

نقش میانجی رفتارهای انحرافی در تاثیر هوش رقابتی بر تعهد سازمانی در بانک ملت

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۴/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۵/۳۰

کد مقاله: ۳۳۳۷۴

مهدی محمدی*^۱، محمد باقری اژیبه^۲

چکیده

هدف این تحقیق بررسی نقش میانجی رفتارهای انحرافی در تاثیر هوش رقابتی بر تعهد سازمانی در بانک ملت می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و در جامعه‌ای مشتمل بر کلیه کارکنان بانک ملت شهر اصفهان حدود ۹۰۰ نفر می‌باشد. ۱۲۰ پرسشنامه به روش نمونه‌گیری تصادفی توزیع گردید. نمونه‌های شاخص انحراف کاری عبارتند از: دزدی، خلافکاری، نقض قوانین، رفتار ضد بهره‌وری، رفتار خرابکارانه، پذیرش رشوه و اتلاف منابع، رفتار بی‌ادبانه با همکاران و مضایقه کردن از تلاش‌ها و دزدی کارکنان اصلی‌ترین نوع انحرافات سازمانی است. تحقیق نشان داد رفتارهای انحرافی در تاثیر هوش رقابتی بر تعهد سازمانی نقش میانجی دارد. هوش رقابتی بر رفتارهای انحرافی تاثیر منفی معناداری دارد. و همچنین رفتارهای انحرافی بر تعهد سازمانی نقش منفی معناداری دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: رفتارهای انحرافی، هوش رقابتی، تعهد سازمانی، بانک ملت.

۱- استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

۱- مقدمه

از جمله دغدغه‌های مهم مدیریت در عرصه‌ی سازمان، مدیریت هنجارشکنی‌های سازمانی است. به این گونه رفتارها، که از مسائل پیش‌روی سازمان است رفتارهای انحرافی در سازمان اطلاق می‌شود (هادوی نژاد و درزی، ۱۳۹۴). رفتارهای کاری انحرافی، رفتارهایی است که با نقض قوانین کاری، سازمان را تهدید می‌کند و این موضوع، محققان زیادی را در سرتاسر جهان بر آن داشته که در مورد این رفتارها، شناسایی پیش‌زمینه‌ها، عوامل مرتبط و راه‌های مبارزه با آنها به تحقیق بپردازند. مطالعات مربوط به انحراف کاری بیش از ۲۵ سال قبل شروع به رشد کرده است. رفتار انحرافی برای سازمان‌ها بسیار گران تمام می‌شود و بنابراین موضوع مطالعات مختلفی بوده، به طور مثال، یک تحقیق در این زمینه نشان داده که کارکنان شادتر، کمتر دزدی می‌کنند (پی‌کواری و مفیت، ۲۰۱۴). در مورد پیش‌زمینه‌های انحراف کاری تحقیقاتی صورت گرفته است و عوامل فردی، ادراکی، سازمانی و... در انحرافات کاری اثرگذار شناسایی شده‌اند (سلمانی و رادمند، ۱۳۸۸) هم چنین تحقیقات بسیاری در زمینه‌ی شناسایی انواع رفتارهای کاری انحرافی و مطالعه آنها انجام شده و نقش مدیران سازمان‌ها در بروز این رفتارها و مقابله با آنها نیز بسیار مورد توجه قرار گرفته است که در این تحقیق سعی می‌شود به طور خلاصه به آنها اشاره شود.

۲- ادبیات موضوع

رفتارهای انحرافی که همپوشی محتوایی قابل توجهی با رفتارهای ضد تولید دارند، دو گروه رفتارهای انحرافی معطوف به افراد و معطوف به سازمان را در بر می‌گیرند. از نمونه رفتارهای انحرافی معطوف به سازمان می‌توان به دزدی اموال سازمان، تخریب اموال سازمان، نافرمانی از سرپرستان و مدیران، تاخیر و غیبت بدون هماهنگی و اطلاع قبلی، مصرف مواد در محیط کار و از نمونه رفتارهای انحرافی معطوف به افراد می‌توان به دزدی از همکاران یا مراجعان، انجام شوخی رکیک با همکاران، به خطر انداختن عمدی همکاران، افشای رازهای دیگران علیرغم میل باطنی آنها و مواردی از این دست اشاره کرد (لوین ۲، ۲۰۱۰). چند دهه تلاش پژوهشی به شناسایی و معرفی عوامل مختلف شخصی (اودین و همکاران، ۳، ۲۰۱۴) و موقعیتی (اسمیتی کرای، ۴، ۲۰۱۴) که هر یک به نوعی می‌توانند زمینه کاهش یا افزایش رفتارهای انحرافی را پدید آورند، منجر شده است.

رفتارهای انحرافی می‌توانند هم سازنده (رفتار انحرافی مثبت) و هم مخرب (رفتار انحرافی منفی) باشند. بیشتر تحقیقات در زمینه انحرافات مخرب بوده و با وجود اهمیت انحرافات سازنده (رفتار ارادی در جهت نقض هنجارها که منابع مهمی نوآوری و کارآفرینی می‌باشد و به ایجاد مزیت رقابتی کمک نماید) تحقیقات کمی در این زمینه انجام شده است (گالپرین و بورک، ۵، ۲۰۰۶). رفتارهای انحرافی سازمانی نیز مجموعه رفتارهای مبتنی بر تخطی از هنجارها، قواعد و دستورالعمل هاست که به افراد و سازمان معطوف هستند و اغلب هدف آنها ایجاد آسیب، ناراحتی یا حتی تنبیه است (بوردیا، رستوبوگ و تانگ، ۶، ۲۰۰۸).

رفتارهای انحرافی طیف وسیعی از رفتارهایی را که طی آن افراد قواعد و هنجارهای سازمان محل کار خود را زیر پا می‌گذارند و هزینه‌های آشکار و پنهان و آسیب‌هایی به سازمان و افراد مرتبط با آن وارد می‌کنند، در بر می‌گیرد (کومی، ۷، ۲۰۱۳).

رفتار انحرافی کاری عبارت است از: رفتار ارادی که هنجارهای سازمانی را نقض کرده و سلامتی سازمان و یا کارکنانش و یا هر دو را تهدید می‌کند (کلبرت و همکاران، ۲۰۱۴). انحراف کاری، ارادی است زیرا کارکنان انگیزه‌ای برای تطبیق با انتظارات هنجاری ندارند و یا برای نقض این انتظارات برانگیخته می‌شوند. منظور از هنجارهای سازمانی، هنجارهای هستند که قوانین سازمانی، آنها را تعریف کرده و به عنوان استانداردهای کاری مطرح می‌شوند. از طرفی هر رفتاری که هنجار را نقض کند انحرافی نیست و ملاک، تهدید کردن سازمان است. مثلاً پوشیدن لباس خارج از فرم سازمانی معمولاً به سازمان‌ها آسیبی نمی‌رساند و به عنوان رفتار انحرافی به شمار نمی‌آید (بیلدیز و آلپکان، ۸، ۲۰۱۵).

۲-۱- هوش رقابتی

هوشمندی رقابتی عبارت است از نظارت هدفمند بر محیط رقابتی که سازمان‌ها در آن به فعالیت و رقابت می‌پردازند با هدف اخذ تصمیمات راهبردی. در خلال سال‌های اخیر، هوشمندی رقابتی به یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل شده و با فرهنگ شرکت‌های پیشرو عجین گشته است.

1. Pi Cuaru and Mofit
2. Levine
3. Uddin et al
4. Smithikrai
5. Galperin Bella & Burke
6. Bordia, Restubog & Tang
7. Kumi
8. Yildiz & Alpan

افزایش هوشمندی رقابتی موجب می‌گردد سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کرده و نتایج حاصل را به طریق سودمند ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. این امر جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع کرده و اثربخشی فرایند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی را به نحو چشمگیری بهبود می‌بخشد.

بدین ترتیب، مدیران اجرایی با درک بهتر رقبا و محیط پرچالش رقابت می‌توانند با تکیه بر ابزارها و تکنیک‌های خاص، اطلاعات مرتبط با قابلیت‌ها، نقاط قوت و ضعف و نیات رقبا را مورد بررسی قرار داده و نسبت به انتخاب راهبرد مناسب اقدام و همواره یک گام از رقبا جلوتر باشند. یک سازمان هوشمند استراتژی رقبا را بهتر و سریعتر پیش‌بینی می‌کند و از شکست و موفقیت آنها نکات بسیاری می‌آموزد و این امکان را برای مدیران ارشد سازمان به وجود می‌آورد تا با ممیزی سیستماتیک از رقابت‌پذیری سازمان، با آگاهی بیشتری نسبت به اتخاذ تصمیمات راهبردی اقدام کنند.

امروزه سازمان‌هایی در محیط رقابتی برنده خواهند بود که از حوزه فعالیت خود درک و ارزیابی عمیق تری داشته و برای خود مزیت‌های رقابتی بیشتری فراهم سازند. به مدد افزایش هوشمندی رقابتی است که سازمان‌ها بر رقبای خود برتری یافته و جایگاه ویژه‌ای در عرصه رقابت کسب می‌کنند. در عصر حاضر، تنها تمرکز بر وقایع و بررسی اطلاعات گذشته چندان کارساز نیست، بلکه بررسی دقیق محیط و کسب اطلاعات از رخدادهای در حال ظهور است که حیات سازمان را استمرار می‌بخشد. در دنیای امروز با ویژگی بازارهای روبه رشد سریع، تکیه بر اطلاعات قدیمی به کاهش بینش و از دست دادن فرصت‌های پیش‌روی سازمان منجر می‌گردد. بنابر این، افزایش درجه هوشمندی است که نگاه و درک سازمان را نسبت به تحولات محیط و آینده شفاف‌تر ساخته و توان سازمان را برای تحلیل فرایندهای روبه ظهور افزایش می‌دهد. سازمان‌های موفق در این زمینه، با کاهش میزان توجه به گذشته - بررسی قیمت محصولات رقبا، گزارش‌های مالی، استراتژی فروش رقبا و... که به آسانی قابل دسترس است و در اخذ تصمیمات حیاتی نقش چندانی ندارد - محور توجه خود را به آینده و هشدارهای آگاه‌کننده در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدهای محیط معطوف می‌دارند.

موفقیت فردا در عرصه کسب و کار از آن سازمان‌هایی است که بصیرت و آگاهی بیشتری نسبت به خود و محیط رقابت داشته باشند.

۲-۲- تعاریف و مفاهیم تعهد سازمانی

بررسی مسیر تاریخی مطالعات تعهد سازمانی حکایت از آن دارد که این موضوع در سال‌های اخیر مورد توجه گسترده واقع شده است و صاحب‌نظران علوم رفتاری با مطالعه و بررسی در حوزه تعهد سازمانی، تعاریف مختلفی از آن ارائه داده‌اند. پرترو و همکاران (۱۹۷۴) تعهد سازمانی را پذیرش ارزش‌های سازمان و درگیر شدن در سازمان تعریف می‌کنند و معیارهای اندازه‌گیری آن را شامل انگیزه، تمایل برای ادامه کار و پذیرش ارزش‌های سازمان می‌دانند (رودپشتی و محمود زاده، ۱۳۸۷). از نظر رایبیز (۱۹۹۶)، تعهد سازمانی، حالتی است که فرد سازمان را معرف خود می‌داند و آرزوی باقی‌ماندن در سازمان را دارد (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۸۵).

اوریلی و چاتمن (۱۹۸۶)، تعهد سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان و دوری از ارزش‌های ابزاری آن تعریف می‌کنند (رودپشتی و محمود زاده، ۱۳۸۷). میلر و لی (۲۰۰۱)، معتقدند که: تعهد سازمانی سازه‌ای است که اعضای سازمان موظف و متعهد به باورها و کنش‌هایی شوند که تداوم بخش فعالیت‌ها و التزامات آنها به سازمان محل کارشان باشد. از نظر آلن (۲۰۰۷)، تعهد سازمانی، نگرش‌های مثبت یا منفی افراد نسبت به کل سازمانی است که در آن مشغول به کارند.

۲-۳- عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی

مودی و همکاران (۱۹۸۲) در مدل نظری خود (شکل ۱) چهار دسته از پیش شرط‌های تعهد سازمانی را بیان کرده‌اند. الف) ویژگی‌های شخصی و فردی، شامل سن، جنس، میزان تحصیلات، نژاد و سابقه خدمت در میزان تعهد فرد به سازمان متبوعش تأثیر قابل توجهی دارد. ب) ویژگی مرتبط با نقش، همچون حیطه شغل یا چالش شغلی، تضاد نقش و ابهام نقش از دیگر عوامل مرتبط با تعهد سازمانی تلقی می‌شود. ج) ویژگی‌های ساختاری، همچون بعد و اندازه سازمان، میزان تمرکز و رسمیت سازمانی، حیطه کنترل و نظارت، معرف عوامل مؤثری است که موجب تعهد سازمانی نیروها می‌شود. د) تجربیات کاری که در طول زندگی کاری فرد در سازمان رخ می‌دهد، عامل عمده‌ای است که بر میزان وابستگی روانی کارکنان به سازمان مهم است. در این

1. Porter
2. O.Reilly & Chatman
3. Miller & Lee

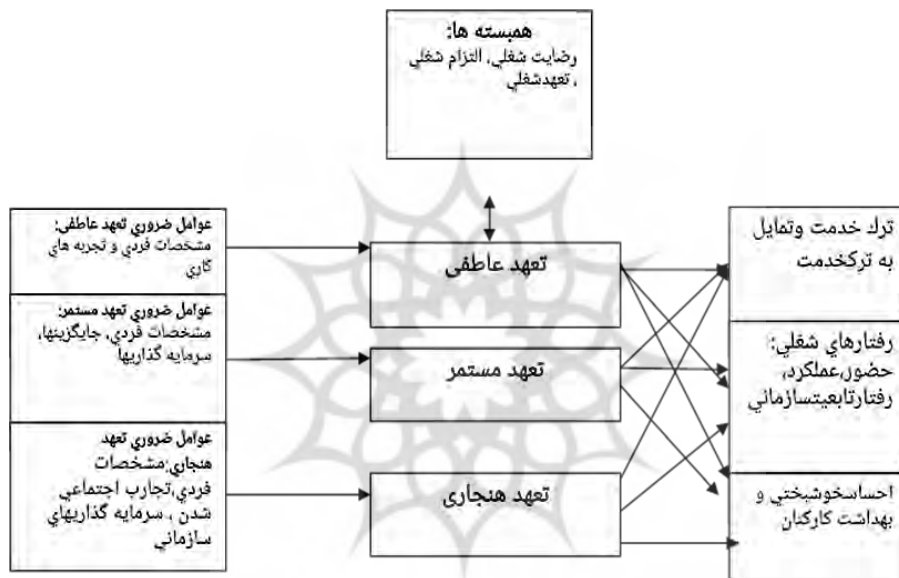
مدل نظری، تعهد سازمانی موجب حضور فعال فرد در سازمان می‌شود، میزان تمایل به ادامه فعالیت فرد در مؤسسه افزایش می‌یابد و سرانجام عملکرد شغلی او بیشتر می‌شود (زکی، ۱۳۸۸).

بررسی مسیر تاریخی مطالعات تعهد سازمانی حکایت از آن دارد که این موضوع در سال‌های اخیر مورد توجه گسترده واقع شده است و صاحب نظران علوم رفتاری با مطالعه و بررسی در حوزه تعهد سازمانی، تعاریف مختلفی از آن ارائه داده‌اند. پرترا و همکاران (۱۹۷۴) تعهد سازمانی را پذیرش ارزش‌های سازمان و درگیر شدن در سازمان تعریف می‌کنند و معیارهای اندازه‌گیری آن را شامل انگیزه، تمایل برای ادامه کار و پذیرش ارزش‌های سازمان می‌دانند (رودپشتی و محمود زاده، ۱۳۸۷). از نظر رابینز (۱۹۹۶)، تعهد سازمانی، حالتی است که فرد سازمان را معرف خود می‌داند و آرزوی باقی ماندن در سازمان را دارد (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۸۵).

اوربلی و چاتمن (۱۹۸۶)، تعهد سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان و دوری از ارزش‌های ابزاری آن تعریف می‌کنند (رودپشتی و محمود زاده، ۱۳۸۷).

میلر و لی (۲۰۰۱)، معتقدند که: تعهد سازمانی سازه‌ای است که اعضای سازمان موظف و متعهد به باورها و کنش‌هایی شوند که تداوم بخش فعالیت‌ها و التزامات آنها به سازمان محل کارشان باشد.

از نظر آن (۲۰۰۷)، تعهد سازمانی، نگرش‌های مثبت یا منفی افراد نسبت به کل سازمانی است که در آن مشغول به کارند.



شکل ۱- عوامل ضروری، همبسته‌ها و تأثیرات انواع سه‌گانه تعهد سازمانی (می‌یر و همکاران، ۲۰۰۲)

۳-۲- شیوه‌های تقویت تعهد کارکنان در سازمان

در پی یافتن جواب این سوال که چگونه سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌توانند در بالا بردن تعهد کارکنان خود موفق شوند، محققان مطالعات زیادی را در طیفی از اجتماعات مختلف، سازمان‌های تجاری و اتحادیه‌های کارگری انجام داده‌اند. آنچه در ادامه می‌آید مروری فهرست‌وار بر فعالیت‌های مورد نیاز برای افزایش تعهد کارکنان می‌باشد.

۱. داشتن یک مأموریت و ایدئولوژی سازمانی واضح و روشن
۲. سنت‌سازی
۳. تضمین عدالت سازمانی
۴. دریافت شکایات
۵. برقراری روابط دو جانبه بین مدیران و کارکنان سازمان
۶. ایجاد حس جمعی و تأکید بر همکاری‌های جمعی
۷. ایجاد حس یگانگی
۸. اهمیت دادن به پیشرفت کارکنان، شکوفاسازی و توانمندسازی آنان

۹. امنیت شغلی

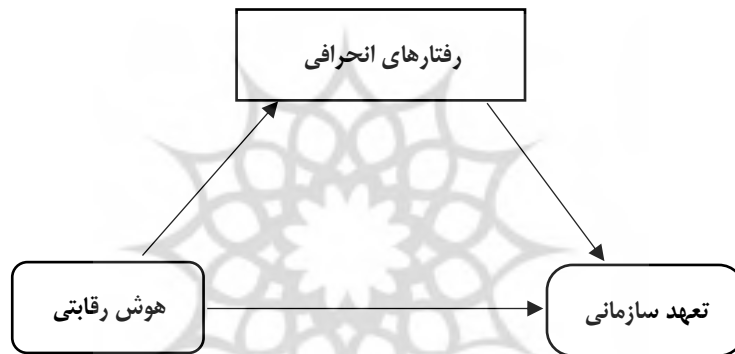
۱۰. انتخاب مدیران مناسب (ابراهیمی، ۱۳۸۳)

۲-۴- تعهدات سازمانی در قرن بیست و یکم

با توجه به تغییرات سازمان‌ها در قرن بیست و یکم (مثل جهانی‌سازی، فناوری اطلاعات)، برخی چنین عنوان کرده‌اند که تعهد سازمانی مفهومی کهنه و قدیمی است. با این وجود می‌یر و آلن (۱۹۹۷)، سه دلیل درباره اهمیت دائمی تعهد سازمانی پیشنهاد می‌کنند:

سازمان‌ها ناپدید نمی‌شوند؛ بلکه بیشتر متکی و وابسته می‌شوند، شرکت‌های وابسته از جانب کارکنان‌شان به انعطاف‌پذیری بیشتری نیاز دارند. از آجایی که مدیران امروزی سازمان‌ها کمتر نسبت به اشتباهات بی‌توجه هستند، بنابراین کارکنان می‌باید کارهای خود را به طور صحیح انجام دهند. تعهد کارکنان به سازمان، عملکرد آنان را اصلاح می‌نماید. سازمان‌هایی که کار را از طریق برون‌سپاری انجام می‌دهند، به کیفیت کاری کارکنان موقت متکی هستند. شاید این کارکنان تعهد سازمانی‌شان مانند کارکنان دائمی نباشد اما تعهد سازمانی کارکنان موقت برای حفظ کیفیت ضروری است. توسعه و رشد تعهد، واکنش طبیعی تعلق به گروه است. در صورتی که سازمان‌ها از این واکنش بهره‌برداری نکنند، در سازمان بیگانگی و بیزاری رواج می‌یابد و حاصل بیگانگی از کار برای سازمان زیانبار است. (عوض‌پور، ۱۳۸۶).

۳- مدل مفهومی



شکل ۲- مدل مفهومی تحقیق

۴- فرضیات

اصلی: رفتارهای انحرافی در تاثیر هوش رقابتی بر تعهد سازمانی نقش میانجی دارد.

فرعی: هوش رقابتی بر رفتارهای انحرافی تاثیر منفی معناداری دارد.

فرعی: رفتارهای انحرافی بر تعهد سازمانی تاثیر منفی معناداری دارد.

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور این پژوهش پرسشنامه ذیل بین پرسنل بانک ملت شهر اصفهان توزیع گردید. تعداد کل پرسنل حدود ۹۰۰ نفر میباشد که پس از توزیع ۱۲۰ پرسشنامه به تعداد ۱۱۴ پرسشنامه کامل شده جهت تحلیل آماری استناد شده است.

سوالات مبنی بر تعهدات مستمر و عاطفی و هنجاری و رفتارهای انحرافی تولید و مالی و سیاسی و شخصی و تعداد سوالات هوش رقابتی بودند. در خصوص توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب تحصیلات یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۱ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۵/۱ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۶۶/۴ درصد دارای مدرک لیسانس، ۱۷/۴ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بودند که حجم نمونه آماری ما را تشکیل می‌دهند. در خصوص توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب متغیر سن یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که کارکنان دارای ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۱ تا ۵۰ سال، ۵۱ سال و بالاتر هر کدام به ترتیب ۲/۴، ۵۹/۷، ۱۹/۸ و ۱۱/۱ درصد از حجم نمونه آماری را به خود اختصاص داده‌اند. همانطور که مشخص است افراد دارای ۳۱ تا ۴۰ سال بیشترین و افراد دارای ۲۰ تا ۳۰ سال کمترین سهم را از نمونه آماری به خود اختصاص داده‌اند. پس از تحلیل داده‌ها هر سه فرضیه تایید شد.

جدول ۱- بررسی فرضیات

P	Beta	F-Ratio	Adj.2R	
<.001	.471 .429	36/80	.647	فرضیه ۱
<.001	-.732	43/89	.524	فرضیه ۲
<.001	-.644	26/93	.399	فرضیه ۳

۱-۵- رگرسیون ۱

جدول ۲- خلاصه مدل ۲

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	.816	.666	.647	2/116

متغیر پیش بین هوش رقابتی

جدول ۳- جدول آنوا^۳

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 regressin	329/489	2	164/745		
Residoul	165/611	74	4/476	36/806	.000
Total	495/100	78			

متغیر پیش بین هوش رقابتی

متغیر وابسته تعهد سازمانی

جدول ۳- جدول همبستگی^۴

	Unstandardized	Coefficients	Standardized		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Constant)	2/973	.765	.429	3/887	.000
هوش رقابتی	.286	.083	.471	3/452	.001
تعهد سازمانی	.205	.054	.471	3/786	.001

متغیر وابسته تعهد سازمان

۲-۵- رگرسیون ۲

جدول ۴- خلاصه مدل

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	-.732	-.526	-.524	2/459

متغیر پیش بین هوش رقابتی

- 1 REGRESSIN 1
- 2 Model Summary
- 3 ANOVA
- 4 Coefficients
- 5 REGRESSIN 2

جدول ۵- جدول آنوا

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 regressin	۲۶۵/۳۴۰	۲	۲۶۵/۳۴۰		
Residoul	۲۲۹/۷۶۰	۷۶	۶/۰۴۶	۴۳/۸۸۵	.۰۰۰
Total	۴۹۵/۱۰۰	۷۷			

متغیر پیش‌بین هوش رقابتی
متغیر وابسته تعهد سازمانی

جدول ۶- همبستگی

	Unstandardized	Coefficients	Standardized		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Constant)	۴/۳۳۱	.۷۸۵	.۷۳۲	۵/۵۱۷	.۰۰۰
هوش رقابتی	.۴۸۷	.۰۷۴		۶/۶۲۵	.۰۰
تعهد سازمانی					

متغیر وابسته رفتارهای انحرافی

۵-۳- رگرسیون ۱۳

جدول ۷- خلاصه مدل

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	-.۶۴۴	-.۴۱۵	-.۳۹۹	۶/۳۲۸

متغیر پیش‌بین رفتارهای انحرافی

جدول ۸- جدول آنوا

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 regressin	۱۰۷۸/۴۳۱	۲	۱۰۷۸/۴۳۱		
Residoul	۱۵۲۱/۵۴۴	۷۶	۴۰/۰۴۱	۲۶/۹۳۳	.۰۰۰
Total	۲۵۹۹/۹۷۵	۷۸			

متغیر پیش‌بین رفتارهای انحرافی
متغیر وابسته تعهد سازمانی

جدول ۹- همبستگی

	Unstandardized	Coefficients	Standardized		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Constant)	۶/۶۱۶	۲/۰۲۰	.۶۴۴	۳/۲۷۴	.۰۰۲
رفتارهای انحرافی	.۹۸۲	.۱۸۹		۵/۱۹۰	.۰۰۰
تعهد سازمانی					

متغیر وابسته تعهد سازمانی

۶- بحث و نتیجه گیری

اگر مدیران در بانک ملت شهر اصفهان به فرایند جذب کارکنان با استعداد اقدام کنند و زمینه‌ها و شرایط لازم برای کارکنان توانا و متخصص در بانک خود فراهم کنند، کاهش رفتارهای انحرافی آنان را شاهد خواهیم بود. استخدام یا جذب استعداد،

سازوکاری برای جایگزینی استعداد و هم چنین ابزاری برای رشد راهبردی است. با ترکیب برنامه‌های سطح کسب و کار و برنامه‌های جایگزین پروری و ابزارهای استخدام، مدیران می‌توانند جذب استعدادها را به صورت فعالانه حمایت کنند. جذب استعداد، به یافتن استعدادهای مناسب در زمان مناسب برای فرصت‌های مناسب اشاره دارد. در واقع می‌توان گفت، زمانی که مدیران بانک رفا، شاخص‌ها و زمینه‌های مناسب را در جذب کارکنان مستعد در نظر بگیرند، افراد متخصص و توانا را برای پست‌های کلیدی در بانک در نظر بگیرند، کارکنان طبیعتاً سازمانی بهتری خواهند داشت.

منابع

۱. ابراهیمی مقدمیان م، (۱۳۸۱). بررسی عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر انزوای اجتماعی جوانان ۱۷-۲۵ ساله شهر همدان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۲. احمدی فر ش، (۱۳۸۶). بررسی تاثیر جو سازمانی بر روحیه دبیران دبیرستانهای شهرستان کرج، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.
۳. ادیبی سده م و مؤذنی ا، (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر بر بیگانگی از کار بین کارکنان گمرک بندر انزلی در سال ۱۳۸۲. مجله دانشکده علوم انسانی دانشگاه سمنان، ۷: ۳۵-۶۶.
۴. اسلامی م، (۱۳۸۰). بررسی رابطه بین عوامل فشارزای شغلی با ایجاد از خود بیگانگی در کارکنان ادارات و نواحی آموزش و پرورش شهر کرمان. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۵. اعظم آزاده م، (۱۳۸۱). رضایت زنان از کار، مجله نامه پژوهش، ۳: ۵۵-۸۱.
۶. اکبر م، رضائی نژاد ر، حاجی زاده س و هژبری ک، (۱۳۹۳). رابطه جو سازمانی مدرسه و دل بستگی شغلی معلمان تربیت بدنی مدرسه‌های شهر رشت. دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال چهارم (دوازدهم پیاپی)، شماره ۸. صص ۶۳-۷۲.
۷. امیر شیبانی ا، (۱۳۸۰). بررسی رابطه بین جو سازمانی و رفتار سیاسی کارکنان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۸. امین بیدختی ع و پرورش پ، (۱۳۸۷). بررسی رابطه جو سازمانی با سبک مدیریت و آثار آن بر معلمان مدارس ابتدایی. نوآوری-های مدیریت آموزشی (اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی)، دوره ۳ شماره ۴ (مسلسل ۱۲). صص ۲۵-۴۱.
۹. آذر ع و مومنی م، (۱۳۹۲). آمار و کاربرد آن در مدیریت، انتشارات سمت.
۱۰. آقاجانی ح و جوادی ر، (۱۳۸۷). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر بیگانگی از کار در میان پرستاران شهر اراک، مجله جامعه شناسی، ۱۲: ۸۱-۹۸.
۱۱. آقایی ر، آقایی م و آقایی ا، (۱۳۹۲). بررسی میان فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۴.
۱۲. ایمان م ت و قائدی ح، (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر بر بیگانگی سیاسی دانشجویان (مطالعه موردی دانشگاه شیراز)، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، تابستان ۱۳۸۳. صص ۷۹-۱۰۴.
۱۳. براتی ه، عریضی ح، براتی آ، سرهنگی ک و رنجبر ح، (۱۳۹۲). تاثیر عدالت سازمانی و جو سازمانی بر رفتارهای ضد تولید، مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۴.
۱۴. بشیری ا، (۱۳۸۴). از خود بیگانگی، مجله معرفت، ۹۱: ۷۱-۸۳.
۱۵. بهزادی ح، موسوی م و سنجی م، (۱۳۹۱). بررسی رابطه جو سازمانی و تعهد سازمانی کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر مشهد از دیدگاه کتابداران. تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه‌های عمومی، دوره ۱۸، شماره ۳ پیاپی ۷۰ صص ۴۰۷-۴۲۶.
۱۶. پانهایم فرتیس، (۱۳۸۷). از خودبیگانگی انسان مدرن، ترجمه مددی م، انتشارات آگه.
۱۷. توسلی غ و قدیمی م، (۱۳۸۰). پدیده بیگانگی از کار در ساختار اداری ایران، پژوهش، علوم انسانی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۰، ۱۱۵/۸۷.
۱۸. توسلی غ، (۱۳۸۵). جامعه شناسی کار و شغل، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب دانشگاه‌ها (سمت).