

Second International Conference on Management and Development Culture  
شناسائی و بررسی تاثیر مولفه های اعتماد مشتری بر مدیریت اعتماد در  
سازمان های دولتی ایران

مراد شمسی استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

### چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسائی مولفه های اعتماد مشتری مدیریت اعتماد در سازمان های دولتی ایران است. روش تحقیق اکتشافی و تأییدی است. جامعه آماری در بخش کیفی خبرگان شامل اساتید صاحب نظر در موضوع تحقیق در دانشگاه های کشور و در بخش کمی کارکنان سازمان های دولتی خوزستان می باشند که خبرگان از طریق از فن دلفی به تعداد 12 نفر و کارکنان نیز با استفاده از جدول مورگان به تعداد 384 نفر به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شدند. داده های تحقیق پس از جمع آوری با استفاده از روش های آماری ماتریس چرخشی عاملی، واریماکس، معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL تحلیل شدند. نتایج نشان داد که مولفه های برندسازی با ضریب تاثیر (77/)، مشتری مداری (94/)، رسیدگی به شکایات (80/0) و کیفیت کالا یا خدمات (80/0) بر مدیریت اعتماد در سازمان های دولتی ایران تاثیر دارند.

واژه های کلیدی: اعتماد، تعاریف رایج اعتماد، اعتماد مشتری

### Identify and evaluate the impact of customer confidence component of management's confidence in government agencies

Morad shamsi

#### Abstract

*This study aims to identify the components of customer confidence in the government's trust management method exploratory study and approval. Exploratory and confirmatory statistical Ast.jamh quality research sector experts, including experts in research in universities and government agencies in the province have little staff Reporters through the Delphi technique to 12 patients and staff using Morgan table 384 were selected as sample. The results showed that branding components by a factor of impact (77 /), customer satisfaction (94 /), complaints (80/0) and the quality of goods or services (80/0) have an impact on management's trust in government agencies .*