

The impact of responsiveness and quality of electronic services (digital transformation plan) of social security on the trust of small business employers in the social security organization with the mediating role of employer satisfaction (case study: small business employers of Shazand city)

Article Info

Keywords:
responsiveness,
quality of electronic
services,
Satisfaction,
Employer's trust

Abstract

Background and Objectives: Trust is one of the three big issues that government management thinkers are facing. Lack of trust leads to limited flexibility and freedom of action. Trust plays the role of informal relationships, but distrust leads to a strong dependence on official rules and procedures and legalism. It seems that in most societies, due to a series of factors such as alienation, lack of social capital, the presence of critical media and especially the lack of responsiveness of government organizations, people's trust in the government and organizations has decreased. In the long run, it will cause many damages. The present study was conducted with the aim of investigating the impact of responsiveness and quality of electronic services (digital transformation plan) of social security on the trust of small business employers in the social security organization with the mediating role of employer satisfaction.

Methods: The present research is practical in terms of result and purpose, in terms of research method, it is descriptive-survey. The method of collecting information in this research can be divided into two categories: documentary and library method and field method. The data collection tool was a standard questionnaire. The statistical population of this research is the employers referring to the social security organization of Shazand city, whose number is equal to 1200 people. The sample size was estimated to be 292 people using Cochran's formula. In order to check the hypotheses of the research, structural equation modeling has been used in the environment of SmartPLS software.

Findings: The findings of this research showed that the responsiveness and quality of electronic services (digital transformation plan) of social security has a positive and significant effect on the trust of small business employers in the social security organization with the mediating role of employer satisfaction. Also, the results of this research showed that responsiveness and quality of e-services have a positive and significant effect on employers' trust, satisfaction on employers' trust, as well as responsiveness and quality of e-services on satisfaction.

Conclusion: Appropriate response as well as the provision of quality electronic services in the first place will lead to the improvement of employers' trust in the social security organization and will subsequently increase the satisfaction of the recipients of social security services. Service-oriented organizations, including social security, in order to improve the quality of services and satisfy employers and other clients, can focus on improving the quality of electronic services in the form of a digital transformation plan, providing appropriate responses to clients.

پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش واسطه‌ای رضایت کارفرما (مطالعه موردی: کارفرمایان کسب و کارهای کوچک شهرستان شازند)

چکیده

پیشینه و اهداف: اعتماد یکی از سه مسئله بزرگی است که اندیشمندان مدیریت دولتی با آن مواجه‌اند. فقدان اعتماد منجر به محدود شدن انعطاف و آزادی عمل می‌شود. اعتماد نقش روابط غیر رسمی را ایفا می‌کند ولی بی‌اعتمادی منجر به نوعی وابستگی شدید به قوانین و رویه‌های رسمی و قانونگرایی می‌شود. به نظر می‌رسد در اکثر جوامع به علت مجموعه‌ای از عوامل نظیر از خود بیگانگی، فقدان سرمایه اجتماعی، وجود رسانه‌های انتقادی و به ویژه عدم پاسخگویی سازمانهای دولتی اعتماد مردم به دولت و سازمانها کاهش یافته است این مساله در صورت بی‌توجهی در بلندمدت آسیبهای فراوانی را در پی خواهد داشت. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش واسطه‌ای رضایت کارفرما انجام گرفت.

کلمات کلیدی:

پاسخگویی،
کیفیت خدمات الکترونیک،
رضایت،
اعتماد کارفرما

روش‌شناسی: تحقیق حاضر از لحاظ نتیجه و هدف، کاربردی است از لحاظ روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش را می‌توان به دو طبقه تقسیم کرد: روش اسنادی و کتابخانه‌ای و روش میدانی. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود جامعه آماری تحقیق حاضر را کارفرمایان مراجعه‌کننده به سازمان تامین اجتماعی شهرستان شازند است که تعداد آنان برابر با ۱۲۰۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۹۲ نفر برآورد گردید. به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک بر اعتماد کارفرمایان، رضایت بر اعتماد کارفرمایان همچنین پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

نتیجه‌گیری: پاسخگویی مناسب و همچنین ارائه خدمات الکترونیک با کیفیت در وهله‌ی اول زمینه را برای ارتقای اعتماد کارفرمایان به سازمان تامین اجتماعی منجر شده و متعاقباً باعث افزایش رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از تامین اجتماعی خواهد شد. سازمان‌های خدمات محور از جمله تامین اجتماعی در راستای ارتقای کیفیت خدمات و جلب رضایت کارفرمایان و سایر مراجعین می‌توانند بر ارتقای کیفیت خدمات الکترونیک در قالب طرح تحول دیجیتال،

مقدمه

اعتماد مفهوم مبهمی است که از دیدگاه‌های مختلف تجزیه و تحلیل شده و این امر تا حدودی به کثرت معنا ابعاد و انواع مختلف آن منتهی گردیده است. به گفته برنویت مهمترین مکانیزم برای فرهنگ‌آموزی اعتماد، اعتماد به دیگران است (Kabiri et al, 2019).

به اعتقاد رابرت بهن (۱۹۹۵) اعتماد یکی از سه مسئله بزرگی است که اندیشمندان مدیریت دولتی با آن مواجه‌اند. فقدان اعتماد منجر به محدود شدن انعطاف و آزادی عمل می‌شود. بی‌اعتمادی در زندگی سیاسی نفوذ می‌کند آهنگ گفت‌وگو سیاست را تحت تأثیر قرار می‌دهد و ممکن است دلایل بنیادین آنها را برای مشارکت در سیاست یا پرهیز از مشارکت تغییر دهد اعتماد نقش روابط غیررسمی را ایفا می‌کند ولی بی‌اعتمادی منجر به نوعی وابستگی شدید به قوانین و رویه‌های رسمی و قانونگرایی می‌شود. به نظر می‌رسد در اکثر جوامع به علت مجموعه‌ای از عوامل نظیر از خود بیگانگی، فقدان سرمایه اجتماعی، وجود رسانه‌های انتقادی و به‌ویژه عدم پاسخگویی سازمانهای دولتی اعتماد مردم به دولت و سازمانها کاهش یافته است این مساله در صورت بی‌توجهی در بلندمدت آسیبهای فراوانی را در پی خواهد داشت (Milliman et al, 2013). اعتماد مفهومی بسیار رایج در سازمان‌ها است که باعث ایجاد تفاوت در سازمان‌ها شده و معمولاً به‌عنوان یک پدیده اجتماعی معرفی می‌گردد که منفعت‌های زیادی در زمینه اطلاعات، دانش و آموختن، ایجاد ارتباطات بین افراد و یا بین سازمان‌ها، مشارکت و تسهیل تبادل اطلاعات، دانش و فناوری با خود به همراه دارد (Ha et al, 2022).

به عقیده پارسونز، اعتماد، پدیده‌ای است متشکل از ارزشها و هنجارها و تعهدات که در فرد درونی شده است. براساس مفهوم، اعتماد افراد تلاش می‌کنند تا ضمن درک خواسته‌ها و انتظارات طرف مقابل، مطابق آن عمل کنند (Yu et al, 2018). 'میشرا' (۱۹۹۶)، وجود اعتماد در سازمان را گرایش یک نفر به آسیب‌پذیر بودن در مقابل طرف دیگر است که اساس انتظار طرف مقابل، مطمئن قابل اعتماد است. اعتماد متقابل بین فردی در نتیجه روابط مستقیم و چهره به چهره میان افراد یک سازمان به‌وجود می‌آید (Feng et al, 2016).

(فنگ و همکاران، ۲۰۱۷). مک آلیستر (۱۹۹۵)، عنوان می‌کند که اعتماد بین فردی پدیده‌های فراگیر در حیات سازمانی است و موجب اثربخشی سازمانی و فردی می‌گردد. این نوع اعتماد به دو صورت شناختی و عاطفی مطرح می‌شود (Luo, & Zhang, 2016).

از جمله عواملی که می‌تواند در اعتماد سازمانی دخیل باشد پاسخگو بودن سازمان است. پاسخگویی عبارت است از عمل مسئول دانستن فرد یا افرادی مشخص در قبال وظایف محوله یا به عبارتی دیگر دلیل آوردن یا دلیل خواستن برای کارهای انجام شده و وظایف انجام نشده که اصول حاکم بر آن عبارتند از وجود تعریف شفاف از وظایف محوله، مشخص بودن مسئولیت انجام کار، تفویض ناپذیر بودن مسئولیت پاسخگویی در قبال امور محوله مستند و و مستدل بودن پاسخها (Asghari, 2013 & Assadi). پاسخگویی در اصل پاسخگو بودن افراد در قبال تصمیمات و کارهایشان است. سیستمهای پاسخگویی می‌توانند به عنوان سیستمهای کنترل و شکل دهی به رفتار در جهات از قبل تعیین شده برای رسیدن به اهداف و اثر بخشی سازمان تعریف شوند (Verburg et al, 2018).

اکثر ادبیات موجود پاسخگویی، دو جنبه اخلاقی و قانونی در رابطه با پاسخگویی فرض کرده‌اند. عامل یک، فرد، یک سازمان) وقتی پاسخگو می‌باشد که تشخیص دهد قول انجام چیزی یا کاری را داده است و مسئولیتی قانونی و اخلاقی را در جهت انجام آن وعده به بهترین و کاملترین وجه ممکن پذیرفته است (Sekhon, , & Srivastava, 2018). بدون پاسخگویی افراد قادر خواهند بود که هر آن چیزی را که دوست دارند انجام دهند. نتیجه چنین وضعی آشوب و شکست سازمان خواهد بود (Kuhn et al, 2019). پاسخگویی قابلیت اعتماد را افزایش می‌دهد زیرا ارزیابی نظرات در خصوص شخص مورد اعتماد را تغییر داده و به عبارتی با خودداری از انتقاد و خرده‌گیری انگیزه‌ای برای قابل اعتماد بودن ایجاد میکند با ایجاد سازمانی که برای حفظ قابلیت اعتماد کمک می‌کنند زمینه‌ای برای اعتماد کردن فراهم می‌شود (Elfati et al, 2021). از دیگر متغیرهای تاثیر گذار در راستای ارتقای اعتماد به سازمان خدمات الکترونیک است. تحقیقات نشان داده است که خدمات الکترونیک از طریق سرعت و بهبود خدمات سازمان می‌تواند زمینه را برای رضایت و اعتماد افراد به سازمان افزایش دهد (Molavi. et al, 2017). چنان که مقیمی و اعلائی (۱۳۹۱) نشان دادند که خدمات الکترونیک با ارتقای پاسخگویی، اثربخس نقش‌ها و وظایف، شفاف‌سازی، ظرفیت‌سازی، نتیجه‌گرایی و ارتقای ارزش‌ها زمینه را برای افزایش اعتماد سازمانی فراهم نمایند (Moghimi & Alaii, 2012). وست (۲۰۱۴) نشان داده است که هرچه خدمات الکترونیکی مورد ارائه توسط سازمان‌ها و شرکت‌ها بیشتر اعتقاد داشته باشند، اعتماد افراد به خدمات الکترونیک مورد ارائه بیشتر خواهد شد (West, 2014). با توجه به اینکه خدمات از ویژگی‌های خاصی برخوردار است این امر سبب می‌شود مباحث مربوط به خدمات با چالشهای متنوعی مواجه باشد؛ به خصوص مقوله کیفیت خدمات الکترونیک که امروزه تبدیل به یکی از مباحث نوین و مطرح در مطالعات مربوط گردیده است (Ribbink et al, 2019).

در این راستا با توجه به ویژگی ناملموس بودن خدمات، توسعه کیفیت و کمیت خدمات الکترونیکی به عنوان یک مزیت رقابتی قلمداد شده که سازمانها بایستی با لحاظ کردن چنین استراتژی رقابتی عملکرد خود را ارزیابی نمایند تا بتوانند در مسیر توسعه و تعالی قرار گیرند برای دستیابی به این هدف کافی است به انتظارات کاربران و مشتریان از کیفیت خدمات، پاسخ مناسبی داده شده یا از آن پیشی گرفته شود. کیفیت خدمات و در این میان کیفیت خدمات الکترونیکی نقشی اساسی در دستیابی به نتایج مهم از جمله اعتماد، رضایت و وفاداری ایفا می‌کند (Kao & Lin, 2016). با درک موارد گفته شده سوال اصلی این پژوهش بدین شرح است که تاثیر پاسخگویی و خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش واسطه‌ای رضایت کارفرما چگونه است؟

مبانی نظری پژوهش

پاسخگویی

پاسخگویی یکی از ضرورت‌های کلیدی مدیریت دولتی در شرایط کنونی است و بهترین الگوهای حکمرانی مردم سالار مادی که نتوانند کسانی را که قدرت را در اختیار دارند، در برابر شهروندان پاسخگو نمایند کاملاً ناکارآمد و آسیب‌پذیر تلقی

می‌گردند در حقیقت پاسخگویی یکی از ارکان اصلی مدیریت دولتی است که تصویری از عدالت برابری، اعتماد و انصاف را به ذهن متبادر می‌سازد و می‌تواند برای بهبود شرایط و اثربخشی مدیریت دولتی مورد استفاده قرار گیرد (Bovens, 2005). پاسخگویی نیرویی پیش برنده است که بر بازیگران کلیدی فشار می‌آورد تا در قبال عملکرد خود مسئول باشند و از عملکرد خوب خدمات عمومی اطمینان حاصل نمایند (Monavvarin, 2010). در نوشته‌های اخیر درباره پاسخگویی مفهومی تحت عنوان بحران پاسخگویی مطرح شده است که از طرفی بر تنوع و تعدد مفاهیم عرضه شده در فضای علمی و دانشگاهی داشته و از طرف دیگر ناظر بر این است که کارگزاران و مقامات دولتی نیز بر وجوه مختلف این مفهوم که در عمل با آن مواجه‌اند تاکید می‌نمایند. در حقیقت تعدد و تنوع مفهومی پاسخگویی در عمل نیز مشهود است. بر این اساس می‌توان اظهار داشت که عدم توافق در باب مفهوم پاسخگویی موجب شکل‌گیری چارچوب مفهومی بسیار گسترده‌ای گردیده که عملاً توافقی همگانی درباره مفاهیم موجود در آن وجود ندارد. این گستردگی مفهومی تا جایی است که مولگان پاسخگویی را شامل هرگونه ساز و کاری میدانند که کارگزار یا وکیل را در برابر اصل پاسخگو نماید (Mulgan, 2013).

اعتماد

هو سمر (۱۹۹۵) معتقد است که اختلاف نظرهای زیادی در مورد تعریف سازه‌ی اعتماد وجود دارد ویلسون (۱۹۹۳) بیان می‌کند که هرچند اعتماد مفهوم مهمی برای مطالعه است ولی موضوعی است که تفسیر و تعبیرهای متفاوتی دارد. پورتر و همکاران معتقدند که اعتماد شبیه اتمسفر است به‌طور گسترده درباره‌ی آن صحبت می‌شود، برای سازمانها حیاتی است ولی هنگامی که زمان تعریف دقیق آن در حوزه‌ی سازمان می‌رسد دچار ابهامات زیادی می‌شود. روان‌شناسان اجتماعی از طریق تاکید بر عوامل زمینه‌ای که ممکن است باعث افزایش و یا کاهش اعتماد شود، اعتماد را به عنوان انتظار افراد از رفتار دیگران در حین تعاملات اجتماعی تعریف می‌کنند. روان‌شناسان شخصیت به اعتماد به عنوان یک اعتقاد و یا انتظار و یا احساسی که ریشه در شخصیت آدمی و یا ظرفیت روانی اولیه فرد دارد، نگاه ..کنند اقتصاددانان و جامعه‌شناسان اعتماد را از منظر سازمانها و مشوق‌هایی که برای کاهش بی‌ثباتی و نگرانی ناشی از تعاملات با بیگانگان غریبه‌ها ایجاد می‌شود بررسی می‌کنند (Nafti, & Hosseinzadeh, 2018). کوک و وال^۲ (۱۹۸۰) معتقدند که مفهوم اعتماد در زبان مشترک به معنی میزان تمایل فرد به نسبت دادن نیت خوب به دیگران و داشتن اطمینان به گفتار و کردار آنها است.

کیفیت خدمات

کیفیت خدمات الکترونیک عبارت است از ادراکات مشتریان در مورد ستانده خدمات به همراه ادراک آنان از بهبود خدمت در صورت بروز اشکال یا درجه‌ای که یک خدمت الکترونیکی میتواند به‌طور مؤثر و کارا نیازهای مشتری را برطرف نماید اینترنت نحوه ارتباط و تحویل کالاها و خدمات به بازار را برای بسیاری از سازمانها دگرگون ساخته است. خدمات الکترونیک هر چه متداول‌تر می‌شود به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت کسب و کار الکترونیک شناخته می‌شود (Li, & Shang, 2020). برای شرکتهای خدماتی به همان اندازه که پول بیشتری صرف اکتساب و حفظ مشتریان آنی می‌شود درک اصولی که تعیین‌کننده موفقیت مدیریت روابط در محیط جدید است و میزانی که دانش موجود در دنیای غیر آنی را می‌توان به بافت آنی انتقال داد اهمیت می‌یابد همانند بازارهای سنتی وجود شرکت‌ها بر روی وب و بقای آنها به میزان زیادی به برداشت آنها از درک و ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات الکترونیک وابسته است (Alshamsi et al, 2021). لی و همکارانش (۲۰۱۲) کیفیت خدمات مبتنی بر وب را این‌گونه تعریف می‌نمایند: حدی که خدمات مبتنی بر تکنولوژی‌های تحت وب ارتباطات آنی، خرید و تحویل محصولات خدمات را تسهیل می‌نمایند (لی و همکاران، ۲۰۱۲). از نظر سانتوس کیفیت

² Kook & Wall

خدمات الکترونیکی می‌تواند به‌عنوان ارزیابی و قضاوت کلی مصرف‌کننده از برتری و کیفیت خدمات الکترونیکی عرضه شده در بازار مجازی تعریف شود (Endeshaw, 2021).

رضایت مشتری

بنابر تعریف چرچیل و سوپریمنت، رضایت ارزیابی مشتری از تفاوت بین انتظارات از خدمات و ادراک مشتریان از عملکرد واقعی خدمات معرفی می‌شود الیور^۳ (۱۹۸۰) بیان می‌کند که مشتریان قبل از خرید انتظارات خود را از کالا و خدمات در نظر می‌گیرند و سپس عملکرد واقعی کالا یا خدمات را با انتظارات خود مقایسه می‌کنند تا به تأییدیه مثبت یا منفی برسند. اگر عملکرد واقعی بهتر از انتظارات آنها باشد به معنی آن است که مشتریان دارای رضایت بالا هستند و تمایل به خرید مجدد دارند. اگر عملکرد واقعی پایین‌تر از انتظارات مشتریان باشد، منجر به تأیید منفی می‌گردد و به آن معناست که مشتریان از کالا یا خدمات ناراضی هستند و احتمالاً به دنبال جایگزین برای کالا یا خدمات برای خرید بعدی هستند. بنابراین رضایت، ارزیابی مشتریان از تفاوت بین انتظاراتشان و ادراک آن‌ها از عملکرد واقعی کالا یا خدمات معرفی می‌شود (Wulandari, 2020). رضایت مفهوم روانشناسی است که احساس خوب را در بر می‌گیرد که از دریافت محصول و خدمات جذاب، به‌صورتی که فرد انتظار دارد یا آرزو می‌کند نتیجه می‌شود. " چون^۴ (۱۹۸۹) بیان کرد که رضایت مشتری بر پایه تناسب بین انتظارات و نتیجه ادراک شده از تجربه است که به‌طور ساده از مقایسه تصویر ذهنی قبلی از کالا و آنچه که به‌طور واقعی دیده، حس کرده و به‌دست آورده است، حاصل می‌شود. یی^۵ (۱۹۹۰) اظهار می‌دارد که هر چند انتظارات بالاتر ممکن است میزان عدم تأیید را افزایش دهد ولی می‌تواند عملکرد ادراک شده را نیز ارتقاء دهد (otto et al, 2020).

پیشینه پژوهش

پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی بر رضایت و اعتماد مشتریان در خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجیکالا) انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت خدمات الکترونیکی به‌طور مستقیم بر رضایت و اعتماد مشتری و به‌طور غیرمستقیم بر رفتار مشتریان در خریدهای آنلاین تأثیر مثبت و معنادار دارد. تمامی یازده فرضیه پژوهش که روابط بین متغیرهای کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت مشتری، اعتماد مشتری و رفتار مشتریان در خریدهای آنلاین را بررسی کرده‌اند، تأیید شده‌اند. (Yazdan shenas & Aghaii, 2020) پژوهشی با عنوان نقش جوّ اخلاقی و ادراک از سیاست‌های سازمانی در اعتماد و تعهد عاطفی کارکنان وزارت ورزش و جوانان انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان داد جوّ اخلاقی بر اعتماد سازمانی و تعهد عاطفی با ضرایب اثر ۰/۴۹ و ۰/۵۷ تأثیر مثبت و معنادار و بر روی ادراک از سیاست‌های سازمانی با ضریب اثر ۰/۶۶- تأثیر منفی و معناداری دارد. ادراک از سیاست‌های سازمانی نیز بر اعتماد و تعهد عاطفی با ضرایب اثر ۰/۷- و ۰/۳۳- تأثیر منفی و معناداری داشته و نقش میانجی ادراک از سیاست‌های سازمانی در رابطه‌ی تأثیر جوّ اخلاقی سازمان بر اعتماد و تعهد عاطفی کارکنان تأیید شد. (Khalilnejad & Daneshvar, 2019) پژوهشی با عنوان تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی ادراک شده بر تمایل به استفاده از سیستم‌های خدمات الکترونیکی: نقش میانجی رضایت الکترونیکی، تصویر ذهنی برند و ریسک ادراکی انجام داده‌اند. نتایج پژوهش، بیانگر تأثیر مثبت بین خدمات الکترونیکی ادراک شده بر تمایل به استفاده از سیستم خدمات الکترونیکی، تصویر ذهنی برند، رضایت الکترونیکی و ریسک ادراکی است. در واقع، توجه به کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت، تصویر برند سازمان و ریسک ادراک شده موجب تقویت تمایل به استفاده از سیستم‌های خدمات الکترونیکی می‌گردد. (Nafti, & (2018)

³ Oliver

⁴ Chun

⁵ Yi

Hosseinzadeh, پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی به واسطه فضیلت سازمانی و انگیزه شغلی مورد مطالعه: کارکنان بانک ملی مشهد انجام داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اعتماد سازمانی بر تعهد سازمانی به طور مستقیم و غیرمستقیم با میانجی‌گری انگیزه شغلی و فضیلت سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ اما تأثیر مثبت و معنی‌دار فضیلت سازمانی بر تعهد سازمانی مورد تأیید قرار نگرفت.

(Khodadad Hosseini,., Moshabaki, , & Molaei, F. (2017) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی بر وفاداری الکترونیکی با تبیین نقش رضایت الکترونیکی، ارزش ادراک شده و تبلیغات توصیه‌ای الکترونیکی؛ مطالعه موردی: خرده‌فروشی‌های الکترونیکی شهر تهران به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت خدمات الکترونیکی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر وفاداری مشتریان تأثیرگذار است و تأثیر غیرمستقیم آن (۰,۶۳۳) بیشتر از تأثیر مستقیم (۰,۲۶۹) است؛ افزون بر این، رضایت الکترونیکی مهمترین عامل در ایجاد وفاداری در بین مشتریان شناخته شده است. (Et al(2023 Venkatakrishnan پژوهشی با عنوان طراحی وب سایت و اعتماد به‌عنوان تعدیل‌کننده در رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت مشتری و وفاداری مشتری انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که کیفیت خدمات الکترونیکی به‌طور مثبت با رضایت و وفاداری مشتری ارتباط دارد. این یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که درک قیمت و اعتماد در افزایش رضایت مشتری حیاتی است. علاوه بر این، تأثیر غیرمستقیم کیفیت خدمات الکترونیکی بر وفاداری مشتری از طریق رضایت پشتیبانی می‌شود. در نهایت، طراحی وب (مدیریت اول) و اعتماد (مدیریت دوم) به‌طور قابل توجهی بر رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی و رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد.

(Ha& Lee. (2022) در پژوهشی با عنوان تحقق یک سازمان با عملکرد بالا پایدار از طریق عدالت رویه‌ای: نقش میانجی دوگانه اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی به این نتیجه رسیده‌اند که اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی بر تحقق عدالت رویه‌ای تأثیر مثبت و معناداری دارند. (Tren et al(2022 در پژوهشی با عنوان نقش پاسخگویی سازمانی در تعیین رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد سازمان‌های عمومی به این نتیجه رسیده‌اند که پاسخگویی نقش واسطه‌ای بر رابطه بین کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد دارد، با پیامدهای قابل توجهی برای سازمان‌های دولتی که به دنبال بهبود کیفیت گزارشگری مالی و عملکرد سازمانی خود با سیستم‌های طراحی بهتر پاسخگویی هستند. (Milligan (2014 در پژوهش خود به بررسی اعتماد سازمانی در نیروی هوایی آمریکا براساس تئوری اعتماد ساشکین پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داد که محیط‌های کاری با اعتماد بالا منجر به افزایش کارهای تیمی کاهش تعارض در سازمان و بهبود عملکرد و اثر بخشی رهبری می‌گردد.

(Finn(2010 در پژوهشی به بررسی اثرات غیر خطی ابعاد کیفیت خدمات آنلاین بر رضایت مشتریان پرداخته او خدمات آنلاین را به سه دسته جذاب تک بعدی و الزامی تقسیم کرد از نتایج پژوهش چنین بر آمد که سرعت دانلود به‌عنوان یکی از متغیرهایی است که تک بعدی است یعنی فقدان آن باعث نارضایتی می‌شود.

(Bai et al(2008) به بررسی تأثیر کیفیت وب سایت بر رضایت مشتری و قصد خرید پرداخته بودند. نتایج بررسی نشان داد که کیفیت وب سایت تأثیر مستقیم و مثبت بر رضایت مشتری دارد و رضایت مشتری نیز تأثیر مثبت و مستقیمی بر قصد خرید دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نتیجه و هدف، کاربردی است از لحاظ روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش را می‌توان به دو طبقه تقسیم کرد: روش اسنادی و کتابخانه‌ای و روش میدانی. ابزار گردآوری

اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود پرسشنامه مورد استفاده برای متغیر پاسخگویی هاچوارتر و همکاران (۲۰۰۴)، اعتماد پایین (۲۰۰۳)، رضایت مشتری رجیبی و همکاران (۱۳۹۳)، کیفیت خدمات الکترونیک ریتا همکاران (۲۰۱۹) است گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارفرمایان مراجعه کننده به سازمان تامین اجتماعی شهرستان شازند است که تعداد آنان برابر با ۱۲۰۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۹۲ نفر برآورد گردید. روایی پرسشنامه‌ها با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه‌ها از دوجنبه روایی ظاهری و محتوا به جهت روشن و بدون ابهام بودن گویه‌ها و همچنین کفایت کمیت و کیفیت آنها توسط خبرگان مورد بررسی قرار گرفت. و به تأیید آنان رسید. در پژوهش حاضر پایایی پرسشنامه پژوهش با استفاده از روش‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و محاسبه بار عاملی سنجیده شد نتایج بدست آمده که در قسمت یافته‌های پژوهش ارائه شده است، نشان‌دهنده تأیید پایایی پرسشنامه‌های مورد استفاده بود.

یافته‌های پژوهش

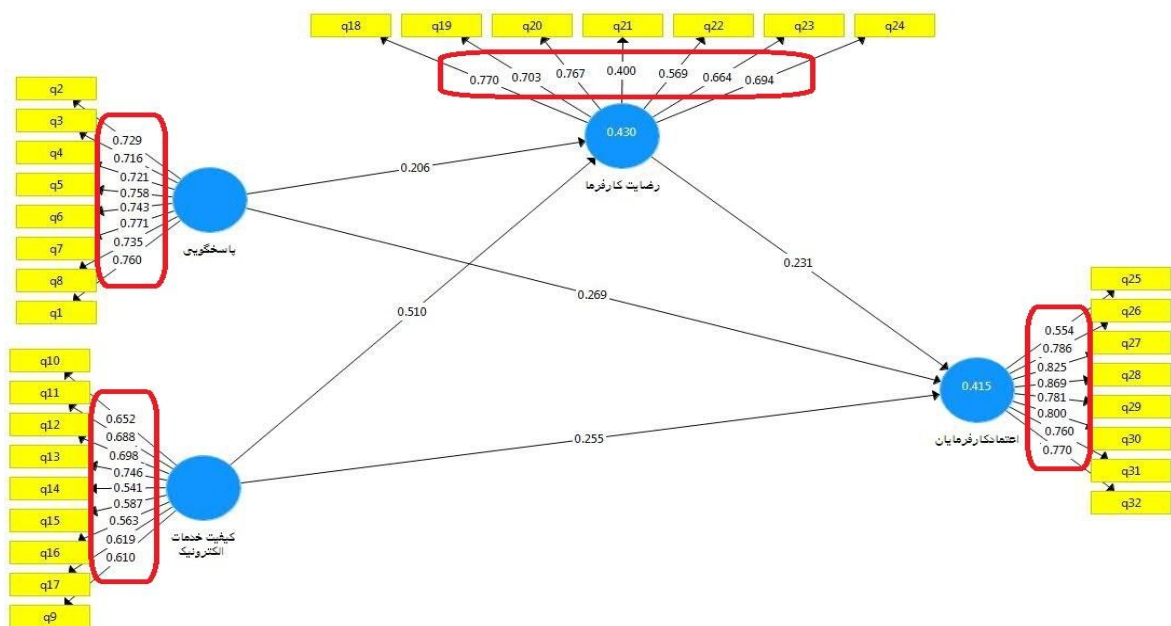
از نظر جنسیت از تعداد ۲۹۲ نفر نمونه آماری پژوهش، ۲۳۲ نفر مرد و ۶۰ نفر زن هستند. از نظر **وضعیت تاهل** از تعداد ۲۹۲ نفر نمونه آماری پژوهش، ۱۹۷ نفر متاهل و ۹۵ نفر مجرد هستند. **از نظر سن** بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش با ۱۶۱ نفر در گروه سنی ۳۱ الی ۴۰ سال و کمترین درصد نمونه آماری پژوهش با ۴۵ نفر در گروه سنی ۲۰ الی ۳۰ قرار گرفته اند. **از نظر سطح تحصیلات** بیشترین درصد نمونه آماری پژوهش سطح تحصیلات خود را فوق لیسانس و کمترین درصد نمونه آماری پژوهش سطح تحصیلات خود را دکتری عنوان نموده‌اند.

یافته‌های استنباطی

قبل از بررسی و آزمون فرضیه‌های لازم است برازش مدل بررسی شود برازش مدل در سه بخش انجام می‌شود ۱- برازش مدل- های اندازه گیری، ۲- برازش مدل‌های ساختاری و برازش مدل کلی

پایایی و روایی همگرا: پایایی شاخص، توسط سه معیار مورد سنجش قرار می‌گیرد: ۱) ضرایب بار عاملی (۲) آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR)

ضرایب بار عاملی: بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن، از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. بنابراین، مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۴ است؛ چنانچه پس از اجرای مدل، بار عاملی سوالاتی کمتر از ۰/۴ شد، آن سوال حذف می‌شود تا بررسی سایر معیارها تحت تأثیر آن قرار نگیرد. مطابق شکل ۱، تمامی بارعاملی سوالات بیشتر از ۰/۴ است از این رو حذف هیچکدام لازم نیست و می‌توان نتیجه گرفت که مدل، پایایی مناسبی دارد.



شکل ۱: مقادیر بار عاملی سوالات مربوط به متغیرهای پژوهش

➤ آلفای کرونباخ، روایی همگرا و پایایی مرکب (ترکیبی)

پایایی ترکیبی بیانگر میزان همبستگی سوالات یک بعد به یکدیگر برای برازش کافی مدل‌های اندازه‌گیری را مشخص می‌کند (فورنر ولارکر، ۱۹۹۱).

هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شوند همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه‌ی واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا است. وجود این همبستگی برای اطمینان از این که آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج^۱ (AVE) و پایایی مرکب^۲ (CR) محاسبه می‌شود. باید روابط زیر برقرار باشد:

$$CR > 0.7$$

$$AVE > 0.5$$

جدول ۱: نتایج روایی همگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ

متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (C.R)	آلفای کرونباخ
اعتماد کارفرمایان	۰/۵۶۵	۰/۸۱۵	۰/۸۹۶
رضایت کارفرما	۰/۶۳۸	۰/۹۱۲	۰/۹۰۰
پاسخگویی	۰/۵۹۸	۰/۸۷۷	۰/۸۴۶
کیفیت خدمات الکترونیک	۰/۸۵۳	۰/۹۱۴	۰/۸۹۷

^۱ Average Variance Extracted (AVE)

^۲ Composite Reliability (CR)

متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (C.R)	آلفای کرونباخ
----------------	-----------------------	---------------------	---------------

با توجه به جدول ۱: مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا تأیید می‌شود. مقدار پایایی مرکب (CR) در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر است بنابراین پایایی مرکب تأیید می‌شود. مقدار آلفای کرونباخ در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر است بنابراین پایایی پرسشنامه تأیید می‌شود.

روایی واگرا: برای بررسی روایی واگرا، از مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها با استفاده از روش فورنل و لاکر بهره گرفته شد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. همان‌گونه که در جدول شماره ۴-۷، برگرفته از روش فورنل و لاکر (۱۹۸۱)، مشخص می‌باشد، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر، از مقدار همبستگی میان آنها، بیشتر است. از این رو، می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان دیگر، روایی واگرای مدل در حد مناسبی است.

جدول ۲: نتایج روایی واگرا

کیفیت خدمات الکترونیکی	پاسخگویی	رضایت کارفرما	اعتماد کارفرمایان	
			۰/۷۵۱	اعتماد کارفرمایان
		۰/۷۹۸	۰/۵۳۳	رضایت کارفرما
	۰/۷۷۳	۰/۵۱۸	۰/۵۴۶	پاسخگویی
۰/۹۲۳	۰/۶۱۳	۰/۶۳۶	۰/۵۶۷	کیفیت خدمات الکترونیکی

برازش مدل ساختاری

مطابق با الگوریتم داده‌ها در pls بعد از برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری می‌رسد. مدل ساختاری برخلاف مدل اندازه‌گیری به سوالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان و همراه با روابط میان آنها بررسی می‌گردد.

➤ معیار R^2

هرچه مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای برازش مدل معرفی کرده است. مطابق با جدول زیر، مقدار R^2 با توجه به سه مقدار ملاک، می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید ساخت.

جدول ۳: مقادیر ضریب تعیین

مقادیر R^2	متغیرهای پژوهش
۰/۴۱۵	اعتماد کارفرمایان

متغیرهای پژوهش	مقادیر R^2
رضایت کارفرما	۰/۴۳۰

➤ شاخص افزونگی (CV red) یا آزمون ارتباط پیش بین یا Q^2 :

این معیار که توسط استون گیسر^۱ (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش بینی مدل در سازه‌های درون‌زا را مشخص می‌کند. به اعتقاد آنها مدل‌هایی که دارای برازش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زای مدل را داشته باشند. به این معنی است که اگر در یک مدل، روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها تاثیر کافی بر یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه‌ها به درستی تأیید شوند. هنسلر و همکاران^۲ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به عنوان قدرت پیش بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند. مقادیر مربوط به شاخص Q^2 متغیرها در جدول ۴ نمایش داده شده است. با عنایت به مقدار منعکس شده دارای قدرت پیش‌بینی قوی هستند و می‌توان عنوان نمود که نتایج نشان‌دهنده برازش قوی مدل ساختاری پژوهش است.

جدول ۴: مقادیر Q^2

متغیرهای پژوهش	مقادیر Q^2
اعتماد کارفرمایان	۰/۳۰۲
رضایت کارفرما	۰/۳۶۵

برازش مدل کلی

برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند تنها یک معیار به نام GOF استفاده می‌شود این معیار از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$GoF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

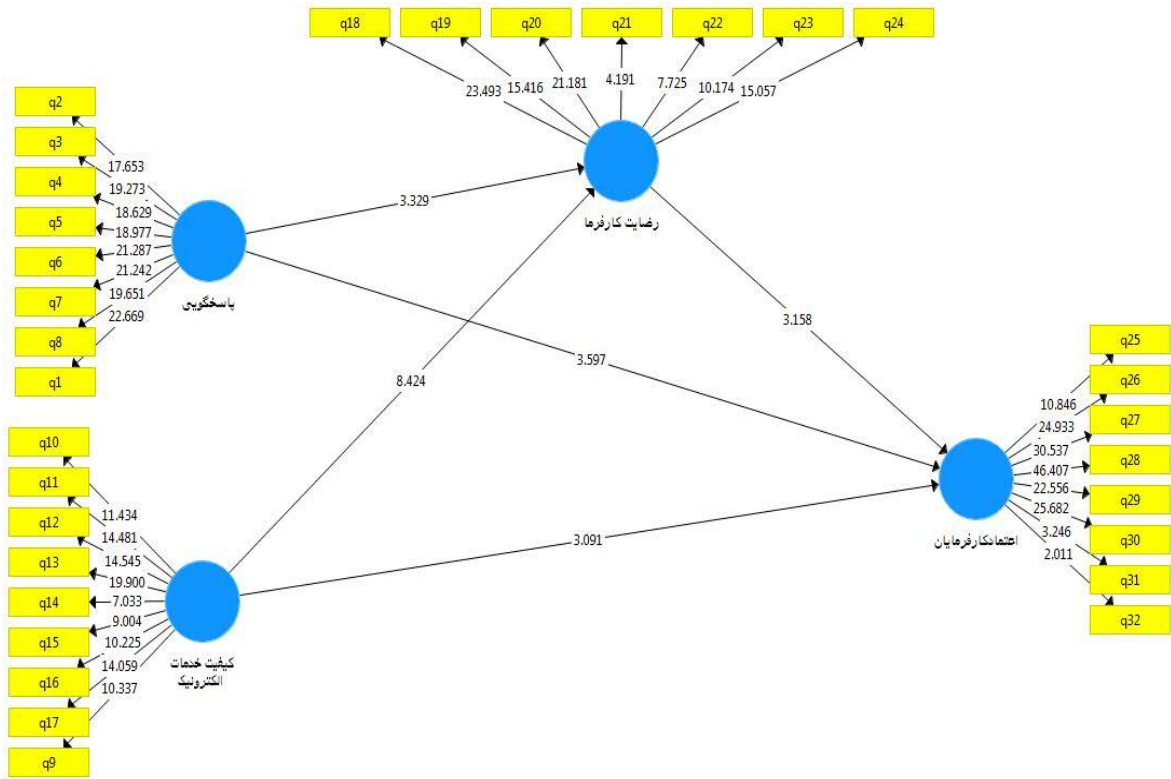
$$GOF = \sqrt{0/308 \times 0/422} = 0/360$$

Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه است و R^2 نیز مقدار میانگین مقادیر سازه‌های درون‌زای مدل است. وتلز و همکاران، سه مقدار ۰/۲۵/۰۱ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی نموده‌اند. با توجه به مقدار محاسبه شده برابر با ۰/۳۶۰ است و نشان‌دهنده برازش قوی مدل کلی پژوهش است.

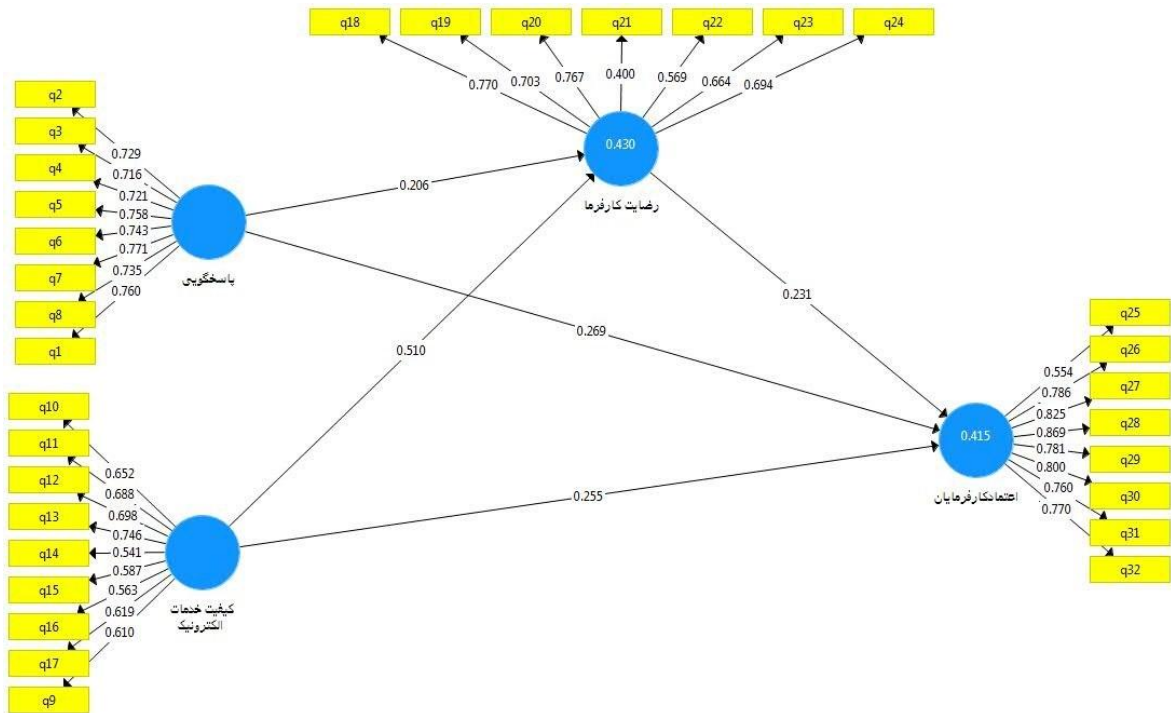
1. Auston Gieser
2. Henseler et al

آزمون فرضیه‌های پژوهش

پس از بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، نوبت به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش می‌رسد. مدل اجرا شده در محیط نرم‌افزار PLS برای آزمون فرضیه‌های پژوهش به شرح شکل‌های زیر ارائه شده است.



شکل ۲: مدل ساختاری بررسی فرضیه‌های پژوهش در حالت معناداری



شکل ۳: مدل ساختاری فرضیه‌های پژوهش در حالت ضریب استاندارد

آزمون فرضیه اصلی

فرضیه اصلی اول: پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد.

به منظور بررسی و آزمون فرضیه اصلی پژوهش که دارای متغیر میانجی می باشد از آزمون سوبل استفاده شد. در آزمون سوبل، یک مقدار Z-value از طریق فرمول زیر بدست می آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می توان در سطح ۹۵ درصد معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

$$Z - \text{Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

a : مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b : مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

sb : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

نتایج حاصل از آزمون فرضیه به شرح زیر است.

$$z - \text{value} = \frac{0.206 * 0.231}{\sqrt{0.231^2 * 0.043^2 + \sqrt{(0.206^2 * 0.079^2) + \sqrt{(0.043^2 * 0.079^2)}}}} = 2.43$$

با عنایت به میزان z - value بدست آمده که بالاتر از ۱/۹۶ است از این رو فرضیه پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد. مورد تأیید قرار می گیرد.

- تعیین شدت تأثیر متغیر میانجی

برای تعیین شدت تأثیر متغیر میانجی، از آماره ای به نام VAF استفاده می شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می کند و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک تر باشد، نشان از قوی تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار، نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل را می سنجد. مقدار VAF از طریق فرمول زیر محاسبه می شود

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

که در آن a مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و میانجی، b، مقدار ضریب مسیر بین میانجی و وابسته و c مقدار ضریب مسیر بین متغیر مستقل و وابسته است.

$$VAF = \frac{0.206 \times 0.231}{(0.206 \times 0.231) + 0.043}$$

برای متغیر پاسخگویی، مقدار تأثیر متغیر میانجی با استفاده از VAF، ۰/۱۵۰ به دست آمد و با توجه به مقدار تأثیر مستقیم متغیر مستقل بر وابسته که برابر با ۰/۲۶۹ بود می توان عنوان نمود که مقدار تأثیر مستقیم بیشتر از تأثیر غیر مستقیم است.

فرضیه اصلی دوم: کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه به شرح زیر است.

$$z - \text{value} = \frac{0.510 * 0.231}{\sqrt{0.231^2 * 0.023^2 + \sqrt{(0.510^2 * 0.079^2) + \sqrt{(0.023^2 * 0.079^2)}}}} = 3.55$$

با عنایت به میزان Z - value بدست آمده که بالاتر از ۱/۹۶ است از این رو فرضیه کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد. مورد تأیید قرار می گیرد.

با عنایت به نتایج بدست آمده فرضیه اصلی پژوهش پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد. مورد تأیید قرار می گیرد.

تعیین شدت میانجی:

$$VAF = \frac{\dots}{(0.5$$

برای متغیر کیفیت خدمات الکترونیکی، مقدار تاثیر متغیر میانجی با استفاده از VAF، ۰/۳۱۶ به دست آمد و با توجه به مقدار تأثیر مستقیم متغیر مستقل بر وابسته که برابر با ۰/۲۵۵ بود می توان عنوان نمود که مقدار تأثیر غیرمستقیم بیشتر از مستقیم است.

آزمون فرضیه های فرعی

فرضیه فرعی اول: پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. با توجه به شکل شماره ۲ مقدار آماره T بدست آمده ۳/۵۹۷ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد و می توان چنین استنباط نمود پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تاثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۳ ضریب مسیر بدست آمده برابر با (۰/۲۶۹)β است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این تأثیر به صورت مستقیم است. پس می توان عنوان نمود پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه فرعی دوم: کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به شکل شماره ۲ مقدار آماره T بدست آمده ۳/۰۹۱ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد و می توان چنین استنباط نمود کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۳ ضریب مسیر بدست آمده برابر با (۰/۲۵۵)β است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این تأثیر به صورت مستقیم است. پس می توان عنوان نمود کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد.

فرضیه فرعی سوم: رضایت کارفرما بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به شکل شماره ۲ مقدار آماره T بدست آمده $3/158$ است به گونه‌ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود رضایت کارفرما بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۳ ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta=0/231)$ ، است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این تأثیر به صورت مستقیم است پس می‌توان عنوان نمود رضایت کارفرما بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه فرعی چهارم: پاسخگویی تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به شکل شماره ۲ مقدار آماره T بدست آمده $3/329$ است به گونه‌ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود پاسخگویی تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۳ ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta=0/206)$ ، است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این تأثیر به صورت مستقیم می‌باشد. پس می‌توان عنوان نمود پاسخگویی تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه فرعی پنجم: کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به شکل شماره ۲ مقدار آماره T بدست آمده $8/424$ است به گونه‌ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ می‌باشد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. همچنین با توجه به شکل ۳ ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta=0/510)$ ، است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این تأثیر به صورت مستقیم است پس می‌توان عنوان نمود کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش واسطه‌ای رضایت کارفرما (مطالعه موردی: کارفرمایان کسب و کارهای کوچک شهرستان شازند) تدوین شد نتایج نشان داد که در ارتباط با فرضیه پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب و کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی با نقش میانجی رضایت کارفرما تأثیر معناداری دارد نتایج حاصل از این فرضیه تایید کننده آن بود. مطالعه پیشینه پژوهش، پژوهشی که به بررسی نقش واسطه‌ای رضایت در ارتباط بین پاسخگویی و کیفیت خدمات الکترونیک پرداخته باشد مشاهده نشد. فرضیه فرعی اول: پاسخگویی تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسب کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تأثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه حاکی از تأیید آن بود یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهش مولوی (۱۳۹۶)، هاشم زهی و جاه‌بین (۱۳۹۲)، ونکاتریشنا و همکاران (۲۰۲۳) ترن و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت که پاسخگویی یک مؤلفه کلیدی موفقیت سازمان است که به صورتی مثبت بر ارزیابی ارباب رجوع و پاسخ به محصولات و خدمات تأثیر می‌گذارد. اجرای برنامه‌ها و فعالیتهای پاسخگویی مناسب در نگرش مطلوب تر مصرف کننده و رضایت بالاتر از سازمان نقش دارند در نهایت این موجب تأثیر مثبت بر مصرف کنندگان در ارزیابی آن‌ها از سازمان و محصولات آن می‌گردد. بنابراین مصرف کنندگان تمایل دارند باور کنند که سازمان به فعالیت‌های پاسخگویی خود متعهد است به همین ترتیب پاسخگویی همچنین از نزدیک با مفاهیم اخلاقی همانند اعتماد مرتبط است که به ایجاد روابط مطمئن میان سهامداران داخلی و خارجی

کمک می‌نماید فرضیه فرعی دوم: کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر اعتماد کارفرمایان کسبوکارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تاثیر معناداری دارد. نتایج این فرضیه با یافته های پژوهش قبادی و خانی (۱۴۰۱)، بیک‌زاد و جلیلی نژاد (۱۴۰۱)، خلیل نژاد و دانشور (۱۳۹۸)، خداداد حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، فین (۲۰۱۰) همخوانی دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان گفت که کیفیت خدمات الکترونیک همواره تأثیر بسزایی در اعتمادسازی مشتریان برخط شرکتها و ایجاد رضایت مندی در آنها داشته و ارزیابی میزان کیفیت این خدمات از جمله عوامل مهم در جهت حفظ این مشتریان است (نائیج ۱۳۹۳). افزایش کیفیت خدمات برخط، موجب جلب اعتماد مشتریان خواهد شد اردلان) و خادمی و رسولی قهرودی (۱۳۹۵) مهدی زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان داد که هر چه کیفیت خدمات الکترونیکی بالاتر، رود اعتماد مشتریان نیز بیشتر خواهد شد. فرضیه فرعی سوم: رضایت کارفرما بر اعتماد کارفرمایان کسبوکارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تاثیر معناداری دارد. بررسی این فرضیه حاکی از تأیید آن بود. نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش خداداد حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، دهمرده و ناستیازی (۱۳۹۸)، یزدان شناس و آقایی (۱۳۹۹) همخوانی دارد. فرضیه فرعی چهارم: پاسخگویی تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسبوکارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تاثیر معناداری دارد. نتایج حاصل از این فرضیه تأییدکننده آن بود و نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش مولوی (۱۳۹۶)، هاشم زهی و جاه‌بین (۱۳۹۲)، ونکاتریشنا و همکاران (۲۰۲۳) ترن و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. فرضیه فرعی پنجم: کیفیت خدمات الکترونیک (طرح تحول دیجیتال) تامین اجتماعی بر رضایت کارفرمایان کسبوکارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی تاثیر معناداری دارد. نتایج حاصل از این فرضیه تأییدکننده آن بود و نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش یافته‌های پژوهش قبادی و خانی (۱۴۰۱)، بیک‌زاد و جلیلی نژاد (۱۴۰۱)، خلیل نژاد و دانشور (۱۳۹۸)، خداداد حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، فین (۲۰۱۰) همخوانی دارد.

با توجه به تاثیر مثبتی که پاسخگویی بر اعتماد و رضایت داشت پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- راه‌اندازی سیستم پاسخگویی در تمام رده‌های سازمانی تا حد ممکن به‌ویژه در رده‌های پایین تر که ارتباط بیشتر با مردم داشته باشند.
- فعالیت‌هایی مانند آموزش کارکنان در جهت افزایش پاسخگویی توجه شود.
- فراهم ساختن امکان دسترسی اسان کارکنان و مراجعان سازمان تامین اجتماعی شهرستان شازند به اطلاعات و خدمات در جهت افزایش اعتماد
- سازمان مورد مطالعه مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها را جذب نمایند و کارکنان را در ارائه پیشنهادات تشویق نمایند تا بتوانند پاسخگوی بهتری باشند.
- برقراری یک سیستم انتقادات و پیشنهادات خواهد توانست نظرات سازنده مشتریان را دریافت و در راستای اصلاح مشکلات ممکن قدم موثری برداشت.
- اطلاع‌رسانی به مردم در مورد امکانات، محدودیت‌ها، و فعالیت‌های خدماتی سازمان تامین اجتماعی شهرستان شازند
- افزایش مصاحبه‌های رسانه‌ای مدیران سازمان مورد مطالعه به منظور ارائه اطلاعات به شهروندان

با توجه به تاثیر مثبتی که کیفیت خدمات الکترونیکی بر اعتماد و رضایت داشت پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- توسعه منابع انسانی و بهبود آموزش خدمات الکترونیک جهت ارتقاء دانش فنی و تخصص کارکنان در خصوص ارائه خدمات الکترونیکی
- برنامه‌ریزی در راستای بهبود مستمر از طریق شناسایی و اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات الکترونیکی ارائه شده برنامه‌ریزی و هماهنگی به منظور پاسخگو کردن مجموعه واحدهای اینترنتی و الکترونیکی سازمان نسبت به مشتریان به‌صورت بی‌واسطه (On Line) و با واسطه از طریق ارزیابی کیفیت بازنگری
- اصلاح شیوه‌های رسیدگی به شکایات مشتریان به لحاظ سرعت رسیدگی و کوتاه کردن فرآیند رسیدگی

- توجیه کامل مدیران سازمان تامین اجتماعی شهرستان شازند به وظایف مرتبط با توسعه خدمات الکترونیک
 - استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی در جهت ارتقای کیفیت خدمات الکترونیکی سازمان تامین اجتماعی شازند
 - اصلاح، تقویت و به روزرسانی زیرساخت‌های فنی و الکترونیکی
 - تهیه و توزیع بسته‌های آموزشی مناسب و ارائه اطلاعات کامل پیرامون خدمات الکترونیکی سازمان
- با توجه به تاثیر مثبتی که رضایت بر اعتماد کارفرمایان کسب کارهای کوچک به سازمان تامین اجتماعی و همچنین نقش میانجی رضایت پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:**
- تقویت ارزش‌مداری اعمال تنبیه و تشویق کارکنان براساس اعلام رضایت و عدم رضایت کارفرمایان و تأثیرگذاری ارتقاء شغلی و اداری پرسنل
 - شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان در راستای ارتقای رضایت مراجعه‌کنندگان
 - راه‌اندازی تالار گفتگوی مجازی در راستای ارائه بهتر خدمات و ارتقای رضایت مراجعه‌کنندگان

References

- Alshamsi, A., Alshurideh, M., Kurdi, B. A., & Salloum, S. A. (2021). The influence of service quality on customer retention: A systematic review in the higher education. In *Proceedings of the International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics* PP. 404-416. International Publishing.
- Asghari, H., & Assadi, E. (2013). Investigating the Effect of Accountability on Public Trust and in Political Trust (case study: Iranian Public Organizations). *Public Policy In Administration*, 4(issue 9,10), PP.53-75.(In Persian).
- Bai, B., Law, R., & Wen, I. (2008). The Impact of Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intentions: Evidence from Online Chinese Visitors. *International Of Hospitality Management*, 27(6), PP.391-408.
- Bovens, M. (2005), *Accountability*, Part of The Oxford Handbook of Public Management, Oxford: Oxford University Press.
- Elfati A, Yousefi B, Bahrami Sh, Eid H (2021) Identification and Prioritization of Response Barriers to Sports Organizations. *Sport management (movement)*. 13(1),PP.141-160.
- Endeshaw, B. (2021). Healthcare service quality-measurement models: a review. *Journal of Health Research*, 35(2), PP.106-117.
- Feng, Z., Vlachantoni, A., Liu, X., & Jones, K. (2016). Social trust, interpersonal trust and self-rated health in China: a multi-level study. *International journal for equity in health*, 15(1), 180
- Finn, A. (2010). Investigating the Non Linear Effects E-Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(1), PP.27-50.
- Ha, J. C., & Lee, J. W. (2022). Realization of a sustainable high-performance organization through procedural justice: the dual mediating role of organizational trust and organizational commitment. *Sustainability*, 14(3), PP.12-59.
- Ha, J. C., & Lee, J. W. (2022). Realization of a sustainable high-performance organization through procedural justice: the dual mediating role of organizational trust and organizational commitment. *Sustainability*, 14(3), 1259.
- Kabiri A, Alireza C, Talebi M, Sheikhlo M (2020) The Relationship between Ethical Dimensions of Spirituality in the Workplace, with Organizational Health and Organizational Trust. *Ethics in Science and Technology*. 14(2),PP.90-83.

- Kao, T., & Lin, W. T. (2016). The relationship between perceived e-service quality and brand equity: A simultaneous equations system approach. *Computer in Human Behavior*, 57, 21
- Khalilnejad, Sh, & Daneshvar Deilmi, M. (2019). The effect of perceived e-service quality on willingness to use e-service systems: the mediating role of e-satisfaction, brand image and perceived risk. *Tourism Management Studies*, 14(47), PP.261-287.
- -Khani, M, & Qabadi, T (2022). Investigating the effect of electronic service quality on customer satisfaction and trust in online shopping (case study: Digikala online store). *Approaches in Business Management*, 3(9), PP.23-40.
- Khodadad Hosseini, S. H., Moshabaki, A., & Molaei, F. (2017). Exploring the Effect of Electronic Service Quality on Electronic Loyalty: Considering the Mediating Role of Electronic Satisfaction, Perceived Value and Electronic Word of Mouth (The Case of E-Retailers in Tehran). *New Marketing Research Journal*, 7(2), PP.1-16. doi: 10.22108/nmrj.2017.21795
- Kuhn, C., Groves, B. K., Kaczor, C., Sebastian, S., Ramtekkar, U., Nowack, J., ... & Gowda, C. (2019). Pharmacist involvement in population health management for a pediatric managed Medicaid accountable care organization. *Children*, 6(7), 82.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. *Information & Management*, 57(3), PP.103197.
- Luo, Q., & Zhang, H. (2016). Building interpersonal trust in a travel-related virtual community: A case study on a Guangzhou couchsurfing community. *Tourism Management*, 54, PP.107-121.
- Milligan, P. K. (2014). The impact of trust in leadership on officer commitment and intention to leave military service in the United States Air Force (Doctoral dissertation, Capella University).
- Milliman, J., Czaplewski, A. J., & Ferguson, J. (2013). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of organizational change management*.
- Moghimi, S, Mohammad and Ara'i Ardakani M (2014) Measuring good governance indicators and the role of e-government in promoting it I *Information Technology Management*, 1(3).PP.165-186.
- Molavi, Z., Hosseini Aboali, M., & Jafari, S. M. B. (2017). Promoting Citizens' Public Trust: Studying the Role of Good Governance and E-Government Services. *Social Capital Management*, 4(4), 571-594. doi: 10.22059/jscm.2018.249639.1524
- Monavvarin. A. 2010. Work Ethics and Organizational Values. Institute for Management And Planning Studies (IMPS).
- Mulgan, R. (2013). Holding power to account: Accountability in modern democracies. Basingstoke: Plegrave.
- Nafti, M., & Hosseinzadeh, A. (2018). Analysis the effect of organizational trust on organizational commitment through the mediating role of organizational virtues and job motivation (Case of: Employees of Meli Bank of Mashhad). *Transformation Management Journal*, 10(2), 67-94. doi: 10.22067/pmt.v10i2.63999
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing science*, 48, PP.543-564.
- Ribbink, D., Riel, A., Liljander, V., & Streukens, S. (2019). Comfort your online customer: quality, trust, and loyalty on the internet. *Managing Service Quality*, 14, PP.446-456.

- Sekhon, S. K., & Srivastava, M. (2018). Conquering workplace loneliness individual or organization accountability. *Human Resource Management International Digest*.
- Tran, Y. T., Nguyen, N. P., & Hoang, T. C. (2021). The role of accountability in determining the relationship between financial reporting quality and the performance of public organizations: Evidence from Vietnam. *Journal of Accounting and Public Policy*, 40(1), 106801.
- Venkatakrishnan, J., Alagiriswamy, R., & Parayitam, S. (2023). Web design and trust as moderators in the relationship between e-service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The TQM Journal*, (ahead-of-print).
- Verburg, R. M., Nienaber, A. M., Searle, R. H., Weibel, A., Den Hartog, D. N., & Rupp, D. E. (2018). The role of organizational control systems in employees' organizational trust and performance outcomes. *Group & organization management*, 43(2), PP.179-206.
- West, D. (2014), E-government and the transformation of service delivery and citizen attitudes. *Public Administration Review*, 64(1), PP.15-27
- Wulandari, D. (2022). Customer Satisfaction as a Priority in Excellent Banking Services. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 1(1), PP.27-34.
- Yazdan shenas ,H & Aghaii,M (2020). Roles of Ethical Climate and Perception of Organizational Politics in Organizational Trust and Affective Commitment of Staff of Ministry of Sport and Youth. *Human Resource Management in Sports*, 8(1),PP. 105-122.
- Yu, M. C., Mai, Q., Tsai, S. B., & Dai, Y. (2018). An empirical study on the organizational trust, employee-organization relationship and innovative behavior from the integrated perspective of social exchange and organizational sustainability. *Sustainability*, 10(3), 864.