۰/۷۴۱ نشان از برازش مناسب مدل کلی پژوهش دارد.

1. Chin

2. Goodness of Fit

آزمون فرضیه‌های پژوهش

با توجه به عدد معناداری حاصل از رابطه بین خصوصیات فروشنده و وفاداری مشتری (۰/۹۵۴)، فرضیه H_1 تایید نشده است. یعنی خصوصیات فروشنده اثر معناداری بر وفاداری مشتری ندارد. با توجه به عدد معناداری حاصل از رابطه بین خصوصیات فروشنده و کیفیت رابطه با مشتری (۳/۶۸۱)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت خصوصیات فروشنده بر کیفیت رابطه با مشتری تاثیر معناداری دارد و نیز با توجه به ضریب مسیر (۰/۲۱۷) این رابطه مستقیم است و فرضیه H_2 تایید می‌گردد. مطابق با فرضیه سوم، رفتار فروش رابطه‌مند بر کیفیت رابطه با مشتری اثر مستقیم و معناداری دارد. با توجه به عدد معناداری حاصل از رابطه بین رفتار فروش رابطه‌مند و کیفیت رابطه با مشتری (۵/۲۱۱)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد، و با توجه به ضریب مسیر (۰/۴۲۳) این رابطه مستقیم است و فرضیه H_3 تایید می‌گردد. با توجه به عدد معناداری حاصل از رابطه بین رفتار فروش رابطه‌مند و وفاداری مشتری (۵/۷۰۱)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد، و با توجه به ضریب مسیر (۰/۶۵۰)، فرضیه H_4 تایید می‌گردد.

مطابق با فرضیه پنجم، کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری اثر مستقیم و معناداری دارد. با توجه به عدد معناداری حاصل از رابطه بین کیفیت رابطه وفاداری مشتری (۳/۳۱۱)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد، و نیز با توجه به ضریب مسیر (۰/۳۱۸) این رابطه مستقیم است و فرضیه H_5 تایید می‌گردد. با توجه به عدد معناداری (۲/۱۵۰)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت آمادگی مشتری برای برقراری رابطه، نقش تعدیل‌کننده معناداری در رابطه بین خصوصیات فروشنده و کیفیت رابطه با مشتریان دارد، و نیز با توجه به ضریب مسیر (۰/۶۷۷) این رابطه مستقیم است و فرضیه H_6 تایید می‌گردد. با توجه به عدد معناداری حاصل (۳/۲۳۶)، سطح اطمینان ۹۵ درصد، و با توجه به ضریب مسیر (۰/۷۵۹) فرضیه H_7 نیز تایید می‌گردد.

مطابق با فرضیه هشتم، کیفیت رابطه مشتری با سازمان نقش میانجی‌گری مستقیم و معناداری در تاثیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتریان دارد. با توجه به تایید شدن فرضیه دوم و پنجم به آزمون فرضیه هشت پرداخته می‌شود. برای بررسی این فرضیه از آزمون سوبل^۱ استفاده شده است. با توجه به عدد معناداری (۲/۴۶۱)، و نیز ضریب مسیر (۰/۰۶۹) $(۰/۲۱۷ \times ۰/۳۱۸ = ۰/۰۶۹)$ فرضیه H_8 تایید شده است.

$$Z_8 = \frac{3.681 \times 3.311}{\sqrt{5.211^2 + 3.311^2}} = 2.461$$

1. Sobel

همچنین، با توجه به تایید شدن فرضیه سه و پنج به آزمون فرضیه نهم پرداخته می‌شود. با توجه به عدد معناداری (۲/۸۶۳) و نیز ضریب مسیر ($0/۱۳۴ = 0/۳۱۸ \times 0/۴۲۳$) فرضیه H_9 تایید شده است.

جدول ۵)، خلاصه‌ای نتایج آزمون فرضیه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵: بررسی فرضیه‌های پژوهش				
فرضیه	مسیر	β	معناداری	نتیجه
H_1	<<<<	۰/۰۳۶ -	۰/۹۵۴	رد
H_2	خصوصیات فروشنده	۰/۲۱۷	۳/۶۸۱	تایید
H_3	<<<<	۰/۴۲۳	۵/۲۱۱	تایید
H_4	رفتار فروش رابطه‌مند	۰/۶۵۰	۵/۷۰۱	تایید
H_5	کیفیت رابطه	۰/۳۱۸	۳/۳۱۱	تایید
H_6	رفتار فروش رابطه‌مند	۰/۶۷۷	۲/۱۵۰	تایید
H_7	خصوصیات فروشنده	۰/۷۵۹	۳/۲۳۶	تایید
H_8	خصوصیات فروشنده	۰/۰۶۹	۲/۴۶۱	تایید
H_9	رفتار فروش رابطه‌مند	۰/۱۳۴	۲/۸۶۳	تایید

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر ویژگی‌های فروشنده و تعاملات بین فروشنده - مشتری بر کیفیت روابط تعاملی و وفادارسازی مشتریان در صنعت بیمه است. نتایج مطالعه حاکی از تعدیل‌گری متغیرهای آمادگی مشتری برای رابطه و قیمت درک‌شده در تاثیر متغیرهای مستقل پژوهش بر کیفیت رابطه است، هرچند که تاثیر مستقیم متغیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتری تایید نشده است. تایید نشدن فرضیه اول مبنی بر نبود اثر مستقیم خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتری می‌تواند گویای وجود عوامل دیگر ناشناخته‌ای باشد که می‌تواند وفاداری مشتری را تحت تاثیر قرار دهد، از قبیل رفتار فروش رابطه‌مند که در این پژوهش اثر مستقیم و معناداری بر وفاداری مشتری داشته است. بنابراین، می‌توان استدلال کرد که رفتار فروش در مقایسه با خصوصیات شخصی فروشنده تاثیر بیشتری بر وفاداری مشتریان خواهد داشت. در خصوص تاثیر تعدیل‌گری آمادگی مشتری برای رابطه می‌توان چنین استدلال کرد که هرچقدر مشتری آمادگی

بیش‌تری برای رابطه داشته باشد خصوصیات ایده‌آل فروشنده تاثیرگذاری بیش‌تری بر کیفیت رابطه خواهد داشت. در خصوص تاثیر تعدیل‌گری قیمت درک‌شده می‌توان گفت هرچقدر قیمت درک‌شده از سوی مشتری پایین‌تر باشد، رفتار فروش رابطه‌مند اثرگذاری بیش‌تری بر کیفیت رابطه خواهد داشت.

برای بررسی نقش میانجی‌گری کیفیت رابطه در مسیر تاثیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتری به سازمان می‌توان گفت علاوه بر این‌که، خصوصیات فروشنده بر کیفیت رابطه با مشتریان اثر مثبت و معناداری دارد، کیفیت رابطه با مشتریان نیز بر وفاداری مشتریان به سازمان اثر مثبت و معناداری دارد. پس می‌توان کیفیت رابطه مشتریان با سازمان را میانجی‌گر تاثیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتریان بیمه عمر و پس‌انداز دانست.

سهام مهم این پژوهش نسبت به پژوهش‌های گذشته توجه و بررسی نقش تعدیل‌گری متغیرهای آمادگی مشتری برای رابطه و قیمت درک‌شده در رابطه بین خصوصیات فروشنده و فروش رابطه‌مند بر کیفیت رابطه است. با توجه به تایید این روابط پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه توجه ویژه‌ای به ایجاد یک ارتباط پایدار و تعامل فعال با مشتریان خود داشته باشند. همچنین، تعیین قیمت‌های منصفانه و پایین برای بیمه‌نامه‌های عمر و پس‌انداز می‌تواند باعث تاثیرپذیری بیش‌تر کیفیت رابطه از رفتار فروش رابطه‌مند شود. با توجه به تاثیرگذاری متغیرهای کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری پیشنهاد می‌شود نمایندگان و فروشندگان بیمه تلاش ویژه‌ای در راستای کسب رضایت، ایجاد روابط صادقانه، و تعهد به مشتریان داشته باشند. با توجه به تاثیرگذاری متغیر رفتار فروش رابطه‌مند بر وفاداری مشتریان پیشنهاد می‌شود نمایندگان و فروشندگان بیمه توجه ویژه‌ای به تسهیم و افشای اطلاعات مورد نیاز به مشتریان و نیز ایجاد تعامل با مشتریان خود داشته باشند. با توجه به تایید نشدن فرضیه اول مبنی بر تاثیر خصوصیات فروشنده بر وفاداری مشتریان پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی به بررسی بیش‌تر این رابطه و دلایل تایید نشدن این فرضیه بپردازند. همچنین، پیشنهاد می‌شود با انجام مطالعات بیش‌تر اقدام به شناسایی متغیرهایی شود که می‌تواند در این رابطه نقش تعدیل‌گری داشته باشد.

اظهاریه

نویسندگان از حمایت‌های معنوی همکاران، داوران ناشناس، و ویراستار علمی نشریه فرایند مدیریت و توسعه (مازیا ر چاپک) کمال تشکر و قدردانی را دارند.

الف) انگلیسی

- Ainiyah, S. M., Nelloh, L. A. M., & Sjahrifa, C. (2020). *Life Insurance Customer Loyalty*. Paper Presented at the the International Conference on Business and Management Research (ICBMR 2020). <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201222.012>
- Ansari, A., & Riasi, A. (2016). Modelling and Evaluating Customer Loyalty Using Neural Networks: Evidence from Startup Insurance Companies. *Future Business Journal*, 2(1), 15-30. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2016.04.001>
- Boles, J. S., Johnson, J. T., & Barksdale Jr, H. C. (2000). How Salespeople Build Quality Relationships: A Replication and Extension. *Journal of Business Research*, 48(1), 75-81. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00078-2)
- Chen, M. S., & Lai, G. C. (2010). Distribution Systems, Loyalty and Performance. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(9), 698-718. <https://doi.org/10.1108/09590551011062448>
- Chen, M.-F., & Mau, L.-H. (2009). The Impacts of Ethical Sales Behaviour on Customer Loyalty in the Life Insurance Industry. *The Service Industries Journal*, 29(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/02642060802116339>
- Chen, Q., Goldstein, I., & Jiang, W. (2007). Price Informativeness and Investment Sensitivity to Stock Price. *The Review of Financial Studies*, 20(3), 619-650. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhl024>
- Chen, Z. X., Shi, Y., & Dong, D. H. (2008). An Empirical Study of Relationship Quality in a Service Setting: A Chinese Case. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(1), 11-25. <https://doi.org/10.1108/02634500810847129>
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly* 22(1), vii-xvi.
- Chiu, H.-C., Hsieh, Y.-C., Kao, Y.-H., & Lee, M. (2007). The Determinants of Email Receivers' Disseminating Behaviors on the Internet. *Journal of Advertising Research*, 47(4), 524-534.
- Choi, Y. G., & Hyun, S. S. (2017). Relationships between Brand Experiences, Personality Traits, Prestige, Relationship Quality, and Loyalty: An Empirical Analysis of Coffeehouse Brands. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4), 1185-1202. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2014-0601>
- Dominique-Ferreira, S. (2018). The Key Role Played by Intermediaries in the Retail Insurance Distribution. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(11/12), 1170-1192.

<https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2017-0234>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gharepasha, A., Aali, S., Bafandeh Zendeh, A., & Iranzadeh, S. (2018). Customer's Loyalty to Online Banking Services. *Quarterly Journal for Management and Development Process*, 31(3), 151-180. <http://jmdp.ir/article-1-3157-fa.html>
- Guenzi, P., & Georges, L. (2010). Interpersonal Trust in Commercial Relationships: Antecedents and Consequences of Customer Trust in the Salesperson. *European Journal of Marketing*, 44(1/2), 114-138. <https://doi.org/10.1108/03090561011008637>
- Hulland, J. (1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266)
- Huntley, J. K. (2006). Conceptualization and Measurement of Relationship Quality: Linking Relationship Quality to Actual Sales and Recommendation Intention. *Industrial Marketing Management*, 35(6), 703-714. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.05.011>
- Konjkav Monfared, A. R., Rezaei Dolatabadi, H., & Mahmoodi Meimand, M. (2015). Analyzing the Moderating Effect of Hedonic Value on Process of Developing Brand Loyalty. *Quarterly Journal for Management and Development Process*, 28(3), 157-175. <http://jmdp.ir/article-1-1586-fa.html>
- Larson, R. K., & Street, D. L. (2004). Convergence with IFRS in an Expanding Europe: Progress and Obstacles Identified by Large Accounting Firms' Survey. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 13(2), 89-119. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2004.09.002>
- Lee, A. H., Kang, H.-Y., Hsu, C.-F., & Hung, H.-C. (2009). A Green Supplier Selection Model for High-Tech Industry. *Expert Systems with Applications*, 36(4), 7917-7927. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.11.052>
- Li, S., & Lin, B. (2006). Accessing Information Sharing and Information Quality in Supply Chain Management. *Decision Support Systems*, 42(3), 1641-1656. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.02.011>
- Lichtenthal, J. D., & Tellefsen, T. (2001). Toward a Theory of Business Buyer-Seller Similarity. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 21(1), 1-14.
- Lin, S.-Y. (2013). The Influence of Relational Selling Behavior on Relationship Quality: The Moderating Effect of Perceived Price and Customers' Relationship Proneness. *Journal of Relationship Marketing*, 12(3), 204-222. <https://doi.org/10.1080/15332667.2013.816931>
- Macintosh, G. (2007). Customer Orientation, Relationship Quality, and

- Relational Benefits to the Firm. *Journal of Services Marketing*, 21(3), 150-159. <https://doi.org/10.1108/08876040710746516>
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(1), 98-106. <https://doi.org/10.1108/02634500710722425>
- Poushneh, A., & Vasquez-Parraga, A. Z. (2019). Emotional Bonds with Technology: The Impact of Customer Readiness on Upgrade Intention, Brand Loyalty, and Affective Commitment through Mediation Impact of Customer Value. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2), 90-105. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000200108>
- Rivard, S., & Huff, S. L. (1988). *Factors of Success for End-User Computing*. *Communications of the ACM*, 31(5), 552-561. <https://doi.org/10.1145/42411.42418>
- Solomon, M. R., Surprenant, C., Czepiel, J. A., & Gutman, E. G. (1985). A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter. *Journal of Marketing*, 49(1), 99-111. <https://doi.org/10.1177/002224298504900110>
- Tai, Y.-M., Ho, C.-F., & Wu, W.-H. (2010). The Performance Impact of Implementing Web-Based E-Procurement Systems. *International Journal of Production Research*, 48(18), 5397-5414. <https://doi.org/10.1080/00207540903117915>
- Wang, Y., & Singh, M. P. (2007). *Formal Trust Model for Multiagent Systems*. Paper Presented at the IJCAI, 1551-1556.
- Yi, Y., Natarajan, R., & Gong, T. (2011). Customer Participation and Citizenship Behavioral Influences on Employee Performance, Satisfaction, Commitment, and Turnover Intention. *Journal of Business Research*, 64(1), 87-95. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.12.007>
- Yu, T.-W., & Tseng, L.-M. (2016). The Role of Salespeople in Developing Life Insurance Customer Loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(1), 22-37. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-06-2014-0074>



شرایط پذیرش مقالات

این نشریه مقاله‌هایی را در فرآیند داوری قرار می‌دهد که:

- ارزش علمی - پژوهشی داشته باشد؛
- در جهت اهداف و در قالب موضوع‌های تعیین‌شده برای نشریه باشد؛
- حاصل مطالعه، تجربه و پژوهش‌های دست اول نویسنده باشد؛
- مقاله‌ها قبلاً در نشریه دیگری چاپ نشده باشد یا برای انتشار آن اقدام همزمان انجام نگرفته باشد؛

ساختار کلی نشریه

- بدنه اصلی مقاله باید شامل چکیده، کلیدواژه، مقدمه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش، روش پژوهش، تجزیه و تحلیل یافته‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها و منابع باشد.
- شیوه استاندارد به صورت درون متنی به سبک استناددهی انجمن روانشناسان آمریکا (APA) باشد.
- فهرست منابع نیز به صورت الفبایی، بر اساس سبک انجمن روانشناسان آمریکا در انتهای مقاله به صورت یکسان و مطابق روش زیر تنظیم شده باشد:
- - **برای کتاب:** نام خانوادگی، نام کوچک نویسنده (سال نشر). عنوان کتاب (ایتالیک)، احتمالاً نام و نام خانوادگی مترجم یا مترجمان، محل نشر: نام ناشر.
- - **برای نشریه:** نام خانوادگی نویسنده، نام کوچک (سال نشر). عنوان مقاله، احتمالاً نام و نام خانوادگی مترجم یا مترجمان، نام نشریه (ایتالیک)، دوره (شماره انتشار)، صفحات.
- (برای آگاهی کامل از شیوه استناددهی به سایت، با نشانی <https://www.landmark.edu/library/citation-guides/> و <http://www.persianacademy.ir> مراجعه فرمایید).
- - رسم الخط، نقطه‌گذاری و واژه‌های معادل در زبان فارسی بر مبنای مصوبات فرهنگستان زبان و ادب فارسی به نشانی <http://www.persianacademy.ir> است.
- معادل‌های فارسی واژگان، اسامی و همچنین اصطلاح‌های خارجی مهم در متن، با اعداد تک از ۱ شماره‌گذاری و در زیرنویس هر صفحه آورده شود.
- ابتدا منابع فارسی و سپس منابع انگلیسی آورده شوند.
- تمامی منابع از راه نرم‌افزار اندنوت یا دیگر نرم افزارهای مشابه رفرنس‌دهی اشاره شوند.

سایر نکات

- هر مقاله از حدود ۲۵ صفحه کاغذ قطع وزیری (۱۷*۲۳) حروف‌نگاری شده تجاوز نکند؛
- مقاله حاوی چکیده فارسی و انگلیسی بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه باشد؛
- کلیدواژه‌ها (دست کم ۵ تا ۷ واژه) پس از چکیده درج شود؛
- متن مقاله‌ها با نرم‌افزار Word 2013 یا Word 2010 و فونت B Nazanin ۱۱/۵ و واژه‌های انگلیسی با قلم Time New Roman 10 نوشته شود و فایل مقاله از طریق وبسایت نشریه ارسال شود؛
- عنوان جدول‌ها در بالا و عنوان شکل‌ها و نمودارها در پایین آنها و شماره جدول‌ها و شکل‌ها و نمودارها در عنوان آنها با رقم و بدون نگارش واژه «شماره» درج شود. [مانند: جدول ۲، توزیع فراوانی... اعداد داخل جدول به فارسی نوشته شود.
- اعداد و نوشته‌های داخل جدول حتماً باید به صورت فارسی نوشته شود بجای نقطه در اعداد فارسی باید ممیز (/) گذاشته شود.
- فرمول‌ها چپ‌چین و با شماره مشخص می‌شوند. شماره فرمول‌ها نیز با رقم و بدون نگارش واژه «شماره» درج شود. مانند: (۴) عدد روبروی فرمول باشد.
- تمام صفحه‌ها از صفحه عنوان تا پایان آن، شماره‌گذاری شوند. شماره‌گذاری از یک شروع و به ترتیب ادامه یابد.
- زیر نام نویسنده یا نویسندگان، مرتبه علمی دانشگاهی، محل اشتغال، نشانی کامل، شماره تلفن، دورنگار و نشانی پست الکترونیکی درج و نویسنده مسئول مکاتبات مشخص گردد.
- نویسندگان باید از صحت مقاله ارسال شده به فصل‌نامه اطمینان کامل کسب کنند. چرا که تا مراحل اولیه داوری امکان تصحیح مقاله برای آنان وجود ندارد.
- نویسندگان موظف هستند تا تنها اصلاحات مورد نظر داور را به درستی انجام دهند. تغییر در مقاله اعم از اضافه یا کم نمودن هر بخشی از مقاله، که بدون نظر داور انجام شده باشد، تقلب محسوب شده و سریعاً از فرایند فصل‌نامه حذف خواهد شد و تمام عواقب ناشی از آن بر عهده تک‌تک نویسندگان خواهد بود.

بررسی مقاله‌ها

مقاله‌های دریافت شده نخست توسط دبیرخانه نشریه مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از طرح در جلسه هیأت تحریریه، در صورتی که با خطمشی نشریه تطابق داشته باشد به‌منظور ارزیابی برای سه نفر از داوران صاحب‌نظر ارسال خواهد شد. داوران از سوی اعضای هیأت تحریریه برای هر مقاله انتخاب می‌شود. مقاله‌ها ابتدا به ترتیب تاریخ دریافت و سپس به ترتیب دریافت نظر مثبت داوران منتشر می‌شود. پس از دریافت مقاله، تغییرات در ترتیب و مشخصات نویسندگان مقاله به‌هیچ‌وجه اعمال نخواهد شد. در صورت هرگونه تغییر مقاله باید با اطلاعات جدید نویسندگان مجدداً برای نشریه ارسال شود. اصل مقاله‌های ارسالی در آرشیو مجله نگهداری می‌شود و مسترد نخواهد شد. در صورت انصراف نویسندگان از چاپ مقاله در نشریه این امر حداکثر به مدت دو هفته پس از ارسال مقاله با نامه کتبی انصراف به نام سردبیر و به امضای کلیه نویسندگان قابل اجرا است.

Impact of the Salespeople's Personality Traits and Relationship-Oriented Behavior on Customer Loyalty Case Study: Life and Savings Insurance

Javad Mehrabi¹ Assistant Professor Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Mahdi Zakipour² Assistant Professor Department of Business Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author)

Abstract

Purpose: This research intends to investigate the effects of the salespeople's characteristics and the seller-customer interaction on the quality of interactive relations and loyalty among the customers of the insurance industry.

Methodology: Statistical population consisted of Karaj Branch of the Iranian Insurance Corporation customers. Applying cluster random sampling technique, 253 questionnaires were distributed. In order to analyze the data, structural equation modeling was used.

Findings: Results of hypotheses testing show that the customer's personality traits has positive and significant effect on the relationship between customer and seller. Communicative selling behavior and the quality of the relationship affects customer loyalty positively and significantly. Besides, the mediating role of customer relationship quality has positive and significant effect on the relation between salespeople's personality traits and customer loyalty.

Originality/ Value: Compared to other relevant studies, the present research has focused on the variables affecting relationship quality and customer loyalty at the same time. Moreover, the two variables of perceived price and customer's willingness for relationship are emphasized as mediators in the interaction between salespeople's personality traits and communicative selling behavior and the quality of relationship with customers, which are significant. With regards to the nature of the insurance industry services, these findings can be utilized by insurance companies.

Keywords: Salespeople's Personality Traits, Communicative Selling Behavior, Quality of Relationship with Customer, Perceived Price, Customer's Willingness for Relationship, Customer Loyalty.

1. mehrabijavad@qiau.ac.ir

2. m.zakipour@qiau.ac.ir

Designing a Framework for an Optimal Urban Identity Case Study: Parand New City

Maryam Soufi Ph. D. Student of Management and Planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Fatemeh Aziz-Abadi Farahani¹ Associate Professor Department of Cultural Management and Planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

Ebrahim Hajiani Associate Professor, Faculty Member of Science, Research and Technology Ministry.

Sayed Reza Salehi Amiri² Associate Professor Department of Cultural Management and Planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

Purpose: Construction places are a part of people's identity. The identity of the place affects the man-place relation. Influenced by modern urbanism system, today's cities have lost their former identity function and consequently have an environment with no defined identity all caused by place. Accordingly, this study mainly intends to reach an optimal model of place identity in new cities.

Methodology: It was a basic, descriptive-exploratory research and applied theme analysis method. Data were collected through investigation into theoretical literature, experts' ideas and deep interviews with ten urban affairs managers. To identify the related themes, MAXQDA software was used.

Findings: All in all, 46 preliminary codes and four main themes were identified and the relations among these themes are presented in the framework of a model. Based on the model, recommendations as to the solution of place identity problems of Parand New City are presented.

Keywords: Place, Place Identity Exploring, New Cities, Theme Analysis.

1. f.a.farahani@srbaiu.ir

2. r-salehisrbiau@ac.ir

Explaining a Model for the Effects of High Commitment Human Resource Management

Valiollah Mirzaei Alamooti¹ Ph.D. in Human Resource Management, Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran (Corresponding Author).

Mohammad Ataei² Assistant Professor, Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Zohreh Moghaddas³ Assistant Professor, Department of Mathematics, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Abstract

Purpose: Effective and efficient human resource management is critical to the success of any organization. Meanwhile, improving employee performance is one of the main concerns of organizations in the public sector.

Methodology: The aim of this study is to design a high commitment human resource management (HC-HRM) model among the employees of the 14 regions of Education Department in Qazvin Province. The statistical sample consisted of 260 employees who were selected according to the Morgan table. The present study was of a survey type. Data analysis was performed by applying structural equation modeling and Smart PLS2 software.

Findings: Research results show that perceived high commitment human resource management directly and positively affects individual performance. In addition, research findings indicate that the variables of work engagement, professional commitment, and perceived organizational support play a role in the relationship between high commitment human resource management and individual performance as mediators.

Originality/ Value: No doubt, the findings of this study enhance the knowledge of high commitment human resource management; besides, by modeling perceived high commitment human resource management at individual level, it helps create a new knowledge domain in the related literature.

Keywords: High Commitment Human Resource Management (HC-HRM), Individual Performance, Ability-Enhancing Practices, Motivation-Enhancing Practices, Opportunity-Enhancing Practices.

1. mirzaei.vali@qiau.ac.ir

2. ataei@qiau.ac.ir

3. zmoghaddas@qiau.ac.ir

Impact of Strategy Fit on Organizational Performance with an Emphasis on the Moderating Role of Organizational Structure and the Intervening Role of Environmental Turbulence in Specialized Parent Companies

Habibollah Taherpour Kalantari¹ Assistant Professor Department of Public Administration., Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran. (Corresponding Author).

Mohsen Aslani² M.A. Student of Public Administration, Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran.

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to investigate the impact of strategic fit, organizational structure and environmental turbulence on organizational performance in parent companies in Tehran.

Methodology: This research was causal in terms of nature. Regarding objectives, it was an applied study and its approach was qualitative. Survey method was used to collect data through 82 questionnaires from 41 parent companies. Both convergent and divergent content validities, as well as reliability of the questionnaires were confirmed. To analyze data, one-shot T-test, hierarchical regression and structural equation modeling (path analysis) were used in smart PLS software.

Findings: The results of the structural equation modeling indicate that the performance of parent companies is at a relatively good level. Path Analysis, based on variance analysis, shows that organizational structure and strategic fit have a positive and significant effect on organizational performance. The results also show that organizational structure mediates within the relationship between strategic fit and organizational performance in a positive and significant way and environmental turbulence has a positive and significant effect on organizational performance through strategic fit. One of the innovations of this research is the use of the 'Ashrigde Matrix' in the analysis of management strategies that has not been used in Iran previously.

Originality/ Value: According to the research findings, it can be concluded that performance improvement depends on strategic fit, which affects performance both directly and through organizational structure; therefore, it is suggested that parent companies follow appropriate strategies to establish it.

Keywords: Organizational Performance, Strategic Fit, Ashrigde Matrix, Organizational Structure, Environmental Turbulence, Specialized Parent Companies.

1. h.taherpour@imps.ac.ir

2. m.aslani@imps.ac.ir

Applying a Development Framework and Institutional Analysis for Tax Policy Making in Iran

Ashkan Harati¹ Ph. D. Student Department of Public Administration, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Davood Hoseinpour² Associate Professor, Department of Public Administration, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

MohammadJavad Kameli Associate Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Abstract

Purpose: The aim of this study is first to identify the issues and problems of tax policy making at institutional levels and second, to specify an institutional model based on the role and capacity of the key players, contextual factors, interactive models and determining rules by using a defined framework and formulating strategies effective in this area.

Methodology: The research applied inductive, qualitative method as well as systems implications through theme analysis procedure. The outcome of a comparative study into the policy making systems of the selected countries together with a statistical sample of 14 interviews with high-ranking authorities of tax policy making and academicians.

Findings: Every one of the formal and informal authorities plays their effective role in the tax policy making institution and the contextual factors control in this area. There are shortcomings at different levels of the institution. To deal with them, while correcting the action of the players, one can utilize such strategies as formal participation among government authorities in order to strengthen accountability and to improve information movement on the one hand, and also the public participation of non-governmental authorities in order to create trust and support, on the other.

Originality/ Value: This research presents a specified model for identifying various levels of the country's tax policy making, which can render effective strategies and realize economic and social goals of the country's tax system as used by players such as The State Tax Affairs and The Ministry of Economics and Finance.

Keywords: Ostrom's Institutional Framework, Institutional Tax Policy Making, Tax Policy Making Factors, Action Domain, Interactive Models, Public Participation.

1. a.harati@tax.gov.ir

2. hoseinpour@atu.ac.ir

Designing an Optimal Model for the Implementation of Government's Social Functions: A Governance Approach

Mohammadreza Salary¹ Ph. D. Student Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Naser Hamidi² Associate Professor Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran (Corresponding Author).

Gholamreza Memarzadeh Tehran³ Associate Professor Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Abstract

Purpose: Optimal implementation of government's social functions, which can lead to the development of the country, is the most important pillar of governance. With regard to this fact, the purpose of the present research is to design an optimal model for social duties of the Iranian Government.

Methodology: The research was performed based on mixed method in terms of the data gathering. In the qualitative section, the statistical population included academic and organizational experts in the field of public administration. Data were collected by studying theoretical foundations and interviews were administered through focus groups. In the quantitative section, the statistical population included managers, deputies and employees of public, private and non-governmental organizations. Data were collected by questionnaires. To design the qualitative research model, fuzzy inference system was used.

Findings: Results show that promoting social functions at individual, organizational and social levels can lead to the optimization of social goals of the Iranian Government. It is also concluded that social affairs at individual level has a greater impact on the optimal implementation of government social functions than the other two levels. Individuals play a pivotal role in the civil society.

Originality/ value: Taking the type of social functions into consideration and focusing on appropriate planning are necessary to mobilize social functions.

Recommendations: Finally, it is suggested that given the basic role of civil society in the social functions, it should get more emphasis.

Keywords: Governance, Social Duties, Level of Governance Action; Governance Players, Hierarchical Fuzzy Inference.

1. mrs1211@qiau.ac.ir

2. nhamidi@qiau.ac.ir

3. govmanagement@srbiau.ac.ir

The Impact of Social Capital, Information and Communication Technology Development, and Globalization on Good Urban Governance Based on the Participation Culture and Local Authorities' Inclination Approach

Zahra Sargazi Ph. D. Student, Department of Public Administration, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

Farajollah Rahnavard Ahan¹ Associate Professor Department of Public Administration, Institute for Management and Planning Studies Tehran, Iran. (Corresponding Author).

Abstract

Purpose: The aim of this study is to present a model for investigating the antecedents of good urban governance in Iranian mega cities as well as the relations among effective factors of such governance.

Methodology: The statistical sample consisted of fourty mega cities, for which the city councils completed the questionnaires.

Findings: Findings show that the information and communication technology development, social capital, globalization and local authorities' inclination variables positively and significantly affect good urban governance, but participation culture does not.

Implications: A new model for good urban governance has been introduced. It can ultimately serve as an appropriate context to secure the dynamism of indexes of good urban governance and can provide the cohesion necessary for the implementation and improvement of government performance in the society.

Recommendations: Based on the presented model, the expansion of information and communication technology, as well as the improvement of social capital, have been suggested.

Keywords: Good Urban Governance, Globalization, Participation Culture, Social Capital, Local Authorities' Inclination, Information and Communication Technology.

1. frahnavard@imps.ac.ir

Contents

The Impact of Social Capital, Information and Communication Technology Development, and Globalization on Good Urban Governance Based on the Participation Culture and Local Authorities' Inclination Approach/	3
Zahra Sargazi and Farajollah Rahnavard Ahan	
Designing an Optimal Model for the Implementation of Government's Social Functions: A Governance Approach/	27
Mohammadreza Salary, Naser Hamidi and Gholamreza Memarzadeh Tehran	
Applying a Development Framework and Institutional Analysis for Tax Policy Making in Iran/	57
Ashkan Harati, Davood Hoseinpour and Mohammadjavad Kameli	
Impact of Strategy Fit on Organizational Performance with an Emphasis on the Moderating Role of Organizational Structure and the Intervening Role of Environmental Turbulence in Specialized Parent Companies/	89
Habibollah Taherpour Kalantari and Mohsen Aslani	
Explaining a Model for the Effects of High Commitment Human Resource Management/	113
Valiollah Mirzaei Alamooti, Mohammad Ataei and Zohreh Moghaddasi	
Designing a Framework for an Optimal Urban Identity Case Study: Parand New City/	141
Maryam Soufi, Fatemeh Aziz-Abadi Farahani, Ebrahim Hajiani and Sayed Reza Salehi Amiri	
Impact of the Salespeople's Personality Traits and Relationship-Oriented Behavior on Customer Loyalty Case Study: Life and Savings Insurance/	163
Javad Mehrabi and Mahdi Zakipour	



Journal of *Development* *Management & Process*

Vol.34 No.1 Spring 2021 Serial 115
Indexed in ISC



Institute for
Management and Planning Studies



Copyright: Institute for Management & Planning
Studies

Managing Director: Mohammad Nahavandian, Ph.D.

Editor-in-Chief: Farajollah Rahnavard Ahan, Ph.D.

Executive Director: Mitra Oliyaei

Translator: Mohammad Saebi, Ph.D.

Editor: Seyyed Hossein Chabok

Secretariate Expert: Nahid Jebeli

Designer: Maryam Roshan-Fekr

ISSN: 1735-0719

eISSN: 2252-0074

Editorial Board in Alphabetical Order:

Akbar Alamtabriz, Ph.D.

Seyyed Mehdi Alvani, Ph.D.

Soleyman Iranzadeh, Ph.D.

Gholamreza Memarzadeh Tehran, Ph.D.

Abbas Monavarian, Ph.D.

Farajollah Rahnavard Ahan, Ph.D.

Abdolhamid Shams, Ph.D.

Reza Vaezi, Ph.D.

Institute for Management & Planning Studies website: <http://www.imps.ac.ir>

Journal website: <http://www.jmdp.ir>

Email: info@jmdp.ir

Add: Fifth Floor, No. 6, Mokhtar Asgari St., Jamal-Abad, Bahonar Sq.
(Niavaran), Tehran, Iran

Postal Code: 1978911114

Telephone: (+98-21) 26116904 and Fax: (+98-21) 26116972

The opinions expressed by authors in this journal should not necessarily be considered as reflecting the views of the journal of management & development process.