

The Impact of Perceived Social Responsibility on Emotional Commitment Based on the Mediating Role of Employee-Organization Compatibility, Organizational Identity and Perceived Organizational Support

Nima Ranji Jafroodi¹ Assistant Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Bandar-e-Anzali Branch, Iran. (Corresponding Author)

Pedram Nasrollahi Moghaddam M.A. in Public Administration, Islamic Azad University, Bandar-e-Anzali Branch, Iran.

Abstract

Capable human resources are highly important because they are rare and irreplaceable. Hence, organizations do their best to maintain the skillful members and to improve their commitment. The purpose of this article is to study the impact of perceived social responsibility on emotional commitment on the basis of mediating role of employee-organization compatibility, organizational identity and perceived organizational support. Data were collected from a sample size of 177 employees of Anzali Port Free Zone Organization and the structural equations method was applied to analyze the acquired data. Results show that the impact of perceived social responsibility on perceived employee-organization compatibility is positively significant. The same is true with the impact of employee-organization compatibility on organizational identity and perceived organizational support. Moreover, findings show that organizational identity and perceived organizational support have positive and significant impact on employees' emotional commitment. Finally, the impact of organizational identity and perceived organizational support as a mediating variable between employee-organization compatibility and employees' emotional commitment is positively significant.

Keywords: Emotional Commitment, Social Responsibility, Employee-Organization Compatibility, Organizational Identity Perceived Organizational Support.

1. ranji@iaubanz.ac.ir

عنوان مقاله: تاثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد - سازمان، هویت سازمان، و حمایت سازمانی ادراک‌شده

نیما رنجی جفرودی^۱ - پدram نصراللهی مقدم^۲

دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۸

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۰۳

مقاله پژوهشی

چکیده:

منابع انسانی کارآمد به دلیل کمیابی و جانشین‌ناپذیری اهمیت بسیاری دارد، از این‌رو سازمان‌ها برای حفظ سرمایه انسانی ماهر و توسعه تعهد آن‌ها تلاش می‌کنند. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد - سازمان، هویت سازمان، و حمایت سازمانی ادراک‌شده می‌پردازد. با بررسی ۱۷۷ نفر از کارکنان سازمان منطقه آزاد بندر انزلی نتایج معادله‌های ساختاری نشان می‌دهد که تاثیر ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمان بر ادراک از تناسب فرد - سازمان مثبت و معنادار است. همچنین، تاثیر ادراک از تناسب فرد - سازمان بر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده مثبت و معنادار است. در ادامه، نتایج نشان می‌دهد که تاثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان مثبت و معنادار است. تاثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده به عنوان میانجی رابطه بین تناسب فرد - سازمان و تعهد عاطفی کارکنان نیز به شکل مثبت و معناداری تایید می‌شود.

کلیدواژه‌ها: تعهد عاطفی، مسئولیت اجتماعی، تناسب فرد - سازمان، هویت سازمانی، حمایت سازمانی ادراک‌شده

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد بندرانزلی، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرانزلی، ایران. (نویسنده مسئول)

ranji@iaubanz.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد بندرانزلی، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرانزلی، ایران.

ادراک و نگرش در طول زندگی سازمانی کارکنان دارای اهمیت است. یکی از نگرش‌های محوری پژوهش‌های سازمانی، تعهد است که به عنوان پیوند روان‌شناختی بین کارکنان و سازمان تعریف می‌شود، و احتمال این که کارکنان به‌طور ارادی سازمان را ترک کنند کاهش می‌دهد (کاظمی و عربی، ۱۳۹۰). با توجه به دگرگونی‌های پیوسته‌ای که سازمان‌ها با آن مواجه هستند، مقوله تعهد و وفاداری منابع انسانی و انجام هرچه بهتر نقش‌های اختصاص‌یافته به آن‌ها یکی از دغدغه‌های جدی مدیران است (ناصحی‌فر و محمدخانی، ۱۳۹۵). تعهد عاطفی که تعلق احساسی فرد به سازمان است، مفهوم مهمی برای درک وفاداری به سازمان و از خودگذشتگی کارکنان برای سازمان است. تعهد عاطفی مهم‌ترین بعد تعهد سازمانی برای پیش‌بینی رفتارهای شغلی، غیبت، و قصد ترک خدمت به‌شمار می‌رود و تقویت تعهد یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌های معاصر در راستای حفظ کارکنان بالاستعداد در اقتصادهای دانش‌محور است (تابلی و همکاران، ۱۳۹۳). یکی از راه‌های ایجاد تعهد عاطفی و احساسی در کارکنان نسبت به سازمان مسئولیت اجتماعی است که می‌تواند پیامدهای مثبت فراوانی داشته باشد. در سال‌های اخیر، تاکید فزاینده‌ای بر اهمیت مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در قبال اقتصاد می‌شود. همچنین، فرض می‌شود خدمات این سازمان‌ها عامل ایجاد منافع در محیط رقابتی است که در برگیرنده اهداف زیست‌محیطی، اقتصادی، و اجتماعی است (Gallardo-Vázquez & Sanchez-Hernandez, 2014). بسیاری از پژوهشگران درمی‌یابند که اگر سازمانی اقدام به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی کند، مزایایی را از فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند، به‌دست می‌آورند که ناشی از تصویر خوبی است که در جامعه ایجاد می‌کنند. از سویی پژوهش‌های رفتار سازمانی در دو دهه گذشته، تمایل قابل توجهی به سمت هویت سازمانی داشته است (Riketta, 2005). زیرا هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش‌ها، و متغیرهای زمینه‌ای کاری در ارتباط است و نقش محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌کند و باعث به‌وجود آمدن خودتنظیمی نزد افراد برای دستیابی به اهداف عملکردی در سازمان می‌شود. مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان خود هستند، زیرا به نتایج مثبت آن علاقه‌مند هستند. تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آن‌ها درباره سازمان بیش‌تر جنبه مثبت می‌یابد، و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

در این پژوهش، تاثیر سه عامل تناسب فرد - سازمان، حمایت سازمانی ادراک شده، و هویت سازمانی بر تعهد سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد که برای درک چگونگی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر تناسب فرد - سازمان از نظریه دئونانس^۱ (وظیفه گرایی یا آغاز گرایی) استفاده می شود. بر اساس این دیدگاه، هر عمل به نتیجه آن بستگی ندارد، بلکه به نیت شخص تصمیم گیرنده بستگی دارد. همچنین، اثر روش های مسئولیت اجتماعی بر تعهد اخلاقی فرد بر اساس مفهوم تناسب فرد - سازمان نیز قابل درک است، زیرا تناسب فرد - سازمان به بررسی سازگاری بین یک فرد و ویژگی های سازمان اختصاص دارد (Bouraoui et al., 2019). در مورد دو متغیر حمایت سازمانی ادراک شده و هویت سازمانی نیز می توان گفت که حمایت سازمانی ادراک شده کیفیت تبادل های اجتماعی را که بین کارمند و کارفرما اتفاق می افتد، منعکس می سازد. همچنین، سطح بالای حمایت های سازمانی ادراک شده موجب ایجاد تعهد در کارکنان به منظور جبران این امتیازها و منافع می شود که ممکن است در قالب رفتارهای شهروندی بروز کند (DeConinck, 2010).

بیش تر پژوهش های پیشین تاثیر مسئولیت اجتماعی را بر تعهد عاطفی، تناسب فرد - سازمان، حمایت سازمانی، و هویت سازمانی به شکل مستقیم و به صورت مجزا مورد بررسی قرار می دهند (Cheema et al., 2020; Farooq et al., 2017; Ahmad et al., 2020; Bouraoui et al., 2019; Story & Castanheira, 2019). برخی پژوهش ها هم به تاثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان می پردازند (رحیمی کلور، ۱۳۹۴؛ اردلان و همکاران، ۱۳۹۴). یکی از شکاف های عمده پژوهش های پیشین نبود سازوکارهای اساسی در توضیح رابطه مسئولیت اجتماعی درک شده و تعهد عاطفی است. این پژوهش در نظر دارد برای برطرف کردن شکاف مطرح شده مطابق با نظریه عدالت، نظریه تبادل اجتماعی، و نظریه هویت اجتماعی به بررسی تعامل چندگانه بین مفاهیم مسئولیت اجتماعی، حمایت سازمانی ادراک شده، هویت سازمانی، تعهد عاطفی، و تناسب فرد - سازمان که از تلفیق مهم ترین شاخص های فردی و سازمانی است بپردازد. در این راستا تناسب فرد - سازمان با بالا رفتن احساسات مثبت، مانند احساس تعلق، سبب بالا رفتن رضایت شغلی کارکنان می شود. درک تناسب فرد با سازمان خودپنداره فردی را ارتقا می بخشد و به نوبه خود هویت سازمانی را بهبود می دهد (Porter & Kramer, 2006). بنابراین، وقتی ارزش های سازمان با ارزش های کارکنان مطابقت داشته باشد، کارمند نیز با سازمانش پیوند عاطفی محکمی برقرار می کند. همچنین، کارکنانی که ارزش های آن ها شبیه ارزش های سازمان است (تناسب فرد - سازمان)، آن ها می توانند اقدام های مسئولیت اجتماعی را به شکل حمایت سازمانی که

نیازهای اساسی را برآورده می‌کند، مهم تلقی کنند. علاوه بر این، سازمانی که با ذی‌نفعان مختلف خود عادلانه رفتار می‌کند، در بهزیستی کارکنان و بهبود کیفیت محیط کار آن‌ها نقش دارد (Eisenberger et al., 1986). بنابراین، کارکنانی که حمایت سازمانی را درک می‌کنند، رفتار مثبت دریافت‌شده را با تعهد سازمانی بیش‌تر جبران می‌کنند. شکاف دیگری که در پژوهش‌های پیشین وجود دارد این است که با وجود تعداد پژوهش‌هایی که مسئولیت اجتماعی را بررسی می‌نمایند، پژوهش‌های کمی بر سیاست‌های مسئولیت اجتماعی بر نگرش و رفتار کارکنان در محیط کاری تاکید دارند (Aguinis & Glavas, 2012). بیش‌تر پژوهش‌ها بر نتایج مسئولیت اجتماعی تاکید دارد و برخلاف پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی که در سطوح سازمانی است (صیداوی و کلاه‌کج، ۱۳۹۴؛ رحیمی کلور، ۱۳۹۴؛ آزور و کاظمی، ۱۳۹۳)، در این پژوهش تمرکز بر ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی در سازمان است. ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی بر نگرش و رفتار کارکنان در محل کار اثر می‌گذارد. در واقع، تمرکز بر ادراک فردی کارکنان از مسئولیت اجتماعی برای توضیح تاثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد فردی بسیار مهم است.

این پژوهش الزام مطالعه درک ذهنی افراد از مسئولیت اجتماعی را بر تصویر کامل‌تری از تاثیر آن بر نگرش و رفتار کارکنان مورد بررسی قرار می‌دهد. همان‌طور که گفته شد، با وجود جامعیت مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد عاطفی، پژوهشی در خصوص تاثیرگذاری این متغیرها بر یکدیگر از طریق هویت سازمانی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، و تناسب فرد - سازمان در منطقه آزاد موجود نیست. شکل‌گیری مناطق آزاد تجاری و صنعتی در بسیاری از کشورهای جهان، و از جمله در ایران، با هدف فراهم آوردن بسترهای لازم برای ارتقای درجه پیوندیابی با بازارهای جهان و افزایش میزان صادرات کالا و خدمات از طریق حذف یا کاهش محدودیت‌های متعارف موجود در سرزمین اصلی و ایجاد مزیت نسبی برای فعالیت اقتصادی در آن مناطق است که به‌طور معمول با تجهیز سرمایه‌های خارجی و بهره‌گیری از مدیریت و دانش فنی سطح بالا به تسریع رشد و توسعه اقتصادی منجر می‌شود (رستم‌گورانی و همکاران، ۱۳۹۲). تحول‌های اقتصادی در قالب مناطق آزاد تجاری، بنادر یا مراکز تجاری مرزی یا درون کشور که محل تجمع گروه‌های انسانی است، تغییر و تحولاتی را با خود در زیست انسانی و مسائل مرتبط به آن به‌وجود می‌آورد. مناطق آزاد صنعتی - تجاری به عنوان پیشران زیربنایی، اثرهای گسترده‌ای بر مسائل اجتماعی منطقه و سایر حوزه‌های مرتبط دارد (حضرتی صومعه و همکاران، ۱۳۹۹). در این راستا، مناطق آزاد برای آن‌که بتوانند جایگاه خود را در جامعه حفظ کنند یا بهبود بخشند لازم است به مسئولیت اجتماعی توجه داشته باشند. همچنین، وجود تعهد عاطفی در میان کارکنان سازمان منطقه آزاد انزلی یکی از عوامل نامحسوس موثر بر عملکرد این کارکنان است، زیرا در صورتی که نیروی انسانی این سازمان‌ها

وفادار، متعهد، و سازگار با اهداف و ارزش‌های سازمانی باشند، می‌توانند حتی فراتر از وظایف مقرر در شرح شغل فعالیت کنند. وجود چنین نیرویی در منطقه آزاد انزلی، با بالا رفتن سطح عملکرد و پایین آمدن میزان غیبت، تاخیر، و ترک خدمت همراه است و اعتبار این سازمان را در اجتماع مطلوب جلوه می‌دهد و زمینه را برای رشد و توسعه آن فراهم می‌آورد (قانع شلمانی و همکاران، ۱۳۹۴)، که این امر ضرورت پژوهش در این حوزه را دوچندان می‌نماید. بنابراین، بررسی چنین ویژگی‌هایی در سازمان و قرار دادن این ویژگی‌ها در مسیر صحیح خود برای رشد سازمان بسیار حیاتی است. با توجه به اهمیت هر یک از عوامل اشاره‌شده، پرسش اصلی به این صورت عنوان می‌شود: چگونه مسئولیت اجتماعی درک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد - سازمان، هویت سازمان، و حمایت سازمانی ادراک‌شده تأثیر دارد؟ پژوهش حاضر به دنبال چارچوبی توسعه‌یافته و نظام‌مند در خصوص مفاهیم سرمایه اجتماعی، تعهد عاطفی، هویت سازمانی، حمایت سازمانی، و تناسب فرد - سازمان است و از این طریق می‌کوشد به گسترش مرزهای دانش موجود در این حوزه کمک نماید. با توجه به اهمیت منطقه آزاد در توسعه اقتصادی کشور، نوآوری موضوع پژوهش و نتایجی که از کاربرد آن برای مدیران حاصل می‌شود، ضرورت انجام پژوهش را مشخص می‌نماید.

مبانی نظری پژوهش

مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها یکی از برنامه‌های راهبردی در مورد سود و مزایای پایدار اجتماعی است و از اقدام‌هایی است که در آن سازمان‌ها دخالت خود را در فعالیت‌های اجتماعی در نظر می‌گیرند و همچنین، اثرهای مخرب کسب‌وکار بر جامعه و محیط طبیعی را کاهش می‌دهند (Setiawan & Darmawan, 2011). این واژه یک راهبرد کسب‌وکار یا رویکردی است که سازمان را به شیوه‌ای مسئولانه بر اساس وضعیت و موجودیت سازمان به عنوان یک ابزار و محرکی برای توسعه پایدار و بیشینه‌کننده منافع بلندمدت رهنمون می‌سازد (Huang et al., 2015). مسئولیت اجتماعی سازمان به بخش مهمی از فعالیت‌های روابط عمومی سازمان‌ها و همچنین به یک پارامتر رقابتی تبدیل شده است، زیرا کیفیت و قیمت همیشه برای ساخت محصولات دلخواه مصرف‌کنندگان کافی نیستند. از این‌رو، سازمان‌ها اغلب در تلاش برای پیدا کردن راه‌های جدید برای تمایز محصولات و خدمات خود هستند. این‌جاست که مسئولیت اجتماعی سازمان می‌تواند مفید واقع شود (ساریخانی خرمی و همکاران، ۱۳۹۴). در نتیجه، سازمان‌ها برای آن‌که بتوانند

جایگاه خود را در جامعه حفظ کنند یا بهبود بخشند، به نحوی که باعث ادامه بقا و موفقیتشان در کار شود، لازم است به مسئولیت اجتماعی توجه داشته باشند (صیداوی و کلاه‌کج، ۱۳۹۴).

تناسب فرد با سازمان

تناسب فرد - سازمان یک بخش از مفهوم گسترده‌تر تناسب فرد - محیط است که از نظر تاریخی ریشه در اندیشه نوین دارد، بدین مضمون که رفتار فرد، تابع مشترک فرد و محیط اوست (خدادادفر و اکبریان، ۱۳۹۶). در واقع، تناسب فرد - سازمان به تناسب میان هنجارها و ارزش‌های سازمان‌ها و کارکنان گفته می‌شود (Alniaçik et al., 2013). ریشه‌های تناسب فرد - سازمان به چارچوب جذب انتخاب - اخراج اشنایدر^۱ (۱۹۸۷) برمی‌گردد. اشنایدر (۱۹۸۷)، بیان می‌کند نگرش‌ها و رفتارهای افراد اساسی‌ترین عامل تعیین‌کننده رفتار سازمانی است، نه ماهیت محیط بیرونی و فناوری سازمان یا ساختار سازمانی. سازمان‌ها دارای شخصیت منحصر به فردی هستند که افراد درون سازمان شخصیت آن را شکل می‌دهند. پژوهش‌ها بر تاثیر بسزای تناسب فرد - سازمان بر خروجی‌های سازمان همچون جذابیت سازمانی، انتخاب شغل، عملکرد شغلی، و تعهد سازمانی اذعان دارد (اسحاقیان و همکاران، ۱۳۹۵). واژه تناسب فرد - سازمان ارتباط میان اهداف فردی و سازمانی، نیازها و ترجیح‌های فردی و سیستم‌ها و ساختارهای سازمانی، و شخصیت فردی و جو سازمانی را توصیف می‌کند. فرض اساسی آن است که وقتی خصوصیات فرد و محیط کاری اطرافش با هم تطابق دارند، یا دست‌کم همخوانی بالایی داشته باشند، اثربخشی افزایش می‌یابد (محمدی و آزاد، ۱۳۹۷).

هویت سازمانی

در دهه ۱۹۷۰ هویت سازمانی به عنوان مولفه‌ای از تعهد نگرشی (عاطفی و روانی) تعریف می‌شود. آشفورث و مایل^۲ (۱۹۸۹)، به ارتباط میان نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی با پژوهش‌های رفتار سازمانی می‌پردازند که پس از آنان یافته‌های تجربی و نظری به هویت سازمانی به عنوان مولفه‌هایی جداگانه می‌نگرند. در همان زمان، به تعریف هویت سازمانی با استفاده از هویت اجتماعی می‌پردازند و معتقدند که فرد خود را در یک گروه اجتماعی قرار می‌دهد تا به کسب هویت نائل آید. در ادامه، پژوهشگران هویت سازمانی را کم‌تر به صورت کلی بررسی می‌کنند، ولی ابعاد مختلف آن

1. Schneider

2. Ashforth & Mael

را مورد بررسی قرار می‌دهند و ارتباط آن را با سایر متغیرهای سازمانی می‌سنجند (هیبت اله‌پور و همکاران، ۱۳۹۶). هویت سازمانی شامل آن دسته از ویژگی‌هایی است که اعضای سازمان به عنوان ویژگی‌های اصلی سازمان در نظر می‌گیرند. از طریق هویت‌یابی، اعضای سازمان ویژگی‌های سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌کنند (محمدنژاد و همکاران، ۱۳۹۵). هویت سازمانی، مفهومی است برای توصیف رابطه بین فرد با سازمانی که در آن کار می‌کند. هویت سازمانی ادراک یکی بودن با سازمان است در جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می‌کنند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۲). تازمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آن‌ها درباره سازمان جنبه مثبت بیش‌تری می‌یابد و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند (مهدوی‌نژاد، ۱۳۹۷). اعضای سازمان، هم هویت سازمانی را شکل می‌دهند و هم از آن شکل و قالب می‌پذیرند، و از طریق هویت‌یابی، ویژگی‌های مهم سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌نمایند. بسیاری از پژوهش‌ها در زمینه هویت سازمانی بیانگر این نکته است که هویت سازمانی از عوامل موثر بر افزایش عملکرد سازمانی و بهره‌وری در سازمان‌هاست (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

حمایت سازمانی ادراک‌شده

حمایت سازمانی ادراک‌شده به احساس مثبت ناشی از توجه سازمان به کارمند اشاره دارد. احساسی که برای فرد بسیار ارزشمند است و پیامدهای مفیدی برای سازمان و خود فرد دارد. به عبارت دیگر، حمایت سازمانی ادراک‌شده درک کارمند از این موضوع است که وی برای سازمان ارزشمند است (بخشی و همکاران، ۱۳۹۴). نظریه مبادله اجتماعی، یکی از حوزه‌های نظری در جامعه‌شناسی معاصر است که بر اساس آن می‌توان به تحلیل نظام اجتماعی و فرایندهای اجتماعی مربوط به آن نایل آمد. حمایت سازمانی، یکی از کاربردهای نظریه مبادله اجتماعی است. طبق نظریه مبادله اجتماعی، ارتباط مبادله‌ای بین دو طرف به‌طور معمول فراتر از مبادله اقتصادی است و شامل تعامل‌های اجتماعی نیز می‌شود. از دیدگاه پژوهشگران سازمانی، ارتباط بین کارکنان و مدیران فقط از منابعی مانند پول، خدمات، و اطلاعات نشئت نمی‌گیرد (دعایی و برجلی‌لو، ۱۳۸۹)، بلکه منابع شخصی و احساسی مانند تایید، احترام، و حمایت را نیز در بر می‌گیرد (عیسی‌خانی و همکاران، ۱۳۹۳). در طول زمان، میزان حمایتی که سازمان از خود نشان می‌دهد در کارکنان احساس الزام جبران این حمایت را ایجاد می‌کند (السمعی، ۱۳۹۷). حمایت سازمانی ادراک‌شده می‌تواند به عنوان سنجه تعهد سازمانی در برابر کارکنان در نظر گرفته شود. درک سطح بالای حمایت سازمانی توسط کارکنان، بیان‌کننده این مطلب است که کارکنان حمایت سازمان را در موقعیت‌های مختلف باور دارند، که در نتیجه باعث می‌شود کارکنان

درصد جبران برآیند. چنین عمل دوجانبه‌ای می‌تواند باعث افزایش تعهد سازمانی کارکنان و درگیری آن‌ها در رفتارهایی شود که برای سازمان سودبخش است (مهدی بیگی، ۱۳۹۶).

تعهد عاطفی کارکنان

تاکنون مفهوم تعهد در سه بخش شرح داده شده است: عاطفی، رفتاری، و شناختی. مولفه عاطفی از تعهد نگرشی مشتق می‌شود و به این معناست که شخص متعهد دارای نگرشی از شناسایی اهداف سازمانی است و از طریق درگیر شدن با اهداف احساس رضایت می‌کند (Gull & Ashraf, 2012). در این دیدگاه، تعهد سازمانی امری نگرشی یا عاطفی تلقی می‌شود. طبق این دیدگاه، تعهد سازمانی دلبستگی و علاقه قوی به سازمان و تعیین هویت با آن است (بودلایی و همکاران، ۱۳۹۰). تعهد عاطفی اشاره به تعلق عاطفی و احساسی کارمند نسبت به سازمان و حساسیت او به تجارب شغلی نظیر حمایت سازمانی دارد. این واکنش عاطفی به عنوان هویت فردی کارمند با هویت سازمانی و احساس تعلق به سازمان توصیف می‌شود، از این رو، بسیاری از کارکنان به دنبال تداوم رابطه با سازمان هستند (Awad & Agti, 2011). این تعهد ارتباط ویژه‌ای با اقتصاد دانش نوظهور و سازمان‌هایی با دانش گسترده دارد، زیرا توسعه، استفاده و حفظ سرمایه دانش به شدت به سطح تعهد کارکنان به سازمان مربوط وابسته است. در واقع، این تعهد به ایجاد حس مشترک هویت میان افراد سازمانی و پیدایش رفتارهای پیش‌اجتماعی نظیر تسهیم دانش داوطلبانه منجر می‌شود (Casimir et al., 2012). در واقع، هر یک از ابعاد تعهد سازمانی ساخت مجزایی دارد، اما اهمیت تعهد عاطفی بیش از سایر ابعاد ارزیابی می‌شود، زیرا بیش‌ترین تاثیر را در نیت ترک سازمان دارد. با مرور پژوهش‌های پیشین روشن می‌شود که تعهد عاطفی بیش از سایر ابعاد، توجه پژوهشگران را به خود جلب می‌کند و تعهد عاطفی، سودمندترین شکل تعهد به سازمان و سنجه اصلی در مطالعات تعهد است (حاجی کریمی و همکاران، ۱۳۹۱). مولر و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، نشان می‌دهند ادراکات به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها نسبت به تعهد عاطفی کارکنان در فرهنگ‌های بالاتر در جهت‌گیری‌های انسانی، فرهنگ‌گرایی سازمانی، جمع‌گرایی انگیزشی، و جهت‌گیری‌های آینده، و در فرهنگ‌های پایین‌تر از فاصله قدرت موثر است. بورائوی و همکاران^۲ (۲۰۱۹)، نشان می‌دهند بر اساس این که تا چه اندازه سازمان کم و بیش مسئولیت اجتماعی دارد، می‌تواند در درک کارکنان از انصاف در مورد نحوه برخورد با ذی‌نفعان موثر باشد و با پیامدهای

1. Mueller et al.
2. Bouraoui, et al.

مهمی در نگرش کارکنان و رفتار آن‌ها در محل کار، از جمله تعهد عاطفی، همراه باشد. در پژوهش لی و پسی^۱ (۲۰۰۷)، و کاسپر و همکاران^۲ (۲۰۱۱)، همبستگی بالایی بین حمایت سازمانی ادراک‌شده و تعهد عاطفی مشاهده می‌شود. رحمان سرشت و ساغروانی (۱۳۹۲)، نشان می‌دهند که هویت سازمانی بر تعهد عاطفی اثر مثبت دارد و تعهد کارکنان را به عنوان زمینه‌ساز مزیت رقابتی مطرح می‌کنند. هی و باروخ^۳ (۲۰۰۹)، عنوان می‌کنند هویت سازمانی تغییرپذیر است و با وجود این که هویت سازمانی تا حدی بادوام است، ولی پویا و انعطاف‌پذیر است. این مسئله فرصتی برای سازمان است که هویت قوی‌تری ایجاد کند و تعهد عاطفی را افزایش دهد و مزیتی رقابتی فراهم آورد. همچنین، ادبیات نشان می‌دهد که هرچه تناسب افراد با سازمان بیش‌تر باشد، پیامدهای شغلی مثبت‌تر خواهند بود، سطوح استرس کم‌تر، بیش‌تر عجزین شدن با شغل، تعهد سازمانی بالاتر، نگرش‌های شغلی بهتر، نرخ‌های عملکرد بالاتر، و ترک خدمت پایین‌تر از جمله این پیامدها هستند (Vilela et al., 2008). به‌طور کلی، تناسب فرد - سازمان با پیامدهای نگرشی و رفتاری مرتبط است و به نگرش‌های مثبت به کار منجر می‌شود. تناسب فرد - شغل رابطه قوی‌تری با نگرش‌های خاص شغلی مثل رضایت شغلی دارد و تناسب فرد - سازمان با نگرش‌های کلی مربوط به سازمان مثل تعهد سازمانی و تمایل به ترک خدمت ارتباط دارد (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹).

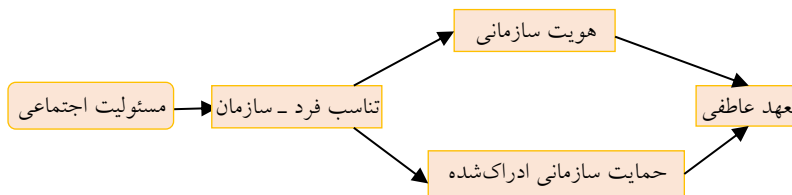
مدل مفهومی پژوهش برگرفته از الگوی بورائوی و همکاران (۲۰۱۹) است. تناسب فرد - سازمان، هویت سازمانی، و حمایت سازمانی ادراک‌شده نقش میانجی را در ارتباط بین مسئولیت اجتماعی سازمان و تعهد عاطفی کارکنان ایفا می‌کنند (Hoffman & Woehr, 2006).

فرضیه‌های پژوهش

- H₁: مسئولیت اجتماعی سازمان بر تناسب فرد - سازمان اثر مثبت و معنادار دارد.
- H₂: تناسب فرد - سازمان بر هویت سازمانی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.
- H₃: تناسب فرد - سازمان بر حمایت سازمانی ادراک‌شده کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.
- H₄: هویت سازمانی بر تعهد عاطفی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.
- H₅: حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان اثر مثبت و معنادار دارد.
- H₆: هویت سازمانی به شکل مثبت و معناداری نقش میانجی در رابطه بین تناسب فرد - سازمان و تعهد عاطفی کارکنان دارد.

1. Lee & Peccei
2. Casper et al.
3. He & Baruch

H₇: حمایت سازمانی ادراک‌شده به شکل مثبت و معناداری نقش میانجی در رابطه بین تناسب فرد - سازمان و تعهد عاطفی دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (Bouraooui et al., 2019)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی است. همچنین، از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. برای سنجش و اندازه‌گیری متغیرها، داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه و به صورت میدانی از نمونه‌های انتخاب‌شده از جامعه آماری گردآوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان سازمان منطقه آزاد بندر انزلی به تعداد ۳۰۳ نفر است. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است. پایایی و اعتبار پرسشنامه توزیع‌شده نیز از طریق آلفای کرونباخ تایید می‌شود. در این پژوهش، پرسش‌های پرسشنامه متناسب با مبانی نظری و بر مبنای ادبیات و با توجه به جزییات هر کدام از متغیرها تعریف می‌شود و با نظر استادان متخصص، تبادل نظر و بررسی در مورد پرسش‌ها صورت می‌گیرد، و پرسشنامه اصلی بعد از مرحله تدوین به صورت حضوری توزیع می‌شود. به این ترتیب، روایی پرسش‌ها از نظر محتوا تایید می‌شود. با توجه به فرمول کوکران کم‌ترین حجم نمونه مورد نیاز ۱۷۶ نفر است. از آنجایی که احتمال برگشت ندادن پرسشنامه وجود دارد، تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که در نهایت ۱۷۷ پرسشنامه کامل و معتبر دریافت شد.

یافته‌های پژوهش

آمار جمعیت‌شناختی

آمارها نشان می‌دهد که ۷۵/۷ درصد پاسخ‌دهندگان پرسشنامه از مردان و ۲۴/۳ درصد از زنان هستند. همچنین، ۱/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان دیپلم، ۱۳/۶ درصد فوق‌دیپلم، ۴۸/۶ درصد

کارشناسی، و ۳۶/۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری هستند.

بررسی برازش مدل پژوهش

بررسی برازش مدل در سه بخش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری، و مدل کلی صورت می‌گیرد. پس از تایید برازش مدل، بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش انجام می‌گیرد. مطابق با نتایج قابل مشاهده در **جدول (۱)**، تمامی متغیرها ضریب پایایی ترکیبی قابل قبولی دارند. همچنین، ضریب پایایی کرونباخ نیز در حد قابل قبول است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۱: ضرایب پایایی پرسشنامه

متغیر	بارهای عاملی	آلفای کرونباخ	AVE	CR
تعهد عاطفی	۰/۷۴	۰/۸۵	۰/۵۳	۰/۸۹
	۰/۶۸			
	۰/۷۷			
	۰/۰۷۲			
	۰/۷۸			
	۰/۶۸			
	۰/۶۹			
تناسب فرد - سازمان	۰/۸۸۶	۰/۸۴	۰/۷۵	۰/۹۰
	۰/۸۹۳			
	۰/۸۲۶			
	۰/۵۹			
	۰/۷۴			
	۰/۶۸			
	۰/۷۲			
حمایت سازمانی ادراک شده	۰/۷۰	۰/۸۵	۰/۵۰	۰/۸۹
	۰/۷۵			
	۰/۷۲			
	۰/۶۹			
	۰/۶۹			

ادامه جدول ۱: ضرایب پایایی پرسشنامه

متغیر	بارهای عاملی	آلفای کرونباخ	AVE	CR
مسئولیت اجتماعی	۰/۶۰	۰/۹۴	۰/۵۳	۰/۹۴
	۰/۵۹			
	۰/۷۰			
	۰/۵۴			
	۰/۶۵			
	۰/۸۱			
	۰/۷۶			
	۰/۸۴			
	۰/۷۰			
	۰/۷۸			
	۰/۶۵			
	۰/۷۶			
	۰/۷۲			
هویت سازمانی	۰/۷۶	۰/۸۴	۰/۵۷	۰/۸۸
	۰/۸۰			
	۰/۷۶			
	۰/۷۵			
	۰/۷۹			
	۰/۸۴			
	۰/۶۴			
	۰/۸۳	۰/۸۴	۰/۵۷	۰/۸۸
	۰/۷۹			
	۰/۵۶			
	۰/۷۹			

همان‌طور که مشخص است، تمامی گویه‌ها دارای بار عاملی مناسب (بالاتر از ۰/۵) هستند و ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر تعهد عاطفی ۰/۸۵، متغیر تناسب فرد - سازمان ۰/۸۴، متغیر حمایت سازمانی ادراک‌شده ۰/۸۵، متغیر مسئولیت اجتماعی ۰/۹۴، و متغیر هویت سازمانی ۰/۸۴ است. مقدار AVE برای تمامی سازه‌های مدل مقدار استاندارد ۰/۵ به‌دست آمده است، در نتیجه روایی همگرایی مدل و برازش مدل‌های اندازه‌گیری تایید می‌شود.

آزمون فرضیه‌ها

جدول ۲: نتایج تحلیل آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه پژوهش	T-Value	ضریب مسیر استاندارد	نتیجه
H ₁ ادراک از مسئولیت اجتماعی ← ادراک از تناسب فرد - سازمان	۲۷/۹۳۰	۰/۸۱۹	تایید
H ₂ ادراک از تناسب فرد - سازمان ← هویت سازمانی کارکنان	۲۳/۵۴۳	۰/۷۹۰	تایید
H ₃ ادراک از تناسب فرد - سازمان ← حمایت سازمانی ادراک شده	۹/۹۴۴	۰/۶۰۳	تایید
H ₄ هویت سازمانی ← تعهد عاطفی	۷/۳۱۹	۰/۴۱۴	تایید
H ₅ حمایت سازمانی ادراک شده ← تعهد عاطفی	۹/۳۰۹	۰/۴۶۵	تایید

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه‌های میانجی

فرضیه پژوهش	T-sobel	ضریب مسیر استاندارد	نتیجه
H ₆ تناسب فرد و سازمان ← هویت سازمانی ← تعهد عاطفی	۶/۹۸۹	۰/۳۲۸	تایید

جدول ۴: نتایج تحلیل آزمون فرضیه‌های میانجی

فرضیه پژوهش	T-Sobel	ضریب مسیر استاندارد	نتیجه
H ₇ تناسب فرد - سازمان ← حمایت سازمانی ادراک شده ← تعهد عاطفی	۶/۷۹۵	۰/۲۸۰	تایید

با توجه به جدول (۲)، مشاهده می‌شود که میزان آماره t بین دو متغیر ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمان و ادراک از تناسب فرد - سازمان منطقه آزاد انزلی خارج از بازه (۱/۹۶ - ۱/۹۶) است و میزان تاثیر نیز برابر با ۰/۸۱۹ است، پس فرضیه H₁ پذیرفته می‌شود. فرضیه H₂ نیز با میزان آماره t ۲۳/۵۴۳ بین دو متغیر ادراک از تناسب فرد - سازمان و هویت سازمانی کارکنان منطقه آزاد انزلی با ضریب بتای ۰/۷۹۰ تایید می‌شود. میزان آماره t بین دو متغیر ادراک از تناسب فرد - سازمان و حمایت سازمانی ادراک شده ۹/۹۴۴ است و با میزان تاثیر ۰/۶۰۳ فرضیه H₃ را تایید می‌کند. فرضیه H₄ با ضرایب معناداری ۷/۳۱۹ بین دو متغیر هویت سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان و میزان تاثیر برابر با ۰/۴۱۴ پذیرفته می‌شود. میزان آماره t ۹/۳۰۹ بین دو متغیر حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد عاطفی کارکنان با ضریب تاثیر ۰/۴۶۵ فرضیه H₅ را به لحاظ

آماري قبول مي‌کند. در مورد متغيرهاي ميانجی نيز مشاهده مي‌شود که ميزان رابطه تناسب فرد - سازمان از طريق هويت سازماني با تعهد عاطفی (فرضيه H_6) با احتمال $۶/۹۸۹$ و ضريب تأثير برابر با $۰/۳۲۸$ تايد مي‌شود (جدول ۳). همچنين، رابطه تناسب فرد - سازمان از طريق حمايت سازماني ادراک شده با تعهد عاطفی (فرضيه H_7) در ضريب احتمال $۶/۷۹۵$ و ضريب بتای $۰/۲۸۰$ تايد مي‌شود (جدول ۴).

برازش مدل کلی بر اساس معيار GOF بررسی مي‌شود. با توجه به ميانگين مقادير اشتراکی سازه‌ها (مقادير اشتراکی سازه‌های مرتبه اول)، و ميانگين R^2 مربوط به تمامی سازه‌های درون‌زای مدل، مقدار GOF برای برازش کلی مدل پژوهش حاضر برابر است با:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0.576 \times 0.578} = 0.577$$

با توجه به سه مقدار ملاک معرفی شده $۰/۰۱$ ، $۰/۲۵$ ، و $۰/۳۶$ به عنوان مقادير ضعيف، متوسط، و قوی با استفاده از ميانگين R^2 و GOF، برای کل مدل مقدار $۰/۵۷۷$ به دست آمد که نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد. در کنار اين شاخص، معتبرترین شاخصی که برای ارزیابی برازش مدل در روش PLS استفاده می‌شود، SRMR است که برای برازش کلی مدل بکار می‌رود. در پژوهش حاضر، مقدار آن برابر با $۰/۰۶۵$ به دست آمد که حاکی از برازش مناسب مدل است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثير مسئوليت اجتماعی درک شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش ميانجی تناسب فرد - سازمان، هويت سازماني، و حمايت سازماني ادراک شده است. نتايج بررسی‌ها نشان می‌دهد که ادراک از مسئوليت اجتماعی سازمان بر تناسب فرد - سازمان کارکنان منطقه آزاد انزلی اثر مثبت دارد. اين یافته با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد. بر اساس نظريه دئونانس (Folger, 2001)، کارکنانی که معتقدند فعاليت‌های مسئوليت اجتماعی یک وظیفه اخلاقی سازمانی است و مطابق با اخلاق و هنجارهای عدالت اجرا می‌شود، برای عدالت در فعاليت‌های مسئوليت اجتماعی مراقبت می‌کنند، زیرا معتقدند اين یک تعهد اخلاقی است. تأثير فعاليت‌های مسئوليت اجتماعی بر تعهد اخلاق اشخاص را می‌توان در مفهوم تناسب فرد - سازمان در نظر گرفت (Bourauoi et al., 2019).

نتايج ما نشان می‌دهد که ادراک از تناسب فرد - سازمان بر هويت سازماني کارکنان منطقه آزاد انزلی اثر مثبت دارد. اين یافته با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹) همسوست. تناسب فرد - سازمان با بالا بردن احساسات مثبت کارکنان، مانند احساس تعلق، رضایت آنان را افزایش می‌دهد. درک

از تناسب با سازمان خودپنداره فرد را ارتقا می‌دهد و به نوبه خود هویت سازمانی را بهبود می‌بخشد (Bouraooui et al., 2019).

نتایج فرضیه‌ها بیان می‌کند که ادراک از تناسب فرد - سازمان بر حمایت سازمانی ادراک‌شده کارکنان منطقه آزاد انزلی اثر مثبت دارد. نتایج با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹) همسوست. وقتی کارکنان تصور کنند ارزش‌های آن‌ها مشابه ارزش‌های سازمان است (بالا بودن تناسب فرد - سازمان)، آن‌ها می‌توانند اقدام‌های مسئولیت اجتماعی درک‌شده را به عنوان شکل مهمی از حمایت سازمانی، که در برآوردن نیازهای اساسی‌شان نقش دارد، در نظر بگیرند (Bouraooui et al., 2019). نتیجه فرضیه چهارم، نشان می‌دهد که اثر هویت سازمانی بر تعهد عاطفی کارکنان منطقه آزاد انزلی مثبت است، که با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹)، و رحیمی کلور (۱۳۹۴) همسوست. هویت سازمانی عبارت است از تعلق و تعهد، و یک بنیان جنبشی و شناختی فراهم می‌کند، به‌طوری که در اعضای سازمان دلبستگی ایجاد می‌شود و آن‌ها روابط معناداری با سازمان‌شان خلق می‌کنند. با وجود این که هویت سازمانی تا حدی بادوام است، ولی پویا و انعطاف‌پذیر است. در نتیجه، فرصتی است برای سازمان تا ضمن ایجاد هویت قوی‌تر، تعهد عاطفی را افزایش دهد و مزیتی رقابتی به‌دست آورد (رحمان سرشت و ساغروانی، ۱۳۹۲).

نتایج فرضیه پنجم بیان می‌کند که حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان منطقه آزاد انزلی اثر مثبت دارد. نتایج بورائوی و همکاران (۲۰۱۹) همسوست. ایزنبرگر و همکاران (۱۹۸۶)، با استفاده از چارچوب مبادله اجتماعی نشان می‌دهند که به احتمال فراوان، کارکنانی که سطوح بالایی از حمایت سازمانی را ادراک می‌کنند، احساس تکلیف بیش‌تری در جبران حمایت سازمانی از طریق تعهد، به‌ویژه تعهد عاطفی به سازمان و رفتارهای مطلوب کاری دارند، بنابراین، افراد بر اساس برداشتی که از حمایت سازمانی می‌کنند، تعهد خود را نسبت به سازمان نشان می‌دهند.

نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد که هویت سازمانی در تناسب فرد - سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان به شکل مثبتی نقش میانجی دارد، که با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹)، و رحیمی کلور (۱۳۹۴) همسوست. مبتنی بر ادبیات، درک از تناسب فرد - سازمان پیامدهای مثبتی بر نگرش و رفتار کارکنان شامل عملکرد فردی و سازمانی (Chatman, 1989)، رفتار شهروندی (O'Reilly & Chatman, 1986)، و هویت سازمانی (Cable & DeRue, 2002) دارد. تناسب فرد - سازمان یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر توسعه تعهد سازمانی شناخته می‌شود (Bouraooui et al., 2019). نظریه هویت اجتماعی نشان می‌دهد که خودپنداره فرد تحت تأثیر تعلق او به یک گروه اجتماعی خاص است. هدف فرد حفظ هویت اجتماعی

مثبت است. بنابراین، در حضور سطوح پایین از شناسایی با یک گروه خاص فرد به احتمال می‌تواند گروه اجتماعی را ترک کند و به گروه دیگر بپیوندد (Tajfel & Turner, 1986). شناسایی سازمانی به شناسایی اجتماعی کارمندی که در آن سازمان کار می‌کند اشاره دارد (Mael & Ashforth, 1992). این یک وضعیت مهم روانی است که چند نگرش و رفتار کاری مهم شامل رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، قصد ترک شغل، و تعهد را توضیح می‌دهد (Riketta, 2005). در پژوهش‌های پیشین تناسب فرد - سازمان با بالا رفتن احساسات مثبت، مانند احساس تعلق، سبب بالا رفتن رضایت شغلی کارکنان می‌شود (Kristof, 1996). درک تناسب با سازمان خودپنداره فردی را ارتقا می‌بخشد و به نوبه خود هویت سازمانی را بهبود می‌دهد (Porter & Kramer, 2006). بنابراین، وقتی ارزش‌های سازمان با ارزش‌های کارکنان مطابقت داشته باشد، به احتمال چنین کارمندی با سازمانش پیوند عاطفی محکمی برقرار می‌کند.

یافته‌های ما نشان می‌دهد که حمایت سازمانی ادراک شده در تناسب فرد - سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان اثر مثبت دارد، که با بورائوی و همکاران (۲۰۱۹)، و رحیمی کلور (۱۳۹۴) همسوست. نظریه مبادله اجتماعی نشان می‌دهد که کارکنان ارزش زیادی به ادراک از مراقبت و ارج نهادن به سازمان خود و تمایل به رفتار دارند (Blau, 1964). بر اساس این، هرگاه افراد رفتارهای مطلوب دریافت نمایند، تمایل دارند در این زمینه پاسخ مثبت دهند و چنین رفتارهایی را جبران کنند (Gouldner, 1960). بنابراین، هنگامی که کارکنان مورد تقدیر و حمایت سازمان قرار گیرند، احساس می‌کنند که مدیون پاسخ مثبت هستند. این احساس نه فقط به معنای تعهد سخت کاری به منظور دستیابی به اهداف سازمانی است، بلکه در یک تعهد عاطفی بیش‌تر و تمایل قوی‌تر برای ماندن در چنین سازمانی است (Eisenberger et al., 1986). مهم‌تر از همه، وقتی کارکنان عدالت و رفتارهای اخلاقی اتخاذشده را بالا ارزیابی کنند، ممکن است حمایت سازمانی بیش‌تری از سازمان برای انجام تعهدهای اخلاقی درک نمایند (Turker, 2009). کارکنانی که ارزش‌های آن‌ها شبیه ارزش‌های سازمان است (تناسب فرد - سازمان)، می‌توانند اقدام‌های مسئولیت اجتماعی را به شکل حمایت سازمانی که نیازهای اساسی را برآورده می‌کند، مهم تلقی کنند. علاوه بر این، سازمانی که با ذی‌نفعان مختلف خود عادلانه رفتار می‌کند، در بهزیستی کارکنان و بهبود کیفیت محیط کار آن‌ها نقش دارد (Eisenberger et al., 1986).

در این پژوهش ضمن بررسی درک ذهنی افراد از مسئولیت اجتماعی، تصویر کامل‌تری از تاثیر آن بر نگرش و رفتار کارکنان مورد بررسی قرار می‌گیرد و سازوکارهای اساسی در توضیح رابطه مسئولیت اجتماعی درک شده و تعهد عاطفی با استفاده از تعامل چندگانه میان مفاهیم مسئولیت

اجتماعی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، هویت سازمانی، تعهد عاطفی، و تناسب فرد - سازمان مورد توجه قرار می‌گیرند. بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد در راستای ارتقای ادراک تناسب فرد - سازمان در منطقه آزاد انزلی مدیران از طریق آموزش و آگاهی بخشیدن به کارکنان در مورد اهداف و ارزش‌های سازمانی و شناسایی ویژگی‌ها و ارزش‌های فردی آن‌ها، در افزایش میزان تناسب کارکنان با سازمان خود تلاش بیش‌تری انجام دهند، زیرا این افراد به سازمان تعهد لازم را دارند و تنها باید در جهت بهبود تناسب آن‌ها با سازمان همت بیش‌تری به خرج داد. علاوه بر این، لازم است در استخدام و جذب کارکنان جدید و تطابق این افراد با ارزش‌های فردی و سازمانی توجه بیش‌تری شود تا کارکنان بتوانند در رسیدن به اهداف غایی سازمان استوارتر گام بردارند. در راستای ارتقای هویت سازمانی کارکنان در منطقه آزاد انزلی پیشنهاد می‌گردد مسئولان در سازمان‌ها برای یکپارچه‌سازی گروه‌های کاری، سازمان‌ها، و افزایش هویت اعضا بکوشند. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود اهداف روشن و مشخصی برای تیم‌های درون سازمانی تعیین شود و به موازات آن شاخص‌های ارزشیابی عملکرد تیم‌ها را نیز به صورت مشخص ارائه کنند. البته با توجه قوانین تفکر سیستمی، اهداف و شاخص‌های عملکرد باید به‌نحوی انتخاب شوند که هم‌افزایی گروه‌ها را در جهت تحقق هویت سازمانی و در نهایت عملکرد سازمانی تقویت کند و مرز بهینه‌سازی بین گروه‌ها به‌درستی مهندسی شود. برای ارتقای حمایت سازمانی ادراک‌شده در کارکنان منطقه آزاد انزلی پیشنهاد می‌گردد، سازمان ارزش‌ها و انتظارات خود را به صورت مکتوب یا به صورت شفاهی در اختیار کارکنان قرار دهد تا کارکنان خودشان را با این ارزش‌ها سازگار کنند. هر اندازه که سازمان به مشکلات شغلی به‌ویژه مشکلات خانوادگی کارکنان توجه نماید، کارکنان احساس تعلق و تمایل بیش‌تری به کار خود پیدا می‌کنند. پس توصیه می‌شود، واحدهای مربوطه و مدیران نسبت به شناخت مسائل و مشکلات نیروی انسانی خود توجه لازم را داشته باشند. کارکنانی که احساس می‌کنند به‌طور وسیعی از طرف سازمان مورد حمایت قرار می‌گیرند، برای پاسخ دادن به این حمایت سازمانی در خود احساس تکلیف می‌کنند. از این‌رو توصیه می‌شود مدیران سازمان، اقدام‌هایی را برای حمایت از کارکنان خود انجام دهند تا از این راه، احساس وظیفه و تعلق بیش‌تری را در میان کارکنان برانگیزانند. برای ارتقای تعهد عاطفی کارکنان منطقه آزاد انزلی پیشنهاد می‌گردد مدیران با مشارکت کارمندان و دادن اطلاعات کافی از راه کلاس‌های ضمن خدمت در زمینه تخصصی‌شان، احساس مفید بودن و وفاداری را تشدید کنند و تعهد عاطفی کارکنان را افزایش دهند. با تقویت مولفه‌های اخلاق کاری اسلامی، به‌ویژه کار دقیق و انسان‌دوستانه برای تقویت وفاداری، می‌توان در نهایت باعث تمایل به ماندن در سازمان و ترک

نکردن شغل شد. شناسایی عوامل ایجادکننده ناهمسانی و اقدام به از بین بردن آن‌ها باعث ایجاد ویژگی‌های مشترک بین فرد و دیگران در داخل سازمان می‌شود و پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای ارتقای تعهد عاطفی کارکنان پیشنهاد می‌گردد، مدیران نیازهای کارکنان را شناسایی کنند و به تناسب این نیازها برای کارکنان پاداش در نظر بگیرند و با استفاده از این پاداش‌ها در مواقع مناسب زمینه تقویت تعهد عاطفی کارکنان را نسبت به سازمان فراهم آورند. به مدیران کل منطقه آزاد بندر انزلی پیشنهاد می‌شود، هنگام استخدام نیروی انسانی، باید به کارامدی افراد و ویژگی‌های مثبت شخصیتی و کارآفرینی آن‌ها توجه شود، زیرا با توجه به تعریف شخصیت (وراثت + محیط)، کارکنان برخی ویژگی‌ها را با خود به سازمان می‌آورند. از این‌رو، اگر هنگام استخدام به این ویژگی‌ها دقت شود، در ادامه کار تقویت آن‌ها آسان‌تر است.

در این پژوهش، متغیرهای کنترل (مانند سن و تحصیلات) در نظر گرفته نشده‌اند و این موضوع می‌تواند نتایج را تحت تاثیر قرار دهد. با توجه به این‌که نگاه و اهداف کارکنان منطقه آزاد انزلی (با توجه به جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه همکاری کارکنان با سازمان) متفاوت است، پیشنهاد می‌گردد در آینده از این متغیرها به عنوان متغیرهای تعدیل‌گر یا کنترل استفاده شود. به پژوهشگران بعدی پیشنهاد می‌شود که از طرح‌های پژوهش طولی استفاده کنند، زیرا می‌تواند به‌طور کامل ماهیت پویا و تعاملی بسیاری از متغیرها را مشخص کند و روابط علی آن‌ها را بیان نماید. همچنین، پیشنهاد می‌شود تاثیر سایر متغیرهای میانجی مانند فرهنگ سازمانی و سرمایه روان‌شناختی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد عاطفی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

الف) فارسی

- اردلان، محمدرضا؛ قنبری، سیروس؛ بهشتی‌راد، رقیه، و نویدی، پرویز (۱۳۹۴). تاثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه). نشریه مطالعات/اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، ۱۰۵(۱)، ۱۰۹-۱۳۲.
- اسحاقیان، زهرا؛ کاظمی، علی، و شائمی، علی (۱۳۹۵). تحلیل تاثیر تناسب فرد - سازمان و تناسب فرد-شغل بر توانمندسازی روان‌شناختی. نشریه پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۹(۳۳)، ۱۶۷-۱۸۹.
- 10.22111/jmr.2016.2854
- اسمعیلی، محمد (۱۳۹۷). تبیین رابطه حمایت سازمانی ادراک‌شده و رفتار شهروندی سازمانی. نشریه نخبگان علوم و مهندسی، ۳(۱)، ۱-۱۲.

آزور، هیوا، و کاظمی، مهدی (۱۳۹۳). شناسایی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر کیفیت روابط کارکنان و پیامدهای آن (مطالعه موردی: کارکنان سازمان خدمات مهندسی و ساخت کیسون). نشریه مدیریت بازرگانی، ۴۶، ۶۶۵-۶۸۵. [10.22059/jibm.2014.50735](https://doi.org/10.22059/jibm.2014.50735)

بخشی، حمیده؛ فراچی، محمدمهدی، و پویا، علیرضا (۱۳۹۴). تاثیر حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه کارکنان ادارات ثبت اسناد و املاک شهر مشهد). دومین کنفرانس بین‌المللی ابزار و تکنیک‌های مدیریت.

بودلایی، حسن؛ کوشکی جهرمی، علیرضا، و ستاری نسب، رضا (۱۳۹۰). یادگیری و اعتماد سازمانی، حلقه‌های میانجی بین توانمندسازی روان‌شناختی و تعهد سازمانی. نشریه فرایند مدیریت و توسعه، ۲۴(۱)، ۶۷-۹۳. <http://jmmdp.ir/article-1-358-fa.html>

تایلی، حمید؛ مبین، ابوالحسن؛ حبیبی، مرجانه، و محفوظی، علی (۱۳۹۳). بررسی تاثیر قدرت مدیریتی بر تعهد سازمانی عاطفی کارکنان: موردکاوی شرکت‌های مهندسی مشاور. نشریه پژوهشنامه تربیتی، ۹(۴۰)، ۱-۱۶.

حاجی کریمی، عباسعلی؛ رضاییان، علی؛ عالم‌تبریز، اکبر، و سلطانی، مرتضی (۱۳۹۱). مدلی میان‌سطحی برای تبیین ارتباط ادراک از حمایت سازمانی، ادراک از احترام سازمانی و مشارکت در تصمیم‌گیری با تعهد سازمانی: مطالعه موردی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های تهران. نشریه اندیشه مدیریت راهبردی، ۲۶(۲)، ۱۷۷-۲۰۰.

حضرتی صومعه، زهرا؛ ساعی شتربانی، روح‌اله، و کرم‌پور، رزا (۱۳۹۹). مناطق آزاد محرک توسعه تحلیل جامعه‌شناختی بر ابعاد عملکردی منطقه آزاد ارس. نشریه جامعه‌شناسی/اقتصاد و توسعه، ۹(۱)، ۱۱۵-۱۴۰. خدادادفر، احسان، و اکبریان، اکرم (۱۳۹۶). بررسی تناسب فرد - سازمان. سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع.

دعایی، حبیب‌اله، و برجلی لو، شهلا (۱۳۸۹). بررسی رابطه حمایت سازمانی ادراک‌شده با تعهد سازمانی و قصد ترک خدمت. نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱۱(۳)، ۶۳-۷۷.

رحمان سرشت، حسین، و ساغروانی، سیما (۱۳۹۲). تاثیر هویت سازمانی و گرایش ارزشی نسبت به کار بر تعهد عاطفی کارکنان. نشریه پژوهشنامه مدیریت تحول، ۵(۹)، ۵۲-۶۷.

رحیمی کلور، حسین (۱۳۹۴). تاثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها روی تعهد سازمانی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.

رستم گورانی، ابراهیم؛ بیرانوندزاده، مریم؛ عزیزاده، سیددانا، و حشمتی جدید، مهدی (۱۳۹۲). بررسی جایگاه مناطق آزاد تجاری جزیره قشم در توسعه پایدار و امنیت اجتماعی. نشریه آمایش سرزمین، ۵(۱)، ۲۷-۴۹.

[10.22059/jtcp.2013.35470](https://doi.org/10.22059/jtcp.2013.35470)

ساریخانی خرمی، مریم؛ جلالی، مریم، و ایمان بخشعلی (۱۳۹۴). اثر تداعی مسئولیت اجتماعی و تداعی توانایی سازمان بر پاسخ مصرف‌کنندگان تک‌ماکارون. چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری. صیداوی، رضا، و کلاه کج، کبری (۱۳۹۴). بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر قصد خرید مشتریان با نقش میانجی اعتماد به برند، نگرش کلی به برند و تبلیغات شفاهی. ششمین کنفرانس بین‌المللی

اقتصاد، مدیریت و علوم مهندسی.

عیسی خانی، احمد؛ حسن پور، اکبر، و نقد فروش ها، سیما (۱۳۹۳). تبیین رابطه بین عدالت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده با تعلق خاطر کاری. *نشریه مدیریت توسعه و تحول (ویژنامه)*، ۸۳-۹۰.

قاسم زاده، ابوالفضل؛ ملکی، شیوا، و حبیبی، حمدالله (۱۳۹۳). نقش هویت تیمی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی و مسئولیت اجتماعی. *نشریه مدیریت سازمان های دولتی*، ۲(۴)، ۹۵-۱۱۰.

قانع شلمانی، معصومه؛ رودگر نژاد، فروغ، و حسینی مقدم، سیدمحمد رضا (۱۳۹۴). *ارزیابی تاثیر ابعاد پنجگانه شغل بر تعهد سازمانی کارکنان مطالعه موردی: سازمان تامین اجتماعی استان گیلان*. دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در علوم انسانی.

قلی پور، آرین؛ روشن نژاد، مژگان، و شرافت، شاپور (۱۳۸۹). تبیین تناسب فرد - سازمان به عنوان عاملی اثرگذار در بیگانگی از کار و پیوند کاری. *نشریه اندیشه مدیریت راهبردی*، ۴(۱)، ۲۰۹-۲۲۹.

کاظمی، ملیحه السادات، و عریضی، حمیدرضا (۱۳۹۰). رابطه تعهد سازمانی با نظام ارزشی کارکنان. *نشریه مشاوره شغلی و سازمانی*، ۳(۷)، ۵۴-۷۵.

محمدزاده، زهرا؛ رحمان سرشت، حسین، و کوشازاده، سیدعلی (۱۳۹۲). اثر اعتماد شناختی و عاطفی به رهبر بر هویت سازمانی: نقش میانجی اعتماد به سازمان. *نشریه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۴(۱۵)، ۲۰-۱.

محمدنژاد فردی، منصوره؛ حمیدی زاده، علی، و باباشاهی، جبار (۱۳۹۵). تاثیر نشان کارفرما بر نگهداشت کارکنان: هویت سازمانی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی در نقش میانجی. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۲(۲)، ۴۷-۷۰. <http://jmdp.ir/article-1-2261-fa.html>

محمدی، مهدی، و آزاد، غلامرضا (۱۳۹۷). تبیین نقش واسطه ای یگانگی فرد - سازمان در رابطه بین خودارزشیابی مرکزی و عملکرد شغلی در بیمارستان تامین اجتماعی شیراز. اولین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار و حسابداری با تاکید بر ارزش آفرینی و اقتصاد مقاومتی.

مهدوی نژاد، علی (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین هویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان پست بانک ایران. *نشریه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۲(۸)، ۲۰۶-۲۲۳.

مهدی بیگی، نجمه (۱۳۹۶). نقش حمایت سازمانی ادراک شده در تعهد سازمانی کارکنان با میانجی گری بهداشت روانی. *نشریه پژوهش های مدیریت عمومی*، ۱۰(۳۵)، ۱۳۱-۱۵۸. 10.22111/jmr.2017.3299

ناصحی فر، وحید، و محمدخانی، الهه (۱۳۹۵). رابطه استراتژی منابع انسانی و رهبری تحول آفرین با تعهد عاطفی کارکنان. *نشریه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۵(۸۱)، ۵۷-۷۹. 10.22054/jmsd.2016.6757

هیبت اله پور، زهرا؛ یاسور پورعلی، آریتا؛ پورملک، اسلام، و بسته، سرور (۱۳۹۶). *بررسی مفاهیم، کارکردها و ابعاد هویت سازمانی در سازمان آموزش و پرورش*. اولین کنفرانس بین المللی الگوهای مدیریت در عصر پیشرفت.

ب) انگلیسی

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About

- Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>.
- Ahmad, R., Ahmad, S., Islam, T., & Kaleem, A. (2020). The Nexus of Corporate Social Responsibility (CSR), Affective Commitment and Organisational Citizenship Behaviour in Academia. *Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 232-247. <https://doi.org/10.1108/ER-04-2018-0105>.
- Alniaçik, E., Alniaçik, Ü., Erat, S., & Akçin, K. (2013). Does Person-Organization Fit Moderate the Effects of Affective Commitment and Job Satisfaction on Turnover Intentions? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99(1), 274-281. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.495>.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4278999>.
- Awwad, M. S., & Agti, D. A. M. (2011). The Impact of Internal Marketing on Commercial Banks' Market Orientation. *International Journal of Bank Marketing*, 29(4), 308-332. <https://doi.org/10.1108/0265232111145943>.
- Blau, P. (1964). *Power and Exchange in Social Life*: John Wiley & Sons.
- Bouraoui, K., Bensemmane, S., Ohana, M., & Russo, M. (2019). Corporate Social Responsibility and Employees' Affective Commitment. *Management Decision*, 57(1), 152-167. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2017-1015>.
- Cable, D. M., & DeRue, D. S. (2002). The Convergent and Discriminant Validity of Subjective Fit Perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 875-884. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.5.875>.
- Casimir, G., Lee, K., & Loon, M. (2012). Knowledge Sharing: Influences of Trust, Commitment and Cost. *Journal of Knowledge Management*, 16(5), 740-753. <https://doi.org/10.1108/13673271211262781>.
- Casper, W. J., Harris, C., Taylor-Bianco, A., & Wayne, J. H. (2011). Work-Family Conflict, Perceived Supervisor Support and Organizational Commitment among Brazilian Professionals. *Journal of Vocational Behavior*, 79(3), 640-652. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2011.04.011>.
- Chatman, J. A. (1989). Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-Organization Fit. *Academy of Management Review*, 14(3), 333-349. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4279063>.
- Cheema, S., Afsar, B., & Javed, F. (2020). Employees' Corporate Social Responsibility Perceptions and Organizational Citizenship Behaviors for the Environment: The Mediating Roles of Organizational Identification and Environmental Orientation Fit. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 9-21. <https://doi.org/10.1002/csr.1769>.
- DeConinck, J. B. (2010). The Effect of Organizational Justice, Perceived Organizational Support, and Perceived Supervisor Support on Marketing

- Employees' Level of Trust. *Journal of Business Research*, 63(12), 1349-1355. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.01.003>.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>.
- Farooq, O., Rupp, D. E., & Farooq, M. (2017). The Multiple Pathways through Which Internal and External Corporate Social Responsibility Influence Organizational Identification and Multifoci Outcomes: The Moderating Role of Cultural and Social Orientations. *Academy of Management Journal*, 60(3), 954-985. <https://doi.org/10.5465/amj.2014.0849>.
- Folger, R. (2001), *Fairness as Deonance*, in Gilliland, S.W., Steiner, D.D. and Skarlicki, D.P. (Eds), *Research in Social Issues in Management*, Information Age Publishers.
- Gallardo-Vázquez, D., & Sanchez-Hernandez, M. I. (2014). Measuring Corporate Social Responsibility for Competitive Success at a Regional Level. *Journal of Cleaner Production*, 72(1), 14-22. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.02.051>.
- Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178. <https://doi.org/10.2307/2092623>.
- Gull, S., & Ashraf, S. M. (2012). Impact of Internal Branding on Service Employees' Quality Commitment-Study on Education Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14), 814-830.
- He, H., & Baruch, Y. (2009). Transforming Organizational Identity under Institutional Change. *Journal of Organizational Change Management*, 22(6), 575-599. <https://doi.org/10.1108/09534810910997014>.
- Hoffman, B. J., & Woehr, D. J. (2006). A Quantitative Review of the Relationship between Person-Organization Fit and Behavioral Outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 68(3), 389-399. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.08.003>.
- Huang, F.-H., Ye, Y.-J., & Kao, C.-H. (2015). Developing a Novel Intuitionistic Fuzzy Importance-Performance Analysis for Evaluating Corporate Social Responsibility in Sport Tourism Event. *Expert Systems with Applications*, 42(19), 6530-6538.
- Kristof, A. L. (1996). Person-Organization Fit: An Integrative Review of Its Conceptualizations, Measurement, and Implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x>.
- Lee, J., & Peccei, R. (2007). Perceived Organizational Support and Affective Commitment: The Mediating Role of Organization-Based Self-Esteem in the Context of Job Insecurity. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational*

- Psychology and Behavior*, 28(6), 661-685. <https://doi.org/10.1002/job.431>.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and Their Alma Matter: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>.
- Mueller, K., Hattrup, K., Spiess, S.-O., & Lin-Hi, N. (2012). The Effects of Corporate Social Responsibility on Employees' Affective Commitment: A Cross-Cultural Investigation. *Journal of Applied Psychology*, 97(6), 1186-1200. <https://doi.org/10.1037/a0030204>.
- O'Reilly, C. A., & Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization on Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 492-499. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.492>.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Riketta, M. (2005). Organizational Identification: A Meta-Analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>.
- Schneider, B. (1987). The People Make the Place. *Personnel Psychology*, 40(3), 437-453.
- Setiawan, M., & Darmawan. (2011). The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Evidence from the Firms Listed in LQ45 of the Indonesian Stock Exchange Market. *European Journal of Social Sciences*, 23(1), 288-293.
- Story, J. S., & Castanheira, F. (2019). Corporate Social Responsibility and Employee Performance: Mediation Role of Job Satisfaction and Affective Commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1361-1370. <https://doi.org/10.1002/csr.1752>.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior, in Worchel, S. and Austin, W.G. (Eds), *Psychology of Intergroup Relations*, Nelson-Hall.
- Turker, D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6>.
- Vilela, B. B., González, J. A. V., & Ferrín, P. F. (2008). Person-Organization Fit, OCB and Performance Appraisal: Evidence from Matched Supervisor-Salesperson Data Set in a Spanish Context. *Industrial Marketing Management*, 37(8), 1005-1019.

