



خستواره هفته پژوهش و فناوری

معرفی پژوهشگران برگزیده

معرفی پژوهش‌های برتر
دانش‌آموختگان کارشناسی ارشد

معرفی دانش‌آموختگان منتخب کارآفرین

موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

دی ماه ۱۴۰۱

پژوهش



جشنواره

پژوهش‌های برتر کارشناسی ارشد

موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند



۵ دی ماه ۱۴۰۱



پژوهش به بشر این توانایی را می‌دهد که بهتر با دنیای پیرامون خود رابطه برقرار کند و به اهدافش دست یابد.

فرارسیدن روز پژوهش، روز علم افزایی هوشیارانه و متعهدانه، بر پژوهشگران علم و دانش مبارک.

مقدمه

پژوهش کوشش برای یافتن بهترین راهکارهای ممکن برای حل مشکلات موجود در عرصه های زندگی و راهی برای گسترش مرزهای دانش و گشودن افق های تازه برای آیندگان است.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به منظور گسترش فرهنگ پژوهش در جامعه و ارج نهادن به مقام شایخ پژوهشگران، ۲۵ آذر از سوی شورای فرهنگ عمومی کشور به نام روز پژوهش نامگذاری شد. وزارت علوم و تحقیقات و فناوری نیز از سال ۱۳۷۹ چهارمین هفته آذر ماه را به نام هفته پژوهش نامگذاری کرد.

هفته پژوهش و فناوری فرصت مناسبی است تا با برگزاری همایش، جشنواره و نمایشگاه نسبت به ارتقاء جایگاه علم و تحقیقات در کشور تاکید و اقدام شود. توسعه علم و دستیابی به فناوری به منظور کسب ثروت و رفاه عمومی است و موجب افزون توان ملی در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می شود.

تولیدات علمی مرهون محققان و فناوران دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی است. معرفی برگزیدگان عرصه های پژوهش و فناوری و تجلیل از آن ها ضمن ارج گذاری بر تلاش آنان موجب ایجاد فضای پر نشاط علمی برای محققان می شود.

برگزیدگان

استادان پژوهشگر



* دکتر امیر بیگلریگی قاجاریه

دکتری زبانشناسی

* عضو هیات علمی گروه زبان انگلیسی -

دانشکده علوم انسانی

* مدیر گروه " مترجمی زبان انگلیسی "





*** دکتر نرجس سردابی**

دکتری آموزش زبان انگلیسی

*** عضو هیات علمی گروه زبان انگلیسی -**

دانشکده علوم انسانی

*** مدیر گروه " آموزش زبان انگلیسی "**





* دکتر محمدرضا لاهوتی

دکتری مهندسی صنایع

* عضو هیات علمی گروه مهندسی صنایع و
مهندسی انرژی - دانشکده فنی مهندسی

* سرپرست دانشکده

و مدیر گروه " فنی مهندسی "





دکتر سمانه لاجوردی*

دکتری مدیریت منابع انسانی

* عضو هیات علمی گروه مدیریت-

دانشکده مدیریت و حسابداری

* مدیر پژوهشی



برگزیدگان

پژوهش‌ها/پایان نامه های برتر

کارشناسی ارشد

پژوهش های برتر مقطع کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

استاد راهنما	عنوان پروژه منتخب	شغل	دانش آموخته	دانشکده	
دکتر اکبر عالم تبریز	استفاده از الگوریتم فرابتکاری برای حل مسئله تخصیصی درجه دوم	دانشجوی دکتری مهندسی صنایع آزاد تهران شمال سرپرست کنترل پروژه سازه های صنعتی آذران	محمد امیر فاضلی	فنی مهندسی	۱
دکتر سیدمحمد سیدحسینی	اولویت بندی شاخص های لجستیک معکوس ناب در شرکت کروز	کارشناس متد ولجستیک در شرکت مادرایاویستا	ندا ولاشجردی	فنی مهندسی	۲
دکتر مهدی شیرمحمدی	ارائه چارچوبی جهت ارزیابی عملکرد پلتفرم های جمع سپاری از منظر نوآوری باز	تحلیلگر کسب و کار در صنعت فینتک	محمدحسن مقدسی	مدیریت و حسابداری	۳
دکتر زهره جمشیدی	تاثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند با توجه به نقش های میانجی دلبستگی برند و اعتماد مشتری (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران)	دانشجوی دکتری بازرگانی گرایش بازاریابی آزاد رودهن	آرزو هوایی	مدیریت و حسابداری	۴
دکتر سمانه لاجوردی	تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و اثر آن بر عملکرد مالی با نقش میانجی رضایت مشتری مورد مطالعه: شرکت های هواپیمایی ایران	-	هدی کریمی	مدیریت و حسابداری	۵
دکتر مهناز مرشدزاده	تاثیر محافظه کاری بر افشای کیفی در گزارشات تفسیری مدیریت	مدیر مالی اداری لیزینگ ایران و شرق	امیر کناری	مدیریت و حسابداری	۶
دکتر محمدابراهیم سماوی	تاثیر عوامل درونی و بیرونی بر بازدهی مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی	مدیرمالی شرکت سرمایه گذاری ایران و فرانسه زیرمجموعه شرکت سرمایه گذاری توسعه صنعت و تجارت	یاسمن کیا	مدیریت و حسابداری	۷
دکتر کیوان شهاب لواسانی	بررسی اثر احساسات سرمایه گذاران بر بازده شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران به روش مارکوف سوئیچینگ	شاغل در کارگزاری مفید	لیلا شعبانی رضوانی	مدیریت و حسابداری	۸
دکتر نرجس سردابی	بررسی تاثیر استراتژی های انگیزشی به یادگیری لغات کودکان زبان آموز بر اساس نظریه خود تعیین گری و نیازهای بنیادین روانشناختی	مدرس زبان انگلیسی	مهرنوش کیا	علوم انسانی	۹
دکتر امیر قاجاریه	ارزیابی مقایسه ای انواع تمرین ها در کتاب های انگلیسی دانشگاهی ایران در برابر همتهای بین المللی آن ها با تمرکز بر گفتمان ارتباطی	مدرس زبان انگلیسی	سمیرا محمدی	علوم انسانی	۱۰
دکتر محمدامین مذهب	تحلیل تطبیقی ترجمه عناوین کتاب: کتاب های ترجمه شده انگلیسی به فارسی برای کودکان در مقابل بزرگسالان	مدرس زبان انگلیسی	زهرا تمیزی	علوم انسانی	۱۱
دکتر هدی شبرنگ	خوانش پسا استعدادی از رمان های منتخب ایزابل آلنده	دانشجوی دکتری ادبیات انگلیسی آزاد علوم تحقیقات مدرس زبان انگلیسی موسسه ارشاددماوند	گلناز کریمی	علوم انسانی	۱۲

دانشکده فنی مهندسی



محمد امیر فاضلی

استفاده از الگوریتم فرابتکاری برای حل مسئله
تخصیصی درجه دوم



دکتر اکبر تبریز

در این پایان‌نامه، ترکیبی از الگوریتم‌های بهینه‌سازی زنبورعسل و هوش مصنوعی برای مسئله تخصیص مرتبه دوم پیشنهاد شده است. حل مسئله تخصیص مرتبه دوم برای موارد بزرگ هنوز هم بسیار چالش برانگیز است و هنوز هیچ روشی برای به دست آوردن راه حل‌های دقیق برای این مسئله دشوار کشف نشده است. با توجه به نتایج امیدوار کننده بدست آمده از هوش مصنوعی، که یک روش فرابتکاری مؤثر برای حل بسیاری از مسائل می باشد، به عنوان یک کاندیدای مناسب برای به دست آوردن راه حل‌های بهینه (نزدیک) در مسائل NP مطرح شده است. بنابراین الگوریتم پیشنهادی در این پایان‌نامه ترکیب بهینه‌سازی زنبورعسل و هوش مصنوعی و نسخه موازی آن، اولین الگوریتم فرابتکاری با جستجوی تابو برای بهینه‌سازی تخصیص مرتبه دوم هستند. رفتار زنبورهای کارگر، ناظر و پیشاهنگ با استفاده از الگوی محاسبات توزیع شده موازی، برای موارد بزرگ مسئله تخصیص مرتبه دوم مدل‌سازی می‌شود. زنبورهای پیشاهنگ به جستجوی منابع غذایی می‌پردازند، زنبورهای کارگر به منبع غذا می‌روند و به کندو باز می‌گردند و اطلاعات خود را در مورد منطقه پرواز به اشتراک می‌گذارند، زنبورها ناظر تماشای پرواز زنبور عسل کارگر و منابع غذایی را بسته به پرواز انتخاب می‌نمایند. از روش جستجوی قوی تابو برای شبیه‌سازی فرآیندهای اکتشافی و بهره‌برداری از زنبورها استفاده شده است. نتایج بدست آمده برای مسائل معیار حل شده از کتابخانه QAPLIB توسط الگوریتم پیشنهادی، عملکرد کاملاً قابل قبول آن را نشان می‌دهند.

کلید واژه‌ها: الگوریتم زنبورعسل؛ الگوریتم هوش مصنوعی؛ تخصیص مرتبه دوم؛ بهینه‌سازی؛ محاسبات موازی؛ جستجوی تابو.

گروه مهندسی صنایع

Journal of Economics and Administrative Sciences (JEAS)

Available Online at: <http://www.jeasweb.org>



Acceptance Letter

Date: 15 September, 2020.

Article No. JEAS 20/28

Dear

Mohammad Amir Fazeli*, Akbar Alam Tabriz, Seyed Mohammad Seyed Hosseini, Mohammad Reza lahoti

I am pleased to inform you that, your peer reviewed revised article entitled: "An Artificial Bee Colony Meta-Heuristic Algorithm to Solve Quadratic Assignment Problem (QAP)" is now accepted for publication in Journal of Economics and Administrative Sciences (JEAS).

Thank you for considering JEAS Journal for publication of your valuable work and all your cooperation with the review and publication process.

I look forward to publish your upcoming articles in JEAS and wish you great success in your career endeavor.

Please do not hesitate to contact us if you have any further questions.

Regards

Best regards

Executive Editor

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name of the Executive Editor, is written over a horizontal line.

کلونی زنبور عسل و ژنتیک در تخصیص درجه دوم



محمد امیر فاضلی

دانشکده فنی مهندسی



ندا ولاشجردی

اولویت بندی شاخص های لجستیک معکوس ناب
در شرکت کروز



دکتر سید محمد سید حسینی

امروزه با کم شدن مواد اولیه مورد نیاز تولید، محصولات در طبیعت، همچنین افزایش نگرانی های زیست محیطی لجستیک معکوس اهمیت ویژه ای یافته است. اکثر شرکت ها هنوز با مشکلات متعددی در اجرای لجستیک معکوس مواجه هستند که منجر به ضایعات زیاد در طول فرآیند لجستیک معکوس می شود. به منظور غلبه بر این مشکل، لجستیک معکوس ناب را می تواند به عنوان گامی برای حذف اتلاف ها در نظر گرفت. هدف از این تحقیق، اولویت بندی شاخص های لجستیک معکوس ناب با استفاده از روش های تحلیل سلسله مراتبی فازی و تاپسیس می باشد. این تحقیق از نظر دسته بندی تحقیقات بر حسب هدف، یک تحقیق کاربردی می باشد، از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی است و در میان روش های تحقیق توصیفی در زمره مطالعه موردی قرار گرفته است. در جهت نیل به هدف تحقیق ابتدا ادبیات موضوع بررسی شده و با استفاده از تحقیقات کتابخانه ای معیارها و شاخص های لجستیک معکوس ناب مورد بررسی و سپس با توزیع پرسشنامه در بین ۳۲ نفر از خبرگان (مدیران، کارشناسان شرکت کروز) بخش متد و لجستیک، معیارهای موجود، مورد بررسی و سپس نتایج و بررسی های حاصل از آن نشان می دهد مهمترین معیارها مدیریت کامل هزینه در لجستیک معکوس ناب و پس از آن حفظ سود حاصل از زنجیره تامین، یادگیری و نوآوری، حذف اتلاف ها و مدیریت تقاضا می باشد.

واژگان کلیدی: لجستیک معکوس - ناب - تحلیل سلسله مراتبی - تاپسیس فازی

گروه مهندسی صنایع

دانشکده مدیریت و حسابداری



محمد حسن مقدسی

ارائه چارچوبی جهت ارزیابی عملکرد پلتفرم های جمع سپاری از منظر نوآوری باز



دکتر مهدی شیرمحمدی

هدف: هدف از انجام این پژوهش شناسایی یک چارچوب مفهومی مناسب برای ارزیابی پلتفرم های جمع سپاری از منظر نوآوری باز می باشد که از طریق آن صاحبان و مدیران پلتفرم های جمع سپاری بتوانند عملکرد پلتفرم خود را به منظور افزایش بهره وری و کارایی از منظر نوآوری باز، ارزیابی یا بازطراحی نمایند.

روش شناسی پژوهش: برای انجام این پژوهش از یک روش آمیخته کیفی و کمی استفاده شده؛ بدین ترتیب که ابعاد اولیه چارچوب ارزیابی عملکرد پلتفرم های جمع سپاری به روش دلفی و از طریق مصاحبه با خبرگان به دست آمد. سپس با استفاده از این عوامل یک پرسشنامه آماری طراحی شد و در میان کاربران پلتفرم های جمع سپاری جهت تایید یا رد عوامل، توزیع گردید. در نهایت اهمیت عوامل تایید شده را از طریق تحلیل سلسله مراتبی فازی رتبه بندی نمودیم.

یافته ها: با انجام این پژوهش دریافتیم که عوامل (به ترتیب اهمیت): ۱. همکاری، ۲. طراحی پروژه، ۳. نظارت، ۴. شرایط و ضوابط، ۵. رابط کاربری و تجربه کاربری، و ۶. آمار کلیدی، از جمله مهمترین ابعاد چارچوب ارزیابی عملکرد پلتفرم های جمع سپاری از منظر نوآوری باز به حساب می آیند.

نتیجه گیری: با توجه به اصل جمع سپاری که بر مبنای مشارکت جمع و هوش جمعی کاربران استوار است، در این پژوهش نیز شاهد بودیم که همکاری و طراحی پروژه به عنوان مهمترین عوامل برای ارزیابی یک پلتفرم جمع سپاری شناسایی گشتند؛ از این رو در انتهای این پژوهش نیز مسیریابی برای پژوهش های آتی پژوهشگران ارائه شد که با یافتن پاسخ آنها می توان عملکرد یک پلتفرم جمع سپاری را از منظر نوآوری باز بهبود بخشید.

کلیدواژه ها: نوآوری باز؛ جمع سپاری؛ پلتفرم جمع سپاری؛ چارچوب ارزیابی؛ ارزیابی عملکرد

گروه مدیریت بازرگانی



A framework for evaluation of crowdsourcing platforms performance

Journal:	<i>Information Development</i>
Manuscript ID	ID-22-0159.R3
Manuscript Type:	Original Manuscript
Keywords:	Open innovation, Crowdsourcing, Crowdsourcing platform, Evaluation framework, Performance evaluation
Abstract:	<p>This study aims to identify an appropriate conceptual framework to evaluate crowdsourcing platforms from an open innovation perspective employing a combination of qualitative and quantitative methods. The initial indices of the performance evaluation framework in the crowdsourcing platforms are obtained through the Delphi method and interviews with experts. Then, using these factors, a statistical questionnaire is designed and distributed among users of crowdsourcing platforms to confirm or reject the factors. Finally, the aspects of the performance evaluation framework of crowdsourcing platforms are specified from the perspective of open innovation. Using fuzzy hierarchical analysis, these aspects are prioritized in order of importance: Collaboration, Project design, Moderation, Terms and conditions, UI/UX (user interface and user experience), and Key statistics. Concerning the principle of crowdsourcing, which is based on crowd participation and crowd intelligence of users, Collaboration and Project design turned out to be the significant factors in evaluating a crowdsourcing platform.</p>

SCHOLARONE™
Manuscripts

دانشکده مدیریت و حسابداری



آرزو هوایی

تأثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند با توجه به نقش های میانجی دلبستگی برند و اعتماد مشتری (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران)



دکتر زهره جمشیدی

با عنایت به اهمیت وفاداری بعنوان یکی از ابعاد کلیدی ارزش ویژه برند و وجود گزارشاتی مبنی بر تاثیرگذاری رابطه با مشتری بر وفاداری برند این تحقیق با هدف بررسی تاثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند با توجه به نقش های میانجی دلبستگی برند و اعتماد مشتری انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش جز پژوهش های توصیفی همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه مشتریان شرکت بیمه ایران در شهر تهران می باشند (جامعه نامحدود) جهت تعیین حجم نمونه از روش معادلات ساختاری استفاده شد و بر همین اساس با توجه به تعداد سوالات پرسشنامه (۲۵ سوال) حجم نمونه ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد که در نهایت ۱۹۷ پرسشنامه سالم برگشت داده شد. قابل ذکر است پرسشنامه ها به صورت نمونه گیری تصادفی خوشه ای بین مشتریان توزیع گردید. جهت گردآوری اطلاعات از روش های کتابخانه ای و روش های میدانی استفاده شد. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه های استاندارد استفاده شد که روایی و پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. برای محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده گردید و نتایج نشان داد که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای همه متغیرها مناسب است. جهت بررسی روایی از روایی محتوا و سازه استفاده شد که نتایج نشان داد سوالات از روایی مناسبی برخوردار هستند جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی PLS3 استفاده شد. پس از جمع آوری داده ها و تحلیل آن ها، نتایج نشان داد: دلبستگی برند و اعتماد مشتری تاثیر تعامل مشتری بر وفاداری برند را میانجی گری می کنند. از طرفی مشخص شد؛ تعامل مشتری تاثیر مثبت بر وفاداری مشتری، دلبستگی برند و اعتماد مشتری دارد. در نهایت مشخص شد، دلبستگی برند و اعتماد مشتری تاثیر مثبت بر وفاداری مشتری دارد.

واژگان کلیدی: دلبستگی برند، اعتماد مشتری، تعامل مشتری، وفاداری برند

گروه مدیریت بازرگانی

This certificate is awarded to

Arezoo Havaie

in Order to Submit an Article Entitled:

*The effect of customer interaction on brand
loyalty with mediating roles of brand
attachment and customer trust
(Case study: Iran Insurance Company)*

Presented at:

*2nd National Interdisciplinary Research
Conference in Humanistic Sciences*

Location:

Tehran - Iran

Event Date:

12th Sep. 2021

Registration Number:

MHD10399090225



*Granting this certificate to the attendee is a validation of a skill and is not
equivalent to a formal university degree or a technical or professional degree
and it has not approved by ministries and government institutions.*

Authorized Signature:



www.oxfordcert.co.uk



EURO CERT

CERTIFICATE

FOR SCIENCE



This is certify that Mr/Mrs

Arezoo Havaie



Is Hereby Presented to

2nd National Interdisciplinary Research Conference in Huminitic Sciences

and successful completion. This conference is under cover of Euro Science Certification group.

Certificate Registration NO: 551318

Date of Certification: 2021/011/01

Expiration Date: 2022/11/01



Certificate Confirmation system at www.euro-cert.uk
London, United Kingdom

دانشکده مدیریت و حسابداری



هدی کریمی

**تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی
بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و اثر آن بر
عملکرد مالی با نقش میانجی رضایت مشتری
مورد مطالعه: شرکت های هواپیمایی ایران**



دکتر سمانه لاجوردی

درسال های اخیر، مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان موضوعی کلیدی و استراتژیک نگریده می شود که سازمان ها می توانند با بکارگیری آن حفظ و بقای خود را تضمین نمایند. از این رو، شرکت ها باید همواره خود را جزئی از اجتماع بدانند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه ای مستقل از منافع شرکت تلاش کند. دو عامل کلیدی که می توان از طریق آن ها اقدامات مسئولیت اجتماعی را در سازمان ها تقویت نمود فرهنگ سازمان (فرهنگ مسولیت اجتماعی شرکتی) و رهبری (رهبری مسولیت اجتماعی شرکتی) است. از سوی دیگر، رضایت مشتری نقش تعیین کننده ای در بقاء و ارتقاء عملکرد فرهنگ و رهبری « سازمان دارد که در پژوهش حاضر نیز به آن پرداخته شده است. هدف پژوهش حاضر شناسایی تاثیر و اثر آن بر عملکرد مالی با میانجیگری رضایت مشتری در شرکت « عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی » بر « مسئولیت اجتماعی شرکتی های هواپیمایی شهر تهران است. از آنجا که هدف پژوهش تعیین روابط متقابل بین اجزای عوامل مسئولیت اجتماعی شرکتی، رهبری و فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی و سایر روابط در الگوی مفهومی پژوهش است، از این رو، پژوهش حاضر را می توان از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی، به طور مشخص میتنی بر مدل معادلات ساختاری، محسوب کرد که تاثیر متغیرهای فوق را به صورت دوجه دو مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می دهد. در مدل پژوهش متغیرهای رهبری مسولیت اجتماعی شرکتی، فرهنگ مسولیت اجتماعی شرکتی به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده اند و متغیرهای رضایت مشتری، عملکرد مالی به عنوان متغیرهای وابسته محسوب شده اند. از نظر روش گردآوری داده ها توصیفی -پیمایشی است که ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. این پرسشنامه بر اساس متغیرهای مورد بررسی تعداد ۸۰ سوال ۵ گزینه ای تدوین شده است که در مقیاس اندازه گیری لیکرت تدوین شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شرکت های فعال هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران در تهران هستند و نمونه آماری، شامل مدیر عالی و معاون هر شرکت است. با توجه به محدود بودن جامعه آماری فعالیت شرکت هواپیمایی در تهران از این رو، نمونه آماری از نوع سرشماری است. پس از آزمون فرضیه ها و تحلیل آماری با استفاده از PLS نتایج کلی از تحلیل آماری فرضیه های پژوهش نشان داد افزایش رهبری مسئولیت

اجتماعی شرکتی منجر به، افزایش عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی می شود. همچنین افزایش فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی منجر به افزایش عملکرد مسئولیت اجتماعی و افزایش عملکرد مالی، افزایش رضایت مشتری میشود. از این رو، با تاکید بر فرضیه های پژوهش حاضر، پیشنهاد شده است شرکت های هواپیمایی از طریق شناسایی میزان همسویی قابلیت های رهبری و نقش های استراتژیک آنان با استراتژی کلان شرکت، و توجه به منابع نامشهود قابلیت های زنجیره ارزش و تاثیر آنها، عملکرد شرکت را افزایش دهند. همچنین ارزیابی از منابع ناملموس فرهنگ و مجموعه معانی، اعتقادات و ارزش های شرکت از جمله میزان دل بستگی به تصویر و شهرت شرکت و ایجاد فرهنگ سازمانی مطلوب بعمل آید و با شیوه های پایدار از نظر ابعاد اجتماعی و زیست محیطی، و توجه به فرصت های محیطی و اجتماعی موجود، ارتباط بیشتر بین عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی در محوریت کسب و کار شرکت ها قرار گیرد. به خصوص با ایجاد فرهنگ مشارکتی در سازمان و با درگیر کردن هر چه بیشتر کارکنان در تصمیم گیری ها، تعهد و توانمندی بیشتری فراهم شود. مهمتر اینکه اهمیت خط مشی ها و سیاست ها یا استراتژی هایی که در افزایش رضایت مشتریان تاثیر بیشتری داشته اند، در گزارش فعالیت های پایداری شرکت تاکید شود، به طوری که نتایج قابل سنجشی بتواند به منظور ارتقاء عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی به کار گرفته شود.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی شرکتی، رهبری، فرهنگ، عملکرد، رضایت مشتری، شرکتهای هواپیمایی.

گروه مدیریت بازرگانی

تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی (مورد مطالعه: شرکت های هواپیمایی)

چکیده

فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی، به عنوان موضوعی کلیدی و استراتژیک نقش مهم و تعیین کننده در ارتقاء عملکرد دارد. هدف پژوهش حاضر شناخت تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و اثر آن بر عملکرد مالی با میانجی‌گری رضایت مشتری، و آزمون مدل آن در شرکت‌های هواپیمایی شهر تهران است. آزمون فرضیه‌ها مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است که تأثیر بین متغیرها را دو به دو بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کند. از جمله نتایج آزمون نشان داد فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی تأثیر معنادار دارد و این تأثیر بر عملکرد مالی با میانجی‌گری رضایت مشتری، مثبت و معنادار است. به این ترتیب نتایج این مطالعه نشان داد، هرچه رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی عملکرد بهتری داشته باشد، و هرچه قابلیت‌های رهبری و نقش‌های استراتژیک آنان با استراتژی کلان شرکت همسو تر باشد، پس عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی افزایش می‌یابد. همچنین هرچه فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی و مجموعه معانی، اعتقادات و ارزش‌های شرکت افزایش یابد، پس میزان دل‌بستگی به تصویر و شهرت شرکت و ایجاد فرهنگ سازمانی بیشتر آشکار می‌شود. به این ترتیب، عملکرد مسئولیت اجتماعی و نیز عملکرد مالی و رضایت مشتری افزایش بیشتری خواهد داشت. از جمله پیشنهادها، در نظر گرفتن منابع نامحسوس قابلیت‌های زنجیره ارزش، و توجه به ارزیابی منابع ناملموس فرهنگ و مجموعه معانی، اعتقادات و ارزش‌های شرکت در گزارش‌های دوره ای... است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی؛ رهبری؛ عملکرد؛ مسئولیت اجتماعی شرکتی؛ رضایت مشتری.

مقدمه

در گذشته، تمرکز شرکت‌ها برای افزایش عملکرد بدون در نظر گرفتن جنبه‌های اجتماعی بیشتر، و فقط برای دستیابی به اهداف کسب‌وکار بوده و این توجه کمتر به جنبه‌های اجتماعی، علت شناخت کمتر مسئولیت اجتماعی شرکتی شد. وجود مطالعات اندکی که از تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی در بهبود محیط زیست، محیط اجتماعی و شرایط اقتصادی گزارش شده، بیانگر دشواری بودن سنجش تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌ها بوده است.

شرکت‌ها با افزایش شناخت از طریق تطبیق ارزش‌ها و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی درک شده مشتری، از ظرفیت‌های اعتبار مسئولیت اجتماعی شرکتی حمایت می‌کنند. اعتماد به نفس سطح بالا برای تقویت تأثیر شهرت در بعد مثبت کافی نیست، بلکه رفتار خرید در زمینه مسئولیت اجتماعی شرکتی بیشتر اهمیت دارد. اعتماد مشتریان ممکن است به دلیل عوامل مختلف مانند صداقت، شایستگی، درک ریسک، بر وفاداری آنها تأثیر گذارد. بنابراین داشتن اعتبار، شرط کافی برای ایجاد رفتار مثبت نیست، بلکه ایجاد ادراک از هویت شرکت با توجه به مسئولیت اجتماعی شرکتی یک عامل حیاتی است که قصد مشتری را به وجود می‌آورد [۲].

دانشکده مدیریت و حسابداری



امیر کناری

تأثیر محافظه کاری بر افشای کیفی در گزارشات تفسیری مدیریت



دکتر مهناز مرشدزاده

لحن گزارش‌های مدیر در خصوص بدهی به سرمایه‌گذاران بازار کمک می‌کند تا ریسک اعتباری را ارزیابی کنند. از آنجا که لحن افشای کیفی با کاربران اطلاعات در ارتباط است و تصمیمات آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مدیران انگیزه‌هایی برای دستکاری ادراکات در روایت‌های افشای خود دارند. لذا در این پژوهش تأثیر محافظه کاری بر افشای کیفی در گزارشات تفسیری مدیریت شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران سنجیده شده است. تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد، چنانچه طبقه‌بندی انواع تحقیقات بر اساس ماهیت و روش را مدنظر قرار گیرد، روش تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی قرار داشته و از نظر روش نیز در دسته تحقیقات همبستگی محسوب می‌گردد. در تحقیق حاضر کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال‌های ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۹ به عنوان جامعه آماری بررسی و از میان آنها تعداد ۱۱۳ شرکت با توجه به ویژگی‌های تحقیق انتخاب شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد محافظه کاری با لحن مثبت مدیریت رابطه منفی دارد، به علاوه هرچه انگیزه مدیریت برای مدیریت لحن بیشتر باشد، رابطه منفی محافظه کاری و لحن مثبت مدیریت، قوی‌تر میشود؛ نتایج به دست آمده در این پژوهش با مستندات اشاره شده در چارچوب نظری تحقیق و ادبیات مالی مطابقت دارد.

کلید واژه: محافظه کاری، لحن مدیریت در گزارشگری مالی، افشای کیفی

گروه حسابداری

تأثیر محافظه کاری بر افشای کیفی در گزارشات تفسیری مدیریت

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۴

کد مقاله: ۱۴۸۵۶

مهناز مرشدزاده^۱، امیر کناری^۲

چکیده

در این پژوهش به بررسی تأثیر محافظه کاری بر افشای کیفی در گزارشهای تفسیری مدیریت پرداخته شده است. به نظر میرسد مدیران میتوانند با تغییر لحن خود در گزارشات، درک سرمایه گذاران از اطلاعات را تحت تأثیر قرار دهند. اما انتظار می رود محافظه کاری، امکان فرصت طلبی مدیران برای برجسته کردن اخبار خوب و کم اهمیت جلوه دادن اخبار بد را دشوار کند. به منظور بررسی این فرضیه، اطلاعات ۱۱۳ شرکت در سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۹ با آزمون رگرسیون چند متغیره مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد لحن مثبت مدیریت با محافظه کاری رابطه منفی دارد. این رابطه برای موسساتی که مدیریت در آنها، انگیزه بیشتری برای دستکاری لحن داشته باشد، قوی تر است. در نتیجه این یافته ها، میتوان گفت محافظه کاری منجر به بهبود افشای کیفی در گزارشات تفسیری مدیریت می گردد.

واژگان کلیدی: مدیریت لحن، افشای کیفی، محافظه کاری

۱- عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند (نویسنده مسئول) M.morshedzadeh@ut.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

دانشکده مدیریت و حسابداری



یاسمن کیا

تأثیر عوامل درونی و بیرونی بر بازدهی مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی



دکتر محمد ابراهیم سماوی

یکی از مسائل و چالشهای سرمایهگذاران در بازارهای مالی مانند بورس ایران انتخاب معیار صحیح در بررسی و پیشبینی بازده مورد انتظار انواع سهام میباشد. بازده تحقق یافته روشی منسوخ است که به دلیل عدم کارایی در تعیین بازده مورد انتظار یک معیار مطلوب در تصمیمگیری نیست. در این پژوهش با استفاده از روش هزینه سرمایه تلویحی بررسی میشود که بازده مورد انتظار تحت تاثیر چه عواملی است. بنابراین هدف از انجام این پژوهش بررسی اهمیت و معناداری اثر متغیرهای درون و برون شرکتی در پیشبینی بازدهی مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی است که در میان شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ انجام گرفت. به منظور اندازهگیری بازده مورد انتظار از نرخ بازده داخلی بر اساس چهار مدل آماری GLS، OJ، CT و GORDON استفاده گردید. به منظور آزمون فرضیههای پژوهش از روش آماری رگرسیون چندگانه استفاده شد. نمونه آماری شامل ۱۱۴ شرکت به روش حذفی سیستماتیک میباشد. یافتههای پژوهش نشان میدهد شاخص احساسات سرمایهگذاران، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار، بازده اوراق بدهی دولتی بلندمدت و تفاوت بین سود تقسیمی و قیمت سهام قبل از مجمع عمومی عادی سالیانه با بازدهی مورد انتظار سهام دارای رابطه مثبت و معناداری است. عامل نرخ تورم با بازده مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی رابطه منفی دارد. نسبت سود تقسیمی شرکتهای تقسیم به ارزش بازار کل بورس در مدل GLS دارای ارتباط مثبت با بازده مورد انتظار است. تفاوت رقم سود خالص با سود تقسیمی شرکتهای به جزء مدل GLS در سایر مدلها دارای ارتباط منفی با بازده مورد انتظار سهام است. متغیرهای تفاوت بین نرخ استقرار بلندمدت دولتی با نرخ اوراق خزانه کوتاهمدت، نرخ اسناد خزانه دولتی کوتاه مدت و نرخ سپرده بلندمدت بانکی فاقد ارتباط معنادار با بازده مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی هستند. همچنین متغیر تفاوت بازدهی سهم با بازدهی شاخص به جز در مدل OJ دارای ارتباط مثبت با بازده مورد انتظار سهام است و متغیر تفاوت بین نرخ اوراق مشارکت و متوسط نرخ تسهیلات پرداختی بانکها فقط در مدل GLS و GORDON دارای ارتباط مثبت و معنادار با بازده مورد انتظار سهام است. در بین چهار مدل آماری GLS، OJ، CT و GORDON مدل GLS بیشترین خاصیت توضیح دهنده را داشت.

واژگان کلیدی: بازده مورد انتظار، هزینه سرمایه تلویحی، متغیرهای درون شرکتی، متغیرهای برون شرکتی

گروه مدیریت مالی



بررسی اثرات متغیرهای درون و برون شرکتی بر بازدهی مورد انتظار مبتنی بر مدل OJ هزینه سرمایه ضمنی

یاسمن کیا^۱، ابراهیم عباسی^{۲*} و محمدابراهیم سماوی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مالی و حسابداری، موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند، تهران، ایران.

Yasamankia2@gmail.com

۲ دانشیار، گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir

۳ دکتری مهندسی مالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

M.e_samavi@yahoo.com

چکیده

مؤلفه بازدهی یکی از پرکاربردترین مؤلفهها در تصمیمات سرمایه‌گذاری است که دهه‌ها است مورد توجه پژوهشگران حوزه مالی قرار گرفته است. بازده تحقق‌یافته به عنوان یک معیار برای تصمیم‌گیری از قابلیت اتکای کافی جهت تعمیم‌دهی به آینده برخوردار نیست. از این رو برآورد بازدهی مورد انتظار از دیرباز در علوم مالی مورد توجه سرمایه‌گذاران و پژوهشگران این حوزه قرار گرفته است. انتخاب معیار مهم در برآورد بازدهی و بررسی عوامل اثرگذار بر آن می‌تواند به سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی جهت تصمیم‌گیری بهتر کمک کند. پس این موضوع در فضای بازارهای مالی دارای اهمیت بسزایی است. در این پژوهش با استفاده از روش هزینه سرمایه ضمنی بررسی می‌شود که بازده مورد انتظار تحت تاثیر چه عواملی است. بنابراین هدف از انجام این تحقیق بررسی اهمیت و معناداری اثر متغیرهای درون و برون شرکتی در پیش‌بینی بازدهی سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی است که در میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ انجام گرفت. به منظور اندازه‌گیری بازده مورد انتظار از نرخ بازده داخلی بر اساس مدل OJ استفاده گردید. به منظور آزمون فرضیه تحقیق از روش آماری رگرسیون چندگانه استفاده شد. نمونه آماری شامل ۱۱۴ شرکت به روش حذفی سیستماتیک می‌باشد. متغیرهای شاخص احساسات سرمایه‌گذاران، تفاوت رقم سود خالص با سود تقسیمی شرکت‌ها، تفاوت بین نرخ اوراق مشارکت و متوسط نرخ تسهیلات پرداختی بانک‌ها به شرکت‌ها و تفاوت بازدهی سهم با بازدهی شاخص با بازده مورد انتظار مبتنی بر مدل هزینه سرمایه ضمنی OJ مثبت و معنادار است و تنها دو متغیر مجموع مربع بازده شاخص کل بورس اوراق بهادار و نسبت سود تقسیمی شرکت‌ها تقسیم بر ارزش بازار کل بورس رابطه منفی و معناداری داشتند.

واژه‌های کلیدی: بازده مورد انتظار، هزینه سرمایه ضمنی، متغیرهای درون شرکتی، متغیرهای برون شرکتی



تاثیر عوامل درونی و بیرونی بر بازدهی مورد انتظار سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی بر اساس مدل CT

یاسمن کیا^۱، ابراهیم عباسی^{۲*} و محمد ابراهیم سماوی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مالی و حسابداری، موسسه آموزش عالی ارشد دماوند، تهران، ایران.

Yasamankia2@gmail.com

۲ دانشیار، گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir

۳ دکتری مهندسی مالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

M.e_samavi@yahoo.com

چکیده

از مسائل مهم در دانش مالی می توان به انتخاب معیاری صحیح جهت برآورد بازدهی مورد انتظار اشاره کرد. بازده تحقق یافته یک روش قدیمی است که از قابلیت اتکای کافی جهت تعمیم دهی به آینده برخوردار نیست. انتخاب معیار مهم در برآورد بازدهی و بررسی عوامل اثرگذار بر آن می تواند به سرمایه گذاران جهت تصمیم گیری بهتر کمک کند پس این موضوع در فضای بازارهای مالی دارای اهمیت بسزایی است. در این پژوهش با استفاده از روش هزینه سرمایه تلویحی بررسی می شود که بازده مورد انتظار تحت تاثیر چه عواملی است؛ بنابراین هدف از انجام این تحقیق بررسی اهمیت و معناداری اثر متغیرهای درون و برون شرکتی در پیش بینی بازدهی سهام مبتنی بر هزینه سرمایه تلویحی است که در میان شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ انجام گرفت. به منظور اندازه گیری بازده مورد انتظار از نرخ بازده داخلی بر اساس مدل CT استفاده گردید. به منظور آزمون فرضیه تحقیق از روش آماری رگرسیون چندگانه استفاده شد. نمونه آماری شامل ۱۱۴ شرکت به روش حذفی سیستماتیک می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد. شاخص احساسات سرمایه گذاران، نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار، بازده اوراق بدهی دولتی بلندمدت، تفاوت بین سود تقسیمی و قیمت سهام قبل از مجمع عمومی عادی سالیانه و تفاوت بازدهی سهام با بازدهی شاخص مورد انتظار بر مبنای مدل CT رابطه مثبت و معنی داری دارد. از طرفی نتایج نشان داد که بازده مورد انتظار مبتنی بر مدل CT با نرخ تورم و همچنین تفاوت رقم سود خالص با سود تقسیمی شرکت ها دارای رابطه معنی دار و معکوسی بوده است.

واژه های کلیدی: بازده مورد انتظار، هزینه سرمایه تلویحی، متغیرهای درون شرکتی، متغیرهای برون شرکتی

دانشکده مدیریت و حسابداری



لیلا شعبانی رضوانی

**بررسی اثر احساسات سرمایه گذاران بر بازده
شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران به روش
مارکوف سوئیچینگ**



دکتر کیوان شهاب لواسانی

این پژوهش جزو نخستین پژوهش‌هایی است که به بررسی اثر احساسات سرمایه‌گذاران بر بازده شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در رژیم‌های متفاوت به روش مارکوف سوئیچینگ می‌پردازد برای بررسی این موضوع داده‌های موردنیاز پژوهش در بازده زمانی ابتدای ۱۳۹۰ تا پایان ۱۴۰۰ جمع‌آوری گردید. برای تخمین مدل و تحلیل فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزارهای **Eviews12** و **OxMetrics8** استفاده گردید. در این پژوهش برای محاسبه احساسات سرمایه‌گذاران، چهار متغیر پروکسی احساسات (نسبت حجم معاملات حقیقی به حجم کل معاملات بازار بورس، نسبت حجم معاملات حقوقی به حجم کل معاملات بازار بورس، نسبت سهام صندوق‌های سهامی و نسبت ارزش صدور به ابطال صندوق سهامی) را جمع‌آوری کردیم و یک شاخص ترکیبی احساسات سرمایه‌گذاران را با روش تحلیل مولف‌های اصلی (**pca**) ایجاد کردیم. سپس متغیرهای پژوهش را وارد مدل مارکوف سوئیچینگ نمودیم و به تفکیک رژیم ارتباط متغیرها را بررسی نمودیم. نتایج تخمین وجود رابطه نامتقارن بین احساسات سرمایه‌گذاران و بازده شاخص کل و نوسانات تأیید می‌نماید، به این معنا که واکنش سرمایه‌گذاران به تغییرات بازده و نوسانات شاخص کل در رژیم رونق و رکود کاملاً متفاوت می‌باشد، در دوران صعودی بازار سرمایه، واکنش سرمایه‌گذاران به نوسانات بازار مثبت و شدید می‌باشد؛ اما در دوران رکود واکنش سرمایه‌گذاران به نوسانات بازار منفی می‌باشد. از طرفی افزایش بازده در دوران نزولی بازار واکنش منفی و در دوران رکود واکنش مثبت آنها را همراه داشته است که در مرحله نهایی توابع واکنش آنی به تفکیک رژیم رونق و رکود استخراج گردید و واکنش هر یک از متغیرها در پاسخ به شوک وارد شده تحلیل و تفسیر شده است. نتایج پژوهش موردنظر باعث آگاهی بیشتر سرمایه‌گذاران و نهادهای تصمیم‌گیرنده در مورد تأثیر احساسات و وضعیت اقتصادی کشور در میزان بازده و نوسانات بازار بورس می‌گردد، تا بتوانند راهکاری را اتخاذ نمایند که اخبار و شایعات که باعث واکنش سرمایه‌گذاران می‌گردد را کنترل نمایند همچنین نوسانات بازار کاهش یابد و از طرفی نهادهای مسئول در جهت افزایش دانش و آگاهی سرمایه‌گذاران راه کاری ارائه نمایند.

واژگان کلیدی: احساسات سرمایه‌گذاران، بازده، نوسانات شاخص کل، مارکوف سوئیچینگ، توابع واکنش آنی

گروه حسابداری و مالی

نهمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری



The 9th International Conference on
Management Sciences and Accounting



گواهی پذیرش مقاله

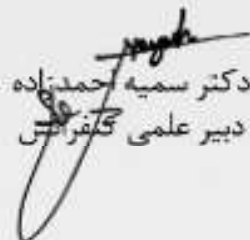
بدینوسیله گواهی می‌گردد، مقاله با عنوان:

بررسی اثر احساسات سرمایه‌گذاران بر بازده شاخص کل در دوره رونق و رکود بازار بورس تهران

ارائه شده توسط:

لیلا شعبانی رضوانی ، کیوان شهاب لواسانی ، محمدابراهیم سماوی

بر اساس تأیید کمیته علمی و هیئت محترم داوران مورد پذیرش کامل قرار گرفته و در مجموعه مقالات علمی پژوهشی نهمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری به چاپ خواهد رسید. امید است نتایج این کنفرانس در بهبود هرچه بیشتر عملکرد ایشان در راستای بهره‌وری و تحقیق توسعه پایدار جهان اسلام موثر واقع گردد.


دکتر سمیه احمدزاده
دبیر علمی کنفرانس

imsym9-00320029

سامانه احراز اصالت گواهینامه: www.vcert.ir

کد احراز اصالت گواهینامه:



نهمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری

ISC

کد اختصاصی:
۱۲۳۱-۱۲۳۱

The 9th International Conference on
Management Sciences and Accounting



گواهی پذیرش مقاله

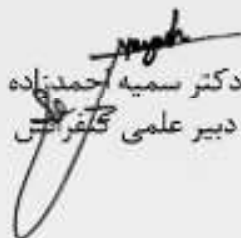
بدینوسیله گواهی می‌گردد، مقاله با عنوان:

بررسی رفتار نامتقارن بازده شاخص کل بورس در پاسخ به شوک‌های احساسات سرمایه‌گذاران

ارائه شده توسط:

لیلا شعبانی رضوانی ، کیوان شهاب لواسانی ، محمدابراهیم سماوی

بر اساس تأیید کمیته علمی و هیئت محترم داوران مورد پذیرش کامل قرار گرفته و در مجموعه مقالات علمی پژوهشی نهمین کنفرانس بین‌المللی علوم مدیریت و حسابداری به چاپ خواهد رسید. امید است نتایج این کنفرانس در بهبود هرچه بیشتر عملکرد ایشان در راستای بهره‌وری و تحقیق توسعه پایدار جهان اسلام موثر واقع گردد.


دکتر سمیه حمدانیه
دبیر علمی کنفرانس

imsym9-00320030

سامانه احراز اصالت گواهینامه: www.vcert.ir

کد احراز اصالت گواهینامه:



دانشکده علوم انسانی



مهرنوش کیا

بررسی تاثیر استراتژی های انگیزشی بر یادگیری لغات کودکان زبان آموز بر اساس نظریه خود تعیین گری و نیازهای بنیادین روانشناختی



دکتر نرجس سردابی

افزایش انگیزه کودکان همواره یکی از مهمترین دغدغه ها در تدریس زبان انگلیسی بوده است. مطالعه حاضر با اتخاذ نظریه خودتعیین گری در نظر داشت تا تاثیر استراتژی های انگیزشی را بر نیازهای بنیادین کودکان زبان آموز شامل نیاز به خودمختاری، شایستگی و احساس تعلق بررسی کند. علاوه بر این، تاثیر استراتژی های انگیزشی بر یادگیری لغت زبان آموزان کودک مورد مطالعه قرار گرفت. در این مطالعه از طرح پژوهشی آمیخته استفاده شد که در آن داده ها از طریق پرسشنامه، مصاحبه های نیمه ساختاریافته و یادداشتهای فکورانه معلم جمع آوری شدند. برای انجام تحقیق، ۳۰ کودک زبان آموز انتخاب شدند و به دو کلاس تقسیم شدند: گروه آزمایشی که در آن استراتژی های انگیزشی تدریس شد، و گروه شاهد. در گروه آزمایشی چهار استراتژی انگیزشی زیر تدریس شد: ایجاد انگیزه اولیه، فراهم آوردن شرایط اولیه انگیزه، تشویق به خودارزیابی مثبت، و حفظ انگیزه. در پایان دوره هر دو گروه پرسشنامه تاثیر استراتژی های انگیزشی و پرسشنامه نیازهای بنیادین روانشناختی را تکمیل کردند. همچنین با زبان آموزان گروه آزمایشی مصاحبه هایی انجام شد. یافته ها نشان داد که استراتژی های انگیزشی تاثیر مثبتی بر نیازهای بنیادین روانشناختی خودمختاری، شایستگی و احساس تعلق در کودکان زبان داشته است. نتایج حاصل از مصاحبه ها و یادداشتهای فکورانه ابعاد بیشتری از خودمختاری، شایستگی و احساس تعلق در کودکان زبان را نشان داد. یافته ها پیشنهاداتی برای معلمین زبان انگلیسی و طراحان مطالب درسی دارد.

گروه آموزش زبان انگلیسی



The Role of Motivational Strategies on Young EFL Learners’ Basic Psychological Needs: A Self-Determination Theory Perspective

Abstract

Enhancing young learners’ motivation has often been a primary concern in teaching English as a foreign language (EFL). Adopting a self-determination perspective, this study attempted to examine the impact of teacher's motivational strategies on young EFL learners' basic psychological needs of autonomy, competence, and relatedness. The present research employed a mixed-methods design using data from questionnaires, semi-structured interviews, and reflective journals. A total of 30 EFL young learners were selected and assigned to two classes, an experimental group, in which the implementation of motivational strategies was studied, and a control group. Four motivational strategies, namely generating initial motivation, creating the basic motivational conditions, encouraging positive self-evaluation, and maintaining and protecting motivation were instructed in the experimental group. At the end of the treatment, all the participants filled out two questionnaires: The Student Questionnaire on Motivational Strategies Effectiveness and The Basic Psychological Need Satisfaction and Frustration Scale. Also, semi-structured interviews were conducted with the young learners of the experimental group. The results revealed that motivational strategies impacted young learners' basic psychological needs of autonomy, competence, and relatedness positively. Additionally, the qualitative data from the interviews and reflective journals shed more light on the young learners’ autonomy, competence, and their relatedness. Findings have implications for EFL teachers and materials designers.

Keywords: Autonomy, Competence, Motivational Strategies, Relatedness, Young Learners

Received xx March xxxx

Accepted xx October xxxx

Available online xx October xxxx

© xxxx Imam Khomeini International University. All rights reserved.

دانشکده علوم انسانی



سمیرا محمدی

**ارزیابی مقایسه‌ای انواع تمرین‌ها در کتاب‌های
انگلیسی دانشگاهی ایران در برابر همتاهای
بین‌المللی آن‌ها با تمرکز بر گفتمان ارتباطی**



دکتر امیر قاجاریه

مطالعه حاضر با رویکرد انتقادی شناختی و باهدف آگاهی‌رسانی و تکیه بر چهارچوب‌های نظری سعی دارد به وجود یک خلأ بزرگ و مورد غفلت واقع شده در حوزه آموزش زبان انگلیسی با اهداف دانشگاهی بپردازد که همان نبود رویکرد ارتباطی یا به طور دقیق‌تر نبود تمرینات ارتباطی در این کتاب‌ها است. از این‌رو این پژوهش به بررسی و مقایسه انواع تمرین‌ها در سه کتاب انگلیسی با اهداف دانشگاهی ایرانی و سه همتای بین‌المللی آن‌ها پرداخته است. همچنین نظرات اساتید ایرانی از طریق انجام مصاحبه مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان داد که در اکثر کتاب‌های درسی انگلیسی با اهداف دانشگاهی ایرانی تمرین‌های ارتباطی وجود ندارد. از سوی دیگر در کتاب‌های همتای بین‌المللی تمرین‌های ارتباطی به‌وفور و تنوع بالا دیده می‌شود. علاوه بر این نتایج ضمنی مطالعه نشان داد که کتاب‌های بین‌المللی حاوی تمرین‌های ارتباطی در حوزه مهارت‌های شناختی فرازبانی نیز بودند. تمامی مصاحبه‌شوندگان از نظر شناختی با یافته‌های حاصل از بخش اول این مطالعه موافق بودند. همچنین آن‌ها به موانع طراحی تمرینات ارتباطی و ارائه راهکارهای مناسب اشاره کردند. پیشنهاد این مقاله این است که طراحی تمرین‌هایی در کتاب‌ها که ارتباط را برمی‌انگیزد می‌تواند در زمینه بهبود قدرت ارتباط دانشجویان در انگلیسی با اهداف ویژه بسیار راهگشا باشد. امید است این نتایج به‌عنوان یک ابزار شناختی باعث افزایش آگاهی در نویسندگان کتاب‌ها، اساتید و دانشجویان در شاخه انگلیسی با اهداف دانشگاهی شود.

واژگان کلیدی: آموزش زبان انگلیسی با اهداف دانشگاهی، ارزیابی کتب درسی، رویکرد فعالیت محور آموزش زبان، گفتمان ارتباطی، فعالیت درسی

گروه آموزش زبان انگلیسی

گواهی پذیرش مقاله

بدین وسیله گواهی می شود مقاله زیر برای انتشار در پژوهشهای زبانشناختی در زبانهای خارجی پذیرفته شده است.

عنوان: ارزیابی مقایسه‌ای انواع تمرین‌ها در کتاب‌های انگلیسی دانشگاهی ایران در برابر هم‌تاهای بین‌المللی آن‌ها با تمرکز بر گفتمان ارتباطی

کد مقاله: JFLR-202206-962 (R3)

نویسندگان: امیر قاجاریه، علی سلامی، سمیرا محمدی

تاریخ ارسال: 12 تیر 1401

تاریخ پذیرش: 22 آذر 1401

مهدی دهمرده

سردبیر پژوهشهای زبانشناختی در زبانهای خارجی

دانشکده علوم انسانی



زهرا تمیزی

تحلیل تطبیقی ترجمه عناوین کتاب: کتاب های ترجمه شده انگلیسی به فارسی برای کودکان در مقابل بزرگسالان



دکتر محمد امین مذهب

عناوین کتاب های ترجمه شده، تاثیر به سزایی در قابلیت عرضه آن کتاب در بازار دارد، چرا که جز اولین ویژگی هایی هستند که توجه خوانندگان بالقوه را به خود جلب می کنند. این مطالعه بر تفاوت های مابین ترجمه عناوین کتاب برای کودکان و بزرگسالان، به عنوان حوزه ای که کمتر مورد بررسی قرار گرفته است، تمرکز میکند. به این منظور، ۱۰۰ عنوان کتاب انگلیسی کودکان و ۱۰۰ عنوان کتاب انگلیسی بزرگسالان انتخاب شد که بر اساس مدل ترجمه ارتباطی و ترجمه معنایی نیومارک و مدل وینه و داربلنه (۲۰۰۴-۱۹۹۴) به فارسی تجزیه و تحلیل شده است. داده های تحلیل شده، نشان دادند که در مطالعه، طبق مدل نیومارک، ۷۴ عنوان ترجمه شده کودکان با استفاده از ترجمه ارتباطی و ۲۶ عنوان با استفاده از ترجمه معنایی، ترجمه شده است. در مورد عناوین کتاب بزرگسالان، ۷۵ عنوان بر اساس ترجمه معنایی و ۲۵ عنوان بر اساس ترجمه ارتباطی ترجمه شده است. تجزیه و تحلیل بر اساس مدل وینه و داربلنه نشان داد که عناوین کتاب های ترجمه شده برای کودکان بیشتر بر اساس روش تعدیل و سپس ترجمه تحت اللفظی، اقتباس، جابه جایی، معادل یابی و گرته برداری ترجمه شده است و از وام گیری برای ترجمه هیچ یک از این عناوین استفاده نشده است. از سوی دیگر، ترجمه تحت اللفظی در مورد کتاب های بزرگسالان رتبه اول و تعدیل و اقتباس در رتبه دوم و سوم قرار دارند. کمترین فرایند ترجمه مورد استفاده، جا به جایی بود که تنها سه عنوان را در بر میگرفت و هیچ عنوانی با استفاده از گرته برداری ترجمه نشده بود. استفاده از فرایند ها و رویکردهای متفاوت توسط مترجمان ایرانی نشان می دهد که ترجمه عنوان در ادبیات کودک، مجموعه ای متفاوت از مهارت ها را از سوی مترجمان می طلبد. تعداد بیشتر استفاده از شیوه تعدیل در ترجمه برای عناوین کتاب های کودکان در مقایسه با تعداد آن در ادبیات بزرگسالان، نشان دهنده اهمیت استفاده بیشتر از خلاقیت برای جذب مخاطب جوانتر را نشان می دهد. این مطالعه پیشنهاداتی برای افراد مختلف در حوزه ترجمه از جمله مترجمان، مربیان ترجمه، معلمان ترجمه و دانشجویان دارد.

واژگان کلیدی: ادبیات کودک، عنوان کتاب، گروه سنی، مطالعات ترجمه

گروه مترجمی زبان انگلیسی

Ershad-Damavand University
Faculty of Foreign Languages
English Department



A COMPARATIVE ANALYSIS OF BOOK TITLE TRANSLATION: THE CASE OF TRANSLATED ENGLISH-PERSIAN BOOKS FOR CHILDREN VERSUS ADULTS

SUPERVISOR:
DR. MOHAMMAD AMIN MOZAHEB
CO-SUPERVISOR:
DR. AMIR GHAJARIEH

BY:
ZAHRA TAMIZI

2022

دانشکده علوم انسانی



کلناز کریمی

خوانش پسا استعدادی از رمان‌های منتخب ایزابل آئنده



دکتر هدی شبرنگ

یکی از مهم ترین موضوعات در حوزه ی پسااستعماری، بررسی بحران هویت، عدم ثبات، دوگانگی و تضاد فرهنگی میباشد. هویت بعنوان یکی از اصلی ترین دغدغه های بشر، طبق شاخصه های خاصی مورد تعریف قرار میگیرد؛ یکی از شاخص ها به ملیت و فرهنگ فرد و تأثیر غیر قابل انکار این عوامل معطوف میشود. هدف از پژوهش حاضر، بررسی این عوامل و شکل گیری یک فضای بینابینی و تأثیر آنها روی شخصیت های رمان های "در اعماق زمستان" و "عاشق ژاپنی" اثر ایزابل آئنده میباشد. این مطالعه طبق دیدگاه پسااستعماری هومی بابا و و براساس مؤلفه هایی نظیر قلمرو هویتی و فرهنگی، فضای سوم و دو گانگی فرهنگی میباشد. تعدد ملیت و فرهنگ در رمان های مذکور راه را هموار میسازد تا با دست یابی به یک دید کل نگرانه، نه تنها تأثیر پذیری هویت گروه محروم و مهاجر بلکه تهدید فرهنگی و تغییر هویت استعمارگر در فضای بینابینی مشهود گردد.

کلمات کلیدی : هویت، هومی بابا، ایزابل آئنده، فضای سوم، دوگانگی فرهنگی

گروه زبان و ادبیات انگلیسی

READING ISABEL ALLENDE'S *IN THE MIDST OF WINTER* USING BHABHA'S THEORIES OF AMBIVALENCE, MIMICRY AND UNHOMELINESS

Hoda Shabrang¹ & Golnaz Karimi²

Abstract

This research explores the different aspects of identity seeking and cultural hybridity in terms of post-colonial discourse in various nations in Isabel Allende's *In the Midst of Winter* with a focus on the liminal space. It also exposes the way marginalized groups are influenced ultimately by hybridized space and consequently they possess hybrid and fugitive identities. This study uses Bhabha's theories of ambivalence, mimicry and unhomeliness from his book, *The Location of Culture*. It is revealed through this analysis that the liminal quality which is created as the consequence of colonial discourses will result in creating a third space in which the oppressed ones undergo radical changes in terms of identity, and this transformation leads to them gaining a spectral identity in the liminal space.

Keywords: Isabel Allende, Identity, Ambivalence, Mimicry, Unhomeliness

INTRODUCTION

The novel of *In the Midst of Winter* was published in 2017, and it revolves around three significant characters from three different nations, Brazil, Chile and Guatemala, who are brought together because of a conflict over which they unavoidably share their life story. It begins with a minor traffic accident by Richard Bowmaster; he hits the car of Evelyn Ortega who is a young, undocumented immigrant from Guatemala in the middle of a blizzard in Brooklyn. When Evelyn turns up at the professor's house seeking help, Richard asks his Chilean tenant, Lucia Maraz, for her advice. This event becomes the impetus for an unexpected and moving love story between these two people, Richard and Lucia, who thought they were deep into the winter of their lives. These three very different people are brought together and they ended up sharing their life stories. Richard recalls his life in Brazil with his Brazilian ex-wife, Anita, and how he got his wife and his child, Bibi, killed in an accident. Lucia talks about her familial life in Chile and she explains how she had to abandon the country for a period because it has become apolitically unsafe space which is exacerbated by her brother's political activities. She reminisces her life when she gets back to her country. Evelyn, the Guatemalan girl, describes her escape from Guatemala due to it being unsafe to live in their village, Monja Blanca del Valle. She elucidates on why she had to immigrate to America to live with her mother, who had left Guatemala when Evelyn was a newborn.

In the Midst of Winter depicts the unfair attitude a society might have toward a distinctive idea, person or identity. This uncommon factor is not necessarily due to the different regional spaces they come from, but it can be associated



Post-Colonial Reading of Isabel Allende's *The Japanese Lover*

Hoda Shabrang¹ and Golnaz Karimi^{2*}

¹Department of English Language, Khatam University, Tehran, Iran

²M. A. Student, Department of English Language and Literature, Ershad Damavand Institute, Tehran, Iran

Corresponding Author: Golnaz Karimi, E-mail: golnaz.karimii73@gmail.com

ARTICLE INFO

Received: December 15, 2019

Accepted: January 13, 2020

Published: January 31, 2020

Volume: 3

Issue: 1

DOI: 10.32996/ijllt.2020.3.1.10

KEYWORDS

Isabel Allende, *The Japanese Lover*, Homi K. Bhabha, Identity, Colonized, Cultural Hybridity, Ambivalence, Stereotypes, Mimicry, Unhomeliness, Third Space, Liminality

ABSTRACT

This research will explore the result of studying different aspects of identity seeking and establishing it as a liminal-prone one in a hybridized atmosphere among the colonized in terms of post-colonial discourse, based on Bhabha's theories in his book, *The Location of Culture*, and on Isabel Allende's novel, *The Japanese Lover* (2015). This study strives to expose the way through which the colonized characters' identities in the novel undergo radical transformation through the third space which is heavily laced with qualities like ambivalence, stereotype, mimicry, and unhomeliness. Isabel Allende is an author whose novels mostly are an attempt to delineate the process of identity shaping particularly in the USA, since identity has always been an obsession for human which is defined based on different properties, one of which refers to the nation, culture and the territories based on Bhabha's notion of hybridity which stems from confrontation of the cultures of the oppressor and the oppressed in the process of colonization. Generally, subject of identity in post-colonialism discourse is one in which people especially the colonized seeks for attachment. It will be divulged through this analysis that how liminal quality which is created as the consequence of colonial discourses will result in creating a space in which the oppressed one undergo radical changes in forming identity and how their identities are susceptible to alteration and likely to be unstable and fugitive.

Introduction

The present study is going to seek the concept of identity and its formation within the characters. Identity has always been deemed as a key issue for those whose living place is either deliberately or inadvertently changed and they must adapt themselves to an alienated space to which they do not belong, yet they are forced to form a subjectivity which is adjusted to this new space. These people, who find themselves in interstitiality of cultures, can neither claim to belong to their native culture nor are they deemed as the native members of the host culture. This issue is even more intensified for the second generation who are born in the host country. These troubles can be sought in the language they deploy alongside contrasts between the cultures, values and beliefs. This circumstance creates a number of polarities and there is inevitably a classification of native and immigrants, oppressed and the oppressor, the centralized one and the peripheral ones, east versus west, superior and inferior, to name but a few. But as it was already mentioned, one cannot assert to possess one of these poles; in other words, they are caught in a situation which is ambivalent according to Homi K. Bhabha, since the aforementioned states are not to remain eternally, thus the oppressed population is not marginalized forevermore. In Allende's *The Japanese Lover*, the critical point is addressed to the identity of the oppressed and it is going to reveal how their identities are susceptible to alteration and it is likely to be unstable and fugitive. Despite the changes, ambivalence and inability to establish a fixed subjectivity, this hybridized space can lead to self-realization in each individual and consequently in a group or even a nation. The same does also take place in *The Japanese Lover* which will be elucidated elaborately. In this process, Homi K. Bhabha's theoretical concepts of mimicry,

برگزیدگان

دانش آموختگان کارآفرین



***محمد جواد بختیاری**

دانش آموخته کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی استراتژیک



حوزه فعالیت

• بازاریابی دیجیتال

نام کسب و کار

• آوای مارکتینگ

AVAYE
MARKETING
آوای مارکتینگ

<https://avayemarketing.com/>

Website Design And optimization



***حمیدرضا معتمدی**

دانش آموخته کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی استراتژیک



حوزه فعالیت

• خرید و فروش مواد صنعتی
و حوزه پوشاک

نام کسب و کار

• آوات

آوات
Mezon



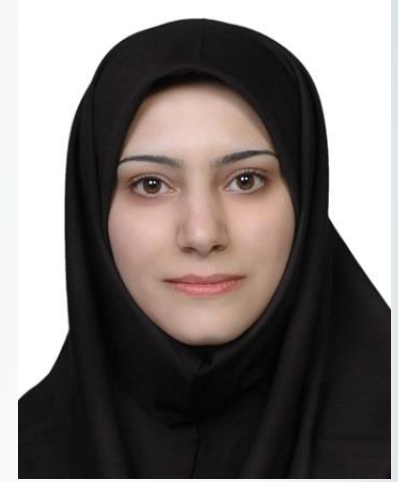
@aavaamezon

آوات
فروشگاه



***مینا توسلی**

**دانش آموخته کارشناسی ارشد
مدیریت صنعتی - گرایش مدیریت پروژه**



مدیر عامل

حوزه فعالیت

**• واردات و صادرات
محصولات کشاورزی**

نام کسب و کار

• آریو تجارت پاک آیین



<https://ariobiz.com/>



دنیا توسلی

دانش آموخته کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی بین الملل



حوزه فعالیت

• کیک و شیرینی

نام کسب و کار

• دنیای شیرین Sweet World



@Sweetworld_coffeecake





***فرشته سیف زاده**

دانش آموخته کارشناسی مدیریت کسب و کار



حوزه فعالیت

• تولید محصولات چرمی

نام کسب و کار

• هانیل چرم



@hanil_charm

