



## تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بروی رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی با تعدیگری ساینز شرکت در صنعت مواد غذایی استان اصفهان

رسول عسگریپور (مسئول مکاتبات)

استادیار، عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد، اصفهان، ایران.

rasool.asgarpour@yahoo.com

سمانه هادی سیچانی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد، اصفهان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۲-۰۶-۱۴۰۲

تاریخ ارسال: ۱۳-۰۹-۱۴۰۱

### چکیده

رفتار شهروندی سازمانی اقدامات ایثارگرانه و از خودگذشتگی کارکنان به منظور تأمین آسایش دیگران است و بیانگر فعالیت های کاری مرتبط، داوطلبانه است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق مسئولیت اجتماعی شرکت و رضایت شغلی کارکنان تنظیم می شود. هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بروی رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی با تعدیگری ساینز شرکت در صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌باشد. روش تحقیق، از نوع همبستگی و توصیفی پیمایشی است و روش کتابخانه‌ای در جمع‌آوری مبانی نظری و روش میدانی در جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته. جامعه آماری این تحقیق، کلیه کارکنان صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌باشد و داده‌ها از نمونه‌های ۲۲۹ نفری به روش تصادفی در دسترس جمع‌آوری شده است. در این تحقیق از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده و تحلیل‌های آمار توصیفی و استنباطی در محیط نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت با ضریب استاندارد ۰/۵۱۹ بر رفتار شهروندی سازمانی و تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت با ضریب استاندارد ۰/۵۸۹ بر رضایت شغلی و تأثیر رضایت شغلی با ضریب استاندارد ۰/۵۱۱ بر رفتار شهروندی سازمانی و نقش میانجی‌گری رضایت شغلی با ضریب استاندارد ۰/۳۰۱ در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر روی رفتار شهروندی سازمانی و نقش تعدیگر ساینز شرکت با ضریب استاندارد ۰/۴۱۶ در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی تأیید شده است.

**واژه‌های کلیدی:** مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، ساینز شرکت، صنعت مواد غذایی.

## ۱- مقدمه

مسئولیت اجتماعی شرکت برای چندین دهه در جوامع دانشگاهی و تجاری در سراسر جهان یک حوزه مطالعاتی جذاب بوده است. پژوهش‌ها در مورد این موضوع عمدتاً با بحث در مورد مسئولیت بازرگانان در جامعه آغاز شد که باعث مطالعات تجربی در مورد تأثیر آن بر عملکرد سازمان شد، که در پی آن منجر به ظهور مفاهیمی مانند رفتار شهروندی سازمانی و اخلاق کسب و کار شد. ادبیات موجود نشان می‌دهد که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت از چند روش مورد بررسی و تعریف قرار گرفته است. تحقیقات در مورد این موضوع عمدتاً با بحث در مورد مسئولیت بازرگانان در جامعه آغاز شد و به مطالعات تجربی در مورد تأثیر آن بر عملکرد مالی سازمان و سودآوری که در پی آن منجر به ظهور مفاهیم جایگزین مختلف، مانند عملکرد اجتماعی سازمانی، شهروندی سازمانی و اخلاق کسب و کار شد. در نتیجه فقدان تمایز واضح در استفاده از این مفاهیم، مقایسه نتایج در بین مطالعات یا تعمیم دادن نتایج را دشوار کرده است. (گلاوز، ۲۰۱۶).

امروزه برخلاف گذشته، جایی که عمدتاً تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت در مورد مسئولیت سازمان‌ها در جامعه یا تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی سازمانی بحث کرده است، کسب و کارها در تمامی اندازه‌ها - اعم از شرکت‌های چند ملیتی و شرکت‌های کوچک و متوسط، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت را پذیرفته و در تلاش هستند تا چندین ذینفع را در سیاست‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و عملیات خود وارد کنند. در نتیجه، مطالعات تجربی در مورد تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت گسترش یافته و به یک استراتژی اصلی کسب و کار در تجارت جهانی تبدیل می‌شود که بسیاری از دانشگاهیان و مدیران توجه بیشتری به پیامدهای استراتژیک آن می‌کنند. (کارول، ۲۰۱۵).

نتایج پژوهش‌های مختلف در مورد مسئولیت اجتماعی شرکت نشان داده شده است که در دهه‌های مختلف مقاله‌های زیادی در خصوص مسئولیت اجتماعی شرکت منتشر شده است و حتی تقریباً نیمی از آنها، مقالات و کتاب‌هایی که در دهه‌های گذشته منتشر شده اند را مرور کرده‌اند. تجزیه و تحلیل محتوای پژوهش‌های قبلی نشان داده است که حدود ۹۰ درصد از مقالات مورد بررسی در حوزه تحقیقات مسئولیت اجتماعی شرکت عمدتاً بر سطح کلان (سطوح نهادی و سازمانی)، مانند تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکتها متمرکز شده‌اند (پلوزا، ۲۰۰۹).

تحلیل محتوا نشان داد، مطالعات بسیار کمی بر تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح خرد (سطح فردی) متمرکز شده‌اند (کاندا و همکاران، ۲۰۱۹).<sup>۴</sup> نتیجه‌ها تحلیل گلاوز (۲۰۱۶) نشان داد که بیشتر مطالعات تجربی در مورد تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در سطح فردی عمدتاً روی کارکنان آینده‌نگر متمرکز شده است. بنابراین، لازم است تأثیر درک فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر پیامدهای رفتاری و نگرشی کارکنان فعلی بررسی شود. مطالعاتی اندکی در مورد تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر پیامدهای نگرشی و رفتاری کارکنان فعلی انجام شده است، که عمدتاً نتایج آنها نشان داده است که رابطه مثبت می‌باشد. (اسلام و همکاران، ۲۰۱۶)<sup>۵</sup>

با این وجود، مطالعه درباره تأثیر درک مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار کارکنان به‌ویژه در صنعت مواد غذایی بسیار محدود می‌باشد. علاوه بر این، مطالعات تجربی پیشین در مورد تأثیر ادراک مسئولیت اجتماعی شرکت بر پیامدهای رفتاری، اغلب اثر یک بعد از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت را اندازه‌گیری می‌کنند یا از مقیاسی استفاده می‌کنند که درک مسئولیت اجتماعی شرکت را از

<sup>4</sup> Kunda et al

<sup>5</sup> Islam et al

<sup>1</sup> Glavas

<sup>2</sup> Carroll

<sup>3</sup> Pelozo

و محیط، کارکنان، مشتریان و دولت، بر رفتار شهروندی سازمانی و شناسایی شکاف‌های موجود در ادبیات در این خصوص از اهمیت بالایی برخوردار است. مطابق با نظریه هویت اجتماعی، استدلال می‌شود که وقتی کارکنان، سازمان خود را به عنوان مسئول اجتماعی تلقی می‌کنند، آنها به شدت با سازمان یکی می‌شوند و در پی آن می‌توانند رفتار اختیاری را که بالاتر و فراتر از انتظارات رسمی شغلی است، ترویج دهند. علاوه بر این، محققان رفتار سازمانی بیان می‌کنند که دانش اندکی در مورد مکانیسم‌های اصولی در مورد رابطه بین ادراک کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت با نتایج کارکنان وجود دارد. مطالعات پیشین نشان داده است کارکنانی که سازمان‌های خود را به عنوان مسئول اجتماعی تلقی می‌کنند از کار خود راضی‌تر هستند (رحمان و همکاران، ۲۰۱۶). بومان و اسکیتکا<sup>۷</sup> (۲۰۱۲) نشان می‌دهند که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت نیازهای روانشناختی متفاوتی از قبیل احساس امنیت و ایمنی، عزت نفس و تعلق خاطر را برای کارکنان فراهم می‌کند که از طریق آن می‌توان رضایت کارکنان را ارتقا داد. همچنین مطالعات زیادی رابطه مثبت بین رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی را نشان داده‌اند. با این حال، مدلی برای بررسی نقش میانجی رضایت شغلی در تأثیر فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت کارکنان بر رفتار شهروندی سازمانی در حوزه صنایع مواد غذایی، ارائه نشده است. بنابراین، همچنین این پژوهش به بررسی مدلی برای رضایت شغلی کارکنان به عنوان مکانیسم بالقوه در رابطه‌ی بین مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، می‌پردازد. رفتار شهروندی سازمانی افعال و اقدامات ایثارگرانه و از خودگذشتگی کارکنان به منظور تأمین آسایش دیگران است و بیانگر فعالیت‌های کاری مرتبط، داوطلبانه و اختیاری است که به طور مستقیم از طریق توصیف رسمی شغل و

دیدگاه‌های مختلف به جای دیدگاه نظریه ذینفعان اندازه‌گیری می‌کند (الاکرمی و همکاران، ۲۰۱۵). در مطالعات تجربی یادانار و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) مقیاسی استفاده شده است که تأثیر درک کارمندان از ابعاد اختیاری مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی را اندازه‌گیری می‌کند در حالی که مطالعه تجربی یون و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) تنها بر ابعاد ذینفعان اجتماعی و غیر اجتماعی مسئولیت اجتماعی شرکت که توسط تورکر<sup>۴</sup> (۲۰۰۹a) ایجاد شده، متمرکز شده‌اند. مطالعه اونگ و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) به ابعاد اجتماعی و زیست محیطی مسئولیت اجتماعی شرکت متمرکز شده است. فقط چند مطالعه اندک از مقیاسی استفاده کرده‌اند که تأثیر ادراک کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت بر پیامدهای رفتاری، مانند رفتار شهروندی سازمانی را با استفاده از ابعاد چندگانه ادراک مسئولیت اجتماعی شرکت، از دیدگاه ذینفعان را اندازه‌گیری کرده است. از دیدگاه تئوری ذینفعان، موفقیت شرکت نه تنها تحت تأثیر سهامداران بلکه تحت تأثیر ذینفعان مختلفی مانند کارکنان، مشتریان و دولت می‌باشد و سازمان‌ها باید خواسته‌های خود را "به عنوان یک هزینه اجتناب ناپذیر برای انجام کسب و کار" برآورده کنند. بنابراین، از دیدگاه نظریه ذینفعان، لازم است سازمان‌ها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، مشارکت داشته باشند تا به بهترین وجه علاقه‌ها و انتظارات کلیدی ذینفعان مختلف خود را شناسایی کنند تا رابطه خود با گروه‌های ذینفع مختلف را بهبود بخشند. مطابق با مطالعه کارول (۲۰۱۵)، دیدگاه نظریه ذینفعان ارتباط نزدیکی با مسئولیت اجتماعی شرکت و اخلاق کسب و کار، از نظر چگونگی تأثیر سازمان‌ها بر افراد و گروه‌هایی که با آنها تعامل دارند، دارد. بنابراین مطالعه بررسی تأثیر ادراک کارمندان فعلی از مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به چهار بعد ذینفعان، یعنی جامعه

<sup>5</sup> Ong et al

<sup>6</sup> Rahman et al

<sup>7</sup> Bauman and Skitka

<sup>1</sup> El Akremi et al.

<sup>2</sup> Yadanar et al

<sup>3</sup> Youn et al

<sup>4</sup> Turker

چندان مورد توجه قرار نگرفته است. در عوض، چنین مطالعاتی بیشتر بر روی دیدگاه مشتریان، تمرکز دارد (کیم و همکاران، ۲۰۱۶). افزون بر این شکاف، در مورد ارتباط بین ادراک کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و نتایج نگرشی و رفتاری آنها در مورد محل کار نیز شناخت اندکی وجود دارد. تحقیقات بسیار اندکی در مجموعه مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت مواد غذایی کشور انجام پذیرفته است. از این رو، انجام پژوهش با موضوع مسئولیت اجتماعی در صنعت مواد غذایی ضرورت می‌یابد.

این پژوهش به دنبال این است که بیان کند هنگامی که کارکنان، سازمان خود را به عنوان مسئول اجتماعی نسبت به ذینفعان داخلی و خارجی خود تلقی می‌کند، رضایت شغلی کارکنان افزایش می‌یابد که به نوبه خود بر رفتار نقش اضافی آنها نیز تأثیر می‌گذارد. اما آنچه بیش از پیش اهمیت دارد، سبب شرکت در چگونگی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بروی رفتار شهروندی سازمانی در صنعت مواد غذایی است. به عبارتی شرکت‌های بزرگ‌تر نسبت به شرکت‌های کوچک‌تر در صنعت مواد غذایی در مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی چگونه هستند و سبب شرکت چگونه تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی را تعدیل می‌کند؟

## ۲-پیشینه پژوهش

نصیری‌لاریمی (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی» انجام داده است. نتایج پژوهش مبتنی بر روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که، مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر معناداری داشته است. همچنین رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر معناداری داشته و رضایت شغلی در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی نقش میانجی ایفا می‌کند. حسینی‌نژاد (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «تأثیر مسئولیت اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران)» انجام داده است. یافته‌های

سیستم‌های پاداش دهی سازماندهی نشده‌اند، اما در نهایت میزان کارایی و اثربخشی سازمانی را ارتقا می‌دهند. به دلیل مساعدت چشم‌گیر رفتارهای شهروندی سازمانی به موفقیت سازمان، برای سازمان‌ها مهم است که بدانند چرا و چگونه در رفتارهای شهروندی سازمانی مشارکت می‌کنند و چه عواملی بر این رفتارها تأثیر دارند. در این راستا اهمیت توجه به رضایت شغلی از این باور تأثیر می‌پذیرد که کارمندان راضی در سطوح بالاتری عمل کرده و انگیزه بالایی دارند تا به صورت مشارکتی و گروهی عمل کنند؛ درواقع کارکنان راضی کارکنان بهره‌ورتری هستند. یکی دیگر از عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی و یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند تسهیل‌کننده رفتارهای شهروندی سازمانی باشد، مسئولیت اجتماعی است. مسئولیت اجتماعی شرکت، عنصری ضروری در ایجاد و حفظ شهرت شرکت‌ها است که در منابع استراتژیک از آن به عنوان مزیت رقابتی شرکت از آن یاد می‌شود. مسئولیت اجتماعی شرکت به عنوان روش‌هایی تعریف می‌شود که در آن یک کسب و کار به دنبال همسوسازی ارزش‌ها و رفتار خود با ارزش و رفتار ذی‌نفعان مختلف خود است و هرچه شرکت نسبت به ابعاد مسئولیت اجتماعی خود توجه بیشتری داشته باشد مشتریان و جامعه واکنش بهتری نسبت به آن خواهند داشت و در نتیجه عملکرد شرکت بهبود می‌یابد (ریورت و همکاران، ۲۰۱۵).

بی‌توجهی برخی شرکت‌های صنایع غذایی به مسئولیت اجتماعی در برخورد با ذینفعان بیرونی، مشکلاتی را برای سازمان ایجاد می‌کند و بر سود و موفقیت سازمان تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، با توجه به مزایای مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های صنایع غذایی، دلایلی توجه بیش از پیش به پیامدهای حاصل از پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های صنایع غذایی و صنعت مواد غذایی استان اصفهان را ضرورت می‌بخشد. در اکثر تحقیقات انجام پذیرفته پیرامون مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها واکنش‌ها و ادراکات کارکنان در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی

مهمی در ایجاد رفتار شهروندی سازمانی دارند و مشارکت و رضایت شغلی تا حدی واسطه رابطه بین حمایت و رفتار شهروندی سازمانی است و در حضور هر دو متغیر این رابطه را تقویت می‌کند. کاندا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی: نقش تعدیل‌کننده رضایت شغلی» انجام داده‌اند. نتایج مطالعه نشان داد که دو مورد از چهار بعد از مسئولیت اجتماعی شرکت، یعنی مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به جامعه و محیط و دولت، تاثیر معنادار و مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی داشتند. از سوی دیگر، مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان تنها متغیر در میان چهار بعد ادراک مسئولیت اجتماعی شرکت بود که تاثیر معنادار و مثبتی بر رضایت شغلی کارکنان داشت. نتایج تجزیه و تحلیل از نقش میانجی‌گری رضایت شغلی در رابطه بین ادراکات مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی پشتیبانی نمی‌کند.

1-2 - مسئولیت اجتماعی شرکت: مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به طور کلی مفهومی است که یک واحد تجاری برای اثراش روی همه ذینفعان مربوطه پاسخگو است، و این که شرکت‌ها به طور داوطلبانه برای مشارکت بهتر با جامعه و محیط پاک تر تصمیم بگیرند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۸). از ابزار اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت کیم و همکاران (۲۰۱۰) استفاده شده است.

۲-۲- رفتار شهروندی سازمانی: یک رفتار فردی که در سیستم رسمی پاداش دهی، هیچ پاداشی برای آن در نظر گرفته نمی‌شود اما ترکیب آن با همین نوع رفتارها در گروه، منجر به اثربخشی می‌شود (کاندا و همکاران، ۲۰۱۹). از سوالات ابزار اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی اورگان و کانوسکی (۱۹۹۱) استفاده شده است.

پژوهش مبتنی بر معادلات ساختاری حاکی از آن بود که مسئولیت‌های اجتماعی (مسئولیت اجتماعی کارکنان، مسئولیت اجتماعی مشتریان، مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاران، مسئولیت اجتماعی شرکت در اجتماع، مسئولیت اجتماعی شرکت در محیط زیست، مسئولیت اجتماعی تامین‌کننده) بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان بانک صادرات استان مازندران تاثیر مثبت و معناداری داشته است و در این بین تاثیر مسئولیت اجتماعی کارکنان از مابقی بیشتر بوده است. اکبری و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی‌گری درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان» انجام دادند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد که، مسئولیت اجتماعی شرکتی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان رابطه معناداری دارد. همچنین درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اثرگذار هستند و در تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی میانجی‌گری می‌کند.

اسلام و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر وفاداری مشتری» انجام دادند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت به طور معنادار و مثبت با وفاداری مشتری ارتباط دارد. همچنین تایید واسطه‌گری نشان می‌دهد که شهرت شرکت، رضایت مشتری و اعتماد مشتری رابطه میان مسئولیت اجتماعی شرکت و وفاداری مشتری را میانجی‌گری می‌کند. علاوه بر این، توانایی‌های شرکت نقش مهمی در تقویت ارتباط بین ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت و وفاداری مشتری دارد. کائور و راندهاوا<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «پیوند نظریه با عمل در بررسی تاثیر حمایت بر رفتار شهروندی سازمانی» انجام داده‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که حمایت‌گرها نقش

<sup>3</sup> Kunda et al

<sup>1</sup> Islam et al

<sup>2</sup> Kaur and Randhawa

احتمال ارتقاء تعهد سازمانی را به همراه دارد، بلکه رضایت ذینفعان خارج از سازمان را برای مشروعیت بخشیدن به سازمان تقویت می‌کند. در این راستا رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است و مجموعه‌ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند و عاملی است که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می‌گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و لوازم یک شغل، شرایطی که در آن کارانجام می‌گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می‌شود. رضایت شغلی عبارت است از حدی از احساسات و نگرش‌های شغلی مثبت که افراد نسبت به شغل خود دارند (بنیادی نایینی و امیر قدسی، ۱۳۹۶). مطالعات مختلف در زمینه رضایت شغلی نشان داده است که متغیرهای زیادی با رضایت شغلی مرتبط است که این متغیرها در دو گروه عوامل فردی و عوامل سازمانی قابل طبقه‌بندی است. پیامدهای رضایت شغلی بر سلامت فیزیکی و روانشناختی، غیبت کاری، جابه‌جایی، ترک خدمت و بازنشستگی زودرس تأثیرگذار بوده است. اما نگرش به این مسئله که اندازه شرکت چگونه می‌تواند رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی را تعدیل کند نیز حائز اهمیت است. منظور از اندازه شرکت حجم و میزان فعالیت یک شرکت است. در پژوهش‌های متفاوت، شاخص‌های مختلفی برای سنجش اندازه شرکت به کار برده شده است. این معیارهای متفاوت، همگی برای اندازه‌گیری حجم و گستردگی فعالیت شرکت‌ها مناسب هستند و اندازه شرکت عاملی است که بر عملکرد شرکت تأثیر دارد. در واقع شرکت‌های بزرگ‌تر نسبت به شرکت‌های کوچک‌تر در عملکرد با ثبات‌تر هستند و عملکرد شرکت‌های کوچک‌تر بیشتر تابع شرایط و نوسان‌های بازار است.

در یک جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کلی از مطالب ارائه شده در این بخش می‌توان گفت، از آنجا که تعهد شرکت در ارائه کمک‌های غیرانتفاعی و خیرخواهانه به جامعه‌ای که در آن فعالیت دارد می‌تواند موجبات بهبودی در رفتار

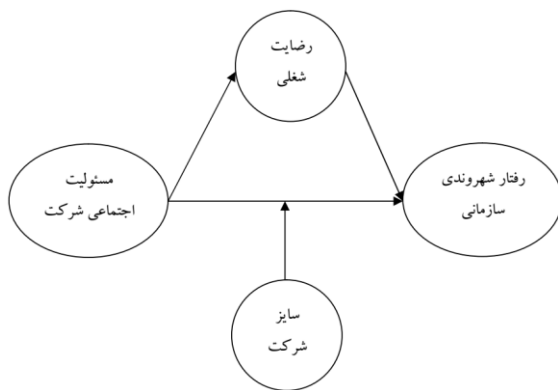
2-3- رضایت شغلی: رضایت شغلی احساسات و نگرش‌های مثبتی است که افراد به شغل خود دارند. رضایت شغلی نیروی انسانی از عوامل مؤثر در افزایش کارایی و بهره‌وری و کاهش تشویش، غیبت کاری، تأخیر در کار، ترک خدمت، فعالیت اتحادیه و بازنشستگی زودرس است (خاوری و یوسفیان، ۱۳۸۶). از ابزار اندازه‌گیری سنجش رضایت شغلی مینه سوتا (۱۹۹۱) استفاده شده است.

2-4- سایز شرکت: هر شرکتی با توجه به تعداد و تنوع بخش‌های اداری و تعداد کارکنان و پروژه‌های عملیاتی و تحقیقاتی قابل دسته‌بندی است. سایز شرکت، حجم شرکت بر اساس موارد مذکور است که در دسته کوچک، متوسط و بزرگ قرار می‌گیرد (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). از ابزار اندازه‌گیری سنجش سایز شرکت سرمد و همکاران (۱۳۹۰) استفاده شده است.

### ۳- چارچوب نظری پژوهش

نتایج پژوهش‌های پیشین نشان داده است که، رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله نظام‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده است، اما با این وجود باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. همچنین مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها با روابط بین شرکت‌ها و جامعه سروکار دارد و به طور مشخص این مفهوم به بررسی تأثیرات شرکت‌ها روی افراد و جامعه می‌پردازد. نظریه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها، در چهارگروه (۱) نظریه‌های ابزاری (۲) نظریه‌های یکپارچه (۳) نظریه‌های سیاسی (۴) نظریه‌های اخلاقی طبقه‌بندی می‌شوند (کیم و همکاران، ۲۰۱۶). در جمع‌بندی از مفاهیم مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توان گفت، از جمله مهمترین عناصر فلسفه وجودی سازمان‌ها شناخته شده است، به نحوی که اهمیت دادن به رعایت آن توسط سازمان‌ها در چارچوب نظریه هویت اجتماعی، نه تنها

- ۱- مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
  - ۲- مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی تأثیر دارد.
  - ۳- رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
  - ۴- مسئولیت اجتماعی شرکت بروی رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی تأثیر دارد.
  - ۵- مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش تعدیگر ساین شرکت تأثیر دارد.
- با توجه به اهداف و فرضیه‌های تدوین شده، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر تدوین شده است.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

#### ۴- روش شناسی تحقیق

این تحقیق از آن جایی که به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بروی رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی با تعدیگری ساین شرکت در صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌پردازد در قلمرو تحقیقات توصیفی قرار دارد و به دلیل اینکه پژوهشگر برای کشف عقاید، افکار و ادراکات افراد مورد نظر از پرسشنامه استفاده می‌کند، پیمایشی می‌باشد. از نظر طبقه‌بندی بر مبنای هدف، این تحقیق کاربردی و از نظر نوع تحقیق، توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای برای تهیه ادبیات تحقیق و از روش میدانی و پرسشنامه، برای جمع‌آوری داده‌های آماری استفاده شده است. در این پژوهش از ابزار اندازه‌گیری مسئولیت اجتماعی شرکت کیم و همکاران (۲۰۱۰)، ابزار اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی اورگان و کانوسکی (۱۹۹۱)، ابزار

شهروندی سازمانی کارکنان شرکت‌ها را فراهم آورند لذا باید مسئولیت اجتماعی شرکت نهادینه گردد. زیرا انتظار می‌رود که تازمانی که کارکنان شرکت‌ها در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و همکاری با یکدیگر به عنوان یک تیم عمل کنند و در ارائه ایده و نظر در مورد اقدامات مسئولیت‌های اجتماعی شرکت آزادی عمل داشته باشند، موجبات بهبودی در رضایت شغلی کارکنان فراهم شده و باوجود تناسب شغل با توانایی‌ها و استقلال و آزادی عمل کارکنان در کار، وجود همدلی و اعتماد بین مدیر و کارکنان، تناسب فضای فیزیکی محیط کار و حقوق و مزایای کافی به همراه توزیع امکانات رفاهی به طور عادلانه بین کارکنان موجب و رضایت شغلی کارکنان شده و موجبات بهبودی در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت‌ها فراهم می‌آید. اما آنچه که بیش از پیش مهم است این است که، از آنجاکه معمولا شرکت‌های بزرگ از بخش‌های اداری گسترده‌ای در شرکت بهره می‌برند و دارای تعداد کارکنان زیاد هستند که وجود پروژه‌ها و برنامه‌های منسجم و اتوماسیون اداری از جمله مواردی از این دست هستند لذا در شرکت‌های بزرگ انتظار بر این است که مسئولیت اجتماعی شرکت بهتر اجرا شود و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نهادینه‌تر باشد.

در خصوص نوآوری این پژوهش می‌توان گفت، مدل مفهومی پژوهش برگرفته شده از مدل پژوهش کاندا و همکاران (۲۰۱۹) است که در صنعت گردشگری در کشور ترکیه انجام شده و با توجه به پیشنهاد پژوهشگران آتی، متغیر ساین شرکت به عنوان متغیر تعدیل‌گر به مدل مفهومی اضافه شده است که در صنعت مواد غذایی در کشور ایران انجام شده است. لذا با توجه به فرضیه‌های پژوهش و رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی و نقش میانجی‌گری رضایت شغلی و نقش تعدیگر ساین شرکت در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل (۱) ارائه شده است.

فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر می‌باشد.

استفاده شد. در قسمت آمار استنباطی، ضمن بررسی آزمون نرمالیتی متغیرهای تحقیق، به منظور بررسی فروض تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. برای تحلیل آماری از نرم‌افزارهای آماری SPSS و PLS استفاده گردید.

#### ۵- یافته های پژوهش :

##### ۱-۵- یافته های توصیفی:

نمونه ۲۲۹ نفری مورد مطالعه از کارکنان نمونه شامل ۶۵٪ زن و ۳۴٪ مرد می‌باشد و نشان می‌دهد که توزیع فراوانی جنسیت کارکنان نمونه بیشتر زنانه بوده است. در نمونه ۲۲۹ نفری مورد مطالعه، بیشترین تعداد از کارکنان نمونه یعنی ۵۲٫۸ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس و کمترین تعداد یعنی ۱۵٫۳ درصد از کارکنان نمونه دارای تحصیلات دیپلم و کمتر می‌باشند و نشان می‌دهد که توزیع فراوانی تحصیلات بیشتر کارکنان نمونه، فوق دیپلم و لیسانس است. در نمونه ۲۲۹ نفری مورد مطالعه، بیشترین تعداد از کارکنان نمونه یعنی ۳۸٫۹ درصد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشته و کمترین تعداد از کارکنان نمونه یعنی ۶٫۶ درصد در گروه سنی بالاتر از ۵۰ سال قرار دارند و نشان می‌دهد که توزیع فراوانی سن بیشتر کارکنان نمونه ۳۱ تا ۴۰ سال است. در نمونه ۲۲۹ نفری مورد مطالعه، بیشترین تعداد از کارکنان نمونه یعنی ۴۹٫۸ درصد از ۱۰ تا ۱۰ سال و کمترین تعداد از کارکنان نمونه یعنی ۱۷٫۰ درصد بالاتر از ۲۰ سال سابقه کاری دارند و نشان می‌دهد که توزیع فراوانی سابقه کاری بیشتر کارکنان نمونه ۱۰ سال است.

در بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش، نتایج نشان داد که، نگرش به متغیرهای پژوهش شامل مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، سبب شرکت از متوسط طیف لیکرت بیشتر است و بیانگر دیدگاه بالاتر از حد متوسط کارکنان نمونه به متغیرهای پژوهش است. در تفسیر این نتایج می‌توان گفت، شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان در خصوص فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی به‌طور مطلوبی عمل کرده است.

اندازه‌گیری رضایت شغلی مینه سوتا (۱۹۹۱) و ابزار اندازه‌گیری سبب شرکت سرمد و همکاران (۱۳۹۰) جهت جمع‌آوری داده‌های آماری استفاده شده است. سئوال‌های پرسشنامه بر روی پیوستار طیف لیکرت با کدهای عددی ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ در نظر گرفته شدند. روایی پرسشنامه‌ی تحقیق به صورت محتوایی و صوری توسط متخصصان دانشگاهی و کارشناسان تأیید شد. همچنین به دلیل استفاده از روش معادلات ساختاری، روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی نیز بررسی و تأیید گردید. ضریب آلفای کرونباخ در اعتبار کل پرسشنامه ۰/۸۹۵ محاسبه شد و پایایی ابزار اندازه‌گیری تأیید گردد. در این تحقیق جامعه آماری، کلیه‌ی کارکنان پنج شرکت صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌باشد و با توجه به محدودیت در منابع همچون زمان و هزینه، پنج شرکت صنعت مواد غذایی استان اصفهان انتخاب و جامعه آماری پژوهش برگرفته از کلیه کارکنان این پنج شرکت می‌باشد که مشتمل بر ۵۷۰ نفر می‌باشد. با توجه به اطلاعات فوق جامعه آماری این پژوهش محدود می‌باشد. شرکت‌ها مذکور عبارتند از: مواد غذایی اصالت (سیمین سپهر سلامت) (۳۰۰ نفر)، گلشهر ماکارون(ونک) (۵۰ نفر)، شرکت مهر اصفهان (۱۰۰ نفر)، شرکت گلپر اصفهان (۵۰ نفر)، شیرین ذائقه سپاهان(۷۰ نفر).

از جدول مورگان جهت بدست آوردن نمونه آماری اقدام شده و تعداد نمونه آماری ۲۲۹ نفر تعیین شده است. با توجه به قوانین حاکم بر هر شرکت و تمایل یا عدم تمایل به شرکت در پژوهش توسط افراد جامعه آماری این پژوهش در شرکت‌های صنعت مواد غذایی ذکر شده، روش نمونه‌گیری دردسترس مورد استفاده قرار گرفت. در تمام این پنج شرکت از مدیران درخواست شد تا پرسشنامه‌ها در اختیار کارکنان قرار گیرند. لازم به ذکر است در خصوص جمع‌آوری داده‌های آماری از شبکه‌های مجازی و به‌طور خاص از پرس‌لاین استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها در قسمت آمار توصیفی از معیارهایی نظیر (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) برای توصیف متغیرها



		۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	معنی داری	
۱	*۰.۷۸۴	*۰.۵۱۷	۰.۴۲	ضریب همبستگی	سایز شرکت F4
	*	*	**۵		
	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	معنی داری	

منبع: نتایج پژوهش

### ب-برآزش مدل معادلات ساختاری در آزمون فرضیه-های پژوهش

در اجرای مدل معادلات ساختاری پژوهش، برآوردهای روا و پایایی مدل بیرون به شرح زیر انجام شده است. **روایی همگرا:** در راستای بررسی روایی همگرا به عنوان معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی مرکب، روایی همگرا و معیار AVE برآورد و در جدول (۳) مندرج می‌باشد. با توجه به جدول (۲) مقادیر پایایی مرکب و مقادیر آلفای کرونباخ تمام متغیرهای پژوهش از ۰/۷ بالاتر است و مقادیر قابل قبولی را ارائه داده است که برازش مناسب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. همچنین مقادیر روایی همگرا و معیار AVE نیز بیشتر از ۰/۵ بوده و قابل قبول هستند.

جدول (۳): مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی مرکب، روایی همگرا و معیار AVE

متغیر پنهان	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	روایی همگرا	AVE
رضایت شغلی	۰.۹۲۱	۰.۹۳۲	۰.۹۳۸	۰.۶۰۷
رفتار شهروندی سازمانی	۰.۷۷۵	۰.۸۲۲	۰.۸۳۹	۰.۶۵۹
سایز شرکت	۰.۹۲۳	۰.۹۳۰	۰.۹۴۳	۰.۶۱۴
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰.۸۱۹	۰.۸۶۵	۰.۸۶۸	۰.۶۰۵

**روایی واگرا:** یکی دیگر از معیارهای سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در **PLS** روایی واگرا است. در این پژوهش از روش فورنل و لارکر<sup>۱</sup> که میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها

جدول ۱: معیارهای آماری متغیرهای تحقیق (تعداد = ۲۲۹)

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار
مسئولیت اجتماعی شرکت	۳.۴۸	۰.۷۳
رفتار شهروندی سازمانی	۳.۸۲	۰.۴۹
رضایت شغلی	۳.۲۲	۰.۸۵
سایز شرکت	۳.۲۷	۰.۸۸

منبع: محاسبات محقق

### ۲-۵- یافته های استنباطی: (آزمون فرضیه‌های تحقیق)

#### الف-همبستگی بین متغیرهای پژوهش

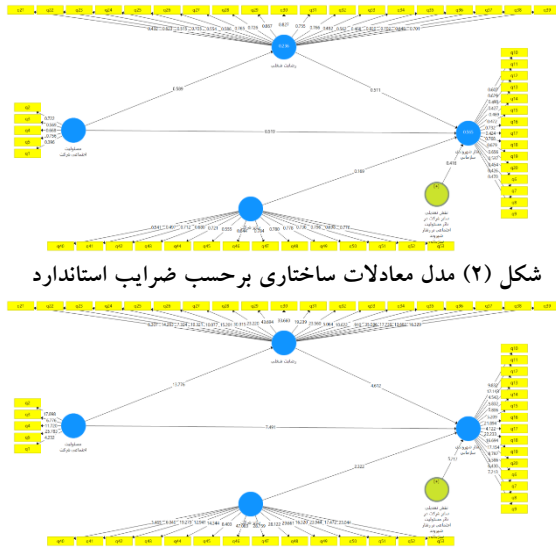
به منظور تعیین و محاسبه میزان همبستگی بین متغیرهای پژوهش، از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون معنی‌داری استفاده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول (۲) می‌توان گفت، سطوح معنی‌داری کلیه روابط دوتایی بین متغیرهای پژوهش از خطای ۰/۰۵ کمتر است و لذا کلیه روابط دوتایی متغیرهای پژوهش (مسئولیت اجتماعی شرکت، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، سایز شرکت) معنی‌دار هستند. این نتیجه با مبانی نظری در خصوص رابطه بین متغیرهای مذکور مطابقت دارد. در واقع این انتظار وجود دارد که فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، موجبات بهبودی در رفتار شهروندی سازمانی را ایجاد کند و متغیرهایی نظیر رضایت شغلی به صورت باواسطه و و سایز شرکت به صورت تعدیلی موجب بهبود رفتار شهروندی سازمانی شوند.

جدول ۲: ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش (تعداد: ۲۲۹)

متغیرها	F1	F2	F3	F4
مسئولیت اجتماعی شرکت F1	۱			
رفتار شهروندی سازمانی F2	۰.۴۵ **۹	۱		
رضایت شغلی F3	۰.۴۵ **۲	۰.۵۹۲ *	۱	
سایز شرکت F4				۱

<sup>1</sup> The Fornell-Larcker Criterion

مقادیر کمتر از ۱.۹۶، بیانگر عدم معناداری ضریب مسیر متناظر در سطح خطای ۰.۰۵ است.



شکل (۲) مدل معادلات ساختاری برحسب ضرایب استاندارد

شکل (۳) مدل معادلات ساختاری پژوهش برحسب مقادیر t

با توجه به اینکه هر یک از مسیرهای مدل معادلات ساختاری مذکور، به‌عنوان یک فرضیه‌ی پژوهش، مطرح است، لذا نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش، به‌صورت زیر ارائه می‌شود.

در بررسی و آزمون فرضیه‌ی اول پژوهش، نتیجه‌ی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که در سطح خطای ۰/۰۵، مسئولیت اجتماعی شرکت با ضریب استاندارد ۰/۵۱۹ بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری داشته است (مقدار t متناظر (۷/۴۹۱) بیشتر از ۱/۹۶ است) و بنابراین فرضیه اول پژوهش تأیید شده است و به عبارتی با افزایش هر یک واحد مسئولیت اجتماعی شرکت، ۰/۵۱۹ واحد رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد.

در بررسی و آزمون فرضیه‌ی فرعی دوم پژوهش، نتیجه‌ی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که در سطح خطای ۰/۰۵، مسئولیت اجتماعی شرکت با ضریب استاندارد ۰/۵۸۹ بر رضایت شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری داشته است (مقدار t متناظر (۱۳/۷۷۶) بیشتر از

است، استفاده‌شده است. با توجه به جدول (۴) اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر است پس مدل اندازه‌گیری دارای روایی و اگر است.

جدول (۴): شاخص ارزیابی روایی و اگرایی مدل اندازه‌گیری

متغیرهای پژوهش	پژوهش			
	رضایت شغلی	رفتار شهروندی سازمانی	سایز شرکت	مسئولیت اجتماعی شرکت
رضایت شغلی	۰.۷۷۹			
رفتار شهروندی سازمانی	۰.۷۵۰	۰.۸۱۲		
سایز شرکت	۰.۷۲۱	۰.۷۴۰	۰.۷۸۴	
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰.۴۰۶	۰.۱۲۵	۰.۱۶۵	۰.۷۷۸

در اجرای مدل معادلات ساختاری پژوهش، معیارهای

برآزش مدل درونی به شرح زیر می‌باشند.

نتایج برآزش مدل معادلات ساختاری پژوهش نشان داد که مقدار آماری کای -دو، برابر ۲۸۳۸.۰ با درجه آزادی ۱۳۲۰ می‌باشد و با توجه به اینکه مقدار تقسیم، آماری کای -دو، بر درجه آزادی، برابر ۲.۱۵ بوده و از مقدار ۳ کمتر هست لذا برآزش مدل معادلات ساختاری پژوهش مطلوب ارزیابی می‌گردد. همچنین مقدار NFI برابر ۰.۷۹۲ برآورد شده و با توجه به اینکه به مقدار یک نزدیک هست، لذا برآزش مدل معادلات ساختاری پژوهش مطلوب و مناسب ارزیابی می‌گردد.

در شکل (۲) اعداد نوشته‌شده بر روی خطوط درواضع ضرایب بتای استانداردشده در رگرسیون‌های کمترین مربعات معمولی است که همان ضرایب مسیر در مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS می‌باشد. در شکل (۳) مقادیر مندرج بر روی خطوط، مقادیر t متناظر با ضرایب مسیر در مدل معادلات ساختاری است که معنی‌داری ضرایب مسیر را نشان می‌دهند و مقادیر بالای ۱.۹۶، بیانگر معناداری ضریب مسیر متناظر در سطح خطای ۰.۰۵ و

بررسی و آزمون فرضیه‌ی اول پژوهش نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. در تفسیر نتیجه حاصل می‌توان گفت، به‌منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌توان مسئولیت اجتماعی شرکت را مورد توجه قرار داد زیرا تعهد شرکت به اختصاص دادن بخشی از سودش به کمک‌های غیر انتفاعی و به جامعه‌ای که در آن فعالیت دارد و کمک‌های خیرخواهانه می‌تواند موجبات بهبودی در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت‌ها را فراهم آورد.

بررسی و آزمون فرضیه‌ی فرعی دوم پژوهش نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری داشته است. در تفسیر نتیجه حاصل می‌توان گفت، به‌منظور بهبود رضایت شغلی کارکنان شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان می‌توان مسئولیت اجتماعی شرکت را مورد توجه قرار داد زیرا شرکت کارکنان شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و همکاری با یکدیگر به عنوان یک تیم و آزادی آنها در ارائه ایده و نظر در مورد اقدامات مسئولیت‌های اجتماعی شرکت موجبات بهبودی در رضایت شغلی کارکنان شرکت‌ها را فراهم می‌آورد.

بررسی و آزمون فرضیه‌ی سوم پژوهش نشان داد که رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. در تفسیر نتیجه حاصل می‌توان گفت، به‌منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی می‌توان رضایت شغلی کارکنان شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان را مورد توجه قرار داد زیرا انتظار می‌رود تا با وجود تناسب شغل با توانایی‌ها و استقلال و آزادی عمل کارکنان در کار، وجود همدلی و اعتماد بین مدیر و کارکنان، تناسب فضای فیزیکی محیط کار و حقوق و مزایای کافی به همراه توزیع امکانات رفاهی به‌طور

۱/۹۶ است) و بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید شده است و به عبارتی با افزایش هر یک واحد مسئولیت اجتماعی شرکت، ۰/۵۸۹ واحد رضایت شغلی کارکنان افزایش می‌یابد.

در بررسی و آزمون فرضیه‌ی سوم پژوهش، نتیجه‌ی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که در سطح خطای ۰/۰۵، رضایت شغلی با ضریب استاندارد ۰/۵۱۱ بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. بنابراین فرضیه سوم پژوهش تأیید شده است (مقدار  $t$  متناظر (۴/۶۱۲) بیشتر از ۱/۹۶ است) و به عبارتی با افزایش هر یک واحد رضایت شغلی، ۰/۵۱۱ واحد رفتار شهروندی سازمانی افزایش می‌یابد.

در بررسی و آزمون فرضیه‌ی چهارم پژوهش، نتیجه‌ی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که در سطح خطای ۰/۰۵، این فرضیه تأیید شده است (مقدار  $t$  (۴/۳۷۳) متناظر بیشتر از ۱/۹۶ است) و بنابراین مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق رضایت شغلی با ضریب ۰/۳۰۱ بر روی رفتار شهروندی سازمانی تأثیر داشته است.

در بررسی و آزمون فرضیه‌ی پنجم پژوهش، نتیجه‌ی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که در سطح خطای ۰/۰۵، ضریب نقش تعدیلی سبب شرکت در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی با مقدار ۰/۴۱۶، معنی‌دار است (مقدار  $t$  متناظر (۵/۷۱۷) بالاتر از ۱/۹۶ است) و لذا فرضیه پنجم پژوهش تأیید شده است. همچنین مقدار آماره مربع  $F$  کوهن ۰/۳۱۲ محاسبه شده و بین ۰/۱۵ تا ۰/۳۵ قرار گرفته است و لذا نقش تعدیلی سبب شرکت در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی متوسط ارزیابی می‌شود. و نقش تعدیگر سبب شرکت در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی متوسط ارزیابی می‌شود.

## ۶- بحث و نتیجه‌گیری

عادلانه بین کارکنان موجبات بهبودی در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت‌ها فراهم آید.

بررسی و آزمون فرضیه‌ی چهارم پژوهش نشان داد که مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق رضایت شغلی بر روی رفتار شهروندی سازمانی تأثیر داشته است. در تفسیر نتیجه حاصل می‌توان گفت، به‌منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت می‌توان رضایت شغلی کارکنان شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی استان اصفهان را مورد توجه قرار داد زیرا انتظار می‌رود تا با ایجاد مسئولیت اجتماعی شرکت، رضایت شغلی کارکنان افزایش یابد و متعاقب آن با افزایش رضایت شغلی کارکنان، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز افزایش یابد.

بررسی و آزمون فرضیه‌ی پنجم پژوهش نشان داد که ضریب نقش تعدیلی سبب شرکت در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی، معنی‌دار است. در تفسیر نتیجه حاصل می‌توان گفت، هرچند مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان تأثیر دارد اما معمولاً شرکت‌های بزرگ که دارای تعداد کارکنان زیاد هستند و وجود بخش‌ها و داویر اداری گسترده‌ای در شرکت و همچنین وجود پروژه‌ها و برنامه‌های منسجم و اتوماسیون اداری و مواردی از این دست هستند، انتظار بر این است که مسئولیت اجتماعی شرکت بهتر اجرا شود و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان منسجم و مطلوب گردد.

تأیید و نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش، با نظریه‌ها و مبانی ادبی مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی کارکنان و ارتباط بین متغیرهای مذکور و نقش تعدیلی سبب شرکت در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی، مطابقت دارد و نتایج حاصل عمدتاً با نتایج پژوهش نصیری‌لاریمی (۱۳۹۹)، حسینی‌نژاد (۱۳۹۹) شهرزادحقیقی‌نژاد و سلطانی (۱۳۹۸)، حاجی‌محمودلو (۱۳۹۷)، کاندا و همکاران (۲۰۱۹)، اسلام و همکاران (۲۰۲۱)، ثاریث و همکاران

(۲۰۱۶) که رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت، رضایت شغلی و تعهد سازمانی را تحلیل کردند و با نتایج پژوهش اکبری و همکاران (۱۳۹۸) که به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان پرداختند و با نتایج پژوهش نیلی‌پورطباطبایی و بیگلری (۱۳۹۳)، اسماعیلی‌مقدم و همکاران (۱۳۹۲)، مطابقت دارد.

با توجه به نتایج حاصله از این تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش به مدیران شرکت‌های صنایع غذایی پیشنهاد می‌شود:

- در راستای بهبود نگرش به رفتار شهروندی سازمانی، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در حوزه‌ی تعهد شرکت به اختصاص دادن بخشی از سود به کمک‌های غیر انتفاعی و به جامعه‌ای که در آن فعالیت دارد و کمک‌های خیرخواهانه همواره مورد توجه و کاربرد قرار گیرند.

- در راستای ایجاد رضایت شغلی نگرش به عملکرد برند، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت در حوزه‌ی همکاری با یکدیگر به عنوان یک تیم و آزادی آنها در ارائه ایده و نظر در مورد اقدامات مسئولیت‌های اجتماعی شرکت همواره مورد توجه و کاربرد قرار گیرند.

- در راستای بهبود نگرش به رفتار شهروندی سازمانی، حوزه‌هایی مانند حقوق و مزایایم کافی، توزیع عادلانه امکانات رفاهی بین کارکنان، تناسب شغل با توانایی‌های کارکنان، استقلال و آزادی عمل در کار، پیشرفت و ترقی شغلی به لیاقت و توانمندی‌ها، امکان بروز توانمندی‌ها و استعداد‌های کارکنان، همدلی و اعتماد بین مدیر و کارکنان و مواردی از این دست همواره مورد توجه و کاربرد قرار گیرند.

- به‌منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت و با توجه به رضایت شغلی کارکنان، زمینه‌های ترکیبی از شاخص‌های مسئولیت اجتماعی شرکت و رضایت شغلی کارکنان، همواره مورد توجه و کاربرد قرار گیرند.

به منظور بهبود رفتار شهروندی سازمانی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی شرکت و با توجه به ساینز شرکت، شاخص‌هایی مانند تعداد کارکنان شرکت، وجود بخش‌ها و داویر اداری گسترده در شرکت و همچنین وجود پروژه‌ها و برنامه‌های منسجم و اتوماسیون اداری در شرکت را در راستای تعدیل فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت همواره مورد توجه و کاربرد قرار گیرند.

در راستای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود، بررسی نقش تعدیل‌گر ارتباطات الکترونیکی شرکت بر تاثیر تعهد به سرپرست بر رفتار شهروندی سازمانی مورد بررسی قرار گیرد.

اگر چه، این پژوهش نیز همانند هر پژوهش دیگری دارای محدودیتهایی بوده است، اما این محدودیتها می‌توانند دریچه‌های جدیدی بر روی پژوهش‌های آتی بگشایند. بنابراین، با توجه به محدود بودن تحقیقات و چالش‌های توزیع پرسشنامه در جامعه‌ی آماری، انتظار می‌رود که در تحقیقات آتی تأثیر هر یک از عوامل بیرونی کنترل شده و مورد توجه قرار گیرند.

## ۸- منابع و مراجع

خاوری، لیلی؛ یوسفیان، جواد. (۱۳۸۶). مقایسه رضایت شغلی اعضای هیأت علمی غیر فعال و فعال در ورزش دانشگاه یزد. فصلنامه المپیک، ۱۱۵(۱). (پیاپی ۳۷)، زمستان ۱۳۸۶. ۵۹-۴۹.

Bauman, C. and Skitka, L. (2012), "Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction", *Research in Organizational Behavior*, Vol. 32, pp. 63-86.

Carroll, A.B. (2015), "Corporate social responsibility: the centerpiece of competing and complementary frameworks", *Organizational Dynamics*, Vol. 44 No. 2, pp. 87-96.

Glavas, A. (2016), "Corporate social responsibility and organizational psychology: an integrative review", *Frontiers in Psychology*, Vol. 7, p. 144.

Islam, T., Ahmed, I., Ali, G. and Sadiq, T. (2016), "Behavioral and psychological consequences of corporate social responsibility: need of the time", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12 No. 2, pp. 307-320.

Islam, T., Islam, R., Pitafi, A.H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., Mubarak, M.S. (2021) The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*. 25, 123-135.

Kaur, K., Randhawa, G. (2021) Exploring the influence of supportive supervisors on organizational citizenship behaviour: Linking theory to practice. *IIMB Management Review*. Available online 1 April 2021. In Press, Journal Pre-proof. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2021.03.012>.

Kim, J.(S). Song, H.J. Lee, C.K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *Int. J. Hosp. Manag.* 55 (May), 25-32.

Kunda, M.M., Ataman, G., Behram, N.K. (2019) "Corporate social responsibility and organizational citizenship behavior: The mediating role of job satisfaction", *Journal of Global Responsibility*. 10(1).47-68,

اکبری، محسن. آذر. عادل. مهدی حاجی محمودلو، ایوب. آل طه، سیدحسن (۱۳۹۸) بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان. فصلنامه علمی مطالعات منابع انسانی. ۲۴-۱ (۴)۹.

اسماعیلی مقدم، فاطمه. دوستی، مرتضی. گودرزی، محمود (۱۳۹۲) رابطه رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان مازندران. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. ۲۱(۲). ۱۳۹۲. ۵۱-۴۳.

حسینی نژاد، سیدعبداله (۱۳۹۹) تأثیر مسئولیت اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: شعب بانک صادرات استان مازندران). پایاننامه کارشناسی ارشد. موسسه آموزش عالی طبهرستان، دانشکده علوم انسانی.

شهرزادحقیقی نژاد، محمدرضا. سلطانی، حسن، (۱۳۹۸). تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی انگیزه کارکنان مطالعه موردی کارکنان برق منطقه ای استان فارس. نخستین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، شیراز.

مهدی حاجی محمودلو، ایوب (۱۳۹۷) بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان با توجه به نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان. پایاننامه کارشناسی ارشد. موسسه آموزش عالی راهبرد شمال.

نصیری لاریمی، حنظل (۱۳۹۹) تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی سازمانی با توجه به نقش میانجی رضایت شغلی. پایاننامه کارشناسی ارشد. (مورد مطالعه: بانک آینده در استان تهران). موسسه آموزش عالی راه دانش - بابل.

نیلی پورطباطبایی، اکبر. بیگلری، مسعود (۱۳۹۳) بررسی ارتباط بین هویت سازمانی، رضایت شغلی و رفتار شهروندی در پرستاران. فصلنامه مدیریت پرستاری. ۳(۳). ۶۷-۶۱.

Youn, H., Lee, K. and Seoki, L. (2018), "Effects of corporate social responsibility on employees in the casino industry", *Tourism Management*, Vol. 68, pp. 328-335.

Ong, M., Mayer, D.M., Tost, L.P. and Wellman, N. (2018), "When corporate social responsibility motivates employee citizenship: the sensitizing role of task significance", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 144, pp. 44-59.

Pelozo, J. (2009), "The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social performance", *Journal of Management*, Vol. 35 No. 6, pp. 1518-1541.

Rahman, S., Haski-Leventhal, D. and Pournader, M. (2016), "The effect of employee CSR attitudes on job satisfaction and organizational commitment: evidence from the Bangladeshi banking industry", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12 No. 2, pp. 228-246.

Reverte. C, Gomez-Melero. E, Cegarra-Navarro. J G (2015). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms, *Journal of Cleaner Production*, 1-15.

Sawalha,N. Kathawala,Y. Magableh,I. (2019),"Educator organizational citizenship behavior and job satisfaction moderation in the GCC expatriate-dominated market", *International Journal of Organizational Analysis*. 27 (1). 19-35 <a href="https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2017-1247">

Tharikh, S.M. YehYing,C. Saad, Z.M. Sukumaran,K. (2016) *Managing Job Attitudes: The Roles of Job Satisfaction and Organizational Commitment on Organizational Citizenship Behaviors*. *Procedia Economics and Finance*. 35, 2016, 604-611.

Turker, D. (2009a), "Measuring corporate social responsibility: a scale development study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 85 No. 4, pp. 411-427.

Yadanar Oo, E., Jung, H. and Park, I.-J. (2018), "Psychological factors linking perceived CSR to OCB: the role of organizational pride, collectivism, and person-organization fit", *Sustainability*, Vol. 10. No. 7, pp. 1-16.