

# طراحی و تبیین الگوی مدیریت شایعه در سازمان

راحله علمی<sup>۱</sup>، جعفر بیک زاد<sup>۲</sup>

## چکیده:

هدف کلی تحقیق حاضر طراحی و تبیین الگوی مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان شهرستان بستان آباد می باشد جامعه آماری این تحقیق کارکنان شبکه بهداشت و درمان بستان آباد می باشد که تعداد آنها ۳۸۱ نفر است. حجم نمونه آماری بر اساس رابطه کوکران ۱۹۲ نفر برآورد و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات دو پرسشنامه؛ پرسشنامه محقق ساخته شایعه در سازمان و پرسشنامه عوامل موثر بر مدیریت شایعه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی است که پس از سنجش روایی و پایایی و اطمینان از آن در اختیار نمونه آماری

---

<sup>۱</sup>. کارشناس ارشد مدیریت دولتی [relmi1364@gmail.com](mailto:relmi1364@gmail.com)

<sup>۲</sup>. دکتری تخصصی مدیریت دولتی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. بدین ترتیب که برای طبقه بندی، تلخیص و تفسیر سوالات پرسشنامه از روش آماری توصیفی و در سطح استنباطی برای سنجش میزان شایعه سازمانی در بین کارکنان از آزمون t تک گروهی و شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت شایعه سازمانی به منظور ارائه مدل از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی و جهت اولویت بندی عوامل مؤثر بر مدیریت شایعه سازمانی از آزمون فریدمن با نرم افزار های SPSS و Lisrel استفاده شده است.

**واژگان کلیدی:** شایعه، شایعه سازمانی، مدیریت شایعه، عوامل فردی، عوامل مدیریتی، عوامل عدالت سازمانی، عوامل سازمانی

### مقدمه:

شایعات در جامعه ما در جریانند، از منزل شخصی گرفته تا اتاق هیات مدیره و می توانند روی نگرش و رفتار ما و حتی روی طرز جهان بینی ما انسانها تاثیر فراوانی برجا گذارند تعاریف متعددی از شایعه در علم روانشناسی صورت پذیرفته است. طبق نمونه ای از این تعاریف، شایعه مجموعه نابی از فعالیتهاست که با ایجاد احساس در افراد (Bordia & difonzo, 2004) جهت فهم جهان اجتماعی و انجام عمل موثر صورت می گیرد. طبق یافته های محققان در زمینه شایعه، فرآیندهای ادراکی (Heider, 1958) و فرهنگ (Baumeister, 2004) در ایجاد این احساس کمک کننده است. با توجه به تعاریفی که از شایعه گردیده است، شایعه می تواند درست یا نادرست باشد، زیرا هیچ گونه مدرکی دال بر صحت و سقم آن وجود ندارد. از طرفی دیگر انتقال زبانی شایعات، احتمال نادرستی و انحراف از حالت اولیه و اصلی آن را امکانپذیر می سازد (Difonzo & et al, 2013, P.379).

بیشتر شرکتهای مشهور در معرض شایعات و پیامدهای ناگوار ناشی از آن قرار داشته و دارن (Einwiller & Kamins, 2008). امروزه شایعه به رسانه ای بی بدیل برای رسانه های رسمی تبدیل شده است. دامنه شمول شایعه در شرایط بحرانی و اضطراری، بیش از سایر شرایط است (الیاسی و جواد، ۱۳۸۵، ص ۱۷۸).

## بیان مسئله

امروزه بی اخلاقی بیماری جدید سازمان ها است که از فقدان تعهد سازمانی منبعث می شود. از آن نمونه، بحث گرایش کارکنان به شایعات سازمانی و شایعه سازی است. شایعات سازمانی تحت عنوان بیماری سازمانی نیز آورده شده اند. براین اساس شایعه را یک عامل بازدارنده برای پیشبرد اهداف سازمانی می دانند و که باعث کاهش بهره وری نیروی انسانی می شود (خنیفرو و همکاران، ۱۳۹۱، صص ۶۱-۶۲). در تعریف دیگر شایعه اخبار تائید نشده در باره کارهای خصوصی دیگران است که بصورت غیررسمی بین افراد به اشتراک گذاشته می شود (Litman & pezzo, 2005, P.963). شایعه یکی از عواملی است که همواره از دید و توجه سازمان ها پنهان مانده است و بدین دلیل اهمیت آن در ایجاد بحرانهای روحی و روانی و ارتباطی سازمان نادیده گرفته می شود. شایعه سازی و شایعه پراکنی از جمله شاخص هایی است که می توان درجه و میزان روابط سالم در سازمان را با آن سنجید (بهبودی، ۱۳۸۷، صص ۶۱).

عوامل بسیاری بر مدیریت شایعه در سازمان موثر بوده و بر آن مرتبط می باشند. که در تحقیق حاضر سعی شده است عوامل موثر بر مدیریت شایعه در سازمان جهت آرایه الگوی مناسب مدیریت شایعه در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور عوامل موثر در مدیریت شایعه در سازمان با مطالعه مقالات، کتب و تحقیقات پیشین بصورت اولیه به شرح زیر تعریف گردیده است. عوامل نهایی با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی احصاء خواهد شد.

ساده لوحی و زود باوری، ناامنی و زود برانگیختگی افراد، پرگویی و گزافه گویی، غیبت و دروغ گویی، ایستایی شخصیت، اعتماد به نفس، خود توجهی و کژاندیشی (افروز، ۱۳۷۵، صص ۶۲۲-۶۲۳)، دوره های آموزشی، فرایند ارتباطات، عدالت استخدامی، انتصاب افراد براساس شایستگی (ساعتچی، ۱۳۷۰، صص ۵۹)، ابهام، اهمیت موضوع، هیجانات، عقاید (Pezzo & Beckstead, 2006, PP.91-92)، فاکتورهای موقعیتی (Foster, 2004, PP.82-83)، متغیرهای روحی، متغیرهای اجتماعی (kimmel, 2004, PP.51-52)، میزان روابط رسمی و غیر رسمی، وجدان کاری، اطلاعات (Crnkovic & Anokhina, 2008, P.3)، نگرش مثبت کارکنان، معنویت در محیط کار، رشد اخلاق حرفه ای بین کارکنان، روابط مناسب بین مدیریت و کارکنان، روحیه همبستگی بین کارکنان، آموزشهای اخلاقی، برگزاری جلسات گفت و شنود، تامین بهداشت روان و ایجاد تعادل عاطفی، جریان مناسب اطلاعات، تعهد سازمانی کارکنان، استقرار سیستم مناسب پاسخگویی، سبک

های رهبری انسان مدار، صمیمیت کارکنان، مشارکت کارکنان در تصمیم گیری های سازمانی، مدیریت تغییرات سازمانی، خشنودی شغلی کارکنان، درون گرایی کارکنان، اقدامات قانونی علیه شایعه سازان، شفاف سازی، وفاداری، تسهیل ارتباطات سازمانی، سیستم حقوق و دستمزد، عدالت توزیعی، عدالت رویه ای، عدالت مرآوده ای، تقویت کارگروهی، سیستم پاداش و جبران، امنیت شغلی کارکنان، اعتماد سازمانی، ساختار سازمانی ارگانیک، سیستم اطلاع رسانی، خلاقیت و نوآوری، فرهنگ حمایتی مدیریتی، امانتداری در محیط کار، دلبستگی شغلی کارکنان، منصفانه بودن کارکنان، تقویت نگرش مثبت کارکنان، هماهنگی و ثبات در اطلاع رسانی، بیان چهره به چهره واقعیات، برون گرایی کارکنان، بیان حقایق از زبان افراد معتمد، توجه به ارتباطات انسانی، ترغیب به رفتارهای منطقی، شفافیت تصمیمات، اطلاع رسانی به موقع، بی اعتبار ساختن منابع شایعه ساز، انتشار شایعات عکس، ساختار سازمانی مکانیک، سبک رهبری انسان مدار، عزت نفس کارکنان

### چهارچوب نظری

مبانی نظری تحقیق حاضر، مروری خلاصه وار بر مباحث مدیریت شایعه سازمانی می باشد که در ادامه به آن پرداخته می شود.

### مفهوم و تعریف شایعه

شایعات اغلب با عنوان "گوشتی پاره پاره" از روابط عمومی و ارتباطات کارکنان هستند. با وجود اینکه شایعات همیشه مضر نیستند، محاوراتی که در سازمان جریان می یابند، می توانند از وجدان کاری، تعهد سازمانی و شهرت و اعتبار شرکت بکاهند. به گفته دیفنزو، روانشناس شهیر جهانی، شایعه در جدال با روابط رسمی است (Difonzo & Bordia, 2000, P.174)

در لغت نامه دهخدا شایعه این گونه معنا شده است: در تداول امروز، خبرهای بی اصل است که در میان مردم بر سر زبانها باشد (دهخدا، ۱۳۷۳، ص ۲۴). مطابق دیکشنری وبستر شایعه: (۱) سخن یا عقیده ای که بطور وسیعی پخش می شود، بدون اینکه منبع موثقی داشته باشد. (۲) عبارت یا گزارشی که جاری است، بدون اینکه صحت و سقم آن شناخته شده باشد (Schindler, 2007, P.7). دیفنزو و بوردیا به نقل از رسنو و کیمل (۲۰۰۰)، شایعه را پیشنهاداتی از عقاید تایید نشده دانسته اند، که ارتباط موضوعی با افرادی دارد که آن را پخش می کند (Difonzo & bordia, 2002, P.785). در تعریف دیگر شایعه اخبار تایید نشده در باره کارهای خصوصی دیگران است که بصورت غیررسمی بین افراد به اشتراک گذاشته می شود (Litman & Pezzo, 2005, P. 963). از نظر الپورت و پستمن مشخصه های اساسی شایعه عبارتند از: (۱) از طریق دهان به دهان منتقل می شود. (۲) اطلاعاتی درباره

افراد، حوادث و موقعیت‌ها ارائه می‌دهد.۳) آن‌ها نیازهای عاطفی افراد را از طریق ارتباطات، جاری و برآورده می‌سازند (Crescimbeno & et al, 2012, P. 422). شایعه ضربه یا حرکت نامعینی از اطلاعات، وابسته به موضوعاتی می‌باشد که گروه‌ها به آن اهمیت می‌دهند. شایعه، شبیه به اخباری است که از مجاری نامشخصی انتقال می‌یابد، ممکن است درست یا نادرست باشد. ممکن است از طریق دهانی، فاکس، پیام اینترنتی و یا از هر کانال دیگری صورت گیرد (Brown & Steel, 2009, P.701).

الپورت و پستمن به عنوان اولین پیشگامان نظریه‌پردازی پیرامون شایعه، ادعای گسترده خود را تحت عنوان "قانون پایه‌ای شایعه" نامیدند. این قانون اظهار می‌کند که شایعه (R) با اهمیت موضوع از دیدگاه اشخاص (i) و از طرف دیگر با ابهام (a) آن تغییر می‌کند (Rosnow & Foster, 2005, P.1).

### $R \propto i * a$

شایعات، طرز تفکرات و نگرش‌ها درباره اشارات سطحی هستند که بدون داشتن تأییدیه رسمی انتشار می‌یابند (Pendelton, 1998, PP.70-71). در روانشناسی اجتماعی به انواع مختلفی از شایعات از منظر جامعه شناسان اشاره گردیده است. نمونه‌هایی از این شایعات، شایعات سیاسی (Berinsky, 2012, PP.3-7)، شایعات تجاری (Kimmel, 2014) (Marshall & et al, 2014) (Schinder, 2007, PP. 29-30) (Schinder, 2007, PP. 29-30)، شایعات مذهبی (بهرامی، ۱۳۸۳) و شایعات حوزه پزشکی و بهداشتی (Briesen & et al, 2010) می‌توان اشاره نمود. مدیریت اطلاعات و شایعات در کشورهای قدرت طلب امری بسیار مهم است (Haug, 2014, PP.1-3). شایعات در زمان تغییرات محیطی و موقعیت‌های بحرانی افزایش می‌یابند (shibutani, 1966, PP.34-35). ایجاد ناامیدی، ایجاد وحشت و هراس، ایجاد بدبینی و تنفر، انحراف مسیر اخلاقی، ایجاد غرور بی‌جا، انگیزه‌های اقتصادی، انگیزه‌های اعتقادی، انگیزه‌های نظامی، انگیزه‌های انحرافی از انگیزه‌های ایجاد شایعات هستند (یحیایی ایل‌های، ۱۳۸۶، ص ۱۸). دیفنزو و بوردیا در سال ۱۹۹۹ شایعات را به دو نوع شایعات داخل سازمانی و شایعات خارج سازمانی (Difonzo & Bordia, 1999, PP.6-7) دسته بندی کرده‌اند در دسته بندی دیگری شایعات را به سه دسته تقسیم بندی کرده است:

۱. شایعات به عنوان رویاهای امکان‌ناپذیر: که انتظارات عمومی و نتایج مورد انتظار را منعکس می‌کند.
۲. شایعات بر اساس ترس و وحشت: که ترس‌های عمومی و هیجانات را منعکس می‌نماید.
۳. شایعات ناشی از عدم توافق: که در جهت تضعیف اتحاد و روابط دوستانه است (Crescimbeno & et al, 2012, P.423).

باتوجه به تعاریف فوق مشخص می‌شود که شایعه انتقال می‌یابد. اما چگونه؟ بحث حاضر دو مدل تئوریک و مشخصه بارز هر کدام را بیان می‌کند.

در نوع اول، روش زنجیره‌ای، شایعه از فردی به فرد دیگر، به روش سریال و پشت سرهم انتقال می‌یابد.

$$A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow D \rightarrow E \rightarrow F$$

در نوع دوم انتقال شایعه، افراد زیادی، شایعه را از بیش از یک نفر می‌شنوند. روش انتقال نوع دوم شاید شبیه به شکل زیر باشد (Buckner, 1965, P.38).

$$A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow D \rightarrow E$$

$$F \rightarrow G \rightarrow H \rightarrow I \rightarrow J$$

در مقاله‌ی دیگری الگوهای انتشار شایعه به صورتهای خوشه‌ای، تابشی، تصادفی و رشته‌ای مشخص گردیده است (بهبودی، ۱۳۸۷، صص ۶۳-۶۴).

از پیامدهای شایعات فرسایش اعتماد به نفس، کاهش روحیه کارکنان، عواطف منفی، کاهش تعهد سازمانی است (Difonzo & Bordia, 1998, P.296). شایعات باعث کاهش بهره‌وری، کاهش وجدان کارکنان، لکه‌دار کردن شهرت و مانع از ارتباطات رسمی سازمانی می‌گردد (Difonzo & Bordia, 2000, P.174). در تلاش دیگری توسط دولماتاوا شایعات به دو نوع مثبت و منفی تقسیم‌بندی شده است. اگرچه آنچه به نظر می‌رسد این است که جنبه منفی شایعات نسبت به جنبه مثبت آن در سازمان شیوع بیشتری دارد. این بدین دلیل است که شاید شایعات مثبت جذابیت کمتری داشته و یا اینکه از ابهام و هیجان کمتری برخوردارند (Dolmatova, 2012, P.24).

### شایعه در محیط کار

اگرچه شایعات موجودیتی فیزیکی ندارند ولی می‌توانند هم روی جنبه‌های مادی و ملموس و هم روی جنبه‌های ناملموس شرکت یا سازمان تاثیرگذارند. در سازمان نگرانی‌های زیادی از قبیل تغییرات، امنیت شغلی، کیفیت شغلی وجود دارد که کارکنان را نسبت به مدیریت سازمان و حتی آینده خود نگران می‌سازد، و این امر می‌تواند زمینه‌ای برای جرقه زدن شایعه گردد (Difonzo, Bordia & Rosnow, 1994). شایعات می‌توانند باعث آسیب‌های روحی و روانی بر کارکنان گردند. در این مواقع ممکن است که کارکنان شروع به عداوت و دشمنی با هم‌دیگر نمایند (manaf & et al, 2013).

P.54

### چرا مردم شایعات را می‌پذیرند؟

دیفنزو و بوردیا روی چهار علت اصلی تاکید می‌کند:

با نگرش شنونده هم خوانی داشته باشند، بر آمده از یک منبع موثق باشند، بصورت مکرر شنیده شود تکذیب شده نباشد (Difonzo & Bordia, 1999, PP.6-7).

### مدیریت شایعه

برای مدیریت شایعه شناخت مسیر آن خیلی مهم است. الپورت و پستمن که در کتاب معروف خود، جامع‌ترین مطالعات را انجام داده‌اند، یافته‌های خود را به صورت سه اصل تسطیح، برجستگی، و ادغام یا همانندسازی اساسی دسته‌بندی کرده‌اند (Knopf, 1975, P.13). آموزش، اجبار، وفاداری، رسانه ای کردن، ارتباطات و شهرت مثبت سازمانی از راهکارهای مقابله با شایعات سازمانی است (Dolmatova, 2012, PP. 87-90).

### پیشینه تحقیق

در رابطه با مدیریت شایعه در سازمان تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که به چند مورد اشاره می‌گردد:

از نمونه تحقیقات انجام شده در خارج از کشور؛ داستان دو شرکت، مدیریت ابهام در زمان تغییرات سازمانی؛ عنوان تحقیقی است که توسط بوردیا و دی فنزو در سال ۱۹۹۸ در موسسه روچستر آمریکا صورت پذیرفته است (Difonzo & Bordia, 1998, PP.295-303). آیا شایعات در مدیریت دانش سهم دارند؟ در قالب طرح تحقیقاتی توسط براون و کستر استیل در دانشگاه گوئین‌لند جنوبی استرالیا، در سال ۲۰۰۹ صورت پذیرفته است (Brown & Catter-steel, 2009, PP.698-710). از نمونه تحقیقات انجام شده در داخل کشور؛ بررسی نقش شایعه در سازمان؛ توسط ابوالفضل حسنی مقدم، در قالب پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت در دانشگاه امام جعفر صادق (ع) در سال ۱۳۷۹ صورت گرفته است (حسنی مقدم، ۱۳۷۹). پیش‌بینی نگرش به شایعه از طریق ویژگی‌های شخصیتی، عواطف مثبت و منفی و بهزیستی روانشناختی؛ توسط علی دل‌اور و مجید صفاری‌نیا، به راهنمایی دکتر مژگان سپاه منصور در سال ۱۳۹۰، در دانشگاه تهران صورت پذیرفته است (سپاه منصور و همکاران، ۱۳۹۰، صص ۱۰۶-۱۲۲).

### سوالات تحقیق

۱. میزان بروز شایعه در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد در چه حدی است؟
۲. عوامل موثر بر مدیریت شایعه در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد کدامند؟
۳. الویت بندی عوامل موثر بر مدیریت شایعه در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد چگونه است؟



۴. الگوی مناسب مدیریت شایعه در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد چیست؟

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث روش، توصیفی و اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان شبکه بهداشت و درمان شهرستان بستان آباد می باشد که تعداد آنها ۳۸۱ نفر است. در این تحقیق ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه است و برای تعیین روایی ابزار جمع آوری اطلاعات از روایی نمادی یا صوری استفاده گردید. برای آزمون پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. با استفاده از نرم افزار آماری SPSS میزان پایایی سؤالات مربوط به سنجش میزان شایعه در بین کارکنان و عوامل موثر بر مدیریت شایعه در بین کارکنان بترتیب ۰/۸۰۹ و ۰/۷۶۸ بدست آمد. مقدار این آماره ها نشان می دهد که اولاً سؤالات پرسشنامه همبستگی بالایی با یکدیگر دارند و ثانیاً پرسشنامه تحقیق، از پایایی بالایی برخوردار می باشد.

### تجزیه و تحلیل داده‌های آماری

به منظور تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از پرسشنامه های جمع آوری شده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای توصیف پاسخهای نمونه آماری به سؤالات، از جدولهای توزیع فراوانی و درصد پاسخهای مربوط به سؤالات استفاده شد. و برای نشان دادن داده های آماری سؤالات عمومی به صورت مجسم، از نمودارهای ستونی استفاد گردیده است. در سطح استنباطی برای سنجش میزان شایعه در بین کارکنان از آزمون  $t$  تک گروهی و شناسایی عوامل موثر بر مدیریت شایعه سازمانی به منظور طراحی و تبیین الگوی مدیریت شایعه از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و جهت اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت شایعه سازمانی از آزمون فریدمن با نرم افزارهای SPSS و Lisrel استفاده گردیده است

سؤال ۱: میزان شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد در چه حدی است؟

برای بررسی این سؤال پژوهشی از آزمون  $t$  تک گروهی بهره گرفته شده است.

میزان شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد بالاتر از حد متوسط

$H_1$ : است.

میزانشایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد بالاتر از حد متوسط

$H_0$ : نیست.

## جدول شماره ۲-۱: نتایج آزمون t تک گروهی برای تعیین میزان شایعه سازمانی

ارزش مورد آزمون = ۳						
حد بالا	حد پایین	اختلاف میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	t	
۳/۹۱۶۸۹	۳/۶۵۹۲۳	۳/۷۸۸۰۶۰	۰/۰۰۰	۱۹۲	۵۷/۸۳۸	شایعه سازمانی

با توجه به اینکه میزان شایعه سازمانی بر اساس پرسشنامه‌های بدست آمده برابر ۳/۷۸۸۰۶ بوده و این مقدار از متوسط این متغیر که ۳ می‌باشد بزرگتر است و این تفاوت با توجه به سطح معنی‌داری کوچکتر از ۰/۰۵ در آزمون t معنی‌دار است؛ و چنانچه در جدول شماره ۴-۶۷ ملاحظه می‌گردد در سطح معنی‌داری دو دامنه‌ای، سطح معنی‌داری آزمون t تک گروهی ۰/۰۰۰ بوده و این سطح از حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰۵ کوچکتر بوده و نیز با توجه به مقدار t محاسبه شده که ۵۷/۸۳۸ می‌باشد و این مقدار از ۱/۹۸۷۳ مقدار بحرانی t در سطح اطمینان ۰/۹۵ و درجه آزادی ۱۹۲ بزرگتر می‌باشد، پس فرض  $H_0$  رد و فرض  $H_1$  تایید می‌گردد. بنابراین میانگین شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد بالاتر از حد متوسط می‌باشد.

سؤال ۲: عوامل موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد کدامند؟ از آنجایی که برای شناسایی عوامل موثر بر مدیریت شایعه در سازمان، مقدار پایایی هر سؤال تاثیر گذار است. لذا ابتدا به نقش هر یک از سؤالات در پایایی کل مقیاس پرداخته می‌شود. چنانچه میزان همبستگی سؤال با کل سؤالات پرسشنامه کمتر از ۰/۳ باشد یا ضریب پایایی در صورت حذف سؤال، بیشتر از آلفای کل پرسشنامه باشد سؤال مورد نظر بایستی حذف گردد. که در جدول فوق ضریب تعیین (پایایی) سؤالات ۱ تا ۵، ۷ تا ۱۵، ۱۹، ۲۱، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۵ تا ۳۰، ۳۲، ۳۳، ۳۹، ۴۶ تا ۴۹، ۵۱ تا ۷۲ کمتر از ۰/۳ می‌باشد که در این مرحله سؤالات فوق حذف می‌گردند.

پس از آزمون پایایی پرسشنامه، ساختار عاملی این مقیاس طی دو مرحله و با دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت..

اشتراک استخراجی آزمون دیگری است که در نتیجه آن عامل‌هایی که مقادیر اشتراک استخراجی شان کوچکتر از ۰/۵ است حذف می‌گردد زیرا کوچک بودن این مقدار بدان معناست که عامل با هیچ یک از عامل‌ها ارتباط ندارد. و این مرحله را تا آنجا ادامه می‌دهیم که مقادیر استخراجی بیشتر از ۰/۵ باشد. در این تحقیق مقادیر زیر بدست آمد.

با توجه به نتایج بدست آمده اشتراک عامل های ۶، ۲۰، ۳۷، ۳۸، ۴۰ و ۴۳ کمتر از ۰/۵ می باشد. بنابراین در مرحله اول این عامل ها نیز حذف می شوند و پس از دو دور چرخش عامل های ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۲۴، ۳۱، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۴۱، ۴۲، ۴۴، ۴۵، ۵۰ باقی می مانند.

مهمترین خروجی تحلیل عاملی اکتشافی ماتریس چرخش یافته نام دارد. در این ماتریس مشخص می شود که هر یک از عامل ها در کدام دسته قرار می گیرد. برای این منظور بزرگترین عدد هر عامل را در هر سطر مشخص کرده و در دسته مربوطه قرار می دهیم.

### جدول شماره ۲-۲: ماتریس چرخش یافته بارهای عاملی سؤالات

#### مقیاس عوامل موثر برمدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد

گویه ها	فردی	مدیریتی	عدالت سازمانی	سازمانی
صمیمت سازمانی	۰/۶۴۵			
مشارکت کارکنان	۰/۵۴۲			
درون گرایی	۰/۲۹۰			
مدیریت تغییرات سازمانی		۰/۳۵۸		
مدیریت رفتارهای سیاسی		۰/۵۰۲		
عدالت توزیعی			۰/۲۶۱	
عدالت رویه ای			۰/۴۴۳	
شفاف سازی				۰/۶۱۳
ارائه اطلاعات کافی				۰/۳۸۴
صدور بیانیه های رسمی، رسا				۰/۳۴۲
سیستم مناسب حقوق و دستمزد				۰/۵۶۷
کارگروهی				۰/۵۹۸
تلفیق سازمان رسمی و غیررسمی				۰/۴۲۳
سیستم مناسب پاداش و جبران خدمات				۰/۵۲۲

همانطور که در جدول شماره ۲-۲ نشان داده شده است عوامل ۱ مبتنی بر عامل های (۱۶، ۱۷ و ۲۰) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل فردی نام گذاری می شود، عوامل ۲ مبتنی بر عامل های (۱۸ و ۳۱) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل مدیریتی نام گذاری می شود، عوامل ۳ مبتنی بر عامل

های (۴۱ و ۴۲) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل عدالت سازمانی نام گذاری می شود، عوامل ۴ مبتنی بر عامل های (۲۴، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۴۴، ۴۵ و ۵۰) که بر اساس مبانی نظری تحقیق عوامل سازمانی نام گذاری می شود

سؤال ۴: اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد چگونه است؟

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فریدمن رتبه بندی عوامل چهارگانه موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد صورت پذیرفت. نتایج آزمون به شرح جدول زیر می باشد.

#### جدول شماره ۲-۳: نتایج آزمون فریدمن مربوط به

#### عوامل چهارگانه موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد

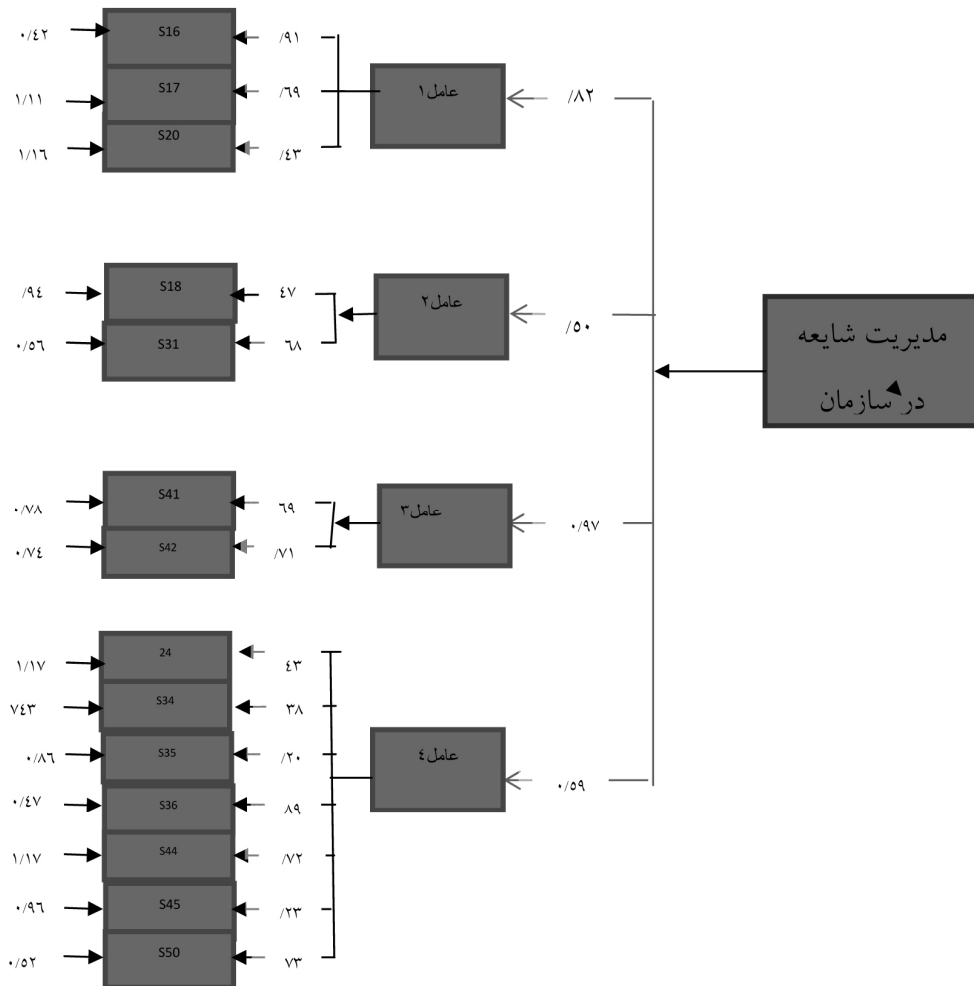
ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	عامل مدیریتی	۳/۸۹
۲	عامل فردی	۳/۷۰
۳	عامل عدالت سازمانی	۳/۵۹
۴	عامل سازمانی	۲/۳۴

سؤال ۳. الگوی مناسب عوامل موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد چیست؟

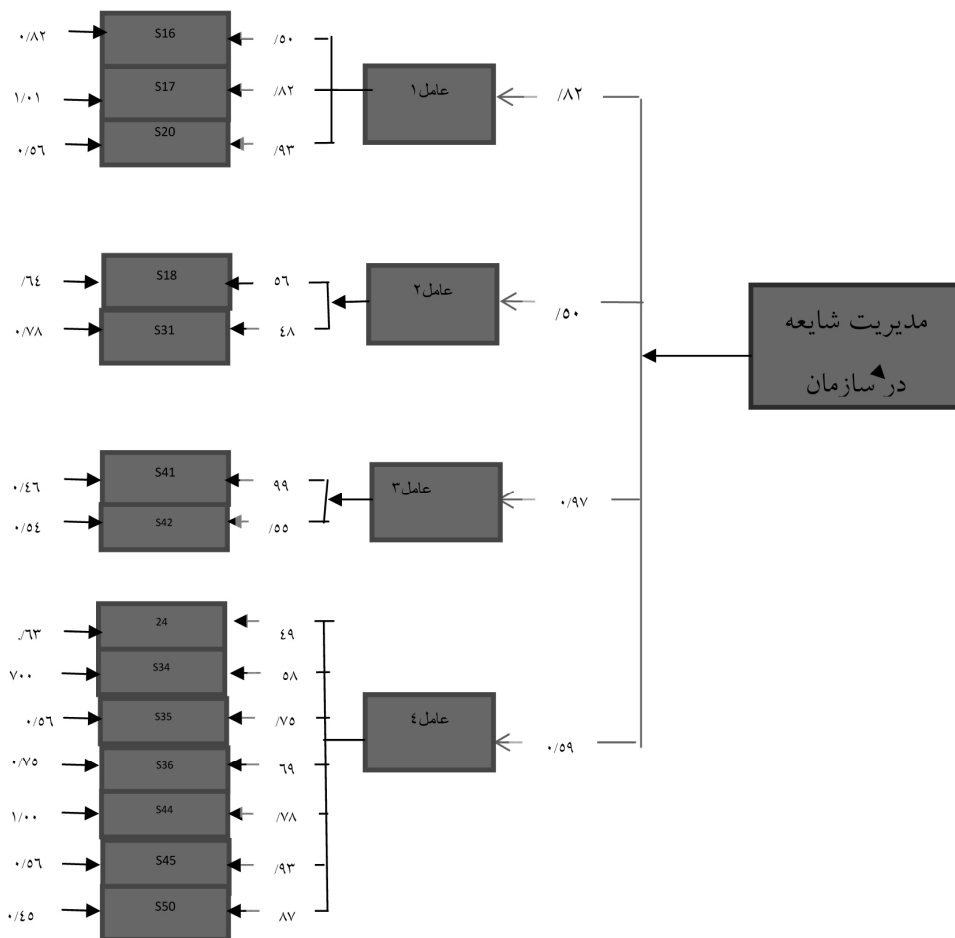
برای پاسخ به این سؤال از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است که در برگیرنده نتایج زیر می باشد:

به منظور تائید ساختار عاملی بدست آمده و آزمون قدرت و معناداری سهم هریک از متغیر ها در مقیاس مدیریت شایعه در سازمان ، تحلیل عاملی تاییدی انجام گرفت که در نمودارهای شماره ۲-۱ و ۲-۲ ارائه شده است.

نمودار شماره ۲-۱: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد بر اساس بار عاملی



نمودار شماره ۲-۲: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد بر اساس ضریب معناداری



### بحث و نتیجه‌گیری:

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری نشان می‌دهد که: با توجه به نتایج حاصل از آزمون  $t$  تک گروهی، میزان شایعه در بین کارکنان شبکه بهداشت و درمان بستان آباد در حد بالاتر از متوسط است. با توجه به نتایج حاصل از تکنیک تحلیل عاملی

اکتشافی و تائیدی از ۷۲ عامل اولیه شناسایی شده موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در بین کارکنان شبکه بهداشت و درمان بستان آباد، ۱۴ عامل شناسایی و در چهار دسته؛ عوامل فردی، عوامل مدیریتی، عوامل عدالت سازمانی، عوامل سازمانی دسته بندی گردید. با توجه به نتایج حاصل از آزمون فریدمن، در بین عوامل فردی، عامل مشارکت کارکنان بیشترین و عامل درون گرایی کمترین تاثیر، در بین عوامل مدیریتی، عامل مدیریت رفتارهای سیاسی بیشترین و عامل مدیریت تغییرات سازمانی کمترین تاثیر، در بین عوامل عدالت سازمانی، عدالت توزیعی بیشترین و عامل عدالت رویه ای کمترین تاثیر، در بین عوامل سازمانی، عامل تقویت کارگروهی بیشترین و عامل تلفیق سازمان رسمی و غیررسمی کمترین تاثیر، در بین عوامل چهار گانه موثر بر مدیریت شایعه سازمانی در بین کارکنان شبکه بهداشت و درمان بستان آباد، عوامل مدیریتی بیشترین و عوامل سازمانی کمترین تاثیر را در مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد دارد.

در نهایت بر اساس نتایج حاصله، الگوی مناسب مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد با ۱۴ عامل در ۴ دسته ارائه گردید.

ادبیات تحقیق نیز، رابطه تغییرات سازمانی، ابهام و بروز شایعه با نتایج حاصل از تحقیق بوردیا و دی فنزو که در سال ۱۹۹۸ در موسسه روچستر آمریکا، با عنوان داستان دو شرکت؛ مدیریت ابهام در زمان تغییرات سازمانی، صورت گرفته، همسو بوده است. همچنین نتایج پژوهش خنیفر و همکارانش با عنوان بازکاوی روانشناختی شایعات سازمانی و ارائه راهکارهای مناسب جهت کاستن آن، با نتایج حاصل از تحقیق حاضر در رابطه با شفافیت و روانی اطلاعات بر مدیریت شایعه سازمانی همسو بوده است. در رابطه با تاثیر عوامل فردی، روانشناختی و اطلاع رسانی بر مدیریت شایعه سازمانی با نتایج حاصل از تحقیق دکتر محمد حسین الیاسی و فاطمه جوادی با عنوان، عوامل موثر بر پذیرش و نشر شایعه در بین شهروندان تهرانی با تاکید بر نقش صدا و سیما همسو می باشد. بررسی نقش شایعه در سازمان عنوان تحقیق دیگری است که در قالب پایان نامه در دانشگاه امام جعفر صادق (ع) صورت پذیرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از تاثیر نظام اطلاع رسانی کارآمد بر مدیریت شایعه در سازمان است که با نتایج حاصل از تحقیق ما همسو بوده است.

## پیشنهادها

با توجه به اینکه نتایج تحقیق نشان می دهد عوامل فردی، عوامل مدیریتی، عوامل عدالت سازمانی و عوامل سازمانی بر مدیریت شایعه سازمانی در شبکه بهداشت و درمان بستان آباد مؤثر هستند. لذا به منظور مدیریت شایعه سازمانی راهکارهای زیر پیشنهاد می گردد:

۱. ارتقاء سلامت روانی- فردی کارکنان از طریق برقراری روابط صمیمانه با همکاران و ایجاد جو دوستانه در محیط کار؛ پیش بینی و اجرای فعالیتهای فوق برنامه و ایجاد تسهیلات مناسب؛ ایجاد زمینه و بستر مناسب جهت مشارکت بیشتر کارکنان در تصمیم گیریها و ترویج تفکر مدیریت مشارکتی؛ پرهیز از اعمال روش های مبتنی بر زور و اجبار در محیط سازمان و ... .
۲. کنترل تغییرات سازمانی و رفتارهای سیاسی از طریق مشارکت کارکنان در فرایند تصمیم گیری های سازمانی؛ کاهش شرایط مبهم ناشی از بروز تغییرات سازمانی از طریق اطلاع رسانی در جلسات و ...؛ اجتناب از تغییرات سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی و ... .
۳. سیستم مناسب تشویق و تنبیه از طریق متناسب سازی تشویق و تنبیه با عملکرد؛ فوری بودن تشویق و تنبیه؛ رعایت اعتدال در تشویق و تنبیه و .... .



## منابع:

۱. الیاسی، محمد حسین، جوادی، فاطمه، عوامل موثر بر پذیرش و نشر شایعه در بین شهروندان تهرانی با تاکید بر نقش صدا و سیما، پژوهش و سنجش، ۱۳۸۵، ۴۴(۱۲)، ۱۷۸-۱۹۲.
۲. افروز، غلامعلی، مبانی روانشناسی شایعه، نشریه پیوند، ۱۳۷۵، شماره ۲۰۱-۲۰۲-۲۰۳، صفحات ۶۲۲-۶۳۱.
۳. بهبودی، هدا، کاربرد شایعه در روابط کار و صنعت، ماهنامه کنترل کیفیت، ۱۳۸۷، شماره ۲۹، صفحات ۶۱-۶۹.
۴. بهرامی، محمد، آسیب شناسی شایعه در قران، پژوهشهای قرانی، ۱۳۸۳، شماره ۳۷ و ۳۸.
۵. حسنی مقدم، ابوالفضل، بررسی نقش شایعه در سازمان، دانشگاه امام صادق(ع)، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، ۱۳۷۹.
۶. خنیفر و همکاران، حسین، بازکاوی روان شناختی شایعات سازمانی و ارائه راه کارهای کاربردی جهت کاستن آن، راهبرد، ۱۳۹۱، شماره هفتم، صفحات ۶۱-۸۲.
۷. ساعتچی، محمود، مدیران و آفتی به نام شایعه، مجله تدبیر، ۱۳۷۹، شماره ۱۲، صفحات ۵۴-۵۹.
۸. سپاه منصور و همکاران، مزگان، پیش بینی نگرش به شایعه از طریق ویژگیهای شخصیتی، عواطف مثبت و منفی و بهزیستی روانشناختی، نشریه پژوهشهای روانشناسی اجتماعی، ۱۳۹۰، دوره یک، شماره دو، صفحات ۱۰۶-۱۲۲.
۹. لغت نامه، دهخدا، علی اکبر، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۷۳، ویرایش دوم سال ۱۳۷۳، ذیل ماده "شین".
۱۰. یحیایی ایلیه ای، احمد، شایعه، شاخص ترین بحران اجتماعی، مجله روابط عمومی، ۱۳۸۶، شماره ۵۱، خرداد ۸۶.

1. Baumeister, R. F., Zhang, L., & Vohs, K. D. Gossip as cultural learning. *Review of General Psychology*, 2004, 8, 111-121.
2. Berinsky, J. A., Rumors, Trusts, and reality; a study of political misinformation, Massachusetts Institute of Technology : Department of Political Science, 2012, Version 3.1.
3. DiFonzo, N., Bordia, P., How Top PR Professionals Handle Hearsay: Corporate Rumors, Their Effects, and Strategies to Manage Them, *Public Relations Review*, 2000, 26(2), pp.173-190.

4. Bordia, P., & DiFonzo, N. Problem solving in social interactions on the Internet: Rumor as social cognition. *Social Psychology Quarterly*, . 2004, 67(1), 33–49.
5. Briesen, S., Geneau, R., Roberts, H., Opiyo, J. Courtright, P Understanding why patients with cataract refuse free surgery: the influence of rumours in Kenya, *Tropical Medicine and International Health*, . 2010, volume 15 no 5 pp 534–539.
6. Brown, M., Steel , C. A. Do Rumours Contribute To Knowledge Management – And Will We Ever Know? *AIS Electronic Library (AISEL)*, 2009, PP.699-710.
7. Buckner, H. T, a theory of rumor transmission, the public opinion of *Quarterly*, .,1965, vol. 21, No. 1, pp. 54-70
8. Crescimbene, m., Longa, L.F., Lanza,T, the science of rumors, *ANNALS OF GEOPHYSICS*, . 2012, 55, 3, pp.421-425.
9. Crnkovic, D. G., Anokhina, M, workplave gossip and rumors: the information ethics perspective, School of Innovation, Design and Engineering, Mälardalen University, vasteras, Sweden. 2008.
10. Difonzo, N., Bordia, P., &Rosnow, R. L. Reining in Rumors. *Organizational Dynamics* , . 1994, 47-62.
11. DiFonzo, N., Bordia, P, A tale of two corporations: managing uncertain during organizational change, *Human Resource Management*, Fall, 1998, Vol. 37, No. 3 & 4, pp. 295–303.
12. DiFonzo, N., Bordia, P, How Top PR Professionals Handle Hot Air: Types of Corporate Rumors, their Effects, and Strategies to Manage them, *The Institute for Public Relations*, 1999, pp. 1-16.
13. DiFonzo, N., Bordia, P, Types of Corporate Rumors, their Effects, and Strategies to Manage them, 1999.
14. DiFonzo, N., Bordia, P, How Top PR Professionals Handle Hearsay: Corporate Rumors, Their Effects, and Strategies to Manage Them, *Public Relations Review*, 2000. 26(2), pp.173–190.
15. DiFonzo, N., Bordia, P, Rumors and stable-cause attribution in prediction and behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2002, 88, pp.785–800.
16. Difonzo, N., Bourgeois, J.M., Suls, J., Homan, CH., Stupak, N., Brooks, P, B., Ross, S, D., Bordia, P, Rumor clustering, consensus, and polarization: Dynamic social impact and self-organization of hearsay, *Journal of Experimental Social Psychology*, 2013, 49, PP.378–399.

17. Dolmatova, D, Rumor is not a crisis; it is a challenge to improve, Submitted to the Tilburg University in fulfillment of the thesis requirement to obtain the degree of BA in Liberal Arts and Sciences, (June 2012).
18. Einwiller, A, S., Kamin, A, M, Rumor Has It: The Moderating Effect of Identification on Rumor Impact and the Effectiveness of Rumor Refutation, *Journal of Applied Social Psychology*, 2008, 38, 9, pp. 2248–2272.
19. Foster, K. E, Research on Gossip: Taxonomy, Methods, and Future Directions, *Review of General Psychology*, 2004, Vol. 8, No. 2, pp 78–99.
20. Haung, H, A War of (Mis)Information: The Political Effects of Rumors and Rumor Rebuttals in an Authoritarian Country, University of California, Merced, 2014, 5 March 2014.
21. Heider, F. *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley, 1958.
22. Kimmel, J. A, *Rumors and Rumor Control: A Manager's Guide to Understanding and Combatting Rumors*, Published by Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, 2004.
23. Knopf, A. T, *Rumor, race and riots*, printed in the US, 1975.
24. Litman A. J., Pezzo V. M), Individual differences in attitudes towards gossip, available on line at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), 2005, pp. 963–980.
25. Manaf, M. M., Ghani, E. K., Jais, I. R. M, *Factors influencing the Conception of Rumours in Workplace*, 2013, PP.50-63.
26. Pendelton, S. C, *Rumor research revisited and expanded*, *Language & Communication* , 1998, 18, PP.69-86
27. Pezzo, V. M., Beckstead, w. J, a multilevel analysis of rumor transmission; effects of Anxiety and Blief in two field experimennts , *Basic and applied social psychology*, 2006, PP.91-100.
28. Rosnow, L. R., Foster, K. E, *Rumor and Gossip Research*, <http://www.apa.org/> /science/psa/apr05gossipprt.html, April2005, Volume 19, No. 4.
29. Schindler, M, *rumor in financial markets*, John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England, 2007.
30. Shibutani, Tamotsu, *improvised news: a sociological study of rumor*, Bobbs – Merrill company of US, 1966, first printing.

فرم اشتراک فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

<b>الف) اطلاعات فردی</b>	
نام خانوادگی:	نام:
رتبه علمی (اختیاری):	محل فعالیت آخرین مدرک تحصیلی (اختیاری):
<b>ب) اطلاعات مربوط به مؤسسات و کتابخانه‌ها</b>	
نام مؤسسه/کتابخانه:	وابسته به:
<b>ج) نشانی گیرنده</b>	
آدرس:	
صندوق یا کدپستی:	تلفن:
تلفن همراه:	نمابر:
	پست الکترونیک:
<b>د) شماره مجله درخواستی و نحوه دریافت آن را مشخص نمایید.</b>	
شماره درخواستی:	
دائلود از سایت نشریات تخصصی	دریافت نسخه چاپی:

استان زنجان، کیلومتر ۴ جاده ترانزیت ابهر، بلوار دانشجو، مجتمع دانشگاهی  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، ساختمان امام علی، دانشکده علوم انسانی،  
کدپستی ۴۵۶۱۹۳۴۳۶۷

تلفن: ۰۲۴-۳۵۲۲۶۰۸۰، نمابر: ۰۲۴-۳۵۲۲۶۹۸۸

<http://qrm.abhariau.ac.ir> Email : [qrm.abhar@gmail.com](mailto:qrm.abhar@gmail.com)  
[mohammadjalilee@yahoo.com](mailto:mohammadjalilee@yahoo.com)



## **Design and explaining the pattern of rumor management in the organization**

Rahele Elmi, jafar Beikzad

---

### ***Abstract***

The general objective of this research is Modelling and explanation proper pattern of rumor management in organization in Health and Treatment Network of Bostanabad.. The statistical community of this survey is 381 of personnels of Health and Treatment Network of Bostanabad. The sample size was determined 192 persons which is fixed by Cochran formula and was selected with stratified random sampling. The tools of data collecting are two questionnaires, the questionnaire of determining of rate of rumor in organization, and the questionnaire of factors influences the managing of organizational rumor, developed by researcher. After validity and reliability measurements, the so called questionnaires were distributed to the sample community. For analyzing statistical data description and inferential methods were deployed. In this format: for describing the personal replies to the questions, frequency distribution tables and percent or related replies. Then, for showing incarnate statistical data of general questions, we used column charts. In second phase, which is called inferential level for determining of factors influence the managing of organizational rumors, we used t test and in order to determining effective factors in determining of factors influence the managing of organizational rumors, probative and confirmatory factor analysis and prioritizing such factors in managing the organizational rumors friedman test was used. Lisrel software was used to prioritizing and exploring the factors.

**Keywords:** rumor, informal relationship, rumor management, organizational rumor, individual factors, managmental factors, organizational justice factors, organizational factors

## VIKOR method for Performance Measurement of Banks

Mohammad Khalilzadeh<sup>1</sup>, Akram Moradi Taadi<sup>2</sup>

---

### *Abstract*

Together with growing of private banks and financial institutes, competition for providing better services has increased. Performance measurement and ranking is one of the methods in helping banks to determine their competitiveness and quality of their performance. Considering the importance of this fact, a comprehensive and thorough pattern for evaluating their performance becomes crucial. The aim of this study is to present a multi-criteria decision model using VIKOR for performance measurement of banks. In this paper, effective criteria have been selected and investigated by comprehensive studies and experts' opinions in two financial and non-financial levels. We chose three different private, semi-private and governmental banks in Iran as a case study for this research. Then, we gave questionnaires to the managers of the banks to fill them in and finally ranked them.

JEL classification: C44, G21.

**Keywords:** performance measurement, VIKOR, bank.

---

1 . Assistant Professor at Department of Industrial Engineering, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), email: [mo.kzadeh@gmail.com](mailto:mo.kzadeh@gmail.com)

2 . Master Student at Department of Industrial Engineering, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

## **Incorrect assessment of the effect of stock based profit management**

Hosein Jabbari<sup>1</sup>, Zahra Lashkari<sup>2</sup>, Mohammad Mohammadi<sup>3</sup>

---

### ***Abstract***

When that value of stock market in a firm exceed its actual value this over valuation affect the managerial behaviors and corporation practices .This research provides evidence on the role of misevaluation on earnings manipulation. For this, by collection of financial data in 1387 to 1391 years about 57 listed companies in Tehran securities and exchange by using regression analysis, was tested. Results of research show that, equity over valuation has a positive and significant relationship with income-increasing earnings management and equity under valuation has a positive and significant relationship with income-decreasing earnings management.

**Key terms:** Misevaluation, overvalued equity, undervalued equity, earnings management, income-increasing earnings management, income-decreasing earnings management

---

1 . Assistant Prof., Faculty of Economic Sciences, Kashan Unit Islamic Azad University, Kashan, Iran

2 . Assistant Prof., Faculty of Economic Sciences, Central Tehran Branch Islamic Azad University, Tehran, Iran

3 . MSc., Faculty of Economic Sciences, Electronic Unit Islamic Azad University, Tehran, Iran



## Effect of Employee Characteristics on Their Career Development (Case Study: Tabriz Customs Administration)

Soleyman Iranzadeh<sup>1</sup>, Nasim Jaberikhosroshahi<sup>2</sup>

---

### *Abstract*

Directors, employees predisposed to obtaining higher posts through the identification and evaluation of their characters for other employees in the appropriate program to meet their professional needs are preparing see. An employee organization could also add his character in terms of career planning and choosing more realistic career goals and fits your personality, job satisfaction, job security and achieves greater personal growth. So this study reviews the effect of employee characteristics on their career development in Tabriz Customs Administration. Statistical population the study included all Customs employees Tabriz 110 and selected 86 based on the Cochran approach is derived. Data by the study questionnaire NEO-FFI personality questionnaire and career advancement Queen - livestock is collected. For normal test data from test  $\chi^2$  - K-S test - Smirnov test five hypotheses for the study of basic regression analysis is used. The results show that features extraversion, and conscientiousness in favor of all three characters have positive impact on career advancement, while emotional instability (having negative emotions) have negative impact on career development and experience affect quality improvements No job.

**Keywords:** personnel characteristics, career development, career, Emotional instability, extraversion, experience

---

1 . Assistant professor of Islamic Azad University, Tabriz Branch

2 . Young Researchers and Elite Club, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

## Designing the model of development of creativity and entrepreneurship in universities

Reza Pirayesh<sup>1</sup>, Naghi Kamali, Mohamd Ghder Motalebi

---

### *Abstract*

**Background:** the promotion of entrepreneurship in all societies and academic centers to create jobs and reduce unemployment rate is important. Due to problems in the field of entrepreneurship and unemployment need to create a culture of entrepreneurship is an important theme in common.

**Purpose:** The purpose of this study was to identify factors influencing academic entrepreneurship model for developing creativity in academic centers. Secondary objectives of this study are as follows: 1. Identify the factors influencing entrepreneurship in universities with a focus on fostering entrepreneurial behavior among students 2. Determine the factors that influence the development of creativity among students 3. Identification of intellectual capital need for entrepreneurial university.

**Methods:** This study aims to provide information through a questionnaire model to scientifically assess the validity and reliability of 0/78, respectively. The sample size of 190 patients was assessed by Cochran formula and among university teachers of Zanjan and information distributed through the correlation between variables was tested.

**Findings:** The findings suggest that both individual entrepreneurs, corporate and academic use of a combination of ideas for innovation, knowledge acquisition, assessment ideas, take advantage of technology transfer strategies and the use of intellectual capital can use in developing of entrepreneurship.

**Conclusion:** The findings of the research is necessary to develop the knowledge base companies, university research results are presented to the market and academic research on the needs of the community and the university entrepreneurship done. As a result, the development of creativity and entrepreneurship, create jobs and meet the needs of the university.

**Keywords:** creativity, entrepreneurship, academic entrepreneurship, technology market

---

1 . assistant professor in university of zanjan ,management and accounting department

## **The Effect of Earnings Targets and Managers Incentives on Cost Stickiness in Accepted Firms in Tehran Stock Exchange**

Yadollah Rajaei (Ph.D.), Ali Mohammadi (Ph.D.), Abbas Rostamlou

---

### ***Abstract***

The purpose of the cost management system is help to maximize profit and firm value at now and future. Knowing how costs behave than changes in the level or activity of selling is significant information for the decision making managers. According to the theory of deliberate decisions stickiness costs resulting decisions are determined by the managers. The purpose of this study investigation effect of earnings targets and managers incentives on cost stickiness in 206 accepted firms in Tehran Stock Exchange in the period of 2005 – 2012. For this purpose were designed two hypotheses. Findings from the analysis of research data using E-views and STATA software show resources adjustment in order to achieve earnings conscious cause are not reducing the severity cost stickiness; also managers (with the motivation to achieve profit targets compared with the absence of such an incentive) For a given decrease in sales, reduce costs more aggressively so bold.

**Keywords:** Earnings, Managers Incentives, Cost Stickiness, Deliberate Decisions

## **The survey of the roll of the supervision of Central Bank of the Islamic Republic of Iran in organizing the unorganized money market**

**(Case Study: Exchange of West Azarbaijan)**

**Amir Pourmasoon, Masoud Ghahremani**

---

### ***Abstract***

The present study try to fulfill the objectives of Paragraph 19 General policy of resistance economic (1392), rider the 2-25 Fifth Development Plan policies and visions within twenty years (1387), And Article 4 of the general policies of the financial sector (1383), which is aimed at applied and descriptive correlation .Method of data collection is in the field of library and field study. The required data were collected through Banking Supervision questionnaires. The statistical population of the study is 64 Exchange of West Azerbaijan province which is the total number of questionnaires was distributed among them. For data analysis, SPSS software was used. The results of the single-sample t-test showed that monitoring of Central Bank of the Islamic Republic of Iran on organizing unorganized money market (exchange) is a significant and positive impact. Also, the results of the Friedman test, confirms that the supervision of the Central Bank of the Islamic Republic of effective organizing unorganized money market (exchange) from employee exchanges West Azerbaijan province, there is a significant difference.

## Effect of Emotional Intelligence on the Organizational Citizenship Behavior

Jamshid Salehi Sadaghiani<sup>1</sup>,Naghme Ghafouri Bejestani<sup>2</sup>,Mehrdad Nazari Asli<sup>3</sup>

---

### *Abstract*

Successful companies, their employees beyond the formal job responsibilities and act freely of their time and energy to spend appointed to succeed in business. Organizations can no members as a good corporate citizen through participation in the act of positive behaviors, their growth and survival. The organizational citizenship behaviors are important for understanding the nature and predictors of long had the highest priorities for organizational researchers. On the other hand, emotional intelligence has recently attracted the attention of many scientists and a new concept that is associated with the success of the organization and employees. The purpose of this study is to investigate the relationship between emotional intelligence and organizational citizenship behavior. The results show that the relationship between emotional intelligence and organizational citizenship behavior all there.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Organizational Citizenship Behavior (OCB), Organizational Citizenship Behavior's componenet

---

1 . Full professor Management, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

2 . M.A Management, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

3 . Ph.D student at Management, Tehran University, Tehran, Iran

## The effect of fiscal and monetary policies on asset price in Iran

Akbar Komijani (Ph.D.)<sup>1</sup>, Asadollah Farzinvasht (Ph.D.)<sup>2</sup>, Ahmad Naghilou

---

### *Abstract*

The following issues are considered as one of the important consequences arising from the fluctuation in the fiscal assets that have, in recent decades, turned into one of the significant debates in the area of monetary and fiscal policies: Deviation in the investment and the national production, absence of the optimized allocation of the resources and the production factors, alteration in the behavior of consumers and producers, intensity in the transfer of capital fund in the markets of the fiscal assets, change in the pattern of the income distribution and lack of the balance between the resources and the expenditures of the bank system. Due to the significance of the fact, the present research has investigated The effect of fiscal and monetary policies on asset price in Iran. The results achieved from this study were estimated on the basis of Fiscal Theory of Price Level and within IS, LM curve formats, and the supply and the aggregate demand and in the form of the equation system methods and in Two Stage Least Squares method, as well as the modeling.

However, because of the problem occurred in the diagnosis, the study was conducted in accordance with Auto- Regressive Distributed Lag Method for the time period (seasonal): 1990- 2010. The evaluation on basis of the short and long- term elasticity and Error Correction Model on the value of the assets shows that Fiscal Theory of Price Level in Iran is statistically positive and significant. Also, the significant results and the coefficients obtained indicate that the factors influential on the prices of the fiscal assets such as the domestic gross product, the adjusted actual rate of the bank interest, consumer price index, government expenditures and actual volume of money. Moreover, the difference between the long- term elasticity and the short- term elasticity suggests the existence of long- term impact on the prices of fiscal assets. By comparing the impacts of monetary and fiscal policy on currency rate it is observed the long term elasticity of monetary policy be greater than the elasticity of fiscal policy. Regarding the price of gold and house, the long term impact of fiscal policy is, on the contrary, greater than monetary policy. Furthermore, inflation proves the most affecting variable on fiscal prices and the least affecting variable is the adjusted rate of bank interest. Thus, as the results of the present research suggests, if the purpose of controlling the price of assets is to prevent the bubble for the sake of none reduction in investment, this end will not prove possible to achieve by means of altering the rate of bank interest, nor will there be any short- term solution, whereas, the most effective method for establishing fiscal assets is to harness the inflation, which can be attainable through controlling the volume of cash flow and applying a fiscal discipline.

**Keywords:** Monetary and Fiscal Policies, Assets Price, Error Correction Model, Auto Regressive Distributed Lag Method, Fiscal Theory ofThe Price Level.

---

1 . Full professor of University of Tehran, Iran

2 . Full professor of University of Tehran, Iran PhD student in Economic Sciences, Azad University, Science and Research, Tehran

## obstacles in exporting Iranian detergent powder to afghanistan from the viewpoint of distributors

Abolfazl Tajzadeh Namin (Ph.D.)<sup>1</sup>, Neda Alibaba<sup>2</sup>

---

### *Abstract*

International trade has long had a prominent role in economic development, but it has recently become more important by the growth of trade and international investments. One can say that export is the only way for earning high revenues; in this regard, countries should concentrate on the parts with comparative advantage in production and exports. Iran and Afghanistan have a long common border. The two countries have had long and broad common culture, history and religions so that many of the Afghans have Iranian habits in their consumption. Agricultural products, food, cleaning and personal care products are important Iranian goods exported to Afghanistan. With regard to the above lines, this article seeks to investigate the factors affecting the export of Iranian washing powder from the perspective of distribution agents in Afghanistan. This study concentrates on four variables of quality, cost reduction, management and marketing mix. This is a descriptive survey and its statistical population consists of managers and senior distributors of Iranian laundry powder in Afghanistan; they are 143. Cochran formula is used to determine the number of samples of the finite population; 104 samples are selected. Sampling is carried out using available respondents. Questionnaires were distributed and data were collected from statistical population. Statistical techniques used for data analysis are LISREL software and SPSS software. The article concludes that two factors of marketing and quality have the the greatest impact on exports and the least impact belongs to costs. Finally, some suggestions will be presented for factors affecting exports of washing powder.

**Keywords:** International Trade, Marketing, Export, Global Markets, Foreign Investment

---

<sup>1</sup> . Associate professor , Allameh Tabatabaie University, Tehran, Iran

<sup>2</sup> . M.A Management, Islamic Azad University, , Abhar, Iran

## Table of Contents



■ obstacles in exporting Iranian detergent powder to afghanistan.... Abolfazl Tajzadeh Namin (Ph.D.), Neda Alibaba	5
■ The effect of fiscal and monetary policies on asset price in Iran Akbar Komijani (Ph.D.), Asadollah Farzinvash (Ph.D.), Ahmad Naghilou	25
■ Effect of Emotional Intelligence on the Organizational Citizenship Behavior Jamshid Salehi Sadaghiani, Naghme Ghafouri Bejestani, Mehrdad Nazari Asli	55
■ The survey of the roll of the supervision of Central Bank of the Islamic... Amir Pourmasoon, Masoud Ghahremani	77
■ The Effect of Earnings Targets and Managers Incentives on Cost Stickiness.... Yadollah Rajaei (Ph.D.), Ali Mohammadi (Ph.D.), Abbas Rostamlou	103
■ Designing the model of development of creativity and entrepreneurship in universities Reza Pirayesh , Naghi Kamali, Mohamd Ghder Motalebi	129
■ Effect of Employee Characteristics on Their Career Development Soleyman Iranzadeh , Nasim Jaberikhosroshahi	145
■ Incorrect assessment of the effect of stock based profit management Hosein Jabbari , Zahra Lashkari , Mohammad Mohammadi	165
■ Vikor method for Performance Measurement of Banks Mohammad Khalilzadeh , Akram Moradi Taadi	195
■ Design and explaining the pattern of rumor management in the organization Rahele Elmi, jafar Beikzad	209





In the name of Allah the compassionate the merciful

# Quantitative Researches in Management

*Quarterly Journal of Management*

Vol. 6 Issue 1, Spring 2015

**Publisher:** *Islamic Azad University, Abhar branch*  
**Editor-in-Chief:** *Jamshid Salehi Sadaghiani(Ph.D.)*  
**Director:** *Mohammad Jalili (Ph.D)*  
**Internal Manager:** *Mousa Ahmadi (Ph.D.)*  
**Executive Manager:** *Abdollah Nazari*

## **The Editorial Board:**

Jamshid Salehi Sadaghiani (Professor)  
Ebrahim Pourzarandi (Associate Professor)  
Gholamreza Goodarzi (Associate Professor)  
Abolfazl Tajzadeh Namin (Associate Professor)  
Peyman Nouri Boroujerdi (Assistant Professor)  
Najaf Gharacherlou (Assistant Professor)  
Mahmoud Nouraei (Assistant Professor)  
Hassan Rangriz (Assistant Professor)  
Mohammad Jalili (Assistant Professor)

**Technical Editor:** *Mousa Ahmadi (Ph.D.)*

240 Pages / 50000 Rials

Subscription & Distribution: *Scientific publication office, Research Deputy  
of Islamic Azad University, Abhar branch*

Imam Ali Building, Humanities College, Islamic Azad University,  
Daneshjoo Boulevard, Abhar City, Zanjan Province, Islamic Republic of  
Iran,

Postal Code: 4561934367 ,

Tel. 024-35226080, Fax: 024-35226988

Email: [qrm.abhar@gmail.com](mailto:qrm.abhar@gmail.com) , [mohammadjalilee@yahoo.com](mailto:mohammadjalilee@yahoo.com)

<http://qrm.abhariau.ac.ir>