

## تأثیر دوستی کارکنان بر رفتار انحرافی در محل کار با نقش میانجی‌گری شناسایی سازمانی

ثریا برزگری<sup>۱</sup>، یگانه شیخ رستم آبادی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد، ابهر، ایران

<sup>۲</sup> کارشناسی، مدیریت بیمه، دانشگاه علمی و کاربردی شرکت سهامی بیمه ایران، تهران، ایران

### چکیده

امروزه در سازمان‌ها رفتار انحرافی به موضوع مهم تبدیل شده که مدیران باید برای کنترل آن توجه کنند زیرا بی‌توجهی می‌تواند آثار مخرب زیادی برای سازمان داشته باشد یکی از این راه‌ها شناسایی عوامل مؤثر و در ارتباط با این موضوع می‌باشد بنابراین هدف این تحقیق بررسی تأثیر دوستی کارکنان بر رفتار انحرافی با نقش میانجی‌گری شناسایی سازمانی می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری کارکنان بیمه مرکزی تهران می‌باشد که ۲۵۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد به‌صورت تصادفی در دسترس از نمونه جمع‌آوری شد و با استفاده از آمار توصیفی (جدول فراوانی، میانگین، انحراف معیار) و آمار استنباطی (همبستگی و معادلات ساختاری) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که دوستی کارکنان و شناسایی سازمانی بر انحراف رفتاری در سطح ۹۵ درصد اطمینان ( $P < 0.05$ ) تأثیر معناداری دارند. همچنین نتایج نشان داد دوستی تأثیر معنادار و مثبتی بر شناسایی سازمانی دارد و میانجی بودن شناسایی سازمانی بین دوستی و رفتار انحرافی نیز تأیید شد. با توجه به نتایج مدیران بیمه مرکزی تهران می‌توانند با ایجاد فضای دوستانه و بالا بردن سطح شناسایی و هویت سازمانی رفتار انحرافی در سازمان را کاهش دهند.

**واژه‌های کلیدی:** دوستی کارکنان، رفتار انحرافی، شناسایی سازمانی، بیمه مرکزی تهران.

## ۱- مقدمه

صنایع خدماتی مانند بیمه وابستگی زیادی به نیروی کار دارد و کارکنان نیازهای شغلی زیادی دارند؛ بنابراین، رفتار کارکنان یک جنبه حیاتی از این صنعت است. مدیران رفتار کارکنان و گروه‌ها را کنترل، هماهنگ و نظارت می‌کنند و از این دانش تجربی برای بهبود کارایی و بهره‌وری سازمانی استفاده می‌کنند (دمیر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). علاوه بر تمرکز بر اینکه آیا کارکنان رفتار مثبتی دارند، باید از رفتارهای منفی نیز جلوگیری کرد. از سال ۲۰۱۵، تأثیر منفی رفتار انحرافی در محل کار بر صنعت خدمات به تدریج مورد توجه قرار گرفته است و تعداد فزاینده‌ای از محققان به این چالش توجه کردند (هون و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵؛ پنگ و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶)

در ۱۰ سال گذشته علاقه به رفتارهای غیراخلاقی توسط کارکنان افزایش یافته است (نصر اصفهانی و حیدری آقا گلی، ۱۳۹۹)؛ بنابراین، انحراف کارکنان، مانند دزدی، خودداری از تلاش و بدرفتاری با همکاران، یک موضوع روشن برای اکثر سازمان‌ها است. رفتارهای انحرافی محل کار در حال تبدیل شدن به دلیلی برای نگرانی قابل توجه در سازمان‌ها در سراسر جهان است (آگوا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). نظرسنجی ملی استرالیا گزارش داد که حدود ۳۱ درصد از کارگران توسط سرپرست خود و حدود ۳۵ درصد توسط یک همکار مورد آزار کلامی قرار گرفته‌اند. همچنین، اتاق بازرگانی ایالات متحده تخمین می‌زند که بین ۳۳ تا ۷۵ درصد از همه کارکنان رفتارهای تهاجمی مانند دزدی، کلاهبرداری، خرابکاری داشته‌اند، ۷۵ درصد از همه کارکنان حداقل یک بار سرقت می‌کنند و حدود ۹۵ درصد از تمام سازمان‌ها سرقت کارکنان را تجربه می‌کنند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰). انحراف در محل کار در انواع مختلفی اعمال می‌شود که می‌تواند از زمینه‌ای به زمینه دیگر متفاوت باشد؛ بنابراین، یک مدیر سازمان می‌تواند بررسی کند که کارمند در چه نوع محیط کاری قرار دارد و چه رفتار انحرافی در محل کار وجود دارد. کارکنان معمولاً انتظار دارند با به اشتراک گذاشتن و تبادل منافع و علایق ارزشمند با همکاران، دوستی ایجاد کنند (آگوا و همکاران، ۲۰۱۹).

تعیین اینکه آیا دوستی در محل کار می‌تواند انحراف رفتاری کارکنان سازمان را کاهش دهد بسیار مهم است. به طور قابل توجهی، برخی از مطالعات نشان داده‌اند که ویژگی‌های فردی، جو خدمات، ارزش‌های اخلاقی شرکت، آزار و اذیت جنسی در محل کار و افسردگی عوامل اصلی مؤثر بر رفتار انحرافی در محل کار هستند (چن و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸؛ ژو و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). در حالی که رفاه کارکنان، حمایت ابزاری از همکار، تعبیه شغلی، و رضایت شغلی از نتایج اصلی دوستی در محل کار هستند (یانگ و آنتونی<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰). در حال حاضر، مطالعات کمی تأثیر دوستی در محل کار را بر رفتار انحرافی در محل کار کارکنان بررسی کرده‌اند. دوستی یک رابطه دوجانبه و داوطلبانه است که افراد از آن انتظار صمیمیت، همراهی و پاسخگویی دارند همانطور که بلاو (۱۹۶۴) معتقد است، طبق نظریه مبادله اجتماعی، زمانی که مردم از حمایت دیگران برخوردار می‌شوند، سعی می‌کنند برگردند. اگر کارمندان و همکاران سازمان بتوانند در محل کار دوستی عمیقی برقرار کنند، زمانی که همکاران به کمک نیاز دارند، کارمندان سازمان حمایت خواهند کرد. برعکس، پس از آن، وقتی کارکنان سازمان نیز به کمک آنها نیاز داشته باشند، همکاران با میل و رغبت آنچه را که دریافت کرده‌اند، برمی‌گردانند. با این حال، حتی اگر دوستی در محل کار ممکن است بر رفتار انحرافی در محل کار تأثیر بگذارد، تعیین اینکه آیا روابط فوق تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای قرار می‌گیرند

<sup>1</sup> Demir

<sup>2</sup> Hon et al.

<sup>3</sup> Peng et al.

<sup>4</sup> Agwa et al.

<sup>5</sup> Chen et al.

<sup>6</sup> Zhu

<sup>7</sup> Yang and Anthony

بسیار مهم است. بر اساس نظریه شناسایی اجتماعی، افراد تمایل دارند با گروه خاصی همذات پنداری کنند تا نیازهای خود را برای عزت نفس مثبت، تعلق، کنترل و زندگی کامل برآورده کنند (اشفورث و مایل، ۱۹۸۹؛ هاگ و تری، ۲۰۰۰). دوستی های محل کار معمولاً پیچیده هستند، اهداف مختلفی را برآورده می کنند و تحمیل می کنند سطوح مختلف انتظار از اعضا، و نشان دهنده تعامل بین کارکنان است. تحقیقات اخیر ماهیت چندوجهی دوستی را برجسته کرده است.

اگر یک سازمان بتواند چهار نیاز اساسی فوق الذکر کارکنان را برآورده کند، قطعاً حس شناسایی سازمانی کارکنان افزایش می یابد. با این حال، تعیین اینکه آیا شناسایی سازمانی یک متغیر زمینه ای ضروری است که بر رابطه بین دوستی در محل کار و رفتار انحرافی در محل کار کارکنان سازمان تأثیر می گذارد بسیار مهم است. ادبیات مربوط به این موضوع نسبتاً محدود است (تونا و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۶) شناسایی سازمانی یعنی میزانی که کارکنان خود را بر اساس سازمان کاریشان تعریف می کنند. شناسایی سازمانی همچنین بر طیف گسترده ای از رفتارها، نگرش ها و شناخت های مطلوب کارکنان تأثیر می گذارد. شناسایی به فرد این امکان را می دهد که به طور نایب در دستاوردهای فراتر از قدرت خود سهیم شود، و می تواند فعالیت های شخصی مضر را تا جایی که به خود بزرگتر کمک می کند، ارزشمند جلوه دهد (بالدر و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۸). بر اساس این دیدگاه، شناسایی سازمانی شکل خاصی از شناسایی اجتماعی است که در آن فرد خود را بر اساس عضویت در یک سازمان خاص تعریف می کند.

به طور خلاصه، این مطالعه با هدف بررسی تأثیر دوستی در محل کار بر رفتار انحرافی در محل کار کارکنان بیمه مرکزی در ایران و نقش شناسایی سازمانی در تعدیل این روابط است. از لحاظ نظری، انتظار می رود این مطالعه شکاف پژوهشی در ادبیات صنعت بیمه مربوط به رفتار انحرافی در محل کار، دوستی در محل کار و شناسایی سازمانی را پر می کند زیرا ادبیات مربوط به بیمه کاملاً وجود ندارد. در عمل، این مطالعه می تواند به عنوان مرجعی توسط صنعت بیمه برای ایجاد یا شکل دهی یک محیط کار دوستانه، در نتیجه کاهش رفتار انحرافی در محل کار استفاده شود.

## ۲. مبانی نظری

دوستی در محل کار به دوستی بین همکاران مختلف اشاره دارد (ابراهیمی نسب و همکاران، ۱۳۹۸). تحقیقات مکرراً دشواری تعریف دوستی را به طور کلی برجسته کرده است زیرا طیف گسترده ای از ویژگی ها را در بر می گیرد شاخص های معمول دوستی شامل انتخاب داوطلبانه متقابل، اشتراک گذاری همراهی، اهداف، علائق، هنجارها و ارزش ها، و همچنین محرمانگی و توجه به یکدیگر است. دوستی در محل کار به این پایه دوستی تعبیه شده در زمینه کار می افزاید و بنابراین یک رابطه شخصی را با یک رابطه حرفه ای ادغام می کند در نتیجه یک ارتباط چندگانه از ابزار و دوستی ایجاد می کند (آدامز و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۷)

دوستی در محل کار را به عنوان تعاملات غیررسمی، داوطلبانه و بین فردی بین کارکنان در یک محیط سازمانی تعریف کرد. کار در صنعت بیمه مستلزم سطح بالایی از تعامل بین فردی است، بنابراین فرصتی را برای کارکنان فراهم می کند تا روابط دوستانه خود را توسعه دهند یک مقیاس دوستی در محل کار سازنده و مؤثر ایجاد کرد که دوستی های محل کار را به فرصت های

<sup>8</sup> Tuna

<sup>9</sup> Blader

<sup>10</sup> Adams

دوستی و شیوع دوستی طبقه بندی می کند. فرصت دوستی به امکان ایجاد دوستی در محل کار اشاره دارد (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

در سطح فردی، دوستی در محل کار، باعث افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی، طول عمر و حمایت اجتماعی می شود و در سطح سازمانی، دوستی در محل کار، مشارکت سازمانی را افزایش می دهد، کارکنان را ترغیب می کند تا بهتر به اهداف سازمان برسند، محیط حمایتی و نوآورانه ایجاد کنند و بهره‌وری سازمان را افزایش دهند (ابراهیمی نسب و همکاران، ۱۳۹۸).

### رفتار انحرافی

رفتار انحرافی شامل رفتارهایی می شود که طی آن فرد یا گروه قواعد، سیاست‌ها، ارزش ها سازمان را در محل کار خود از روی قصد نقض میکند (عبدالله و ماریکان، ۲۰۱۷) رفتارهای انحرافی سه ویژگی متمایز دارند و آگاهانه صورت می گیرد. هنجارهای سازمان را بر هم می زنند. سلامت افراد یا سازمان را تهدید می کنند. این رفتارها هزینه‌های زیادی را برای سازمان‌ها به بار می آورند رفتارهای انحرافی سوء رفتارهایی است که در محل کار صورت می پذیرد که طبق این تعریف شامل خشونت، بدرفتاری و رفتارهای ضد تولید می شود (خراسانی فرد، ۱۳۹۶)

که سازمان و اعضایش ریسک های اجتماعی و اقتصادی آن را تحمل میکنند (عبدالله و ماریکان<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۷). رفتارهای انحرافی شامل دو بعد رفتار انحرافی سازمانی و رفتار انحرافی بین فردی می شود. رفتار انحرافی سازمانی به طور مستقیم به سازمان و سیستم آن مرتبط است مثل دزدی یا خیلی زود سازمان را ترک کردن است. رفتار انحرافی بین فردی به مجموعه انحرافات در رفتارهایی که بین افراد سازمان پیش می آید اطلاق می شود مثل بیادبی. این چنین رفتارهایی در افراد متفاوت و با دلایل متفاوت پدیدار می شود (اوکونور و همکاران، ۲۰۱۹).

رفتار انحرافی را می توان از دیدگاه‌های مختلفی طبقه بندی کرد اما به طور کلی بسیاری پژوهشگران در مورد چند نوع رفتارکاری انحرافی اتفاق نظر دارند؛ که عبارتند از انحرافات مالی، انحرافات اداری، تهاجم شخصی به معنای ابراز دشمنی و انجام رفتارهای تجاوزکارانه نسبت به دیگران و حقوق آنها انحراف سیاسی که به منظور حمایت از افراد یا گروه‌های خاصی است ممکن است زندگی سایرین را در معرض زیان و ضرر قرار دهند (باغبانیان و خمرنیا، ۱۳۹۴).

### شناسایی سازمانی

این به عنوان "ادراک تعلق یا یگانگی به یک سازمان، که در آن فرد خود را بر اساس سازمانی که در آن عضو است" تعریف می کند. افرادی که شناسایی سازمانی قوی دارند موفقیت و شکست سازمان را در تصویر خود می بینند و احساس تعلق به سازمان را در خود ایجاد می کنند. اگر به سازمان توهین شود، افراد آن را شخصی می گیرند و احساس می کنند که به آنها توهین شده است. متمایز بودن رویه‌ها و ارزش‌های یک سازمان، سازمان‌ها را منحصر به فرد می سازد که به نوبه خود باعث می شود که فرد با سازمان همذات پنداری کند. این توسط در میان فارغ التحصیلان کالج آزمایش شد. آنها دریافتند که تمایز باعث افزایش همذات پنداری با سازمان می شود؛ بنابراین، فردی که برای سازمان‌هایی کار می کند که به نوعی از سازمان‌های مشابه متمایز هستند، به احتمال زیاد با سازمان‌های خود شناسایی می شوند (سوبا<sup>۱۲</sup>، ۲۰۲۰).

<sup>11</sup> Abdullah & Marican

<sup>12</sup> Subba

### رابطه بین دوستی در محل کار و رفتار انحرافی

نیلسن و همکاران (۲۰۰) یک مقیاس دوستی در محل کار سازنده و مؤثر ایجاد کرد که دوستی های محل کار را به فرصت های دوستی و شیوع دوستی طبقه بندی می کند. فرصت دوستی به امکان ایجاد دوستی در محل کار اشاره دارد. شیوع دوستی به تعداد دوستی های مشاهده شده در محل کار اشاره دارد. این مقیاس به کاستی های پژوهشی می پردازد که فقط فرصت دوستی یا شیوع دوستی را اندازه گیری می کرد؛ بنابراین، این مطالعه از اندازه گیری پیشنهاد شده توسط نیلسن و همکاران استفاده کرد (نیلسن، ۱۳، ۲۰۰).

نظریه مبادله اجتماعی دیدگاه های اقتصاد، انسان شناسی و جامعه شناسی تعارض را ادغام می کند. هومنز (۱۹۵۸) اشاره کرد که مبادله اجتماعی به عنوان دو فرد درگیر در رفتار مبادله مفهوم سازی می شود، زیرا هر دو طرف معتقدند که بازده مثبت وجود خواهد داشت. بازده مثبت به شکل، قیمت یا واحد خاصی ارائه نمی شود و توسط افراد تعیین نمی شود، بلکه توسط طرف مقابل تعیین می شود؛ بنابراین، کارمندان و همکاران سازمان ممکن است از طریق دوستی بازدهی مثبتی کسب کنند. یک محیط دوستانه باعث ترویج دوستی در بین کارکنان، ایجاد پیوندهای قوی و در نتیجه بهبود عملکرد می شود (اوکوئه و همکاران<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۸). در مقابل، قرار گرفتن در معرض یک محیط غیر دوستانه (مانند شایعات در محل کار یا قلدری در محل کار) عملکرد خدمات فعالانه کارکنان را کاهش می دهد (تیان و همکاران<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۹) یا خستگی عاطفی را افزایش می دهد (آناسوری و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس تئوری تبادل اجتماعی، اگر کارکنان سازمان فرصت کار با همکاران و حل مشکلات، ارتباط با یکدیگر و صحبت غیررسمی را داشته باشند، ایجاد چنین دوستی هایی به پاداش های بعدی کمک می کند. اگر کارکنان سازمان احساسات همکاران را در نظر بگیرند، کمتر به امور خصوصی خود می پردازند یا در کار تنبلی می کنند؛ بنابراین، انحراف تولید کارکنان سازمان کاهش می یابد. به طور مشابه، کارکنان سازمان که دوستی عمیقی ایجاد می کنند، به یکدیگر اعتماد می کنند و پس از کار در فعالیت های ارتباطی شرکت می کنند، انتظار دارند که بازدهی بعدی دریافت کنند. در سازمان فوق که شامل دوستی های عمیق است، کارکنان در مواقعی که رفتار خودشان درست نیست، نگران برداشت همکاران خود هستند و در نتیجه احتمال انحراف تولید کاهش می یابد.

### نقش تعدیل کننده شناسایی سازمانی

شناسایی سازمانی از تئوری شناسایی اجتماعی ناشی می شود و به ادراک کارکنان از شناسایی خود در یک سازمان خاص اشاره دارد (تاجفل، ۱۹۷۸). نظریه شناسایی اجتماعی پیشنهاد می کند که شناسایی سازمانی با توجه به محتوای شناسایی سازمانی و عضویت سازمانی (غیر) ادراک شده توسعه می یابد. سازمانی را تعریف کردند شناسایی به عنوان «احساس وحدت یا تعلق فرد به سازمانی است که در آن فرد خود (او) را به عنوان عضو تعریف می کند». اگر شناسایی سازمان نشان دهنده دلبستگی به سازمان باشد، شناسایی و موفقیت سازمان در خودپنداره فرد گنجانده می شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰)؛ که همچنین در نظر گرفته می شود که پیامدهای مهمی برای رفتار فردی دارد کاهش شناسایی سازمانی می تواند به نتایج خدمات کارکنان آسیب برساند (یه و همکاران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۱۹). در مقابل، کارکنان سازمان به دلیل داشتن حس شناسایی بالا با

<sup>13</sup> Nielsen

<sup>14</sup> Okoe et al

<sup>15</sup> Tian

<sup>16</sup> Ye et al

سازمان، از عضویت در سازمان احساس غرور می‌کنند و رفتار بد خدماتی از خود نشان نمی‌دهند. اگر آنها فرصت برقراری ارتباط و حفظ دوستی عمیق با همکاران خود را داشته باشند، نمی‌خواهند توسط همکاران بیکار خود کشیده شوند و در نتیجه می‌توانند رفتار انحرافی تولیدی خود را کاهش دهند.

با یک شناسایی قوی، کارکنان علاقه شدیدی به ارتقای موفقیت سازمانی دارند، و بنابراین، احتمالاً در رفتارهای نوع دوستانه شرکت خواهند کرد زیرا چنین اقداماتی برای اثربخشی سازمانی مفید است ادبیات شناسایی سازمانی نشان می‌دهد که این سازه باعث افزایش وابستگی متقابل بین شناسایی فرد و شرکت می‌شود. اگر یک سازمان بتواند اکثر کارکنان خود را ترغیب کند تا بهترین منافع سازمان را به‌عنوان بهترین منافع خود شناسایی کنند، و کارکنان سازمان فرصت‌های زیادی برای ارتباط با همکاران و ایجاد روابط دوستانه کاری عمیق داشته باشند، می‌توان انتظار سوء استفاده بسیار کمی از اموال سازمان داشت (سوبا، ۲۰۲۰).

با توجه به مبانی نظری فرضیه‌های تحقیق به شکل زیر می‌باشد:

- ۱- دوستی در محل کار بر رفتار انحرافی تأثیر معناداری دارد.
- ۲- دوستی در محل کار بر شناسایی سازمانی تأثیر معناداری دارد.
- ۳- شناسایی سازمانی بر رفتار انحرافی تأثیر معناداری دارد.
- ۴- شناسایی سازمانی به‌عنوان میانجی بین دوستی در محل کار و رفتار انحرافی تأثیر معناداری دارد.

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع تحقیق توصیفی-همبستگی با رویکرد معادلات ساختاری می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان بیمه مرکزی تهران می‌باشد؛ که با استفاده از فرمول کوکران ۲۵۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند.

در این تحقیق از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. در قسمت آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل از روش میدانی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه این تحقیق استاندارد بوده و از تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) استفاده شده است. مشخصات پرسشنامه در جدول ۱ ارائه شده است. با توجه به جدول از نظر پایایی نیز آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از ۰/۷ می‌باشد که مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول ۱: مشخصات پرسشنامه

متغیرها	ابعاد	تعداد سوالات	آلفای کرونباخ
دوستی در محل کار	فرصت‌های دوستی	۶	۰/۷۵۱
	رواج دوستی	۵	۰/۷۹۸
	انحراف تولید	۳	۰/۸۰۶
رفتار انحرافی	انحراف سیاسی	۳	۰/۷۵۳
	انحراف مالی	۳	۰/۷۶۱
	پرخاشگری شخصی	۳	۰/۹۰۰

پشتیبانی سازمانی	-	۶	۰/۸۲۵
کل پرسشنامه	-	۲۹	۰/۷۹۲

## یافته‌ها

در این تحقیق ۳۰ درصد (۷۵) افراد نمونه زن و ۷۰ درصد (۱۷۵) دمرد بودند. ۲۰ درصد (۵۰ نفر) دارای مدرک کاردانی، ۶۰ درصد (۱۵۰ نفر) کارشناسی و ۲۰ درصد (۵۰ نفر) دارای مدرک ارشد و بالاتر بودند. در جدول ۱ آمار توصیفی متغیرها ارائه شده است.

## جدول ۲: آمار توصیفی متغیرها

تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
250	2.83	5.00	4.18	0.49	-0.368	0.161
250	2.40	4.80	4.08	0.56	0.101	0.324
250	2.62	4.90	4.13	0.47	-0.332	0.161
250	1.67	5.00	۹۶.۲	0.80	0.268	0.۸۷۱
250	2.00	5.00	20.۲	0.59	-0.003	0.161
250	3.00	5.00	29.۳	0.56	0.197	0.161
250	2.50	5.00	22.۳	0.58	-0.۴۲۱	0.161
250	2.79	4.92	۹۳.۲	0.47	-0.۶۵۸	0.۲۸۷
250	1.00	3.00	2.30	0.54	-0.۱۲۴	0.۶۹۶

با توجه به جدول متغیر دوستی در محل کتر دارای میانگین ۱۳.۴، رفتار انحرافی ۹۳.۲ و شناسایی سازمانی ۳۰.۲ می‌باشد. همچنین با توجه به اینکه چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها بین ۲ الی ۲- قرار دارد لذا داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشد. در جدول ۲ همبستگی بین متغیرها ارائه شده است

## جدول ۳: همبستگی بین متغیرها

	شناسایی	انحراف	دوستی
دوستی	.447**	-.559**	1
انحراف	-.401**	1	
	.000	.000	
	.000		

شناسایی	همبستگی معناداری	1
---------	---------------------	---

با توجه به جدول بالا متغیرها رابطه معناداری باهم دارند زیرا سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می باشد. همچنین رابطه بین دوستی و رفتار انحرافی و همچنین شناسایی و رفتار انحرافی منفی می باشد.

### آزمون فرضیه‌ها

#### معادلات ساختاری

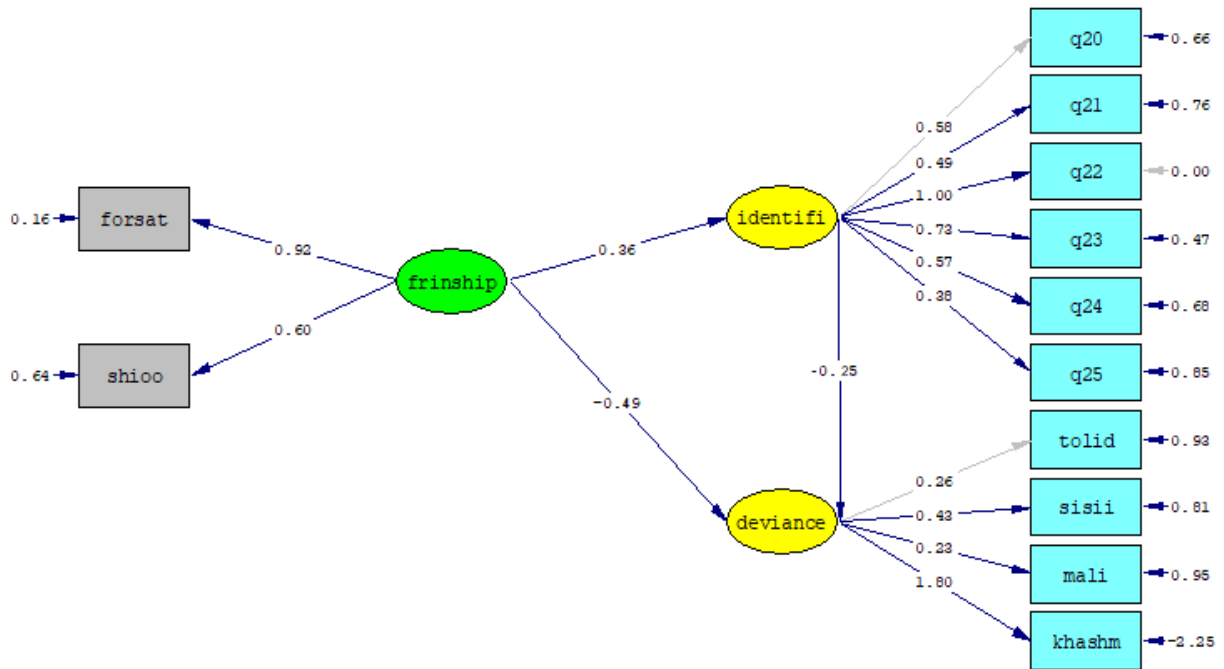
با توجه به مدل زیر تخمین معنادار دارند. در مورد تایید مدل ارائه شده می توان اشاره نمود که مقدار RMSEA برابر با ۰.۰۷۶ حاصل شده است و از مقدار ۰.۰۸ کمتر است و همچنین دو شاخص GFI و AGFI به ترتیب ۰.۹۴ و ۰.۹۸ حاصل شده اند که نشان از برازش خوب مدل دارد؛ و مقدار نسبت کای دو به درجه آزادی برابر ۷۴.۲ به دست آمده که کمتر از ۳ می باشد، لذا نتیجه گیری می شود که مدل حاصل شده دارای برازش کافی بوده و مناسب است (جدول ۳).

جدول ۴: شاخص های برازش مدل

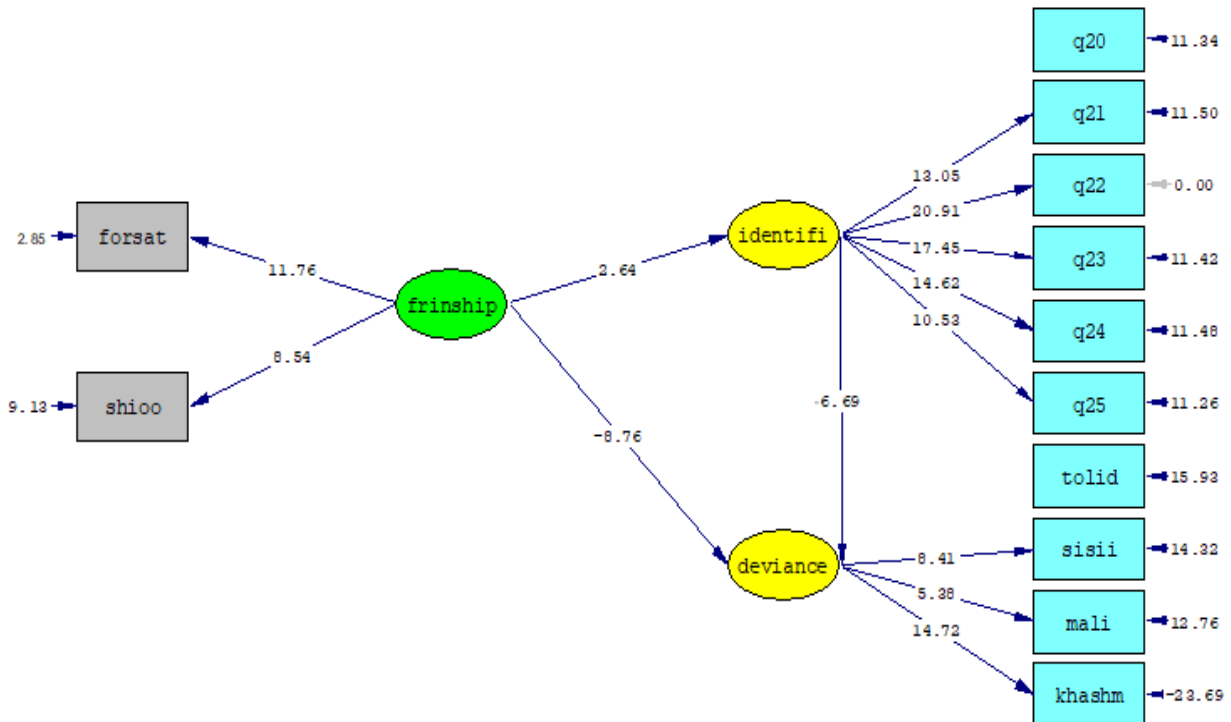
شاخص ها	مقدار مجاز	اعداد بدست	نتیجه
نسبت کای دو به درجه آزادی	$\chi^2 / df < 3$	۷۴.۲	برازش مناسب
RMSEA	< ۰.۰۸	۰.۰۷۶	برازش مناسب
GFI	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۴	برازش مناسب
AGFI	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۸	برازش مناسب
CFI	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۴	برازش مناسب
NFI	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۷	برازش مناسب
NNFI	بالاتر از ۰/۹	۰.۹۲	برازش مناسب

اساس تحلیل در برنامه معادلات ساختاری، بر مبنای ماتریس کوواریانس بین متغیرهای مکنون مشاهده شده است که از آماره t برای نشان دادن معناداری روابط استفاده می شود. در این حالت می گوئیم آماره (t-value) در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می باشد اگر مقدار آن خارج از بازه (۱/۹۶- تا ۱/۹۶+) قرار گیرد و اگر مقدار آماره t درون این بازه قرار گیرد، معنادار نمی باشد. در این حالت نیز می گوئیم آماره (t-value) در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار می باشد اگر مقدار آن خارج از بازه (۲/۵۸- تا ۲/۵۸+) قرار گیرد.





شکل ۱: مدل استاندارد تحقیق



شکل ۲: مدل تخمین تحقیق

جدول ۵: آزمون فرضیه‌های اول تا سوم

فرضیه	ضریب استاندارد	آماره تی	معناداری	تصمیم-گیری	R <sup>2</sup>
دوستی . . . رفتار انحرافی	۰/۳۶	-۸/۷۶	۰/۰۰۰	پذیرش	۰/۶۷
دوستی . . . شناسایی سازمانی	۰/۳۶	۲/۶۴	۰/۰۲۱	تأیید	۰/۴۱
شناسایی سازمانی . . . رفتار انحرافی	-۰/۲۵	-۶/۶۹	۰/۰۰	تأیید	۰/۵۲

جدول ۶: آزمون سوبل فرضیه چهارم

نتیجه	مقدار تی (t- value)	ضریب مسیر متغیر وابسته و میانجی		مستقل و میانجی		فرضیه نهم
		خطا	مسیر	خطا	مسیر	
تأیید	۳/۸۱۰	۰/۰۵۹	۰/۲۵	۰/۰۶۰	۰/۳۶	رضامندی زوجیت والدین (صدافت ← خلافت

### ۵. بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق به بررسی تأثیر دوستی در محل کار بر انحراف رفتاری با میانجی‌گری شناسایی سازمانی در بیمه مرکزی تهران پرداخته شد. در این تحقیق از رویکرد معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که دوستی در محل کار بر شناسایی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد ولی بر رفتار انحرافی تأثیر منفی دارد. همچنین شناسایی سازمانی تأثیر معنادار و منفی بر رفتار انحرافی داشت و نقش میانجی آن نیز بین دو متغیر مذکور مورد تأیید قرار گرفت. این نتایج با لانگ ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد.

دوستی در محل کار به این پایه دوستی تعبیه شده در زمینه کار می‌افزاید و بنابراین یک رابطه شخصی را با یک رابطه حرفه‌ای ادغام می‌کند در نتیجه یک ارتباط چندگانه از ابزار و دوستی ایجاد می‌کند (متوت و همکاران، ۲۰۱۶).

هومنز (۱۹۵۸) اشاره کرد که مبادله اجتماعی به‌عنوان دو فرد درگیر در رفتار مبادله مفهوم سازی می‌شود، زیرا هر دو طرف معتقدند که بازده مثبت وجود خواهد داشت. بازده مثبت به شکل، قیمت یا واحد خاصی ارائه نمی‌شود و توسط افراد تعیین نمی‌شود، بلکه توسط طرف مقابل تعیین می‌شود بنابراین، کارمندان و همکاران سازمان ممکن است از طریق دوستی بازدهی مثبتی کسب کنند. یک محیط دوستانه باعث ترویج دوستی در بین کارکنان، ایجاد پیوندهای قوی و در نتیجه بهبود عملکرد می‌شود (اوکه و همکاران، ۲۰۱۸).

اگر کارکنان سازمان فرصت کار با همکاران و حل مشکلات، ارتباط با یکدیگر و صحبت غیررسمی را داشته باشند، ایجاد چنین دوستی‌هایی به پاداش‌های بعدی کمک می‌کند. اگر کارکنان سازمان احساسات همکاران را در نظر بگیرند، کمتر به امور خصوصی خود می‌پردازند یا در کار تنبلی می‌کنند.

ادبیات شناسایی سازمانی نشان می‌دهد که این سازه باعث افزایش وابستگی متقابل بین شناسایی فرد و شرکت می‌شود (اشفورت و همکاران، ۲۰۱۰). اگر یک سازمان بتواند اکثر کارکنان خود را ترغیب کند تا بهترین منافع سازمان را به‌عنوان بهترین منافع خود شناسایی کنند، و کارکنان سازمان فرصت‌های زیادی برای ارتباط با همکاران و ایجاد روابط دوستانه کاری عمیق داشته باشند، می‌توان انتظار سوء استفاده بسیار کمی از اموال سازمان داشت.

دوستی در محل کار با رفاه کارکنان، حمایت ابزاری همکار، تعبیه شغلی، رضایت شغلی و نوآوری خدمات مرتبط است (یانگ و آنتونی، ۲۰۲۰). این مطالعه بر خلاف سایر مطالعات، رفتار منفی را در قالب انحراف در محل کار بررسی کرد. نتایج آزمون این مطالعه نشان می‌دهد که دوستی تأثیر منفی بر رفتار انحرافی دارد. به این معنی که هم فرصت‌های دوستی و هم شیوع دوستی می‌تواند به کارکنان سازمان کمک کند تا رفتار انحراف تولیدی خود را کاهش دهند. یافته‌های این پژوهش با استدلال‌های نظریه مبادله اجتماعی مطابقت دارد. دوستی بین کارکنان سازمان به طور کلی آشکارتر است، به این معنی که آنها می‌توانند با همکاران همکاری کنند و دوستی عمیقی در سازمان ایجاد کنند. در چنین فضایی، همکاران برای کاهش انحراف تولید، انحراف سیاسی، انحراف مالکیت و رفتارهای پرخاشگرانه شخصی به یکدیگر کمک می‌کنند. برعکس، فرصت‌هایی که به کارکنان سازمان برای ایجاد دوستی داده می‌شود، تنها می‌تواند رفتار انحراف تولیدی آن‌ها را به میزان قابل توجهی کاهش دهد، اما نمی‌تواند به طور قابل توجهی انحراف سیاسی، انحراف مالکیت و رفتارهای پرخاشگرانه شخصی آنها را کاهش دهد. دلیل احتمالی می‌تواند این باشد که کارکنان سازمان فقط در محل کار فرصت ایجاد دوستی با همکاران را دارند؛ بنابراین، آنها واقعاً در زندگی واقعی دوست نمی‌شوند، بنابراین کاهش انحراف سیاسی، انحراف مالکیت و رفتارهای پرخاشگرانه شخصی چندان مشهود نیست.

نتایج آزمون نشان می‌دهد که میانجی بودن شناسایی سازمانی پشتیبانی می‌شوند و یافته‌های این مطالعه با استدلال‌های نظریه هویت اجتماعی مطابقت دارد. این نشان می‌دهد که کارکنان سازمان می‌توانند به طور مؤثری انحراف تولید، انحراف سیاسی، انحراف مالکیت و رفتارهای پرخاشگرانه شخصی خود را کاهش دهند، اگر بتوانند عزت نفس، تعلق، کنترل و زندگی کامل در سازمان را به دست آورند، فرصت‌هایی برای توسعه دوستی‌ها به دست آورند، و می‌توانند با همکاران خود دوستی عمیقی پیدا کنند.

با توجه به تأثیر دوستی محیط کار بر کاهش رفتارهای انحرافی و همچنین بر شناسایی سازمانی لذا به مدیران بیمه مرکزی توصیه می‌شود محیط کار دوستانه‌ای برای کارکنان ایجاد شود همچنین شناسایی سازمانی را افزایش داده و حس هویت سازمانی را در بین کارکنان بیشتر نمود. در این تحقیق نیز مانند تحقیق‌های دیگر محدودیت‌های وجود داشت که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به عدم تعمیم نتایج، دشواری در دسترسی به نمونه کمبود منابع اشاره کرد.

## منابع و مآخذ

- ۱ ابراهیمی‌نسب، رضا، متقی، محمد حسین و قزل ایاغ، محمد (۱۳۹۸)، بررسی نقش میانجی اعتماد بین فردی در رابطه بین خودکارآمدی با دوستی در محل کار، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، ۸(۳)، ۱۵۳-۱۸۰.
- ۲ خراسانی طرقي، حامد (۱۳۹۵) رابطه فرسودگی شغلی با رفتار انحرافی مورد مطالعه : اداره کل ورزش و جوانان خراسان شمالی. پژوهشهای کاربردی در مدیریت ورزش، ۴(۳)، ۷۹-۹۰.
- ۳ نصر اصفهانی، علی و حیدری آقا گلی، پریسا (۱۳۹۹)، تأثیر حسادت در محل کار بر رفتار انحرافی کارکنان، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۸(۹۱)، ۱۱۹-۱۳۸.
- 4 Abdullah, A. , & Marican, S. (2016). The Effects of Big-Five Personality Traits on Deviant Behavior. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 19-25.
- 5 Adams, R. G. , Hahmann, J. , & Blietzner, R. (2017). Interactive motifs and processes in old age friendship. In M. Hojjat & A. M. Halpin (Eds. ), *The psychology of friendship*, (pp. 39-55). Oxford University Press.
- 6 Agwa, A. M. F. 2018. Workplace Deviance Behaviors. In: Göker, S. D. , editor. Leadership [Internet]. London: IntechOpen; Available from: <https://www.intechopen.com/chapters/60399>.
- 7 Ashforth, B. E. , Mael, F. , 1989. Social identity theory and the organization. *Acad. Manag. Rev.* 14 (1), 20-39.
- 8 Chen, C. T. , Hu, H. H. S. , King, B. , 2018. Shaping the organizational citizenship behavior or workplace deviance: key determining factors in the hospitality workforce. *J. Hosp. Tour. Manag.* 35, 1-8.
- 9 Demir, M. , 2014. Effects of organizational justice, trust and commitment on employee deviant behavior. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 22 (2), 204-221.
- 10 Hogg, M. A. , Terry, D. J. , 2000. Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Acad. Manag. Rev.* 25 (1), 121-140.
- 11 Hon, A. H. Y. , Lu, L. , Chan, W. W. H. , 2015. Does cultural value exacerbate or mitigate the effect of perceived compensation gap between locals and expatriates in hotel industry? *Int. J. Hosp. Manag.* 48, 83-91.
- 12 Nielsen, I. K. , Jex, S. M. , Adams, G. A. , 2000. Development and validation of scores on a two dimensional workplace friendship scale. *Educ. Psychol. Meas.* 60 (4), 628-643.
- 13 O'Connor, P. J. , Stone, S. , Walker, B. R. , & Jackson, C. J. (2019). Deviant behavior in constrained environments: Sensation-Seeking predicts workplace deviance in shallow learners. *Personality and Individual Differences*, 108, 20-25.
- 14 Okoe, A. F. , Boateng, H. , Narteh, B. , Boakye, R. O. , 2018. Examining human resource practice outcomes and service innovation. *Serv. Ind. J.* 38 (7-8), 431-445.
- 15 Peng, Y. C. , Chen, L. J. , Chang, C. C. , Zhuang, W. L. , 2016. Workplace bullying and workplace deviance- the mediating effect of emotional exhaustion and the moderating effect of core self evaluations. *Empl. Relat.* 38 (5), 755-769.
- 16 Subba, D. (2019) Antecedent and consequences of organizational identification: a study in the tourism sector of Sikkim. *Futur Bus J* 5, 4.

- 17 Tian, Q. T. , Song, Y. , Kwan, H. K. , Li, X. , 2019. Workplace gossip and frontline employees' proactive service performance. *Serv. Ind. J.* 39 (1), 25–42.
- 18 Tuna, M. , Ghazzawi, I. , Yesiltas, M. , Tuna, A. A. , Arslan, S. , 2016. The effects of the perceived external prestige of the organization on employee deviant workplace behavior: The mediating role of job satisfaction. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 28 (2), 366–396.
- 19 Yang, F. X. , Anthony, W. I. , 2020. How do cyberspace friendships transition to favorable workplace outcomes? The self-team joint influence. *Int. J. Hosp. Manag.* 85, 102323.
- 20 Zhu, H. , Lyu, Y. , Ye, Y. , 2019. Workplace sexual harassment, workplace deviance, and family undermining. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 31 (2), 594–614.
- 21 Zhuang, Wen-Long, Kuan-Yang Chen, Chia-Lin Chang, Xinhua Guan, Tzung-Cheng Huan 2020, Effect of hotel employees' workplace friendship on workplace deviance behaviour: Moderating role of organisational identification, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 88.