

بررسی تأثیر سکوت و آوای سازمانی بر حرکت سلسله مراتبی کارکنان در بانکهای خصوصی دارای استراتژی ثانویه بامبرگرو مشولم

فریبرز رجبی پور شیرکوهی^{۱*}

فرشید محمدی سی سخت^۲

مهدی حقیقت نظر گیلاندهی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۰ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۱/۳۱

چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر سکوت و آوای سازمانی کارکنان خود بر حرکت سازمان و حرکت و مسیر پیشرفت کارکنان مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش از لحاظ روش تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام کارکنان ستادی بانک های خصوصی در تهران می باشد که نمونه آماری پژوهش بر اساس جامعه نامحدود و واریانس نامعلوم ۱۷۵ تعیین شد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه و مصاحبه استفاده شد نتایج تحقیق چنین نشان داد که بین سکوت و آوای سازمانی و پیشرفت کارکنان در سازمانهای خصوصی دارای استراتژی ثانویه رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی

سکوت سازمانی، آوای سازمانی، استراتژی ثانویه، مسیر شغلی

۱. دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی گرایش سیاستگذاری بازرگانی، دانشگاه گیلان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، رشت،

ایران. (نویسنده مسئول: f.rajabypoor@gmail.com)

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت مالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

تحقیقات، ایران. (Fmohammadi23@gmail.com)

۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، ایران.

(mahdihaghighatnazar@gmail.com)

۱- مقدمه

در عصر کنونی سازمان هایی کارآمد و موفق محسوب می شوند که با روند تحولات دنیای امروز خود را بیشتر وفق دهند و کارکنان خود را برای آینده ای بهتر به صورت اثربخش هدایت و راهبری نمایند؛ کارکنانی خلاق و جسور که بتوانند تهدیدها و نقاط قوت و ضعف سازمان را شناسایی و درصدد رفع آن برآیند. در این بین برخی سازمانها که از استراتژیهای خاصی برای هدایت و کنترل فرایند مدیریت کارکنان استفاده می کنند بر برخی جنبه های پیشبرنده داشتن کارکنانی خلاق و نوآور مانع می شوند. سرمایه انسانی پویا، توانمند و خلاق از سرمایه های اصلی سازمان برای کسب اهداف و استراتژی های سازمان ها می باشند. سکوت در برابر مشکلات، تهدیدها و ضعف های سازمان باعث ایجاد مشکلاتی می شود که مدیران متاسفانه توجه زیادی به مسائل پیش آمده ناشی از آن نمی کنند این درحالی است که سازمان دچار رخوت و کارمند دچار سرخوردگی و فلات زدگی شغلی^۱ می شوند. مدیران باید تلاش کنند عوامل تأثیرگذار بر این پدیده را شناسایی و رفع کنند و راه را برای بیان آزادانه دیدگاههای کارکنان هموار نمایند. در موقعیت هایی که فاصله ی قدرت بالا است سیستم سلسله مراتبی قدرت را به نحوی تقسیم نموده که بخش اعظمی از قدرت به بخش بالایی سلسله می رسد و تصمیمات گرفته شده توسط بالای هرم، تصمیم گیری های فرودستان را محدود نموده و این شرایط، راه را برای ارائه ی پیشنهادات و آوای سازمانی سخت می نماید و سکوت سازمانی، سازمان را در بر می گیرد و از غنی تر شدن سازمان به وسیله ی صدای سازمان جلوگیری می کند. در چنین فرهنگی با فاصله ی قدرت بالا همیشه زیردستان آماده ی قبول نظرات و دستورات بالادستی ها هستند و سکوت سازمانی را به آوا ترجیح می دهند (Malami Umar and Zaiton Hassan, 2013). اورهان سینار (۲۰۱۳) جابه جایی کارکنان در مسیر شغلی را یکی از پیامدهای سکوت سازمانی می داند. موریسون در سال ۲۰۱۴ و در مدلی که در آن به پیامدهای آوا و سکوت سازمانی اشاره می کند، در پژوهش خود یکی از پیامدهای سکوت و آوای سازمانی برای کارکنان را پیامدهای مربوط به مسیر شغلی کارکنان بر می شمارد. ماریا (۲۰۰۶) معتقد است سازمانهای دارای کارکنان قراردادی و متمرکز در تصمیم گیری شرایط را برای سکوت سازمانی فراهم می آورند. پیندر و هارلوز^۲ (۲۰۰۱) سکوت سازمانی را خودداری کارکنان از بیان ارزیابیهای رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیتهای سازمان، تعریف میکنند موریسون و میلیکان^۳ نیز، سکوت سازمانی را بعنوان پدیدههای اجتماعی در نظر می گیرند که کارمندان در آن از ارائه نظرات و نگرانیهای خود در مورد مشکلات سازمانی امتناع می ورزند.

1 Plateauin

2 Pinder & Harlos

3 Morrison & Milliken

۲- ادبیات نظری تحقیق

استراتژی ثانویه

پیتر بامبرگر و لن مشولم (۲۰۰۰)، با استفاده از منطق جذاب پژوهش ترکیبی و ادغام مدل های مبتنی بر کنترل کارکنان و مدل های مبتنی بر بازار، استفاده از نقاط مرجع استراتژیک (SRPs) را برای تدوین استراتژی منابع انسانی پیشنهاد کردند. چهارگونه استراتژی اصلی به نام های استراتژی پدران، استراتژی متعهدانه، استراتژی ثانویه و استراتژی پیمانکارانه را معرفی می کند. استراتژی ثانویه، استراتژی است که برای مشاغل ساده، تکراری و استاندارد پذیر، مناسب است که نیروی کار مورد نیاز برای آنها به میزان کافی در بازار کار بیرون از شرکت موجود بوده و ضرورتی به پرورش و نگهداری این کارکنان وجود ندارد. راهبرد ثانویه بر اساس بازار کار بیرونی و تأکید بر واپایش فرایند است. لذا برخلاف راهبرد متعهدانه و پدران، برای گزینش افراد لازم است به جنبه های کمی و نه کیفی و نیز دستاوردهای گذشته افراد به جای تواناییهای بالقوه توجه شود. در این راهبرد، تأکیدی بر توسعه و پیشرفت افراد نشده است و نیروها به سادگی قابل جایگزین می باشند. نظام ارزیابی عملکرد در راهبرد ثانویه، بر ارزیابیهای کوتاه مدت تأکید کرده و جبران خدمات پولی بر اساس میانگین بازار یا بیشتر از آن است. به علاوه، معیار عملکرد برای جبران خدمات مهمتر از ارشدیت است. در نهایت در راهبرد ثانویه واپایش مستقیم بر فرایند کار ضروری است (بامبرگر و مشولم، ۱۳۸۹).

آوای سازمانی

مرور جامع ادبیات راجع به آوا، این واژه را بعنوان ابراز شفاهی ایدهها، اطلاعات و نظرات راجع به کار با انگیزهی مثبت تشریک مساعی، بصورت غیر انفعالی، مثبت و دیگرخواهانه در سازمان تعریف کرده اند. (فریز^۱، ۱۹۹۹). همانند چارچوب سه عنصری ارائه شده در مورد سکوت، سه نوع آوا شامل آوای نوع دوستانه بر اساس انگیزه دیگرخواهی، آوای تدافعی بر اساس انگیزه خودحمایتی و آوای مطیع بر اساس تسلیم و رضایت دادن به شرایط موجود، وجود دارد. (زو و جورج^۲، ۲۰۰۱). اکثریت قریب به اتفاق نظرات پژوهشگران در مورد آوا، آن را به عنوان رفتاری با نیت و قصد مثبت^۳ در نظر میگیرند. ون داین و لپین^۴ با در نظر گرفتن آوای نوع دوستانه بعنوان شکلی از OCB آنرا رفتاری توصیف میکنند که تأکید بر بیان نظرات، تحول محور با انگیزه رشد و بهبود و بر اساس انگیزه هایی مبتنی بر تشریک مساعی، به جای انتقاد صرف از موقعیت دارد؛ بنابراین این نوع خاص از آوا، رفتاری تعمیدی، غیر انفعالی و دیگرخواهانه است. این رفتار اساساً بر منفعت رسانی به دیگران و سازمان تأکید دارد. (ون داین و لپین^۵، ۱۹۹۸)

آوای نوع دوستانه شبیه سکوت نوع دوستانه نیازمند آگاهی و بصیرت است و ممکن است هیچگاه از طرف سازمان نسبت به آن اعلام نیاز نشود. در حقیقت، با صراحت صحبت کردن و ارائه پیشنهادات برای تغییر، ممکن است یکی از

1 Frese

2 Zhou & George

3 Positively-Intended

4 Van Dyne & Lepine

5 Van Dyne & Lepine

انواع رفتارهای شهروند سازمانی باشد؛ زیرا این نوع رفتار مستلزم ریسک شخصی است. این امر بدلیل آن است که بسیاری از کارمندان در سازمان (بخصوص آنهایی که در موضع قدرت هستند) از مسیری که در آن هستند احساس رضایت می کنند و حفظ وضعیت موجود را ترجیح می دهند؛ بنابراین آوای نودوستانه الزاماً همیشه توسط دریافتکنندگان آن، پدیده‌های مثبت تلقی نمی شود (نمت و استاو^۱، ۱۹۹۷).

آوای تدافعی

برای توصیف آوای تدافعی، از مفهومسازی سکوت مطیع (سکوت بر اساس ترس) و سکوت تدافعی (سکوت بر اساس عدم توانایی در ایجاد تفاوت در شرایط موجود) که به ترتیب شبیه آوای مطیع و آوای تدافعی است کمک می گیریم. آوای تدافعی مبتنی بر خودحفاظتی می باشد. بروز این نوع رفتار مستلزم مسئولیت پذیری شخصی کمتر و اخذ تصمیمات بدون هر گونه ریسک است؛ بنابراین چنانچه افراد از پیامدهای تنبیهی به دلیل بحث در مورد مشکلات سازمان بترسند، عموماً رفتارهایی دفاعی به منظور حفاظت از خود نشان می دهند. این رفتارها شامل تغییر مسیر توجه، سرزنش و ملامت به سوی دیگران، معذرتخواهی، توجیه و انکار کردن بعنوان استراتژیهای خودحفاظتی است که در آنها آوا بعنوان واکنشی به احساس ترس و تهدید بروز می کند.

با توجه به این ویژگیها، آوای تدافعی بعنوان اظهار ایدهها، اطلاعات یا نظرات مرتبط با کار - بر اساس ترس - با هدف حفاظت از خود است. (مورین و میلیکن^۲، ۲۰۰۰).

آوای مطیع

آوای مطیع با توجه به انگیزه‌های بوجودآورنده آن، بیان ایدهها، اطلاعات و نظرات بر اساس احساس تسلیم است. این نوع آوا، رفتاری غیر مشارکتی مبتنی بر این احساس در فرد است که او قادر به ایجاد تغییر در شرایط نیست؛ بنابراین این نوع آوا، منجر به بروز اظهارات موافقتگونه و حمایت از وضع موجود با توجه به انگیزه ی مطرح شده می گردد. (آوری و کانینوز، ۲۰۰۲).

همچون دو آوای قبلی، این آوا نیز بر اساس اظهارات تعمدی ایدهها، اطلاعات و نظرات مرتبط با کار است؛ اما تفاوت آن با دو آوای قبلی این است که نسبت به آنها کمتر غیر انفعالی است. (ون دین و همکاران^۳، ۲۰۰۳).

سکوت سازمانی

مطالعات اخیر نشان می دهد زمانی که سازمانی از کارکنان خود انتظار دارد که کار خود را با سکوت و هیچ گونه نقد و انتقادی انجام دهند، این دغدغه می تواند نشانه هایی از عقب نشینی و فعالیتهای اعتراض آمیز سازمانی باشد. (برینس فیلد^۴، ۲۰۰۹) از این منظر سکوت باید چیزی فراتر از یک پذیرش منفعلانه باشد یعنی سکوت می تواند حاوی یک پیام

1 Nemeth and Staw

2 Morrison & Milliken

3 Van Dyne., et.al

4 Brinsfield

یا صحبتی باشد (تیلوباس و کلپ^۱، ۲۰۱۲). به عبارتی سکوت چیزی بیش از هیچ بودن است (تانگیرالا و رامنوجام^۲، ۲۰۰۸) علیرغم اینکه سکوت در سازمانها امری شایع است، تاکنون پژوهشهای علمی نسبتاً کمی در این زمینه وجود داشته است. با در نظر گرفتن این موضوع که پدیده سکوت در سازمانها پیامدهای منفی مانند نارضایتی، تعهد پایین به سازمان، احساس ناهماهنگی شناختی، بدبینی، فشار و افسردگی و علاقه پایین به کار را به دنبال خواهد داشت، نیاز به پژوهشهای بیشتر در ارتباط با آن احساس می شود.

سکوت سازمانی پدیده ای رایج و شایع در اغلب سازمان ها می اشد؛ اما با این حال تحقیقات چندان گسترده ای پیرامون آن صورت نگرفته است. این مقاله به دنبال آن است تا ضمن پرداختن به مفهوم پدیده سکوت و ویژگیهای شخصیتی، رابطه این دو با یکدیگر را تحلیل نموده، ابعاد فلسفی سکوت و چشم اندازهای مرتبط با آن را تشریح، متغیرهای شخصیتی موثر بر سکوت سازمانی را بیان و پیامدهای ناشی از آن را توصیف نماید. مطالعات اخیر نشان میدهند زمانی که سازمانی از کارکنان خود انتظار دارد که کار خود را با سکوت و هیچ گونه نقد و انتقادی انجام دهند، این دغدغه میتواند نشانه هایی از عقب نشینی و فعالیتهای اعتراض آمیز سازمانی باشد (برینسفیلد و همکاران^۳، ۲۰۰۹) از این منظر سکوت باید چیزی فراتر از یک پذیرش منفعلانه باشد، یعنی سکوت میتواند حاوی یک پیام یا صحبتی باشد (تلاباس و سیلیپ^۴، ۲۰۱۲) به عبارتی سکوت چیزی بیش از هیچ بودن است. (تانگیرالا و رامنوجام^۵، ۲۰۰۸)

پیندر و هارلوس^۶، سکوت سازمانی را یک رفتار آگاهانه، ارادی، هدفمند و فعالانه بیان میکنند. در واقع، سکوت سازمانی یک فرایند سازمانی ناکاراست که هزینه بر و تلاش بر است و میتواند اشکال مختلفی مانند سکوت جمعی در جلسات، سطوح پایین عملگرایی در طرح و برنامه های پیشنهادی، سطوح پایین آوای جمعی و ... داشته باشد. (شجاعی و همکاران، ۲۰۱۱)

علیرغم اینکه ادبیات رایج در زمینه سازمان و مدیریت، بر توانمندسازی و ایجاد کانالهای ارتباطات باز تاکید دارند، اما نتایج تحقیقات نشان میدهند بسیاری از کارکنان از این موضوع شکوه میکنند که سازمانهای آنها از ارتباطات، تسهیم اطلاعات و دانش آشکار و پنهان حمایت نمیکند و اینها همه میتواند دلیلی بر شکست اهداف و برنامه های مدیران در سازمانها باشد. یکی از موانع مهم در موفقیت برنامه ها و اهداف سازمان، فقدان اطلاعات، فقدان اعتماد و فقدان آن چیزی است که پژوهشگران آن را سکوت سازمانی نام نهادهاند که عبارتست از خودداری از بیان ایده ها، نظرات و اطلاعات راجع به مشکلات سازمانی. سکوت سازمانی پدیده های رایج و شایع در اغلب سازمانها می باشد. (دیمیتریس و وکالا^۷، ۲۰۰۷)

1 Tulubas & Celep

2 Tangirala & Ramanujam

3 Brinsfield

4 Tulubas & Celep

5 Tangirala & Ramanujam

6 Pinder & Harlos

7 Dimitris, And Vokala

در حالی که پدیده سکوت کارکنان، سازمانها را در بر گرفته است، هنوز بررسی علمی کمی درباره سکوت کارکنان انجام گرفته است. ماریسون و میلیکن میگویند سکوت به یک نیروی قدرتمند در سازمانها تبدیل شده است؛ اما هنوز بررسی و پژوهش خیلی جدی درباره آن انجام نگرفته است (دانایی فرد و پناهی، ۱۳۸۹)

در این مقاله تلاش بر این است که پدیده سکوت از منظر ویژگیهای شخصیتی افراد بررسی شود؛ به عبارت دیگر، هدف تحقیق حاضر این نکته است که کدام یک از ویژگیهای شخصیتی در شکل گیری و تقویت سکوت در کارکنان مؤثر بوده و امکان بیش تری برای ظهور آن فراهم می کنند. در این راستا از مدل پنج عاملی شخصیت به عنوان یک مدل جامع و مقبول در عرصه آکادمیک استفاده میشود. این مدل شامل پنج بعد روان رنجوری، برونگرایی، گشودگی، وظیفه شناسی و سازگاری است. در این پژوهش روابط میان پنج بعد شخصیت و سکوت کارکنان مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در ادامه ادبیات نظری تحقیق با تعریف متغیر وابسته، متغیر مستقل و فصل مشترک ادبیات علمی در راستای تدوین فرضیه ها ارائه می شود.

کارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. هر قدر که شرکتها و سازمانها، بزرگتر می شوند بالطبع به مشکلات این نیروی عظیم نیز اضافه میشود. مدیران در ارتباط با مسائل گوناگون سعی در کنترل مداوم کارکنان خود دارند. بعضی از مدیران بر روی این مساله که رضایت کارکنان را میتوان از طریق پاداش و ترغیب به انجام کار افزایش داد، پافشاری می کنند. شاید تصورشان این است که کارکنان، زیردستان آنها هستند و باید فرامین آنها را بپذیرند.

اگرچه امروزه به دلیل اینکه کارکنان تحت فشار مالی زیادی به سر میبرند، بیشتر توجه و تمایل آنها به مسائل اقتصادی کار است، ولی به تدریج کارکنان علاقه مند به انجام کارهای با مفهوم و خواهان استقلال شغلی بیشتری در کار خود هستند تا بدین طریق احساس ارزشمندی به آنها دست دهد و اگر این کارکنان با موانعی در زمینه خواسته های شغلی خود روبهرو شوند یا به عبارتی از طرف مدیران تحویل گرفته نشوند، دچار سرخوردگیهای شغلی و گوشه گیری در سازمان خود خواهند شد که این امر به نوبه خود منجر به پدیدههایی همچون سکوت سازمانی میشود. علیرغم وجود این واقعیت که سکوت کارمندان به صورت پدیدههای شایع در سازمانها در آمده است، اما مفهومی است که چندان شناخته نشده و تحقیقات علمی کمی بر روی آن صورت گرفته است. پیندر و هارلوز^۱ سکوت سازمانی را خودداری کارکنان از بیان ارزیابیهای رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیتهای سازمان، تعریف میکنند (پیندر و هارلوز، ۲۰۰۱).

موریسون و میلیکن^۲ نیز، سکوت سازمانی را بعنوان پدیدههای اجتماعی در نظر میگیرند که کارمندان در آن از ارائه نظرات و نگرانیهای خود در مورد مشکلات سازمانی امتناع می ورزند. سکوت، توسط بسیاری از ویژگیهای سازمانی

1 Pinder & Harlos

2 Morrison & Milliken

تحت تأثیر قرار میگیرد. این ویژگیها شامل فرایندهای تصمیمگیری، فرایندهای مدیریت فرهنگ و ادراکات کارکنان از عوامل موثر بر سکوت است (دیمیتریس و واکولا،^۱ ۲۰۰۷)

اما در عین حال دو عامل اصلی که سبب سکوت کارمندان در سازمان میگردد عبارتند از:

۱. ترس مدیریت از بازخورهای منفی از سوی کارمندان به دلیل به خطر افتادن منافع و موقعیتشان

۲. ادراک کارکنان از باورهای ضمنی مدیریت در مورد آنها.

این باورهای ضمنی شامل برخی تفکرات مدیریت است مبنی بر اینکه کارمندان فقط منافع شخصی خود را در نظر میگیرند، مدیریت سازمان بیشتر از همه میفهمد و بهترینها را میداند و اینکه اختلاف عقیده ها ماهیتاً مسائل مضر برای سازمان است. این مسائل اگرچه باورهای مدیریت هستند و ممکن است هیچیک در سازمان واقعیت نداشته باشند اما عواطف و احساسات مخربی را هم چون ترس، فریب و خشم در کارکنان سازمان بوجود می آورد و در نهایت سبب ایجاد سکوت کارکنان می گردد. (اسلاد،^۲ ۲۰۰۸)

سکوت سازمانی، با محدود کردن اظهار نظر کارکنان، سبب کاهش اثربخشی تصمیمگیریهای سازمانی و فرایندهای تغییر میگردد و این موضوعی است که بسیاری از سازمانها از آن گله دارند. همچنین این پدیده رفتاری به وسیله ممانعت از بازخور منفی، مانع تحول و توسعه سازمانی موثر میشود، از این رو سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را از دست میدهد؛ بنابراین توجه به این مشکل رایج در سازمانها، از اهمیت زیادی برخوردار است. (پیرلو،^۳ ۲۰۰۳).

با توجه به اینکه موضوع سکوت سازمانی در جوامع علمی و سازمانی ایران موضوعی جدید و ناآشنا به شمار می آید و کمتر ادبیات و پژوهشی را در این خصوص میتوان یافت، این مقاله به دنبال آن است تا با مرور تاریخچه و ادبیات سکوت سازمانی، مفهوم سکوت و آوای سازمانی^۴ را تعریف و تبیین نموده، انواع مختلف و انگیزههای متفاوت افراد در ارائه هریک از آنها را بررسی تا بتواند عوامل سازمانی، مدیریتی و فردی موثر در بروز سکوت سازمانی و پیامدهای ناشی از آن را در سازمان شناسایی، دسته بندی و در نهایت راهکارهایی برای کاهش سکوت سازمانی ارائه نماید. از آنجا که پدیده سکوت سازمانی میتواند مانعی برای ابراز ایدهها و نظرات افراد در سازمان باشد، شناسایی عوامل موثر بر آن و تلاش به منظور رفع آنها، میتواند شرایط ابراز عقاید، بیان ایدهها و ارائه نظرات کارکنان را تسهیل نموده، قدرت خلاقیت آنها را افزایش داده و بالطبع سازمانها با بهرهمندی از مشارکت فعالانه و آگاهانه کارکنان، مسیر رشد، تعالی و موفقیت خود را با سرعت بیشتری طی کنند.

افخمی اردکانی مهدی، خلیلی صدرآباد افسر (۱۳۹۱) پژوهشی با هدف بررسی نقش عوامل شخصیتی در شکل گیری سکوت کارکنان انجام داده اند. نتایج نشان میدهد که ابعاد شخصیتی برونگرایی، گشودگی و وظیفه شناسی رابطه منفی

1 Dimitris & Vakola

2 Slade

3 Perlow

4 Voice

و معناداری با سکوت دارند؛ در حالی که بین سازگاری و سکوت، رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد؛ ضمن آنکه بین بعد شخصیتی روان رنجوری با سکوت رابطه معناداری مشاهده نشد.

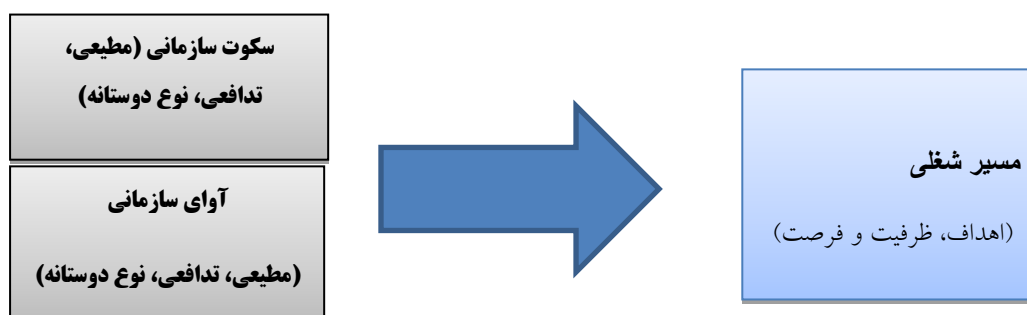
موسویان فر بی بی نرگس و همکاران (۱۳۹۱) تحقیق با عنوان "بررسی رابطه شخصیت کارکنان و سکوت سازمانی" انجام داده اند که در سازمان مخابرات مرکزی اهواز انجام شده است، نتایج تحقیق نشان داد که ابعادی از شخصیت که بر سکوت سازمانی تأثیرگذار بودند، بعد شخصیتی روان آزرده خویی، بعد شخصیتی برونگرایی و بعد وظیفه شناسی بودند. روان آزرده خویی با سکوت سازمانی رابطه ای مثبت و برونگرایی و وظیفه شناسی، رابطه ای منفی با سکوت سازمانی داشت. بین سکوت سازمانی و تعهد سازمانی نیز رابطه ای منفی بدست آمد. بین ویژگی های شخصیتی روان آزرده خویی، برونگرایی و وظیفه شناسی کارمندان و تعهد سازمانی رابطه معنی داری به دست آمد. به این صورت که بین ویژگی روان آزرده خویی و تعهد سازمانی، رابطه منفی و بین ویژگی های شخصیتی برونگرایی و وظیفه شناسی با تعهد سازمانی نیز رابطه ای مثبت به دست آمد. حسن زارعی متین و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان "سکوت سازمانی: مفاهیم، علل و پیامدها" به دنبال آن بودند تا ضمن پرداختن به مفهوم پدیده سکوت و آوای سازمانی و مقایسه آندو با یکدیگر، انواع سکوت و انواع آوای سازمانی را تحلیل نموده، ابعاد فلسفی سکوت و چشم اندازهای مرتبط با آن را تشریح، متغیرهای سازمانی و مدیریتی موثر در ایجاد سکوت سازمانی را بیان، مضامین سکوت در سازمان را برشمرده، دلایل بوجود آمدن و پیامدهای ناشی از آن را توصیف نماید. نکویی مقدم محمود، پیرمادی بزنجانی نرگس (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه بین ویژگی های شخصیتی کارکنان و تعارض سازمانی (بین فردی) در سازمان های دولتی" تعدادی از ویژگی های شخصیتی مطرح شده توسط رایینز ازجمله کانون کنترل، قدرت طلبی، عزت نفس و سازگاری با موقعیت، مورد توجه قرار گرفته است نتایج تحقیق حاضر نشان داد که رابطه مثبت معنادار آماری بین ویژگی های شخصیتی کانون کنترل و قدرت طلبی کارکنان و تعارض سازمانی (بین فردی) وجود دارد و بین ویژگی های شخصیتی عزت نفس و سازگاری با موقعیت کارکنان و تعارض سازمانی (بین فردی) ارتباط منفی معناداری وجود دارد.

۳- مدل مفهومی تحقیق

در این پژوهش تلاش شده است تا تأثیر مولفه های سکوت و آوای سازمانی را بر مسیر شغلی و در فرآیند بررسی شود (شکل ۱). فرضیه های پژوهش به صورت زیر تدوین شده است:

فرضیه تحقیق

- ۱- بین سکوت سازمانی و مسیر شغلی کارکنان رابطه معنادار وجود دارد؛
 - ۲- آوای سازمانی با استراتژی ثانویه بر مسیر شغلی آنها تأثیر معنادار دارد؛
- همچنین در پژوهش حاضر نویسنده معتقد است که فرضیه دوم به صورت بالعکس (سکوت و آوای مطیع و تدافعی کارکنان در سازمان های با استراتژی ثانویه بر مسیر شغلی آنان تأثیر مثبت دارد)؛ نیاز به بررسی و پژوهش جداگانه ای دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

با توجه به اینکه تاکنون تحقیق جامعی به بررسی رابطه سکوت و آوای سازمانی با مسیر شغلی کارکنان در سازمان های دارای استراتژی ثانویه نپرداخته است و همچنین به دلیل اهمیت موضوع در این پژوهش به بررسی رابطه مورد اشاره می شود:

۴- روش پژوهش

این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات از نوع پیمایشی است. در این تحقیق با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات گذشته شناسایی گردید. ابزار سنجش ابزار گردآوری داده هاشامل مشاهدات میدانی، مصاحبه های نیمه ساختار یافته و پرسشنامه خود ساخته محقق بود که شامل ۸ سوال در مورد ارتباط سکوت سازمانی و مسیر شغلی و ۱۲ سوال مربوط به آوای سازمانی و مسیر شغلی نمونه آماری می باشد. پرسشنامه مورد نظر پیش از گردآوری مورد آزمون روایی محتوایی قرار گرفت. بدین منظور گروهی از خبرگان شامل ۲ عضو هیئت علمی دانشگاه و ۳ نفر از کارشناسان که سابقه مدیریت نیز داشتند، انتخاب شده و پرسشنامه تحقیق در اختیار آنها قرار گرفت. با اعمال جرح و تعدیل های کارشناسانه خبرگان و بومی سازی آن، پرسشنامه نهایی در نمونه توزیع گردید.

ابزار گردآوری دادهها پرسشنامه بود که با مطالعه مبانی نظری موضوع، ۳ پرسشنامه طراحی شد. پرسشنامه اول مربوط به سکوت سازمانی با ۱۳ سؤال knoll & van dick ۲۰۱۲؛ پرسشنامه دوم مربوط به آوای سازمانی با ۱۳ سؤال (Van Dyne et al., ۲۰۰۳)؛ پرسشنامه سوم پرسشنامه رشد مسیر شغلی: جهت سنجش میزان رشد مسیر شغلی از پرسشنامه استاندارد ليو و همکاران (۲۰۱۵) بهره گرفته شد. این پرسشنامه دارای نه سؤال بوده که هر سه سؤال یکی از مؤلفه های رشد مسیر شغلی را اندازه گیری میکند.

ون داین (۲۰۰۳)، همچنین سه نوع آوای سازمانی را شناسایی و تعریف نمود:

آوای مطیع: کارکنان در برابر مسائل بی طرف هستند و زمانی که کارکنان به این نتیجه برسند که نمی توانند تاثیری و تغییری بر نتایج داشته باشند، تنها ایده ها و نظریاتی به منظور تایید شرایط فعلی ابراز خواهند نمود.

آوای تدافعی: فرد به این دلیل که عدم ابراز ایده و نظر آنها می تواند برای او نتایج وخیمی از قبیل تنبیه یا مجازات داشته باشد به ابراز نظر می پردازد.

آوای نوع دوستانه: فرد به این دلیل که بیان ایده ها و نظریاتش می تواند به نفع همکار یا سازمان باشد، نظر و ایده خود را بیان می کند.

نمونه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق جامعه آماری پژوهش شامل تمام کارکنان ستادی بانک های خصوصی در تهران می باشد، در این پژوهش به دلیل عدم دسترسی به آمار در سطح شهر تهران میزان نمونه تحقیق بر اساس فرمول جامعه نامحدود محاسبه گردید.

حجم نمونه: نمونه تحقیق با استفاده از فرمول نمونه گیری جامعه نامحدود که بصورت زیر محاسبه می شود به دست می آید (آذر و مومنی ۱۳۸۱: ۷).

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{\varepsilon^2}$$

n: حداقل حجم نمونه

$Z_{\alpha/2}$: میزان برآورد با در نظر گرفتن ضریب اطمینان ۹۵٪ این مقدار برابر با ۱/۹۶ می باشد؛

ε : درصد خطای مجاز (دقت برآورد) که آن را ۰/۰۵ در نظر می گیریم.

σ^2 : واریانس جامعه؛

نمونه تحقیق بر اساس فرمول حجم جامعه نامحدود در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با انحراف معیار ۰/۵ برابر با ۳۸۴ برآورد گردید.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5)^2}{0.05^2} \cong 384$$

روش نمونه گیری: در این تحقیق از روش نمونه گیری خوشه ای برای انتخاب نمونه استفاده شده است.

روش آماری و شیوه تحلیل داده ها

در این تحقیق از تحلیل های توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای توصیف داده های تحقیق از نرم افزار SPSS18 استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه از روش های تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل معادلات ساختاری از نرم افزار Amos استفاده گردید.

اعتبار و اعتماد ابزار گردآوری اطلاعات

جهت تعیین روایی پرسشنامه از روایی محتوا^۱ و روایی سازه استفاده شده است. برای سنجش روایی محتوا از نظرات اساتید و متخصصان استفاده شده است و برای سنجش روایی سازه، روش تحلیل عاملی تأییدی^۲ به کار گرفته شده است. پایایی ابزار نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد.

آزمون کفایت نمونه گیری^۳ KMO

برای بررسی کفایت نمونه گیری از آزمون KMO استفاده می شود. جدول شماره (۱) نتایج آزمون KMO را برای هر یک از متغیرهای تحقیق آورده شده است.

جدول شماره ۱. نتایج آزمون KMO

متغیر	مقدار آزمون KMO
سکوت سازمانی	.۸۱۴
آوای سازمانی	.۷۸۰
مسیر شغلی	.۷۸۵

همانطور که از جدول شماره (۱) مشخص است تمامی ضرایب آزمون KMO بالاتر از ۰/۷؛ و در سطح مطلوبی است که حاکی از کفایت نمونه گیری برای تحلیل عاملی می باشد.

شکل های (۲، ۳، ۴، ۵) بیانگر نتایج مربوط به روایی سازه پرسشنامه پژوهش با استفاده روش از تحلیل عاملی تأییدی می باشد. جدول (۲) مربوط به نتایج روش آلفای کرونباخ مربوط به میزان پایایی پرسشنامه پژوهش می باشد، با توجه به اینکه آلفای به دست آمده بیش از ۰/۷ می باشد، لذا ابزار مورد استفاده در این تحقیق از پایایی لازم برخوردار است. برآوردهای پارامتر استاندارد شده در شکل ها نشان می دهد که همه شاخص از لحاظ آماری معنی دار هستند ($p < 0/05$) و بارهای عاملی آنها در سطح بالایی قرار دارند (بیشتر از ۰/۵) و از لحاظ آماری معنی دار می باشند ($p < 0/05$)، همچنین بررسی نتایج شاخص های برازش حاکی از برازش مناسب مدل می باشد بنابراین مدل اندازه گیری متغیرها بدون هیچ تغییری مورد پذیرش می باشد.

1Content validity

2Confirmatory factor analysis (CFA)

3Kaiser-Meyer-Olkin

جدول ۲: پایایی سازه های تحقیق

سازه ها	آلفای کرونباخ
سکوت سازمانی	۰/۹۵۸
آوای سازمانی	۰/۸۸۵
مسیر رشد شغلی	۰/۸۵۸

آزمون پیرسون

قبل از بررسی فرضیات تحقیق و مشخص کردن وجود یا فقدان تاثیر مولفه ها بر یکدیگر باید ابتدا مشخص شود که آیا میان مولفه های تحقیق ارتباط وجود دارد. برای بررسی وجود همبستگی میان مولفه های تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شده است. نتایج آزمون پیرسون در جدول (۳) ارائه شده است. لازم به ذکر است که در صورت فقدان رابطه میان مولفه های تحقیق از ادامه بررسی فرضیه مورد نظر صرف نظر خواهد شد.

جدول ۳. نتایج آزمون پیرسون

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
سکوت سازمانی مطیع	۱	-	-	-	-	-	-	-	-
سکوت سازمانی تدافعی	**۸۲۱	۱	-	-	-	-	-	-	-
سکوت سازمانی نوع دوستانه	**۶۷۵	**۷۱۰	۱	-	-	-	-	-	-
آوای سازمانی مطیع	**۷۷۴	**۷۵۲	**۸۰۶	۱	-	-	-	-	-
آوای سازمانی تدافعی	**۹۲۳	**۹۲۰	**۸۴۹	**۹۱۶	۱	-	-	-	-
اوای سازمانی نوع دوستانه	**۹۳۶	**۷۸۳	**۶۱۷	**۷۱۰	**۸۶۲	۱	-	-	-
اهداف	**۸۵۰	**۶۸۵	**۶۲۲	**۶۹۲	**۷۹۹	**۷۹۴	۱	-	-
ظرفیت	**۶۵۷	**۶۹۹	**۷۰۲	**۸۶۲	**۸۰۳	**۵۸۶	**۵۷۵	۱	-
فرصتها	**۹۱۲	**۸۲۵	**۷۴۹	**۸۷۹	**۹۳۹	**۸۸۰	**۸۷۸	**۸۶۳	۱

n=۳۸۴

**P<.01

همانطور که از جدول (۳) مشخص است میان تمامی مولفه های تحقیق همبستگی وجود دارد بنابراین می توان فرضیات تحقیق را مورد سنجش قرار داد.

۵- یافته های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده ها به طور عمده از روش های توصیف و تحلیل آماری به ویژه روش تحلیل مسیر استفاده شده است. نتایج مربوط به آمار توصیفی تحقیق در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. آمار توصیفی نمونه مورد بررسی تحقیق

شرح		فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنسیت	مرد	۲۴۹	۶۴,۸	۶۴,۸
	زن	۱۳۵	۳۵,۲	۱۰۰
سن	کمتر از ۲۰	۲۱	۵,۵	۵,۵
	۲۱ تا ۳۰ سال	۱۷۶	۴۵,۸	۵۱,۳
	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۲۷	۳۳,۱	۸۴,۴
	۴۱ تا ۵۰ سال	۴۲	۱۰,۹	۹۵,۳
	بیش از ۵۰ سال	۱۸	۴,۷	۱۰۰
	دیپلم	۹۳	۲۴,۲	۲۴,۲
تحصیلات	فوق دیپلم	۶۰	۱۵,۶	۳۹,۸
	لیسانس	۱۷۱	۴۴,۵	۸۴,۴
	کارشناسی ارشد	۵۲	۱۳,۵	۹۷,۹
	دکتری	۸	۲,۱	۱۰۰

در جدول ۴ آمار توصیفی متغیرها آورده شده است. نتایج شاخص کشیدگی و چولگی و آزمون کولموگروف اسمیرنوف همه متغیرها ارائه شده است. اگر قدر مطلق چولگی و کشیدگی کمتر از ۲ و یا قدر مطلق Z کولموگروف اسمیرنوف از ۱/۹۶ کمتر باشد، می توان نرمال بودن توزیع متغیر انتخابی را تشخیص داد؛ به نحوی که اگر «سطح معنی داری» بیشتر از ۰/۰۵ باشد ادعای نرمال بودن متغیر انتخابی تأیید می گردد. خروجی نرم افزار SPSS نشان می دهند که متغیرها در داخل سطح مورد پذیرش قرار دارد و داده ها از توزیع نرمال برخوردار می باشند. اگر قدر مطلق چولگی و کشیدگی کمتر از ۲ و یا قدر مطلق Z کولموگروف اسمیرنوف از ۱/۹۶ کمتر باشد، می توان نرمال بودن توزیع متغیر انتخابی را تشخیص داد؛ به نحوی که اگر «سطح معنی داری» بیشتر از ۰/۰۵ باشد ادعای نرمال بودن متغیر انتخابی تأیید می گردد. خروجی نرم افزار SPSS نشان می دهند که متغیرها در داخل سطح مورد پذیرش قرار دارد و داده ها از توزیع نرمال برخوردار می باشند.

جدول ۵: آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی

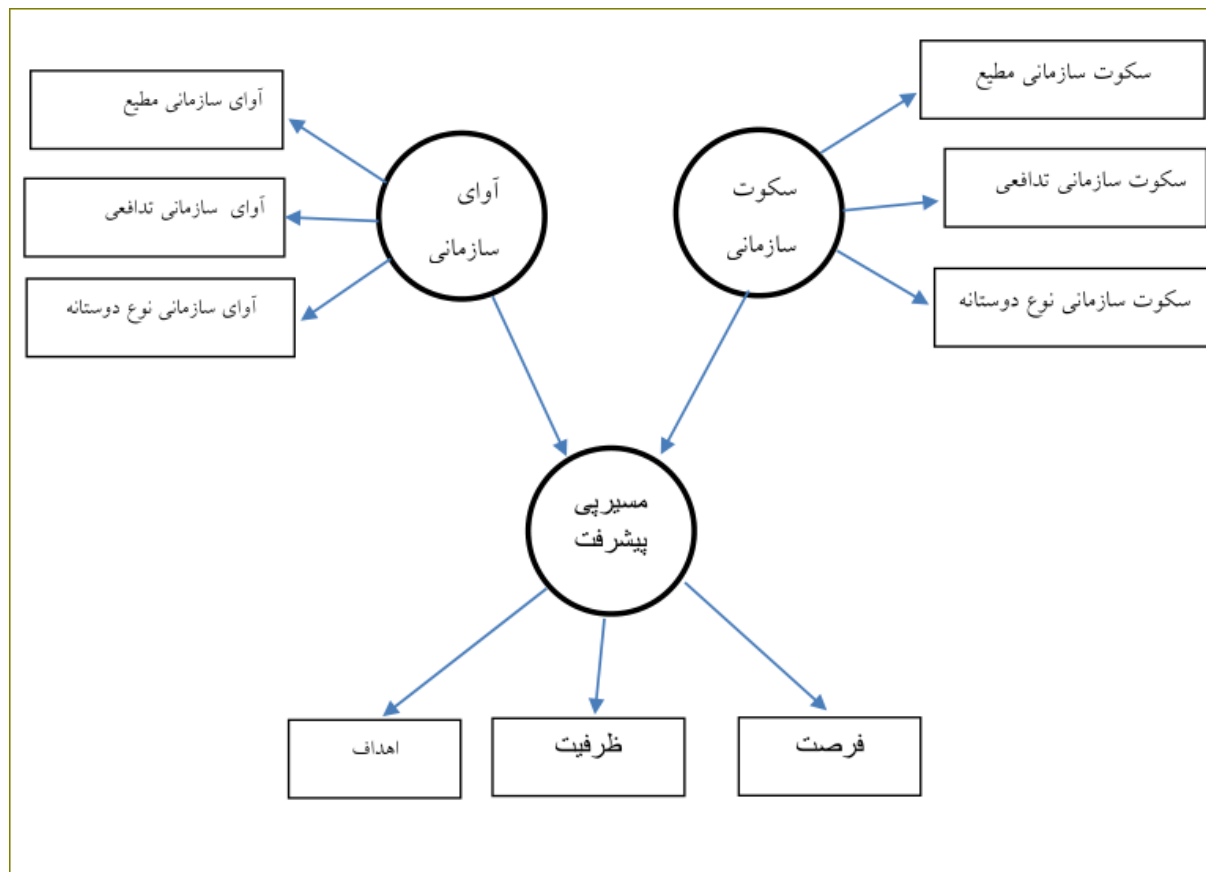
شاخصها	انحراف استاندارد	میانگین	حداکثر	حداقل	سطح معنی- داری	Z کولموگور وف اسمیرنوف
سکوت سازمانی مطیع	۰.۳۳۱	۳.۱۵	۵	۱	۰/۰۲۴۹	۱/۰۲۰
سکوت سازمانی تدافعی	۰.۴۰۷	۳.۰۴	۵	۱	۰/۰۰۷۱	۱/۱۱۶
سکوت سازمانی نوع دوستانه	۰.۴۳۳	۲.۹۹	۵	۱	۰/۰۰۵۸	۱/۰۵۰
آوای سازمانی مطیع	۰.۳۲۹	۲.۹۶	۵	۱	۰/۰۰۹۵	۱/۴۷۹
آوای سازمانی تدافعی	۱.۴۶۱	۳.۱۸	۵	۱	۰/۰۰۸۳	۱/۰۱۵
آوای سازمانی نوع دوستانه	۱.۴۵۴	۳.۱۲	۵	۱	۰/۰۰۷۴	۱/۲۴۷
اهداف	۱.۴۴۵	۲.۸۷	۵	۱	۰/۰۰۸۸	۱/۵۳۳
ظرفیت	۱.۳۹۴	۲.۹۷	۵	۱	۰/۰۰۸۹	۱/۵۲۲
فرصتها	۱.۳۷۳	۳.۰۲	۵	۱	۰/۰۰۵۴	۱/۱۸۵

ارزیابی بخش ساختاری مدل همان معناداری آماری پارامترهای برآورد شده به صورت مجزا برای مسیرهای علی مدل است که مقادیر بحرانی بوده و بر اساس تقسیم برآورد پارامترها بر خطاهای معیار مربوطه به دست می آیند. این ها همان مقادیر t هستند که با مقدار t جدول (۱/۹۶ در سطح ۰/۰۵ معناداری) مقایسه می شوند. بدین منظور با استفاده از نسبت-های بحرانی (t) و مقایسه آن با مقادیر t جدول (۱/۹۶ در سطح ۰/۰۵) تأیید یا عدم تأیید فرضیه های پژوهش مشخص می گردد و بر اساس ضرایب استاندارد هر یک از مسیرهای علی می توان بیان کرد که کدام متغیر بیشترین تأثیر را بر متغیرهای دیگر دارد.

با استفاده از روش حداکثر درست نمایی، مدل سازی معادلات ساختاری اجرا شد و نتایج برازش مدل در جدول ۶ و شکل ۵ ارائه شده است. نتایج نشان می دهند شاخص های برازش در محدوده سطح مورد پذیرش قرار دارند و مدل فرض شده نیاز به اصلاح ندارد.

جدول ۶ شاخص های برازش مدل ساختاری تحقیق

χ^2/df	RMSEA	CFI	NFI	TLI	AGFI	GFI	p	df	χ^2
۲,۹۹	۰/۰۸۹	۰/۹۹۷	۰/۹۹۷	۰/۹۱۲	۰/۵۲۹	۰/۸۸۹	۰/۰۰۰	۲۸۶	۸۳۲



شکل ۲: نتایج ضرایب تأثیر برای مدل ساختاری تحقیق

در مدل برآوردی متغیر مکنون سکوت سازمانی از سه مولفه (سکوت سازمانی مطیع، سکوت سازمانی تدافعی و سکوت سازمانی نوع دوستانه)، متغیر مکنون آوای سازمانی از سه مولفه (آوای سازمانی مطیع، آوای سازمانی تدافعی و آوای سازمانی) و نیز مسیر رشد از سه مولفه (اهداف، ظرفیت و فرصت) تشکیل شده است که نشان می دهد تأثیر مثبت و معناداری بر متغیرهای مکنون خود دارند. همچنین تأثیر متغیر آوای و سکوت سازمانی بر مسیر رشد شغلی مورد بررسی قرار گرفته است که در جدول ۷ این تأثیر گذاری را نشان می دهد:

جدول ۷: بررسی تاثیر متغیرها با برآورد ضرایب استاندارد شده

مسیرهای مورد بررسی			ضرایب استاندارد	انحراف استاندارد	مقدار آماره تی	سطح احتمال	نتیجه
سکوت سازمانی	<---	سکوت سازمانی مطیع	.163	.008	20.620	...	تایید
سکوت سازمانی	<---	سکوت سازمانی تدافعی	.168	.008	21.447	...	تایید
سکوت سازمانی	<---	سکوت سازمانی نوع دوستانه	.197	.009	22.912	...	تایید
آوای سازمانی	<---	آوای سازمانی مطیع	.088	.006	14.002	...	تایید
آوای سازمانی	<---	آوای سازمانی تدافعی	.204	.009	23.652	...	تایید
آوای سازمانی	<---	آوای سازمانی نوع دوستانه	.966	.۰,۰۳۵	۲۳,۱۲	...	تایید
رشد مسیر شغلی	<---	اهداف	.945	.034	29.220	...	تایید
رشد مسیر شغلی	<---	ظرفیت	.929	.037	26.675	...	تایید
رشد مسیر شغلی	<---	فرصتها	.971	.026	35.046	...	تایید
سکوت سازمانی	<---	رشد مسیر شغلی	.985	.025	39.848	...	تایید
آوای سازمانی	<---	رشد مسیر شغلی	.971	.028	35.047	...	تایید

براساس نتایج به دست آمده در جدول ۷ می توان نتایج تاثیر بیان کرد که:

۱- بین سکوت سازمانی و مسیر شغلی کارکنان رابطه معنادار وجود دارد؛

با توجه به اینکه سطح احتمال معنی داری، سکوت سازمانی بر رشد مسیر شغلی کمتر از $0/05$ ($p=0/05$) می باشد، می توان ادعا نمود، سکوت سازمانی با ضریب تاثیر $۰,۹۸$ تاثیر معناداری بر رشد مسیر شغلی دارد؛ بنابراین با افزایش سکوت سازمانی بر رشد مسیر شغلی افزایش می یابد از طرفی نیز مولفه های سکوت سازمانی (مطیع، تدافعی و نوع دوستانه) بر متغیر مکنون سکوت سازمانی تاثیر معنادار دارند و متغیر مسیر پیشرفت نیز با مولفه های خود (اهداف، ظرفیت و فرصتها) رابطه معناداری دارد، بنابراین فرضیه تایید می شود.

۲- بین آوای سازمانی و مسیر شغلی کارکنان رابطه معنادار وجود دارد؛ همچنین با توجه به اینکه سطح احتمال آوای سازمانی بر رشد مسیر شغلی کمتر از $p=0/05$ می باشد، می توان ادعا نمود، آوای سازمانی با ضریب تأثیر ۰,۹۷، تأثیر معناداری بر رشد مسیر شغلی دارد؛ بنابراین با افزایش آوای سازمانی بر رشد مسیر شغلی افزایش می یابد. از طرفی نیز مولفه های آوای سازمانی (مطیع، تدافعی و نوع دوستانه) بر متغیرمکنون آوای سازمانی تأثیر معنادار دارند و متغیر مسیر پیشرفت نیز با مولفه های خود (اهداف، ظرفیت و فرصتها) رابطه معناداری دارد، بنابراین فرضیه تایید می شود.

منابع

۱. دانایی فرد، حسن. پناهی، بلال. (۱۳۸۹). تحلیل نگرش های شغلی کارکنان سازمان های دولتی (تبیین جو سکوت سازمانی و رفتار سکوت سازمانی). پژوهش نامه مدیریت تحول؛ ۱- سال دوم، شماره ۳. صص ۱۹.
۲. زارعی متین، حسن. طاهری، فاطمه. سیار، ابوالقاسم. (۱۳۹۰). سکوت سازمانی: مفاهیم، علل و پیامدها. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال ۶، شماره ۲۱. صص ۱۰۴.
۳. شولتز، دوان. (۱۳۸۷). نظریه های شخصیت. مترجمان: کریمی، یوسف و همکاران. تهران. ارسباران.
۴. عظیم زاده پارسی، آرزو. حسینی مهر، علی، رحمانی، عذرا. (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین مؤلفه های مدل پنج عاملی شخصیت و شادکامی در دانشجویان. فصلنامه روانشناسی. ۱- تربیتی. سال ۲. شماره ۲. صص
5. aversion”, in Menon, G. and Rao, A. R. (Eds), *Advances in Consumer Research*, 32, ACR, Duluth, MN, pp. 531-9.
6. Avery, D. R. and Quinones, M. A. (2002). ‘Disentangling the effects of voice: the incremental roles of opportunity, behaviour, and instrumentality in predicting procedural fairness’. *Journal of Applied Psychology*, 87, 81-6.
7. Baker W. E. (1994).; *Networking smart: How to build relationships for personal and organizational success*; McGraw-Hill, New York.
8. Barrick M. R., Mount M. K. (1991); *The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis*; *Personnel Psychology*, Vol. 44.
9. Barrick M. R., Ryan A. M. (2003); *Personality and work: Reconsidering the role of personality in organizations*; San Francisco: Jossey-Bass.
10. Berscheid, E (1983). “Close relationship”, in Kelly, H. H. (Ed), W. H. Freeman, New York.
11. Bhat, S. & Srinivas, K. R. (2001). “The impact of parent brand attribute associations and affect on brand extension evaluation”, *Journal of Business Research*, 53 (3), pp. 111-122.
12. Bies, R. J., & Tripp, T. M. 1999. Two faces of the powerless: Coping with tyranny. In R. M. Kramer & M. A. Neale (Eds.), *Power and influence in organizations*: 203-219. Thousand Oaks, CA: Sage.
13. Bourgeois, L. 1985. Strategic goals, perceived uncertainty, and economic performance in volatile environments. *Academy of Management Journal*, 28: 548-573.
14. Brinsfield, C. D., Edwards, M. S., Greenberg, J. (2009). *Voice and Silence in Organizations: Historical Review and Current Conceptualizations*.

15. Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). "The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty", *Journal of Marketing*, 65 (2), pp. 81-93.
16. Chaudhuri, A. and Holbrook, M. B. (2002). "Product –class effects on brand commitment and brand outcomes: The role of brand trust and brand affect", *Journal of Brand Management*, 10 (1), pp. 33-58.
17. Chi, H., Huery, R. & Cherng, Y (2009). "The effect of brand affect on female cosmetic users brand loyalty in Taiwan", *The Journal of American Academy of Business*, 14 (2), pp. 230-236.
18. Christopher A. Cooper, H. Gibbs Knotts, David M. McCord and Andrew Johnson. (2012).; *Taking Personality Seriously: The Five-FactorModel and Public Management*; The American Review of Public Administration published online.
19. Cosier, R. A., & Schwenk, C. R. 1990. Agreement and thinking alike: Ingredients for poor decisions. *Academy of Man-agement Executive*, ۴(۱): ۶۹-۷۴.
20. Crant, J. M. (2000). 'Proactive behaviour in organizations'. *Journal of Management*, 26, 435–62.
21. Dan,l, Jun,w. and Jiu-cheng,m. (2009), "organizational silence; a survey on employees working in a Telecommunication Company."
22. Darchen, Sebastien; Tremblay, Diane-Gabrielle; (2010), What attracts and retains knowledge workers/students: The quality of place or career opportunities? The cases of Montreal and Ottawa, *Cities*, Volume 27, ۲۲۳-۲۲۵.
23. Dimitris, B., And Vokala,M, (2007).Organizational Silence: A New Challenge For Human Resource Management; athense university of economics and business,pp1-19.
24. Dimitris, Bouradas And Vokala,Maria, 2007.Organizational Silence: A New Challenge For Human Resource Management; athense university ofeconomics and business,pp1-19.
25. Enz, C. A., & Schwenk, C. R. 1991. The performance edge: Strategic and value dissensus. *Employee Responsibility and Rights Journal*, 4: 75- 85.
26. Farde L., Gusavsson J. (1997). D2 dopamine receptors and personality traits; *Nature*, 385, February 13.
27. Foegen, J. H. 1999. Why not empowerment? *Business and Economic Review*, 45(3): 31-33.
28. Frese, M., Teng, E. and Wijnen, C. J. D. 1999. 'Helping to improve suggestion systems: predictors of making suggestions in companies.' *Journal of Organizational Behavior*, 20, 1139–55.
29. Glauser, M. J. 1984. Upward information flow in organizations: Review and conceptual analysis. *Human Rela-tions*, 37: 613-643.
30. Greenberg, J. and Edwards, M. S. (2009). *Voice and Silence in Organizations*, Bingley, UK: Emerald Press.
31. Hafnidar. (2013), The Relationship among Five Factor Model of Personality, Spirituality, and Forgiveness. *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 3, No. 2.
32. Henriksen, K. Dayton, E. (2006). "Organizational Silence and Hidden Threats to Patient Safety", *HSR: Health Services Research* 41(4):1539- ۱۵۵۴.
33. Hjalte, S. & Stina, L. (2004). "Managing customer loyalty in the automobile industry", *Journal of Business Administration*, 25, pp. 4-12.

34. John E. Buckner V, Christopher M. Castille, Tilman L. Sheets. (۲۰۱۲) The Five Factor Model of personality and employees' excessive use of technology. *Computers in Human Behavior*, 28, 1947–1953.
35. Judge, T.A. Martocchio, J.J. (1997). Five-Factor Model of Personality and Employee Absence. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 82, No. ۷۵۵-۵, ۷۴۵
36. Keller, L. K. (1993). "Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity," *Journal of Marketing*, 57 (1), pp. 1-22.
37. Knights, Janice anna kennedy and Barbara jean, 2005. "psychological contract violation: impacts on job satisfaction and organizational commitment among senior public servants" *applied H.R.M. research*, 10/2:57-72.
38. Korsgaard, M. A., Meglino, B.M. and Lester, S.W. (1997). 'Beyond helping: do other-oriented values have broader implications in organizations? *Journal of Applied Psychology*, 82, 160–77.
39. Lant, T., Milliken, F., & Batra, B. 1992. The role of managerial learning and interpretation in strategic persistence and reorientation: An empirical exploration. *Strategic Man-agement Journal*, 13: 585-608.
40. Lee-Baggley, D., Preece, M. and DeLongis, A. (2005). Coping with interpersonal stress: role of big five traits. *Journal of Psychology*, 73, 1141-1180.
41. Lind, E. A., & Tyler, T. R. 1988. *The social psychology of procedural justice*. New York: Plenum.
42. Luk, S. T. K. & Yip, L. S. C. (2008). "The moderator effect of monetary sales promotion on the relationship between brand trust and purchase behavior", *Brand Management*, 15 (6), pp. 452-464.
43. Mandrik, C. A. & Yeqing, B. (2005). "Exploring the concept and measurement of general risk
44. March, J. 1991. Exploration and exploitation in organization-al learning. *Organization Science*, 2: 71-87.
45. Matzler, k., Sonja G.-K. & Sonja, B. (2008). "Risk aversion and brand loyalty: The mediating role of brand trust and brand affect", *Journal of Product and Brand Management*, 17 (3), pp. 154-162.
46. Moorman, C., Gerald, Z. & Rohit, D. (1992). "Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations", *Journal of Marketing Research*, 29 (3), pp. 314-328.
47. Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). "The commitment-trust theory of relationship marketing," *Journal of Marketing*, 58 (3), pp. 20-38.
48. Morrison, E. W. and Milliken, F. J. (2000). 'Organizational silence: a barrier to change and development in a pluralistic world'. *Academy of Management Review*, 25, 706–25.
49. Morrison, E.W. and Milliken, F. J. (2000). *Organizational Silence: A Barrier to Change and Development in a Pluralistic World*, *Academy of Management Review* 25(4):706-725.
50. Nemeth, C. J. and Staw, B. M. (1997). 'The tradeoffs of social control and innovation in groups and organizations'. In Berkowitz, L. (Ed, (. *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 22. New York: Academic Press, 175–210.

51. Nikmaram S, Gharibi Yamchi H, Shojaii S, Ahmadi Zahrani M and Alvani SM., (2012). Study on Relationship Between Organizational Silence and Commitment in Iran. *World Applied Sciences Journal* 17. ۱۲۷۷-۱۲۷۱ : (۱۰)
52. Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
53. Perlow, L. A. (2003). *When you say yes but mean no*. New York: Crown Publishing Group
54. Perlow, L.A. Repenning, N.P. (2009). "The dynamics of silencing conflict", *Research in organizational behavior* 29:195-223.
55. Pfeffer, J. 1997. *New directions for organization theory*. New York: Oxford University Press, 52: 268-279.
56. Pinder, C. C. and Harlos, K. P. (2001). 'Employee silence: quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice'. In Rowland, K. M. and Ferris, G. R. (Eds), *Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol. 20. New York: JAI Press, 331-69.
57. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B. and Bachrach, D. G. (2000). 'Organizational citizenship behaviours: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research'. *Journal of Management*, 26, 513-63.
58. Redding, W. C. 1985. *Rocking boats, blowing whistles, and teaching speech communication*. *Communication Education*, 34: 245-258.
59. Rousseau, D., & Parks, J. M. 1993. *The contracts of individuals and organizations*. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, vol. 15: 1-47. Greenwich, CT: JAI Press.
60. Ryan, K. D., & Oestreich, D. K. (1991). *Driving fear out of the workplace: How to overcome the invisible barriers to quality, productivity, and innovation*. San Francisco: Jossey-Bass.
61. Shojaie, S., Zaree Matin, H., Barani, G. H., (2011) *Analyzing the Infrastructures of Organizational Silence and Ways to Get Rid of it*; *Social and Behavioral Sciences* 30. 1731 – 1735.
62. Slade, Michael Ross, 2008, *The Adaptive Nature of Organizational Silence: A Cybernetic Exploration of the Hidden Factory*, The Faculty of The Graduate School of Education and Human Development of The George Washington University.
63. Tan, J. S. (1999). "Strategies for reducing consumers' risk aversion in internet shopping", *Journal of Consumer Marketing*, 16 (2), pp. 163-180.
64. Tangirala, S., Ramanujam, R. (2008). Employee silence on critical work issues: Effects of procedural justice climate *Personnel Psychology*, ۶۱، ۳۷-۶۸.
65. Taylor N., de Bruin, G. P (2006).; *Basic traits inventory: Technical manual*. Johannesburg; Jopie van Rooyen and Partners.
66. Tulubas T., Celep C. (2012). Effect of perceived procedural justice on faculty members' silence: the mediating role of trust in supervisor. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 47 1221 – 1231.
67. Van Dyne, L. and LePine, J. A. (1998). 'Helping and voice extra-role behaviour: evidence of construct and predictive validity'. *Academy of Management Journal*, 41, 108-19.

68. Van Dyne, Linn, Soon Ang and Isabel C. Botero, 2003, Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs, *Journal of Management Studies* 40:6.
 69. Vancouver, J. B., & Morrison, E. W. 1995. Feedback inquiry: The effect of source attributes and individual differences *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 62: 276-285.
 70. Williams, M. (2001). In whom we trust: Group membership as an affective context for trust development. *Academy of Management Review*, 26(3), 377-396.
 71. Zehir C & Erdogan E. (2011). The Association between Organizational Silence and Ethical Leadership through Employee Performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24, 1389–1404
 72. Zhao H., Seibert S. (2006); The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review; *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 2.
 73. Zhou, J. and George, J. M. (2001). 'When job dissatisfaction leads to creativity: encouraging the expression of voice'. *Journal of Applied Psychology*, 44, 682–96. 1392
- L. Van Dyne, S. Ang and I. C. Botero © Blackwell

Investigating the effect of organizational silence and noise on the hierarchical movement of employees in private banks with a secondary strategy

Fariborz Rajabipour Shirkohi *1

Farshid Mohammadi Sisakht 2

Mehdi Haghighat Nazar Gilandehi 3

Date of Receipt: 2021/04/09 Date of Issue: 2021/04/20

Abstract

In the present study, the effect of organizational silence and noise of its employees on the movement of the organization and the movement and progress of employees has been studied. The research is descriptive-survey in terms of research method. The statistical population of the study includes all the staff of private banks in Tehran. The statistical sample of the study was determined based on the unlimited population and unknown variance of 175. Questionnaires and interviews were used to collect data. The results showed that there is a significant relationship between organizational silence and employee development in private organizations with a secondary strategy.

Keywords

Organizational silence, organizational voice, secondary strategy, career path

1. PhD student in Business Administration, Business Policy, University of Guilan, Faculty of Literature and Humanities, Rasht, Iran. (Responsible author: f.rajabypoor@gmail.com).
2. Master of Business Administration, majoring in Financial Management, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Iran. (Fmohammadi23@gmail.com).
3. Master of Business Management, Financial Management, Islamic Azad University, Rasht Branch, Iran. (mahdihaghighatnazar@gmail.com).