

Research Paper

A Meta-Analysis of the Consequences of Employees' Perceived Corporate Social Responsibility (CSR)

Akbar Ghodrati¹ , Mojtaba Ramezani^{*2} , Nader Bohlooli³ , Abbasgholi Sangi Noorpour⁴ ,

Yaqub Alavi Matin⁵ 

¹. PhD Student of Public Management and Human Resources, Islamic Azad University, Bonab Branch, Bonab, Iran

². Assistant Professor of Business Management, Islamic Azad University, Bonab Branch, Bonab, Iran.

³. Assistant Professor of Public Administration, Islamic Azad University, Bonab Branch, Bonab, Iran.

⁴. Assistant Professor of Business Management, Islamic Azad University, Bonab Branch, Bonab, Iran

⁵. Assistant Professor of Management, Islamic Azad University, Tabriz Branch, Tabriz, Iran.



10.22080/SHRM.2021.22215.1254

Received:

July 6, 2021

Accepted:

September 11, 2021

Available online:

October 7, 2021

Keywords:

Corporate Social Responsibility (CSR), Employees' Behavior and Attitude, Meta-Analysis.

Abstract

The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) has become the dominant paradigm in the field of corporate governance in the last decade. However, some investment managers still consider this as a cost and constraint and believe that social responsibilities have no significant benefits for the organization. In this regard, this study has been conducted using meta-analysis method to combine the results of previous research on CSR and investigate its consequences on organizations. The study sample included domestic and foreign master's theses and articles published in scientific-research journals during the years 2010-2021. The sample was entered the meta-analysis process and the data were analyzed using CMA2 software. Among the 18 variables identified, 3 variables (%17) had an effect size below 0.3 (weak), and 8 variables (%44) had an effect size between 0.3-0.5 (average), and also 7 variables (%39) had an effect size above 0.5% (strong). Perceived organizational support, perceived external credibility, organizational culture, creativity, work interaction, organizational identity, and organizational justice were identified as the strongest outcomes, respectively.

Extended abstract

1. Introduction

Corporate Social Responsibility (CSR) is defined as a tool for organizations to gain competitive advantage and success through considering the

expectations of their stakeholders based on economic, social and environmental actions and policies (Do, Batacharya, & Moland Sen, 2015). The past few decades have seen a significant increase in research on CSR actions at the organizational level, focusing mainly on the

*Corresponding Author: Mojtaba Ramezani

Address: Assistant Professor of Business Management, Islamic Azad University, Bonab Branch, Bonab, Iran.

Email: MojtabaRamezani@ut.ac.ir

impact of CSR measures on the financial results of organizations (Lee, 2008; Glava, 2012). However, there have been research gaps in micro-level research on CSR measures. In particular, limited research has focused on the stakeholder group of employees and human resources, which are important resources for the organization, contribute to the performance of the organization and ultimately determine its long-term survival (Glava, 2016). In addition, although many organizations claim to be performing CSR actions for themselves, the results of previous research referred to the instrumental benefits of organizational CSR measures, including increased performance and incentive consumption (Becker Olsen, Codimore, & Hill, 2006; Wadac Publications, 1997). CSR on stakeholders in an organization is still under consideration (Lane, 2010). In particular, employees, as one of the most important stakeholders in an organization, and those who have tacit knowledge of the organization, are more aware than other stakeholders of the motivations behind the CSR actions (Frisal & Seppala, 2016). Therefore, the way in which employees are psychologically affected by the activities and actions of the CSR requires intense attention of researchers and managers since these psychological effects, such as organizational commitment, have the potential to reduce leaving the organization. They also have positive effects on employees' productivity (Rodrigo, Aquacui, & Diran, 2019).

2. Research Methods

This applied research, using meta-analysis method, is descriptive in terms of purpose and quantitative in terms of data. The statistical population of the research included domestic and foreign master's theses and researches published in scientific-research journals on the consequences of employees' perception of the CSR actions during the last 11 years. The sample was selected through purposeful sampling and the measuring instruments had reliability and validity. To code the data, the research sources were entered a meta-analysis process. The sample size in the meta-analysis, including 79 cases equal to 18 meta-analysis units, was relatively large. Criteria for entering the meta-analysis

included articles and master's theses published from 2010 to 2021, articles related to the research variables, researches with sufficient data to calculate the size of the work, complementary researches to the articles published online or in library archives. Data analysis was performed using CAM2 Software to calculate the effect size and Cohen's criteria was used to interpret the effect size.

3. Research Findings

The results of the selected research literature show that there is a little variation in the research methods used and the method of data collection in all the descriptive cases and 79 research was descriptive-survey (17%), correlation-descriptive (79%). In some cases, this issue has not been mentioned, however. In the selected research, %38.98 of them used simple random sampling method, %26.58 of them used stratified sampling method, %3.80 of them used cluster sampling method, and %31.64 of them used other sampling methods not mentioned. The statistical sample size of the studies was 42,233 with an average of 535 for each study. In general, 142 variables were identified from previous studies. Among these variables, in 131 cases, organizational CSR has been studied as an independent variable, and in 11 cases, organizational CSR has been studied as a dependent variable. Among the studies selected for meta-analysis, %94.9 of them used correlation method (r) and % 5.1 of them used t-student method (t).

4. Conclusion

In the present study, the results of various researches on the consequences of CSR were investigated using meta-analysis method. Based on the results of meta-analysis, among the CSR consequences, the perceived organizational support variable has the highest effect size (0.763). This is in line with the findings of Glavas and Ken Kelly (2015), Glavas (2016), and Mobin Fatma et al. (2019). The level of organizational support perceived by employees reflects the employees' inner feelings about the organization's care and attention. Employees who feel well-supported by the organization always think that

when they feel the need for support for work or life, their organization will support them in a timely and good manner. Different forms of organizational support encourage employees to manage and lead tasks automatically, and this will ultimately increase organizational productivity. Perceived external validity also has an effect size of 0.729, which is consistent with the findings of Mohseni et al. (2017), Saima Ahmad et al. (2019), and Swanson et al. (2019). Perceived external credibility is defined as employees' perceptions of how others evaluate their organization. It also includes employees' judgments of the organization's credibility based on the external information to which they are exposed. The CSR actions are a sign of the organization's positive image to employees and other stakeholders. Therefore, understanding the CSR actions leads to employees' perception of external credibility. As a result, it improves the performance of employees and the organization. Organizational culture also has an effect size of 0.696 which is consistent with the findings of Suleiman Ibrahim et al. (2020), Rah-e Chamani et al. (2015), and Salimi (2017). Therefore, understanding the CSR actions leads to employees' effectiveness and the system of their common beliefs regarding the organization affects their behavior, which in turn, leads to the effectiveness of the organization and the organizational culture. Creativity also has an effect size of 0.662. This finding is also in line with the findings of Richa Chudari and Anoja Akhouri (2018), Stephen Brammer et al. (2014), and Sung Hun Ko et al. (2016). In addition, the good social performance of an organization shows its employees that they are working in an innovative and creative environment and this encourages employees to engage in creative activities. Moreover, work interaction has an effect size of 0.658 which is consistent with the findings of Richa Chudari and Anoja Akhouri (2018), Slope Farouk and Islamp (2020), and Ilkhanizadeh and Karate Peh (2018). Existing research also shows that understanding the CSR actions is positively related to work interaction and job satisfaction. Work interaction refers to a satisfying work situation characterized by vitality, dedication, and immersion. Good performance of the CSR measures means that employees can serve others and the community.

Organizational identity also has an effect size of 0.589 which is consistent with the findings of Di Roca et al. (2014), Matt et al. (2019), and Dimajmali et al. (2014). Organizational identity reflects the extent to which individuals define themselves in terms of membership in the organization. Organizationally responsible behaviors show a positive image of the organization, which provides a sense of pride for employees, and this type of organizational pride will lead to an increase in organizational identity. Furthermore, organizational justice has an effect size of 0.566. This result is consistent with the findings of Jung Ran Joo et al. (2016), Mohammad Ali et al. (2017), and Won Moon et al. (2014). Understanding organizational justice is employees' perception of the overall fairness of the organization. The CSR performance and actions means that the organization respects, cares about, and treats employees fairly, because accountability to employees is one of the most important responsibilities of an organization.

This research serves as a reliable reference to guide future studies to explore the relationships between perceived CSR and employees' reactions, explain the mechanisms of internal influence of relationships, and further identify the underlying factors that may affect relationships. This study emphasizes the psychological and motivational effects that CSR actions may bring to employees, and combines the results of the research on CSR with the research in organizational psychology. This research also provides important practical implications. Understanding the organization's CSR leads to a set of desirable attitudes and behaviors in employees and provides direct evidence for organizations and managers to participate in the CSR actions. The output of this study, which was conducted for the first time on the effects of CSR on employees' attitudes and behaviors through meta-analysis method, can help managers to recognize important outcomes and predict actions. The innovation of this article is to identify the important consequences of CSR on employees using meta-analysis.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All

of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the reviewers for providing their scientific comments to improve the quality of this paper.

علمی

شناسایی پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بر روی کارکنان با روش فراتحلیل

اکبر قدرتی^۱، مجتبی رمضانی^{۲*}، نادر بهلولی^۳، عباسقلی سنگی نورپور^۴، یعقوب علوی متین^۵

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی- منابع انسانی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.
۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.
۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.
۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.
۵. استادیار گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

doi 10.22080/SHRM.2021.22215.1254

چکیده

مفهوم مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها (CSR) در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط حوزه اداره سازمان‌ها تبدیل شده است، باین‌حال هنوز برخی مدیران سرمایه‌گذاری در این حوزه را به‌منزله یک هزینه و محدودیت می‌دانند و اعتقاد دارند، مسئولیت‌های اجتماعی منافع قابل توجهی برای سازمان ندارد. در همین راستا این پژوهش با به‌کارگیری روش فراتحلیل و با هدف ترکیب کمی نتایج پژوهش‌های قبلی در حوزه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان‌ها و پیامدهای آن انجام گرفت. تحقیق حاضر از نظر هدف توصیفی، از نظر نوع استفاده کاربردی و از نظر داده‌ها کمی است. جامعه مورد بررسی پژوهش شامل پایان‌نامه و مقالات چاپ‌شده در مجلات علمی- پژوهشی است که در طول سال‌های ۱۳۸۹-۱۴۰۰ در داخل و خارج از کشور انجام گردید. با استفاده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی - هدفمند، تعداد ۷۹ پژوهش که دارای ملاک‌های درون گنجی بودند، به‌عنوان نمونه وارد فرایند فراتحلیل شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار CMA2 انجام شد. از میان ۱۸ متغیر شناسایی‌شده، ۳ متغیر (۰/۱۷ درصد) دارای اندازه اثر زیر ۰/۳ و ضعیف بوده و تعداد ۸ متغیر (۰/۴۴ درصد) دارای اندازه اثر بین ۰/۳ تا ۰/۵ و متوسط بوده و همچنین تعداد ۷ متغیر (۰/۳۹ درصد) اندازه اثر بالای ۰/۵ درصد و قوی بودند. متغیرهای حمایت سازمانی ادراک‌شده، اعتبار خارجی ادراک‌شده، فرهنگ‌سازمانی، خلاقیت، تعامل کاری، هویت‌سازمانی و عدالت سازمانی به‌ترتیب قوی‌ترین پیامدها شناسایی شدند.

تاریخ دریافت:

۱۵ تیر ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۲۰ شهریور ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۱۵ مهر ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR)، رفتار و نگرش کارکنان، فراتحلیل.

۱ مقدمه

سازمان‌ها در جهت به دست آوردن مزیت رقابتی و کسب موفقیت است (Du, Bhattacharya & Sen, 2015). در چند دهه گذشته شاهد افزایش چشمگیر تحقیقات درباره اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) در سطح سازمانی بوده‌ایم که عمدتاً روی تأثیر اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) روی نتایج مالی سازمان‌ها متمرکز شده‌اند

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR)^۱ به‌عنوان سازمانی خاص تعریف می‌شود که بر اساس اقدامات و سیاست‌هایی اقتصادی، اجتماعی و عملکرد زیست‌محیطی انتظارات سهامداران و ذینفعان را در نظر می‌گیرد؛ و ابزاری برای

* نویسنده مسئول: مجتبی رمضانی

آدرس: استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران.

ایمیل: mojtabaramezani197@gmail.com

1. corporate social responsibility

مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) توسط کارکنان در سطح فردی متمرکز می‌شود که با آنچه گلاواس^۶ (۲۰۱۶) پیشنهاد کرده همخوانی دارد. درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) توسط کارکنان بیانگر درک کارکنان از اقدامات و سیاست‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) سازمان‌هاست (Lee, Park & Lee, 2013; Montgomery & Stone, 2009) و ارزیابی عملکرد اجتماعی سازمان‌هاست (Panagopoulos, Rapp & Vlachos, 2016). بر اساس مقیاس‌های ارائه‌شده توسط توکر^۷ (۲۰۰۹) این مدل، دانش کارکنان از مسئولیت‌های سازمان‌ها نسبت به کارکنان، مصرف‌کنندگان، دولت، مردم و محیط‌زیست را ثبت می‌کند. بر اساس تحقیقات، براون دی سین^۸ (۱۹۹۷) و روپ و همکاران^۹ (۲۰۰۶)، مشخص شده است که درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) توسط کارکنان تأثیر مهمی روی نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان دارد. باینکه مطالعات کنونی تلاش‌هایی برای بررسی چگونگی، تأثیر درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بر نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان انجام داده‌اند، ولی یک فراتحلیل از اثرات روان‌شناختی درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بر روی نتایج دستاورد کارکنان به دو دلیل مورد نیاز و ضروری است. اول اینکه، اگرچه مطالعات تجربی قبلی روپ و همکاران (۲۰۰۶) منجر به تغییر نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان در هنگام درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) شده‌اند، ولی یافته‌ها متناقض و بی‌نتیجه باقی مانده است. برای مثال برخی محققان همچون دو^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۵)؛ سو^{۱۱} (۲۰۱۶)؛ ییلماز^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۵) استدلال می‌کنند که درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) تأثیر مثبتی روی رضایت شغلی کارکنان دارد، درحالی‌که دیگران فهمیده‌اند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) با رضایت شغلی ارتباط منفی دارد (Wisse, et al., 2018). دوم این‌که بیشتر تحقیقات و پژوهش‌ها، روابط بین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و پیامدهای آن را، بصورت کمی بررسی کرده‌اند. (Glavas, 2016; Gond et al., 2017; Rupp & Mallory, 2015). این کارها برای طراحی سریع تحقیقات در این زمینه مهم هستند اما از طریق ادغام و یکپارچه‌سازی کارهای موجود، قادر به دستیابی به یک نتیجه‌گیری قطعی پایدار نیستند؛ بنابراین، یک تحقیق فراتحلیل، برای کمک به درک بهتر رابطه بین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و پیامدهای آن از دیدگاه کارکنان ضروری است (Rupp & Mallory, 2015). مطالعات گسترده‌ای به بررسی درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) توسط کارکنان و پیامدهای آن پرداخته‌اند و دو یافته اصلی به دست آورده‌اند. اول اینکه، درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) رفتارها و نگرش‌های مثبت کارکنان را افزایش می‌دهد مانند تعهد سازمانی (Erdogan,

Lee, 2008)، طبق گفته آگوینیس و گلاواس^{۱۳} (۲۰۱۲) در تحقیقات سطح خرد (فردی) اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) شکاف‌های تحقیقاتی وجود دارند. به‌ویژه، توجه تحقیقات محدودی به گروه ذینفع کارکنان و منابع انسانی که منابع مهمی برای سازمان هستند که به عملکرد سازمان و نهایتاً به تعیین بقای بلندمدت سازمان کمک می‌کنند، معطوف شده است (Glavas, 2016). علاوه بر این با این‌که بسیاری از سازمان‌ها به خاطر خود ادعا می‌کنند که اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) را انجام می‌دهند. نتایج محققان قبلی به مزایای ایزاری اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) مانند افزایش عملکرد و تشویق مصرف، اشاره کرده‌اند (Waddock & Graves, 1997). باین‌حال، تأثیرات روانی اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) روی ذینفعان و سهامداران در یک سازمان هنوز تحت بررسی هستند (Lin, 2010)؛ به‌ویژه، کارکنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین گروه‌های ذینفع در یک سازمان و کسانی که دانش ضمنی از سازمان دارند، بیشتر از سایر ذینفعان و سهامداران از انگیزه‌های پشت اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) آگاه هستند (Fryzel & Seppala, 2016)؛ بنابراین، روشی که در آن کارکنان از لحاظ روانی تحت تأثیر فعالیت‌ها و اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) قرار می‌گیرند نیازمند توجه شدید محققان و مدیران است؛ زیرا این تأثیرات روانی، مانند تعهد سازمانی، پتانسیل کاهش ترک شغل و ترک سازمان را به همراه داشته و تأثیرات مثبتی روی بهره‌وری کارکنان دارد (Rodrigo et al., 2019).

۲ مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به عقیده مولر و همکاران^{۱۴} (۲۰۰۹) اصطلاح «مسئولیت اجتماعی سازمان» با سه واژه موجود در آن تعریف شده است، سازمان، اجتماع، مسئولیت؛ بنابراین مسئولیت اجتماعی سازمان به فعالیت‌ها کسب‌وکار و یا سازمان‌های مسئولیت‌پذیری گفته می‌شود که در محیط فعالیتشان از جامعه مراقبت می‌کنند. بانک جهانی مسئولیت اجتماعی سازمان را این‌گونه تعریف می‌کند «مسئولیت اجتماعی سازمان اصطلاحی است که الزام سازمان را نسبت پاسخگو بودن به تمام گروه‌های ذینفع مربوط به خود در تمام فعالیت‌ها و عملکردهایش تعریف می‌کند» (Sastararuj, 2008). کارول^{۱۵} (۱۹۹۹) مسئولیت اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند «مسئولیت اجتماعی سازمان، شامل انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه جامعه از سازمان در زمانی خاص است». این تعریف امروزه مرجعی در سطح آزمون‌های جهانی محسوب می‌شود (Sastararuj, 2008). برای بررسی اینکه چگونه کارکنان از نظر روانی تحت تأثیر اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) قرار می‌گیرند، روی درک

6. Brown & Dacin

7. Rupp et al.

8. Du

9. Suh

10. Yilmaz

1. Aguinis & Glavas

2. Mueller

3. Carroll

4. Glavas

5. Turker

مطرح می‌کنند. با این حال، اگر افراد احساس کنند که زمان آینده‌شان محدود است، ابتدا اهداف معنی‌داری را مطرح خواهند کرد؛ بنابراین، ما پیش‌بینی می‌کنیم که کارکنان تأکید بیشتری بر یک هدف معنی‌دار با افزایش سن خواهند داشت و تمایل بیشتری به برآورده کردن خواسته‌های تعلق و عضویت در یک محیط اجتماعی و نیازهای امنیت در محیط کار خواهند داشت. کارکنان قدیمی‌تر و مسن‌تر تمایل دارند تا اعتماد، تعهد و رضایت خود از سازمان را برای رفع نیازهای بالا بیان کنند و اشاره می‌کنند که کارکنان قدیمی و مسن‌تر وقتی که پیام‌های مثبتی از روش‌ها و اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) دریافت می‌کنند، احتمال کمتری برای ترک سازمان دارند. با این حال، تعامل کاری، عملکرد شغلی و خلاقیت تا حدودی منعکس‌کننده اهداف ابزاری کارکنان است؛ بنابراین، کارمندان جوانی که هنوز زندگی کاری طولانی در پیش رو دارند، به احتمال زیاد با سازمان همکاری می‌کنند و زمانی که سازمان سیگنال‌هایی مبنی بر عملکرد اجتماعی خوب ارسال می‌کند، عملکرد شغلی را بهبود می‌بخشند (Treadway et al., 2010). با اینکه بیشتر تحقیقات به یک توافق درباره درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان رسیده‌اند، اما برخی از یافته‌ها متناقض باقی مانده‌اند. و این به دلیل عدم نظر گرفتن برخی عوامل مداخله‌گر مانند خطاهای اندازه‌گیری و نمونه‌گیری و برخی تعدیل‌کننده‌های احتمالی مانند ویژگی‌های جمعیتی نمونه‌ها در اکثر پژوهش‌هاست. فراتر از این تحقیقات تجربی، بسیاری از محققان دیگر تلاش کرده‌اند مقالات را مرور کنند. تا نتایج تحقیقات فعلی را بهتر ادغام نمایند. به عنوان مثال، آگوینیس و گلاوس^۶ (۲۰۱۲) به بررسی ۵۸۸ مقاله مجلات و ۱۰۲ کتاب و نتیجه‌گیری در مورد نتایج درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) در سطح فردی، شامل واکنش‌های کارکنان هنگامی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان را درک می‌کنند، انجام دادند. روپ و مالوری^۷ (۲۰۱۵) نیز به بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بر روی جویندگان کار و رفتارها و نگرش‌های کارکنان پرداختند. گلاوس^۸ (۲۰۱۶) با ارائه یک چارچوب تحقیقاتی، تلفیقی از روانشناسی سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و متغیرهای مربوط به نتیجه درک اقدامات (CSR) را خلاصه کرده‌اند. گوند^۹ و همکاران (۲۰۱۷)، عوامل محرک، اثرات و فرآیندهای ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) در سطح فردی را مورد بحث قرار دادند که نه تنها بر کارمندان رسمی فعلی بلکه کارمندان بالقوه، مدیران اجرایی نیز تمرکز داشتند. بررسی این مقالات قطعاً مرجع مهمی برای شناخت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) در سطح فردی بوده و به مسیر تحقیقات در آینده اشاره می‌کند. با اینکه حال، این بررسی‌ها ضرورتاً مشکل یافته‌های متناقض (CSR) درک شده را حل نمی‌کنند؛ بنابراین، یک فرا تحلیل که می‌تواند دو خطای فوق را بررسی کند که در مطالعات تجربی

De Roeck,)، هویت‌سازمانی (Bauer & Taylor, 2015 et al., 2016)، اعتماد سازمانی (Farooq et al, 2014)، رضایت شغلی، خلاقیت کارکنان (Spanjol, Tam, & Tam, 2015)، رفتار شهروندی سازمانی (Farooq, et al., 2017). دوم اینکه، درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) نگرش و رفتارهای منفی کارکنان، مانند بدبینی سازمانی، قصد ترک سازمان و انحراف سازمانی را کاهش می‌دهد (Sheel & Vohra, 2016). از نظر، گرینبرگ و بارون^۱ (۲۰۰۰)، تأثیر فرهنگ‌سازمانی بر اعضای سازمان به حدی است که می‌توان با بررسی زوایای آن نسبت به چگونگی رفتار، احساسات، دیدگاه‌ها و نگرش اعضای سازمان پی برد و واکنش احتمالی آنان را در قبال تحولات مورد نظر ارزیابی، پیش‌بینی و هدایت کرد. با اهرم فرهنگ سازمانی به‌سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدید را در سازمان پایدار کرد. ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمانی، فرهنگ سازمانی را که شامل نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، هنجارها و آداب‌وسوم یک سازمان است تحت تأثیر قرار می‌دهد. مشبکی و خلیلی شجاعی^۲ (۲۰۱۱)، در پژوهشی رابطه فرهنگ سازمانی با مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را بررسی کردند. در این پژوهش همبستگی مشخص شد که بین فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. کون^۳ و همکاران (۲۰۰۲) و هولوزکی^۴ (۲۰۰۲) بیان می‌کنند، فرهنگ‌سازمانی غنی و رهبری فرهمند و کارمندانگر بر مسئولیت اجتماعی کارکنان و سازمان تأثیر دارد. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که تفاوت‌های قابل‌توجهی در ارزش‌های میان زنان و مردان نسبت به سازمان‌های کاری وجود دارد (Greening & Turban, 2000). به نظر می‌رسد که مردان توجه بیشتری به اهداف ابزاری یا اقتصادی این سازمان می‌کنند، در حالی که زنان به احتمال زیاد به عملکرد بشردوستانه این سازمان اهمیت می‌دهند (Ibrahim & Angelidis, 1994). برخی تحقیقات نشان داده‌اند که زنان در مقایسه با مردان نگرش مثبت‌تری نسبت به اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) نشان می‌دهند (Alonso-Almeida, et al., 2017; Kahreh, et al., 2014). برامر^۵ و همکاران (۲۰۰۷) نیز بر این باورند که تأثیر درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و تعهد سازمانی کارکنان در میان زنان مشهودتر است. نظریه انتخاب‌پذیری اجتماعی کارستنسن و همکاران^۶ (۲۰۰۶) را توان برای پیش‌بینی اثر تعدیل‌کنندگی سن بر رابطه بین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و پیامدهای مربوطه آن مورد استفاده قرار داد.

طبق این نظریه، اهداف اجتماعی به دو دسته تقسیم می‌شوند: یکی مربوط به انگیزه ابزاری است و دیگری مربوط به احساس و معنی‌داری است. زمانی که افراد احساس می‌کنند زندگی طولانی در پیش‌رو دارند، ابتدا اهداف اجتماعی ابزاری را

6. Aguinis & Glavas
7. Rupp & Mallory
8. Glavas
9. Gond

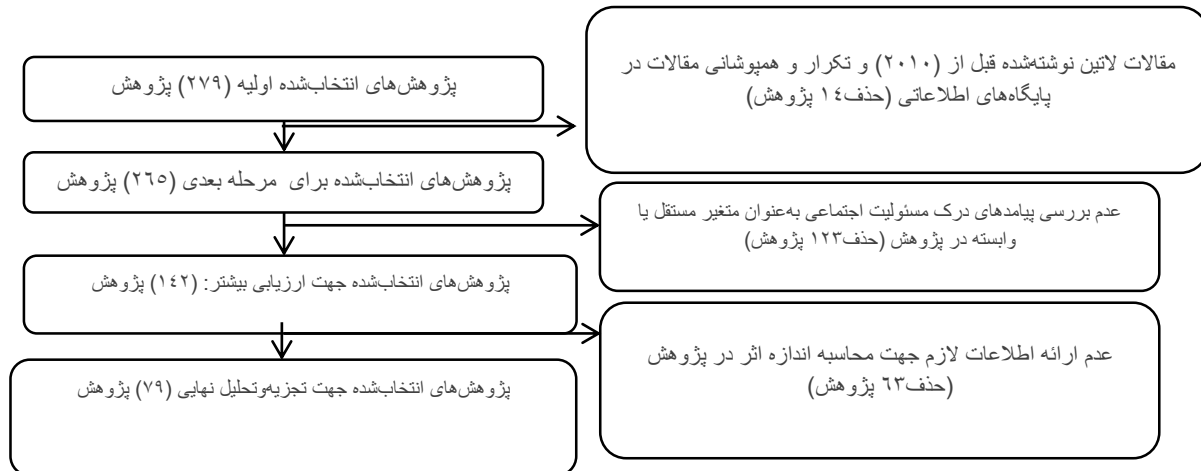
1. Greenberg & Baron
2. Koene
3. Holowzki
4. Brammer
5. Carstensen et al.

تحلیل هنر ترکیب تحقیقات و تحلیل‌هاست که یک گروه از تحقیقات با فرضیه‌های مشترک از متغیرهای مستقل و وابسته را بررسی می‌کند و به‌مثابه یک روش آماری منظم و سیستمی معرفی می‌شود که از روش‌های آماری منظمی برای انتخاب، گردآوری و تحلیل تحقیقات استفاده می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت فرا تحلیل یک روش کمی است و با تلیخیص یافته‌های مختلف روی یک موضوع یکسان انجام می‌گیرد. در مطالعه فرا تحلیل در مرحله اول سوال پژوهشی مطرح می‌شود. سپس شناسایی مطالعات مرتبط انجام می‌گیرد؛ و روش کدگذاری داده‌ها تعیین می‌شود. در مرحله بعد مطالعات جمع‌آوری و کدگذاری اولیه انجام می‌شود. به دنبال آن ورود داده‌ها به نرم‌افزار و اندازه اثر محاسبه می‌شود. سپس تحلیل‌های اصلی و تکمیلی روی داده‌ها صورت می‌گیرد و گزارش تحقیق تدوین می‌شود (Ghorbanizadeh, 2018). این پژوهش که با روش فراتحلیل انجام گرفت، از نظر هدف توصیفی و از نظر نوع استفاده کاربردی و از نظر نوع داده‌ها کمی است. جامعه آماری تحقیق، پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و تحقیقات چاپ‌شده در مجلات علمی- پژوهشی معتبر درباره پیامدهای درک کارکنان از اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بوده که در طول ۱۱ سال گذشته، در زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند و حجم نمونه نسبتاً بزرگی داشته و از لحاظ روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری شرایط لازم را داشته‌اند. پایایی شناسایی از طریق توافق داوران در انتخاب تحقیق‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها مشخص شد. پایایی کدگذاری از طریق توافق داوران در مورد استفاده از مفاهیم خاص برای کدگذاری متغیرها و پایایی سطح معنی‌داری و اندازه اثر از طریق توافق در محاسبات اندازه به دست آمد. روش نمونه‌گیری غیر تصادفی هدفمند است و با مراجعه به منابع تحقیق‌های به‌دست‌آمده به‌منظور گردآوری داده‌های موردنیاز برای فراتحلیل از یک فرم کدگذاری استفاده شد. حجم نمونه واردشده به فراتحلیل عبارت است از تعداد ۷۹ مورد مطالعه که برابر با ۱۸ واحد فراتحلیل است. ملاک‌های درون گنجی ورود به فراتحلیل عبارت‌اند از: مقالات و پایان‌نامه‌های چاپ‌شده سال‌های ۱۳۸۹-۱۴۰۰، مقالات مرتبط با متغیر تحقیق، تحقیق‌هایی که داده‌های کافی را برای محاسبه اندازه اثر در اختیار محقق قرار دهند، تحقیقاتی که به‌صورت مقاله کامل و از طریق آنلاین یا به‌طور کامل چاپ‌شده یا از آرشیو کتابخانه‌ها در دسترس باشند، پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد. ملاک‌های برون گنجی عبارت‌اند از: تحقیق‌هایی که بر اساس ارزیابی داوران به‌وسیله فرم ارزیابی اطلاعات کفایت لازم در روش شناختی تحقیق کسب نکنند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار CAM2 محاسبه اندازه اثر انجام شد. در این تحقیق همچنین برای سنجش سوگیری انتشار از روش نمودار قیفی، برای تعیین تعداد تحقیقات گم‌شده از روش‌های دوال و ایمن از خطا و برای وجود متغیرهای تعدیل‌کننده از آزمون ناهمگونی N توئیدی استفاده شده است. شکل (۱)، نحوه انتخاب تحقیقات برای انجام دادن فراتحلیل را نشان می‌دهد؛ و برای تعبیر اندازه اثر از معیارهای کوهن استفاده شد؛ که در جدول ۱ آمده است.

قبلی رخ داده‌است و همچنین می‌تواند اثر تعدیل‌کنندگی احتمالی ویژگی‌های جمعیتی نمونه‌ها را بررسی کند، برای تعیین ضرایب همبستگی قابل‌اطمینان بین این متغیرها و عمق بیشتر درک ما از درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) توسط کارکنان در یک چارچوب کوچک موردنیاز است. محققان قبلی اغلب از تئوری هویت‌سازمانی و تئوری تبادل اجتماعی برای توضیح واکنش‌های کارکنان هنگام درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) استفاده کرده‌اند (Ashforth & Mael, 1989). نظریه‌های دیگر، مانند نظریه مدیریت ارتباط (Broom et al., 2000; Dhanesh, 2014). در حال پیاده کردن چارچوبی برای بحث درباره رابطه بین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و نگرش‌ها و رفتارها است (Rupp et al., 2006). این توضیحات منجر به یک نتیجه‌گیری تقریباً متفق‌القول می‌شوند که مشاهده اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) روی نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان تأثیر می‌گذارد. باینکه حال، یک فرضیه ضمنی در این نظریه‌ها وجود دارد؛ که فعالیت‌ها و عملکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به‌عنوان یک پیام، سیگنال و نشانه مهم بوده که توسط کارکنان دریافت شده است. ما نمی‌توانیم از اثرات و نشانه‌ها و رویه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) برای توضیح واکنش‌های کارکنان، هنگام درک (CSR) غفلت کنیم. بنابراین، برخی محققان از تئوری علامت دهی برای توضیح واکنش‌های کارکنان به هنگام درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) استفاده کرده‌اند. نظریه علامت‌دهی ادعا می‌کند که افراد اقدامات قابل‌مشاهده بارز سازمان را به‌عنوان پیام و سیگنال ویژگی‌های سازمانی که غیرمستقیم قابل‌مشاهده است تفسیر می‌کنند که در انگیزه‌های سازمانی تأثیر می‌گذارد (Goldberg & Allen, 2010). کارکنان همواره سعی می‌کنند ویژگی‌ها و نشانه‌های قابل‌مشاهده سازمان را درک کنند به‌عنوان مثال، چه سازمان و شرکتی کمک‌کننده و دلسوز است. با نگاه کردن به سیگنال‌ها و پیام‌های قابل‌مشاهده مانند اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) که به‌نوبه خود، کانون ارزیابی کارکنان از سازمان‌ها را شکل داده و نگرش‌های آن‌ها را تغییر می‌دهد (McNamara et al., 2017). از آنجا که اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) همخوانی ارزش‌های و هنجارها با اهداف سازمان را منعکس می‌کند که برای شکل دادن به نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان فعلی مفید است (Glavas, 2016)؛ بنابراین، ما از نظریه علامت‌دهی یا سیگنالینگ برای ساخت چارچوب تحقیقاتی استفاده می‌کنیم. لذا انجام یک فرا تحلیل در حوزه و زمینه‌های پژوهش برای رسیدن به یک بانک اطلاعاتی مفید در قالب مرور و جمع‌بندی سازمان‌یافته بررسی‌های گذشته می‌تواند راهنما و کارگشا باشد.

۳ روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش فرا تحلیل انجام شد. یکی از روش‌های جدید در تحقیقات روش فرا تحلیل است که به دنبال ترکیب نتایج قبلی درباره پیشینه پژوهشی یک موضوع است. روش فرا



شکل ۱. نحوه انتخاب تحقیقات برای انجام دادن فراتحلیل

جدول ۱ حدود اندازه اثر (کوهن، ۱۹۹۸)

نتیجه	حد بالای اندازه اثر	حد پایین اندازه اثر
کوچک	۰/۳	۰/۱
متوسط	۰/۵	۰/۳
بزرگ	۰/۸	۰/۵

جدول ۲ اطلاعات کلی تحقیق‌های مورد بررسی

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۱	Moshabaki & Khalili-Shojaei	۲۰۱۱	بررسی رابطه فرهنگ‌سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان	جامعه‌شناسی کاربردی	کارکنان وزارت نیرو	همبستگی (r)
۲	Hansen et al.	۲۰۱۱	مسئولیت اجتماعی شرکت و مزایای اعتماد به کارکنان	مجله اخلاق کسب‌وکار	سازمان مراقبت‌های بهداشتی	همبستگی (r)
۳	Tabarsa et al.	۲۰۱۲	تبیین و طراحی مدل رسالت مسئولیت اجتماعی سازمان	مطالعات مدیریت راهبردی	مدیران وزارت نفت، نیرو، جهاد کشاورزی، ...	همبستگی (r)
۴	Haghighatian et al.	۲۰۱۳	بررسی نگرش‌های دینی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان	جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه	کارکنان شرکت نفت کرمانشاه	آماره تی
۵	Haghighatian et al.	۲۰۱۳	بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر (CSR)	جامعه‌شناسی کاربردی	کارکنان شرکت توزیع و پخش فراورده‌های نفتی	همبستگی (r)
۶	Rowshan & Farzaneh-Hassanzadeh	۲۰۱۴	تأثیر مسئولیت اجتماعی بر کیفیت و پیامدهای رابطه سازمانی	فصلنامه مطالعات رفتار و سازمانی	شعب بانک‌های دولتی استان خراسان	همبستگی (r)
۷	Azvar & Kazemi	۲۰۱۴	شناسایی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر کیفیت روابط کارکنان ...	مدیریت بازرگانی	کارکنان شرکت کیسون	همبستگی (r)

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۸	Farooq et al.	۲۰۱۴	تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر تعهد سازمانی	مجله اخلاق کسب‌وکار	شرکت‌های چندملیتی در جنوب آسیا،	همبستگی (r)
۹	Moon et al.	۲۰۱۴	ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکت و شفقت در کار ...	مجله توسعه شغلی بین‌المللی	۸۷ شرکت در کره جنوبی	همبستگی (r)
۱۰	Glavas & Kelley	۲۰۱۴	تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر نگرش کارکنان	مجله اخلاق کسب‌وکار	۱۸ سازمان در آمریکای شمالی	همبستگی (r)
۱۱	De Roeck et al.	۲۰۱۴	پاسخ کارکنان به درک مسئولیت اجتماعی شرکت	مجله بین‌المللی مدیریت منابع انسانی	کارکنان بیمارستان‌های بلژیک	همبستگی (r)
۱۲	Salmani et al.	۲۰۱۵	تأثیر قضاوت‌های کارکنان درباره برنامه‌های مرتبط با (CSR) بر نگرش...	مدیریت دولتی	کارکنان واحدهای تولیدی استان یزد	همبستگی (r)
۱۳	Navidi Nekoo et al.	۲۰۱۵	بررسی عوامل مؤثر بر اثربخشی سازمانی از منظر مسئولیت اجتماعی سازمانی	فصلنامه پژوهش‌های مدیریت	شرکت‌های تعاونی فعال تهران	همبستگی (r)
۱۴	Wu et al.	۲۰۱۵	رهبری اخلاقی مدیرعامل و مسئولیت اجتماعی شرکت	مجله اخلاق کسب‌وکار	شرکت‌های چینی	همبستگی (r)
۱۵	Newman et al.	۲۰۱۵	تأثیر ادراک کارکنان از شیوه‌های (CSR) بر عملکرد شغلی و ...	مجله بین‌المللی مدیریت منابع انسانی	سرپرستان از سه سازمان مستقر در ژوچیانگ	همبستگی (r)
۱۶	Zientara et al.	۲۰۱۵	مسئولیت اجتماعی شرکت و نگرش کارکنان	مجله گردشگری پایدار	کارکنان هتل در لهستان	آماره تی
۱۷	Brammer & Mellahi	۲۰۱۵	مسئولیت اجتماعی شرکت، هویت‌سازمانی کارکنان و ...	مجله مدیریت گروه و سازمان	کارکنان بخش مخابرات در اسپانیا	همبستگی (r)
۱۸	Soltani et al.	۲۰۱۶	بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان...	مطالعات رفتار سازمانی	کارکنان بیمارستان دولتی در استان مازندران	همبستگی (r)
۱۹	Parche-foroosh	۲۰۱۶	بررسی تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان بر رفتار کارکنان	پایان‌نامه کارشناسی ارشد	شرکت‌های تولیدی در استان آذربایجان شرقی	همبستگی (r)
۲۰	Raiesi	۲۰۱۶	بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد سازمان	پایان‌نامه کارشناسی ارشد	کارکنان اداره پست تهران	همبستگی (r)
۲۱	Sheel & Vohra	۲۰۱۶	رابطه بین ادراک (CSR) و بدبینی سازمانی: نقش داوطلبانه کارکنان	مجله بین‌المللی مدیریت منابع انسانی	سازمان‌های بزرگ در هند	همبستگی (r)
۲۲	Glavas	۲۰۱۶	مسئولیت اجتماعی شرکت و تعامل کارکنان	مجله روانشناسی سازمانی	کارمندان شرکت آمریکایی	همبستگی (r)
۲۳	Joo et al.	۲۰۱۶	مدل میانجیگری تعدیل‌شده (CSR) و جذابیت سازمانی در بین مشاغل	مجله تصمیم‌مدیریت	دانشجویان کارشناسی دانشگاه کره	همبستگی (r)
۲۴	De Roeck et al.	۲۰۱۶	(CSR) چگونه و چه زمانی بر هویت‌سازمانی کارکنان تأثیر می‌گذارد؟	مجله مطالعات مدیریت	دفتر مرکزی کارخانه برق اروپا	همبستگی (r)

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۲۵	Arman & Nikkhah-Keyarmash	۲۰۱۷	بررسی رابطه شهرت سازمانی ادرارکشده توسط کارکنان و تمایل ترک خدمت ...	مدیریت فرهنگسازمانی	شرکت ملی نفت ایران	همبستگی (r)
۲۶	Farooq et al.	۲۰۱۷	مسیرهای که مسئولیت اجتماعی بر سازمان تأثیر می‌گذارد	مجله آکادمی مدیریت	کارمندان شرکت تولیدی در آسیای جنوبی	همبستگی (r)
۲۷	Chaudhary	۲۰۱۷	مسئولیت اجتماعی شرکت و تعامل کارکنان	مجله مسئولیت اجتماعی	شرکت‌های تولیدی و خدماتی	همبستگی (r)
۲۸	Bravo et al.	۲۰۱۷	مدیریت هویت برند و مسئولیت اجتماعی شرکت	مجله اقتصاد و مدیریت بازرگانی	کارمند شاغل در بخش بانک	آماره تی
۲۹	El-Kassar et al.	۲۰۱۷	اثرات واسطه‌ای هویت‌سازمانی در رابطه بین اخلاق، (CSR) و ...	مجله مدیریت ترفیع	فارغ‌التحصیلان دانشگاه آمریکایی لبنان	همبستگی (r)
۳۰	Asrar-ul-Haq et al.	۲۰۱۷	رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت، رضایت شغلی و ...	مجله تولید پاکتر	کارکنان آموزش عالی پاکستان	همبستگی (r)
۳۱	Ilkhanizadeh & Karatepe	۲۰۱۷	بررسی عواقب مسئولیت اجتماعی شرکت در صنعت هواپیمایی	مدیریت حمل‌ونقل هوایی	کارکنان شرکت هواپیمایی ترکیه	همبستگی (r)
۳۲	Jung & Ali	۲۰۱۷	مسئولیت اجتماعی شرکت، عدالت سازمانی و نگرش مثبت کارکنان	مجله بین‌المللی پایداری	کارمندان اتحادیه شرکت هیوندای موتور	همبستگی (r)
۳۳	Abdullah et al.	۲۰۱۷	چشم‌انداز هویت‌سازمانی، (CSR) در عملکرد خلاقانه	مجله پایداری	۶۵ شرکت پاکستانی	همبستگی (r)
۳۴	Zarandi et al.	۲۰۱۸	نقش مسئولیت اجتماعی سازمان در خط مشی ارتقاء سلامت اداری	خط و مشی گذاری عمومی در مدیریت	کارکنان اداری وزارت صنعت معدن و تجارت	همبستگی (r)
۳۵	Salimi	۲۰۱۸	اثر فرهنگ‌سازمانی در مسئولیت اجتماعی کارکنان ادارات ورزش ...	مدیریت فرهنگسازمانی	کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان اصفهان	همبستگی (r)
۳۶	Azizi et al.	۲۰۱۸	فعالیت‌های داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها	جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی	کارکنان بانک ملت	همبستگی (r)
۳۷	Raei-Dehaghi	۲۰۱۸	تأثیر ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد شغلی	مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت	کارکنان شرکت نفت و گاز زاگرس جنوبی	همبستگی (r)
۳۸	Hur et al.	۲۰۱۸	نحوه ادراک کارکنان از (CSR) و افزایش خلاقیت کارکنان	مجله اخلاق کسب‌وکار	کارکنان هتل	همبستگی (r)
۳۹	Serrano et al.	۲۰۱۸	(CSR) چگونه بر بدبینی سازمانی کارمند تأثیر می‌گذارد	مجله اخلاق کسب‌وکار	۶۲۰ شرکت	همبستگی (r)
۴۰	El Akremi et al.	۲۰۱۸	کارکنان چگونه (CSR) را تحت تأثیر قرار می‌دهند	مجله مدیریت	کارمندان شرکت بزرگ تأسیسات اروپایی	همبستگی (r)
۴۱	Ko et al.	۲۰۱۸	ادراک کارمندان از خدمات پل (CSR) و رفتار شهروندی ...	مجله روان‌شناسی کنونی	چهار هتل پنج ستاره در کره جنوبی	آماره تی

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۴۲	Chaudhary & Akhouri	۲۰۱۸	ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکت و خلاقیت	مجله تولید پاکتر	سازمان‌های مختلف فناوری اطلاعات در هند	همبستگی (r)
۴۳	Gahlawat & Kundu	۲۰۱۸	بررسی ارتباط بین منابع انسانی با (CSR) و رفتار شهروندی ...	مجله تحقیقات بازرگانی هند	۲۰۵ سازمان فعال در هند	همبستگی (r)
۴۴	Abdelmoteleb & Saha	۲۰۱۸	(CSR)، انگیزش خدمات عمومی و رفتار شهروندی سازمانی	مجله بین‌المللی مدیریت دولتی	کارمندان بانک‌های بخش دولتی در مصر	همبستگی (r)
۴۵	Badulescu et al.	۲۰۱۸	رابطه بین اندازه و سن شرکت و اقدامات مسئولیت اجتماعی آن	مجله پایداری	۸۴ شرکت متوسط	همبستگی (r)
۴۶	Malekzadeh et al.	۲۰۱۹	بررسی اثر مسئولیت اجتماعی اخلاقی و احساس همبستگی معنوی بر رفتار انحرافی در محیط.	مشاوره شغلی و سازمانی	کارشناسان دانشگاه فردوسی مشهد	همبستگی (r)
۴۷	Dehghani-Soltani et al.	۲۰۱۹	تأثیر سرمایه روان‌شناختی و مسئولیت اجتماعی بر تعهد عاطفی و خلاقیت کارکنان	مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت	کارکنان شرکت گاز استان کرمان	همبستگی (r)
۴۸	Konjkave-Monfared & Ghaffari	۲۰۱۹	واکوی تأثیر عدالت و مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی در ...	فرهنگ در دانشگاه اسلامی	کارکنان دانشگاه یزد	همبستگی (r)
۴۹	Chaudhary & Akhouri	۲۰۱۹	ادراک مسئولیت اجتماعی شرکت و خلاقیت کارکنان	مجله مسئولیت اجتماعی	سازمان‌های مختلف در هند	همبستگی (r)
۵۰	Kucharska & Kowalczyk	۲۰۱۹	دیدگاه کارمندان در مورد فرهنگ شرکت و عمل به (CSR)	مسئولیت اجتماعی شرکت و مدیریت محیط‌زیست	کارکنان شرکت‌های ساختمانی لهستانی	همبستگی (r)
۵۱	Zulfiqar et al.	۲۰۱۹	بررسی مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار کارکنان	مجله پایداری	کارکنان بانک در پاکستان	همبستگی (r)
۵۲	Gaudêncio et al.	۲۰۱۹	تأثیر ادراک (CSR) بر رفتار ابتکاری کارگران	مدیریت و سرمایه‌گذاری توسعه	شرکت‌های پرتغالی	همبستگی (r)
۵۳	Su & Swanson	۲۰۱۹	تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر رفاه و رفتارهای کارکنان	مدیریت گردشگری	کارکنان هتل در چین	همبستگی (r)
۵۴	Jia et al.	۲۰۱۹	(CSR) چگونه تعامل کاری کارمندان را ایجاد می‌کند	تحقیقات محیطی و بهداشت عمومی	کارمند شاغل در وهان چین	همبستگی (r)
۵۵	Gürlek & Tuna	۲۰۱۹	مسئولیت اجتماعی شرکت و تعامل کاری	چشم‌انداز مدیریت گردشگری	هتل‌ها در استان آنتالیا ترکیه	همبستگی (r)
۵۶	Ji & Jan	۲۰۱۹	تأثیر مسئولیت اجتماعی ادراک‌شده شرکت بر استراتژی‌ها	مجله پایداری	کارمند خط مقدم کره جنوبی	همبستگی (r)
۵۷	Shahzadi et al.	۲۰۱۹	مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان و هویت: موارد احتمالی صفات و خواسته‌های شخصی کارکنان	مجله مسئولیت اجتماعی	سازمان املاک و مستغلات در پاکستان	همبستگی (r)
۵۸	Holtbrügge & Oberhauser	۲۰۱۹	جهت‌گیری (CSR) مدیران ارشد آینده هند	تحقیقات بازرگانی	۲۰۴ دانشجو	همبستگی (r)

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۵۹	Fatma et al.	۲۰۱۹	تلاش برای مشروعیت از طریق (CSR)	مجله مسئولیت اجتماعی	شرکت‌های نفتی هندی	همبستگی (r)
۶۰	Bocquet et al.	۲۰۱۹	مسئولیت‌پذیری اجتماعی استراتژیک برای نوآوری	برنامه‌ریزی دوربرد	شرکت کوچک و متوسط از لوکزامبورگ	همبستگی (r)
۶۱	Mostafa & Shen	۲۰۱۹	رهبری اخلاقی، (CSR) داخلی، تعامل سازمانی و انحراف سازمانی	مجله مدیریت منابع انسانی مبتنی بر شواهد	بانک بخش خصوصی در مصر	همبستگی (r)
۶۲	Jamali et al.	۲۰۲۰	آیا (CSR) در فرهنگ‌های فردگرایانه و مردانه واقعاً تأثیر کمتری دارد	مجله تصمیم‌مدیریت	کارمندان فروشگاه‌های خرده‌فروشی در ایتالیا	همبستگی (r)
۶۳	Rahchamani & Kavousi	۲۰۲۰	تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده به شهرت سازمان	راهبردهای بازرگانی	کارکنان شرکت‌های شهرک صنعتی قزوین	همبستگی (r)
۶۴	Farrukh et al.	۲۰۲۰	درک مسئولیت اجتماعی شرکت و تعامل کارکنان	مسئولیت اجتماعی شرکت و محیط‌زیست	صنایع در پاکستان	همبستگی (r)
۶۵	Ahmad et al.	۲۰۲۰	پیوند مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR)، تعهد عاطفی و ...	مجله بین‌المللی روابط کارکنان	کارمندان دانشگاه‌های مختلف در پاکستان	همبستگی (r)
۶۶	Asante-Boadi et al.	۲۰۲۰	درک کارکنان از (CSR) و تأثیرات آن بر نتایج داخلی	مجله صنایع خدمات	بانک‌های روستایی در غنا	همبستگی (r)
۶۷	Claver-Cortés et al.	۲۰۲۰	درک دانشجویان از (CSR) و تأثیر آن بر عملکرد کسب‌وکار	مجله اخلاق کسب‌وکار	دانشجویان دانشگاه	همبستگی (r)
۶۸	Izzat-Alhalalmeh et al.	۲۰۲۰	رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد سازمانی در اردن	مجله مهندسی و مدیریت	کارکنان بانک در اردن	همبستگی (r)
۶۹	Farooq & Salam	۲۰۲۰	بررسی رابطه بین (CSR) و میل به داشتن تأثیر از طریق کار	مجله بین‌المللی هتل‌داری	۱۰۰۰ پاسخ‌دهنده که در یک خط هوایی	همبستگی (r)
۷۰	Lu et al.	۲۰۲۰	هرم کارول از مسئولیت اجتماعی شرکت برای تقویت عملکرد سازمانی شرکت	مجله تولید پاک‌تر	۲۵ شرکت کوچک و متوسط از شهر کراچی	همبستگی (r)
۷۱	Boğan & Dedeoğlu	۲۰۲۰	درک مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان هتل ...	مجله مسئولیت اجتماعی شرکت و محیط‌زیست	۸ هتل در ترکیه	همبستگی (r)
۷۲	Gaudencio et al.	۲۰۲۰	تأثیر ادراکات (CSR) بر قصد ترک سازمان ...	مجله مسئولیت اجتماعی	کارمندان در سازمان‌های خصوصی و دولتی پرتغال	همبستگی (r)
۷۳	Nejati et al.	۲۰۲۰	درک کارمندان از مسئولیت اجتماعی شرکت و رهبری اخلاقی و ...	مجله مسئولیت اجتماعی	کارکنان شرکت‌های مالزی	همبستگی (r)
۷۴	Tafolli & Grabner-Kräuter	۲۰۲۰	درک کارکنان از (CSR) و فساد سازمانی: شواهد تجربی از کوزوو	مجله حاکمیت شرکتی	کارمند شاغل در سازمان‌های خصوصی و دولتی در کوزوو	همبستگی (r)
۷۵	Soewarno & Nugroho	۲۰۲۰	تأثیر ویژگی‌های مدیرعامل شرکت بر عملکرد شرکت بر عملکرد (CSR)	آموزش ابتدایی	۱۱۷ شرکت	همبستگی (r)

ردیف	محقق	سال	عنوان پژوهش	محل چاپ	جامعه آماری	نوع آماره
۷۶	Lu et al.	۲۰۲۰	تفاوت های جنسیتی در اجرای (CSR)	اقتصاد کوپرنیک	شرکتهای لیتوانی	همبستگی (r)
۷۷	Hur et al.	۲۰۲۱	نقش مهارت‌های شغلی و حمایت سازمانی ادراک شده در پیوند بین درک (CSR) کارکنان و ...	مجله روانشناسی فعلی	کارمندان هتل	همبستگی (r)
۷۸	Grabner-Kräuter et al.	۲۰۲۱	بررسی رابطه بین ادراک کارکنان از (CSR) و قصد ترک سازمان	مجله اخلاق بازرگانی	شرکت‌های خصوصی در کوزوو	همبستگی (r)
۷۹	Khan et al.	۲۰۲۱	(CSR) و رابطه متقابل بین ادراک کارکنان و اعتبار خارجی ادراک شده	تحقیقات روانشناسی و مدیریت رفتار	کارکنان بانک	همبستگی (r)

۴ تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

بررسی حاصل از متون تحقیقاتی برگزیده بیانگر آن است که در موضوع تحقیق روش‌های بکار رفته تنوع چندانی ندارد. یافته‌ها نشان می‌دهد روش تحقیق پژوهش‌های مورد بررسی بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها در تمام موارد توصیفی و از میان ۷۹ پژوهش مورد بررسی، ۱۷ درصد روش تحقیق توصیفی پیمایشی و ۷۹ درصد توصیفی همبستگی بوده است. در مواردی نیز اشاره‌ای به این موضوع نشده است. در تحقیقات انتخاب شده، در مورد شیوه نمونه‌گیری (۳۷/۹۸) درصد از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، (۲۶/۵۸) درصد از روش

نمونه‌گیری طبقه‌ای، (۳/۸۰) درصد از نمونه‌گیری خوشه‌ای و (۳۱/۶۴) درصد سایر روش‌های نمونه‌گیری استفاده شده که اشاره‌ای به این موضوع در مقالات بدان نشده است. حجم نمونه آماری مطالعه‌های مورد نظر برابر با ۴۲۲۳۳ نفر با میانگین ۵۳۵ نفر برای هر مطالعه بوده است؛ و به‌طور کلی از مطالعات پیشین تعداد ۱۴۲ متغیر شناسایی شد. از میان این متغیرها در ۱۳۱ مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به‌عنوان متغیر مستقل بررسی شده و در ۱۱ مورد مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به‌عنوان متغیر وابسته مورد مطالعه قرار گرفته است. در پژوهش‌هایی که جهت فراتحلیل انتخاب شدند ۹۴/۹ درصد از روش همبستگی (r) و ۵/۱ درصد از روش تی استیودنت (t) استفاده شده است.

جدول ۳. فراوانی و شدت اندازه اثر متغیرها (مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به‌عنوان متغیر مستقل)

متغیر مستقل	پیامدها	متغیر وابسته	فراوانی	اندازه اثر
مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR)	نگرش‌های مثبت	رضایت شغلی	۱۱	۰/۳۹۲
		تعامل کاری (شغلی)	۱۲	۰/۶۵۸
		تعهد سازمانی	۱۸	۰/۴۵۹
		عدالت سازمانی	۴	۰/۵۶۶
		اعتماد سازمانی	۹	۰/۴۹۰
	پیامدهای مثبت درک (CSR)	هویت‌سازمانی	۱۵	۰/۵۸۹
		حمایت سازمانی ادراک شده	۵	۰/۷۶۳
		اعتبار خارجی ادراک شده	۸	۰/۷۲۹
		عملکرد شغلی	۹	۰/۴۹۲
		رفتارهای مثبت	رفتار شهروندی سازمانی	۱۲
نگرش‌های منفی	پیامدهای منفی درک (CSR)	خلاقیت	۴	۰/۶۶۲
		نوآوری	۳	۰/۴۹۵
		ترک شغل (خدمت) و سازمان	۷	-۰/۳۱۵
	رفتارهای منفی	بدبینی سازمانی	۳	-۰/۲۶۶
		انحراف سازمانی	۵	-۰/۳۷۸
مشخصات	جنسیت	۲	۰/۱۱۵	

متغیر مستقل	پیامدها	متغیر وابسته	فراوانی	اندازه اثر
	جمعیت‌شناختی نمونه‌ها	سن	۲	۰/۲۶۰
		فرهنگ‌سازمانی	۲	۰/۶۹۶

جدول ۴: فراوانی و شدت اندازه اثر متغیرها (مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به عنوان متغیر وابسته)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	فراوانی	اندازه اثر
مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه‌ها	فرهنگ‌سازمانی	۵	۰/۷۱۸
	جنسیت	۴	۰/۰۲۵
	سن	۲	-۰/۱۶۷

اثر متوسط و در نهایت هنگامی که r در بازه سوم (۰/۸ تا ۰/۵) باشد شدت تأثیر زیاد ارزیابی می‌شود. با توجه به جدول ۳ و ۴ r های به‌دست‌آمده، طبقه‌بندی برای تعیین دامنه تغییر شدت اثر در دو حالت مستقل و وابسته در جدول ۵ و ۶، ارائه می‌شود.

در این مرحله می‌توانیم r های به‌دست‌آمده را با توجه به جدول کوهن تحلیل و بررسی نماییم. بر اساس جدول کوهن^۱ (۱۹۹۸) اندازه اثر به‌دست‌آمده در بازه اول (بین ۰/۱ تا ۰/۳) کوچک بوده و فرضیه مورد مطالعه از قوت کافی برخوردار نیست. همچنین وقتی مقدار r در بازه دوم (۰/۳ تا ۰/۵) باشد، اندازه

جدول ۵: توزیع فراوانی طبقات اندازه اثر متغیرها و پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) (در حالتی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) متغیر مستقل باشد)

دامنه تغییر شدت اثر (r)	فراوانی	درصد فراوانی
شدت تأثیر کم (۰/۱ تا ۰/۳)	(۳) بدبینی سازمانی، جنسیت، سن	۱۷%
شدت متوسط (۰/۳ تا ۰/۵)	(۸) رضایت شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، تعهد سازمانی، ترک شغل و سازمان، عملکرد شغلی، اعتماد سازمانی، نوآوری، انحراف سازمانی	۴۴%
شدت زیاد (۰/۵ تا ۰/۸)	(۷) هویت‌سازمانی، عدالت سازمانی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، تعامل کاری، خلاقیت، اعتبار خارجی ادراک‌شده، فرهنگ‌سازمانی	۳۹%
جمع	۱۸	۱۰۰%

جدول ۶: توزیع فراوانی طبقات اندازه اثر متغیرها و پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) (در حالتی که مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) متغیر وابسته باشد)

دامنه تغییر شدت اثر (r)	فراوانی	درصد فراوانی
شدت تأثیر کم (۰/۱ تا ۰/۳)	(۲) جنسیت، سن	۶۷%
شدت متوسط (۰/۳ تا ۰/۵)	(۰)	-
شدت زیاد (۰/۵ تا ۰/۸)	(۱) فرهنگ‌سازمانی	۳۳%
جمع	۳	۱۰۰%

متغیر دیگر، از جمیع پژوهش‌های موردبررسی، استخراج و طبقه‌بندی شد. سپس تأثیر ۱۱ متغیر به‌عنوان متغیر مستقل بر

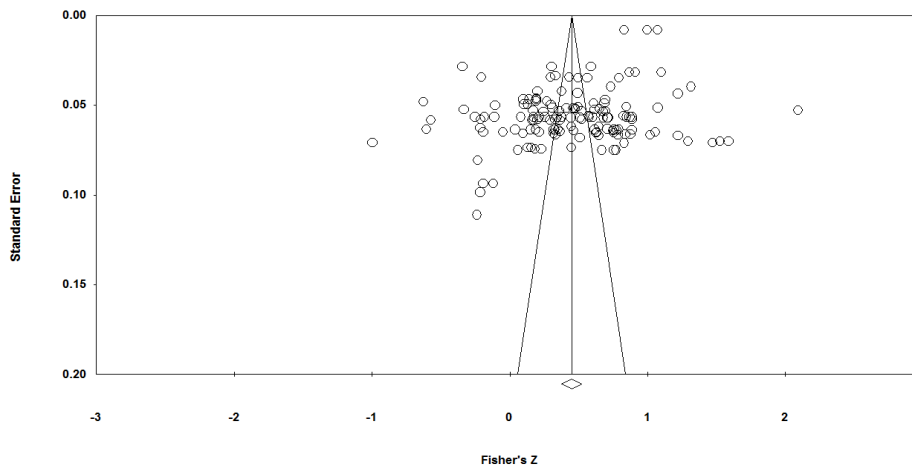
در این مرحله، ابتدا تأثیر متغیر اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) به‌عنوان متغیر مستقل بر ۱۳۱

1. Cohen

نوآوری، عملکرد شغلی، تعهد سازمانی، اعتماد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی، انحراف سازمانی، ترک شغل و سازمان، در این محدوده قرار گرفتند. و اما دسته سوم و آخر، آن گروه از متغیرهاست که تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها بر هم ضعیف بوده و امکان عدم تأیید فرضیه این پژوهش‌ها در پژوهش‌های مشابه نیز زیاد خواهد بود. این متغیرها، متغیرهایی هستند که شدت اثر آن‌ها در بازه کوچک و در حدود پایین بین ۱٪ تا ۳٪ قرار می‌گیرد. با به داده‌های جدول بالا متغیرهای بدبینی سازمانی، سن، جنسیت، در این طیف قرار می‌گیرند. لازم به توضیح است در این تحقیق، اثر کلی فرهنگ سازمانی (۰/۷۱۳)، سن (۰/۱۵۰) و جنسیت (۰/۰۵۴) شده است. یکی از موضوعات مورد توجه در هر فراتحلیل ارزیابی سوگیری انتشار است. منظور از سوگیری انتشار این است که یک فراتحلیل شامل همه مطالعات انجام شده درباره موضوع مورد بررسی نیست. ممکن است برخی مطالعات به دلایل مختلف منتشر نشده باشد یا حداقل در مجلات نمایه‌سازی نشده، منتشر شده باشد. معمول‌ترین روش شناسایی تورش انتشار استفاده از یک نمودار پراکنندگی دوبعدی، به نام نمودار قیفی، است که در آن اثر مداخله برآورد و هر مطالعه در مقابل اندازه نمونه آن مطالعه رسم می‌شود. شکل ۲، نمودار قیفی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) طبقه‌بندی شده، ارائه گردید. در مجموع از بررسی پژوهش‌های مورد نظر ۱۸ متغیر به دست آمد، آنچه در اینجا بیشتر به آن پرداخته می‌شود، تطبیق شدت اثرهای به‌دست‌آمده با جدول حدود بالایی و پایینی اندازه اثر است. با توجه به آنچه در این جدول فراوان است؛ می‌توان شدت صحت و قدرت تأثیر متغیرهای ارائه‌شده بر هم را در قالب فرضیات در سه دسته حدود اندازه اثرها قرارداد. دسته اول: شامل متغیرهایی است که از شدت اثر بالایی برخوردار بوده و حدود پایینی و بالایی اندازه اثر محاسبه‌شده آن‌ها بین ۵٪ تا ۸٪ است. دارای قوت و اطمینان بسیار بالایی می‌باشند. این موضوع را می‌توان به این شکل تعبیر کرد که اگر در پژوهش‌هایی از این دست، این فرضیات مورد بررسی و آزمون مجدد قرار بگیرند، به احتمال بسیار بالایی مجدداً تأثیرگذاری و تأثیرپذیری‌شان تأیید خواهد شد. در این پژوهش متغیرهای حمایت سازمانی ادراک‌شده، اعتبار خارجی ادراک‌شده، فرهنگ سازمانی، خلاقیت، تعامل کاری، هویت سازمانی، عدالت سازمانی، در این محدوده قرار گرفتند. گروه دوم متغیرهایی هستند که اندازه اثر محاسبه‌شده آن‌ها در بازه متوسط و بین حدود بالا و پایین بین ۳٪ تا ۵٪ قرار دارد. فرضیه‌های این گروه نسبت به گروه قبل از قوت و اطمینان کمتری برخوردار هست. در این پژوهش متغیرهای

Funnel Plot of Standard Error by Fisher's Z



شکل ۲ نمودار قیفی پژوهش

مطالعات در بالای نمودار جمع شده‌اند و این بیانگر نبود سوگیری انتشار است. همچنین روش اصلاح و برازش دوال و تونیدی جهت ارزیابی و تعدیل سوگیری انتشار به کار می‌رود. شکل ۳ و جدول ۷، نتایج روش اصلاح و برازش دوال و تونیدی را نشان می‌دهد.

از لحاظ تفسیری در نمودارهای قیفی شکل، مطالعاتی که خطای استاندارد پایین دارند در بالای قیف جمع می‌شوند و دارای سوگیری انتشار نیستند؛ اما هر چه مطالعات به سمت پایین قیف کشیده می‌شوند خطای استاندارد آن‌ها بالا می‌رود و سوگیری انتشارشان افزایش می‌یابد؛ بنابراین، شکل ۲، نشان می‌دهد که

Duval and Tweedie's trim and fill

	Fixed Effects			Random Effects			Q Value
	Studies Trimmed	Point Estimate	Lower Limit	Upper Limit	Point Estimate	Lower Limit	
Observed values		0.60063	0.59657	0.60466	0.42080	0.36003	0.47801 16702.8766
Adjusted values	0	0.60063	0.59657	0.60466	0.42080	0.36003	0.47801 16702.8766

شکل ۳ چینش و تکمیل دووال و تونیدی در حالت ثابت

جدول ۷ اصلاح و برازش دووال و تونیدی در حالت ثابت

مقدار Q	اثر تصادفی			اثر ثابت			
	حد بالا	حد پایین	تخمین نقطه‌ای	حد بالا	حد پایین	تخمین نقطه‌ای	
تعداد مطالعات مورد نیاز = ۰							
۱۶۷۰۲/۸۷۶۶	۰/۴۷۸۰۱	۰/۳۶۰۰۳	۰/۴۲۰۸۰	۰/۶۰۴۶۶	۰/۵۹۶۵۷	۰/۶۰۰۶۳	ارزش مشاهدات
۱۶۷۰۲/۸۷۶۶	۰/۴۷۸۰۱	۰/۳۶۰۰۳	۰/۴۲۰۸۰	۰/۶۰۴۶۶	۰/۵۹۶۵۷	۰/۶۰۰۶۳	ارزش تعدیل‌شده

درصد (۰/۳۶۰۰۳-۰/۴۷۸۰۱) با ارزش تعدیل‌یافته برابر است. مقدار Q نیز برای هر دو ارزش مشاهده‌شده و تعدیل‌یافته برابر ۱۶۷۰۲/۸۷۶۶ به دست آمد. چنان‌که نمودار فائل در شکل بالا نیز نشان داد توسط چینش و تکمیل نقطه‌ای که نشان‌دهنده پژوهش متناسب باشد وجود ندارد (نقطه پررنگ در نمودار). جدول ۸، نتایج آزمون N ایمن از خطا را در این پژوهش نشان می‌دهد.

طبق خروجی اعلام‌شده توسط نرم‌افزار که در جدول ۹ نشان داده شده است این مطالعه و فراتحلیل به‌منظور کامل شدن نیازی به مطالعه دیگری ندارد و همان‌طور که مشهود است، ارزش مشاهده‌شده با ارزش تعدیل‌شده در مدل اثر ثابت و در مدل اثرات تصادفی، برابر است. بر اساس مدل اثر ثابت برآورد نقطه‌ای ۰/۶۰۰۶۳ و فاصله اطمینان ۹۵ درصد (۰/۶۰۴۶۶-۰/۵۹۶۵۷) با ارزش تعدیل‌یافته برابر است. بر اساس مدل اثر تصادفی نیز، برآورد نقطه‌ای ۰/۴۲۰۸۰ و فاصله اطمینان ۹۵

جدول ۸ محاسبات N ایمن از خطا (تعداد ناکامل بی‌خطر) کلاسیک

۱۲۵/۴۲۰۴۱	مقدار Z برای مطالعات مشاهده‌شده
۰/۰۰۰	مقدار P برای مطالعات مشاهده‌شده
۰/۰۵	آلفا
۲	باقیمانده (دنباله)
۱/۹۵۹۹۶	Z برای آلفا
۱۴۲	تعداد مطالعات مشاهده‌شده
۱۱۳۳۰	تعداد مطالعات گم‌شده‌ای که مقدار P به آلفا می‌رساند

کوکران (Q) در قالب طرح یک فرضیه، به بررسی همگونی یا ناهمگونی اندازه اثرهای به‌دست‌آمده می‌پردازد. در اینجا فرض صفر بیانگر عدم معناداری اندازه اثرهای به‌دست‌آمده است و فرضیه مقابل بر وجود تفاوت معنادار میان اندازه اثرهای به‌دست‌آمده دلالت می‌کند. جدول ۹، نتایج آزمون کوکران (Q) این پژوهش را نشان می‌دهد.

بر اساس جدول ۱۰، باید ۱۱۳۳۰ مطالعه دیگر صورت گرفته و بررسی شود تا مقدار P دوسویه ترکیب‌شده از ۰/۰۵ درصد تجاوز نکند. این به این معنی است که باید ۱۱۳۳۰ مطالعه دیگر انجام گیرد تا در نتایج نهایی محاسبات و تحلیل‌ها خطایی رخ ندهد و این نتیجه دقت و صحت بالای اطلاعات و نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش را نشان می‌دهد. اطلاعات و نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش را نشان می‌دهد. همچنین آزمون

جدول ۹ مقادیر بررسی همگنی داده‌ها

آماره Z	سطح معنادار	سطح خطا	نتیجه آزمون
۱۲۵/۴۲۰۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۵	رد فرضیه صفر

اطلاعات خارجی است که در معرض آن قرار دارند. عمل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) نشانه تصویر مثبت سازمان به کارکنان و سایر ذینفعان است؛ بنابراین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) منجر به درک کارکنان از اعتبار خارجی می‌شود. در نتیجه عملکرد کارکنان و سازمان را بهبود می‌بخشد. فرهنگ‌سازمانی نیز دارای اندازه اثر (۰/۶۹۶) است؛ که با یافته‌های، ایزت‌ال-هلال‌مه^۸ و همکاران (۲۰۲۰)، رامچنی و همکاران (۲۰۲۰) و سلیمی (۲۰۱۷) همخوانی دارد؛ بنابراین درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) منجر به اثربخش بودن کارکنان می‌شود؛ و راز اثربخشی سازمان است و فرهنگ‌سازمانی، نظام اعتقادات و ارزش‌های مشترک کارکنان سازمان است که در رفتار آنان تأثیر می‌گذارد. خلاقیت نیز دارای اندازه اثر (۰/۶۶۲) است؛ که با یافته‌های، چوداری و آخوری^۹ (۲۰۱۸)، برامر^۸ و همکاران (۲۰۱۵) و هور^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. علاوه بر این، عملکرد اجتماعی خوب یک سازمان نیز به کارکنان نشان می‌دهد که آن‌ها در محیطی کار خواهند کرد که نوآوری و خلاقیت را در برمی‌گیرد و این امر کارکنان را تشویق می‌کند تا در فعالیت‌های خلاقانه شرکت کنند. تعامل کاری نیز دارای اندازه اثر (۰/۶۵۸) است؛ که با یافته‌های چوداری و آخوری (۲۰۱۸)، فاروق و سلام^{۱۱} (۲۰۲۰) و ایلخانی‌زاده و کاراآپ^{۱۱} (۲۰۱۷) همخوانی دارد. تحقیقات موجود همچنین نشان می‌دهند که درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) ارتباط مثبتی با تعامل کاری و رضایت شغلی دارد. تعامل کاری به یک وضعیت کاری رضایت‌بخش اشاره دارد که مشخصه آن، سرزندگی، فداکاری و غوطه‌وری است. عملکرد خوب اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) این پیغام را می‌رساند که کارکنان می‌توانند به دیگران و جامعه خدمت کنند. هویت‌سازمانی نیز دارای اندازه اثر (۰/۵۸۹) است؛ که با یافته‌های دی روک^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۴)، ذوالفقار^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۹) و جمالی^{۱۴} و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. هویت‌سازمانی منعکس‌کننده میزانی است که افراد خود

با توجه به این‌که در سطح اطمینان ۹۵٪ سطح معنادار از میزان خطا (۵٪) کوچکتر است. H0 رد و H1 پذیرفته می‌شود؛ یعنی میان اندازه اثرهای به‌دست‌آمده تفاوت معنادار وجود دارد و این به معنای ناهمگون بودن اندازه اثرهای به‌دست‌آمده است.

۵ بحث و نتیجه‌گیری

فرا تحلیل با یکپارچه‌سازی نتایج پژوهش‌های مختلف که روی نمونه‌های متفاوت اجرا شده‌اند دیدگاه جامع‌تری از اثر متغیرهای گوناگون ارائه می‌دهد. در این روش، نتایج مطالعات پیشین با یکدیگر ترکیب و میزان تأثیر هر عامل و میزان اهمیت هر یک از آن‌ها تحلیل می‌شود. در پژوهش حاضر با استفاده از روش فراتحلیل نتایج تحقیقات گوناگون درباره پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بررسی شد. بر اساس نتایج فرا تحلیل از بین پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) متغیر حمایت سازمانی ادراک‌شده، بیشترین اندازه اثر (۰/۷۶۳) را دارد که با یافته‌های، گلاواس و کین‌کلی^۱ (۲۰۱۴)، گلاواس^۲ (۲۰۱۶)، فاطما^۳ و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. میزان حمایت سازمانی ادراک‌شده توسط کارمندان بیانگر احساس درونی کارکنان در رابطه با مراقبت و توجه سازمان است. کارکنانی که احساس کنند از طرف سازمان به‌خوبی حمایت می‌شوند، همواره فکر می‌کنند در شرایط احساس نیاز به پشتیبانی برای کار یا زندگی، سازمان متبوعشان به‌موقع و به‌خوبی از آن‌ها حمایت خواهد کرد. اشکال مختلف حمایت سازمانی، کارکنان را تشویق می‌کند که به‌صورت خودکار کارها را مدیریت و رهبری نمایند و این درنهایت باعث افزایش بهره‌وری سازمانی خواهد شد. اعتبار خارجی ادراک‌شده نیز دارای اندازه اثر (۰/۷۲۹) است؛ که با یافته‌های، عزیززی و همکاران (۲۰۱۸)، احمد^۴ و همکاران (۲۰۲۰)، سو و سوانسون^۵ (۲۰۱۹) همخوانی دارد. اعتبار خارجی درک شده یعنی برداشت کارکنان از این است که چگونه دیگران سازمان آن‌ها را ارزیابی می‌کنند؛ و همچنین شامل قضاوت‌های کارکنان از اعتبار سازمان بر اساس

8. Brammer

9. Hur

10. Farooq & Salam

11. Ilkhanizadeh & Karatepe

12. De Roeck

13. Zulfqar

14. Jamali

1. Glavas & Ken Kelley

2. Glavas

3. Fatma

4. Ahmad

5. Su & Swanson

6. Izzat Alhalalmeh

7. Chaudhary & Akhouri

مدیران کمک شایانی نماید. ابتکار یا ارزش مقاله شناسایی پیامدهای مهم مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بر روی کارکنان با روش فرا تحلیل نوآوری اصلی این پژوهش بوده که می‌تواند الگویی برای سایر تحقیقات باشد.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارائه می‌شود:

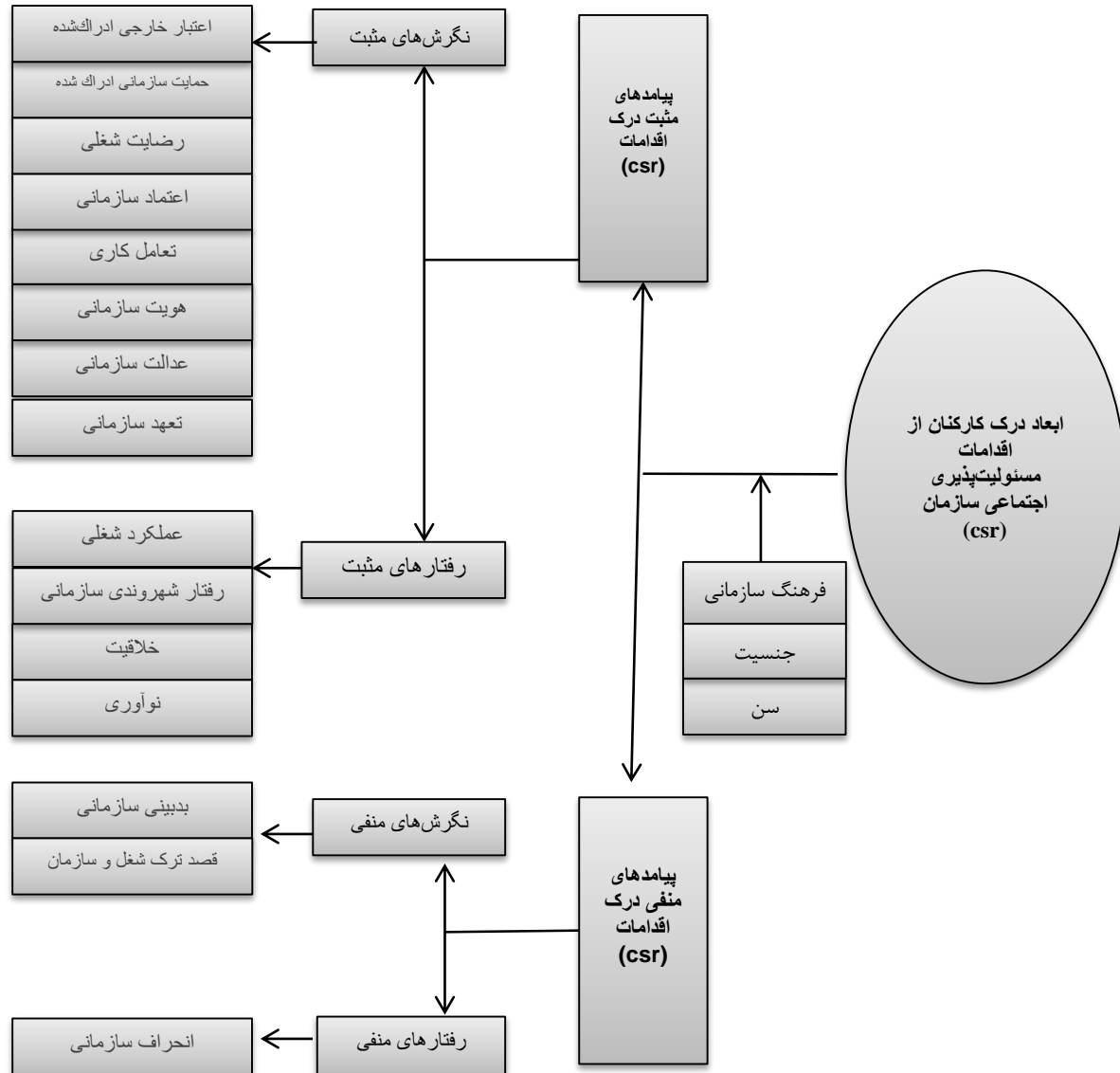
- با توجه به یافته‌های پژوهش به محققان پیشنهاد می‌شود پیامدهایی را که دارای اندازه اثر بالا (بیش از ۰/۵) هستند به‌صورت تجربی در سازمان‌ها و جامعه مورد مطالعه تجربی قرار دهند.
- این نتایج با بررسی مطالعات کمی به‌دست‌آمده است. بررسی مطالعات کمی می‌تواند بخشی از واقعیت را درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) نمایان سازد. به محققان آینده پیشنهاد می‌شود به تحلیل کیفی (روش فراترکیب) پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) بپردازند. سپس یافته‌های فرا تحلیل را با نتایج فراترکیب مقایسه کنند تا اطمینان بیشتری در زمینه پیامدها حاصل شود. به محققان آینده پیشنهاد می‌شود به‌مرور نظام‌مند پیامدها در هر سه دسته از مطالعات کمی و کیفی و آمیخته بپردازند تا دید جامع‌تری درباره پیامدهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان حاصل شود.
- نهایتاً به محققان آینده پیشنهاد می‌شود به بررسی پیامدهای هر یک از عناصر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR)، شامل مسئولیت اقتصادی و مسئولیت قانونی و مسئولیت اخلاقی و مسئولیت بشردوستانه بپردازند و عوامل مداخله‌گر و میانجی بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) و پیامدها را بررسی کنند.

را از نظر عضویت در سازمان تعریف می‌کنند. رفتارهای مسئولانه سازمانی تصویر مثبت سازمان را نشان می‌دهد که حس غرور برای کارکنان فراهم می‌کند و این نوع غرور سازمانی منجر به افزایش در هویت‌سازمانی خواهد شد. عدالت سازمانی نیز دارای اندازه اثر (۰/۵۶۶) است؛ که با یافته‌های جوا و همکاران (۲۰۱۶)، جانگ^۲ و علی (۲۰۱۷)، مون^۳ و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد. درک عدالت سازمانی برداشت کارکنان از انصاف کلی سازمان است. عملکرد و اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) این پیام را می‌رساند که سازمان به کارکنان احترام گذاشته، نگران آن‌ها بوده و رفتار منصفانه‌ای با آن‌ها دارد، چون مسئولیت نسبت به کارکنان یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌هایی است که سازمان باید بر عهده بگیرد.

این پژوهش به‌عنوان یک مرجع قابل اعتماد برای راهنمایی مطالعات آتی برای کشف روابط بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) ادراک‌شده و واکنش‌های کارکنان، توضیح مکانیسم‌های نفوذ داخلی روابط و شناسایی بیشتر عوامل زمینه‌ای که ممکن است بر روابط تأثیر بگذارند، عمل می‌کند. این مطالعه بر تأثیرات روانی و انگیزشی تأکید دارد که اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) ممکن است برای کارکنان به ارمغان بیاورد و ترکیب پژوهش (CSR) با پژوهش در روانشناسی سازمانی را تقویت و ارتقا می‌دهد. این پژوهش همچنین مفاهیم عملی مهمی ارائه می‌کند؛ که درک اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) منجر به مجموعه‌ای از نگرش‌های و رفتارهای مطلوب در کارکنان می‌شوند؛ و شواهد مستقیمی را برای سازمان‌ها و مدیران برای مشارکت در اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) فراهم می‌کند. خروجی این پژوهش که برای اولین بار در حوزه مطالعات مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان (CSR) روی نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان با روش فرا تحلیل انجام شد، می‌تواند در شناخت پیامدهای مهم و پیش‌بینی اقدامات به

3. Moon

1. Joo
2. Jung



شکل ۴: مدل خلاصه نتایج تحقیق

۶ منابع

Abdelmoteleb, M., & Saha, S. K. (2018). Corporate social responsibility, public service motivation and organizational citizenship behavior in the public sector. *International Journal of Public Administration*, 42(11), 929-939.

Abdullah, M. I., Ashraf, S., & Sarfraz, M. (2017). The organizational identification perspective of CSR on creative performance: The moderating role of creative self-efficacy. *Sustainability*, 9(11), 2125.

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about CSR: A review and

- research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968.
- Ahmad, R., Ahmad, S., Islam, T., & Kaleem, A. (2020). The nexus of corporate social responsibility (CSR), affective commitment and organisational citizenship behaviour in academia: A model of trust. *Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 232-247.
- Alonso-Almeida, M. D. M., Perramon, J., & Bagur-Femenias, L. (2017). Leadership styles and corporate social responsibility management: Analysis from a gender perspective. *Business Ethics: A European Review*, 26(2), 147–161.
- Arman, M., & Nikkhah Keyarmash, R. (2017). The Study of Relationship between Perceived Organizational Reputation and Turnover Intention with the Mediation of Job Satisfaction. *Organizational Culture Management*, 15(3), 503-527. (In Persian)
- Asante Boadi, E., He, Z., Bosompem, J., Opat, C. N., & Boadi, E. K. (2020). Employees' perception of corporate social responsibility (CSR) and its effects on internal outcomes. *The Service Industries Journal*, 40(9-10), 611-632.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Asrar-ul-Haq, M., Kuchinke, K. P., & Iqbal, A. (2017). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction, and organizational commitment: Case of Pakistani higher education. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2352-2363.
- Azizi, N., Mohseni, R., & Tajeddin, M. B. (2018). Internal and External Activities of Corporate Social Responsibility in the Banking System and Its Relationship with Social Capital. *Journal of Sociology of Social Institutions*, 5(11), 321-352. (In Persian)
- Azvar, H., Kazemi, M. (2014). Specification of corporate social responsibility effect on relationship quality and its outcomes (Case study: Kayson Construction & Engineering Services Company). *Journal of Business Management*, 6(4), 665-685. (In Persian)
- Badulescu, A., Badulescu, D., Saveanu, T., & Hatos, R. (2018). The relationship between firm size and age, and its social responsibility actions—Focus on a developing country (Romania). *Sustainability*, 10(3), 805.
- Bocquet, R., Le Bas, C., Mothe, C., & Poussing, N. (2019). Strategic CSR for innovation in SMEs: Does diversity matter?. *Long Range Planning*, 52(6), 101913.
- Boğan, E., & Dedeoğlu, B. B. (2020). Hotel employees' corporate social responsibility perception and organizational citizenship behavior: Perceived external prestige and pride in organization as serial mediators. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2342-2353.
- Brammer, S., He, H., & Mellahi, K. (2015). Corporate social responsibility, employee organizational identification, and creative

- effort: The moderating impact of corporate ability. *Group & Organization Management*, 40 (3), 323-352.
- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of CSR to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
- Bravo, R., Buil, I., De Chernatony, L., & Martínez, E. (2017). Brand Identity Management and Corporate Social Responsibility: an analysis from employees' perspective in the banking sector. *Journal of Business Economics and Management*, 18(2), 241-257.
- Broom, G. M., Casey, S., & Ritchey, J. (2000). Concept and theory of organization- public relationships. In J. A. Ledingham, & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (pp. 3-22). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Carstensen, L. L., Mikels, J. A., & Mather, M. (2006). Fifteen-aging and the intersection of cognition, motivation, and emotion. *Handbook of the Psychology of Aging*, 343-362.
- Chaudhary, R. (2017). Corporate social responsibility and employee engagement: can CSR help in redressing the engagement gap?. *Social Responsibility Journal*, 13(2), 323-338.
- Chaudhary, R., & Akhouri, A. (2018). Linking corporate social responsibility attributions and creativity: Modeling work engagement as a mediator. *Journal of cleaner production*, 190, 809-821.
- Chaudhary, R., & Akhouri, A. (2019). CSR perceptions and employee creativity: Examining serial mediation effects of meaningfulness and work engagement. *Social Responsibility Journal*, 15(1), 61-74.
- Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., Úbeda-García, M., García-Lillo, F., Rienda-García, L., Zaragoza-Sáez, P. C., ... & Poveda-Pareja, E. (2020). Students' perception of CSR and its influence on business performance. A multiple mediation analysis. *Business Ethics: A European Review*, 29(4), 722-736.
- Cohen, J. (1998). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (second edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- De Roeck, K., El Akremi, A., & Swaen, V. (2016). Consistency matters! How and when does CSR affect employees' organizational identification? *Journal of Management Studies*, 53(7), 1141-1168.
- De Roeck, K., Marique, G., Stinglhamber, F., & Swaen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility:

- mediating roles of overall justice and organisational identification. *The international journal of human resource management*, 25(1), 91-112.
- Dehghani-Soltani, M., Mesbahi, M., & Hoseinkhani Naniz, M. (2019). The effect of psychological capital and social responsibility on emotional organizational commitment and creativity of employees. *Human Resource Management in The Oil Industry*, 11(41), 95-128. (In Persian)
- Dhanesh, G. S. (2014). CSR as organization–employee relationship management strategy: A case study of socially responsible information technology companies in India. *Management Communication Quarterly*, 28(1), 130–149.
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2015). CSR, multi-faceted job-products, and employee outcomes. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 319–335.
- El Akremi, A., Gond, J. P., Swaen, V., De Roeck, K., & Igalens, J. (2018). How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale. *Journal of management*, 44(2), 619-657.
- El-Kassar, A. N., Yunis, M., & El-Khalil, R. (2017). The mediating effects of employee-company identification on the relationship between ethics, corporate social responsibility, and organizational citizenship behavior. *Journal of Promotion Management*, 23(3), 419-436.
- Erdogan, B., Bauer, T. N., & Taylor, S. (2015). Management commitment to the ecological environment and employees: Implications for employee attitudes and citizenship behaviors. *Human Relations*, 68(11), 1669–1691.
- Farooq, M. S., & Salam, M. (2020). Nexus between CSR and DSIW: a PLS-SEM approach. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 1-21.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 563–580.
- Farooq, O., Rupp, D. E., & Farooq, M. (2017). The multiple pathways through which internal and external CSR influence organizational identification and multifoci outcomes: The moderating role of cultural and social orientations. *Academy of Management Journal*, 60(3), 954–985.
- Farrukh, M., Sajid, M., Lee, J. W. C., & Shahzad, I. A. (2020). The perception of corporate social responsibility and employee engagement: Examining the underlying mechanism. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 760-768.
- Fatma, M., Khan, I., & Rahman, Z. (2019). Striving for legitimacy through CSR: An exploration of employees responses in controversial industry sector. *Social Responsibility Journal*, 15(7), 924-938.

- Fryzel, B., & Seppala, N. (2016). The effect of CSR evaluations on affective attachment to CSR in different identity orientation firms. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 310–326.
- Gahlawat, N., & Kundu, S. C. (2018). Exploring the connection between socially responsible HRM and citizenship behavior of employees in Indian context. *Journal of Indian Business Research*, 13(1), 78-91.
- Gaudêncio, P., Coelho, A., & Ribeiro, N. (2019). Impact of CSR perceptions on workers' innovative behaviour: exploring the social exchange process and the role of perceived external prestige. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(1-2), 151-173.
- Gaudencio, P., Coelho, A., & Ribeiro, N. (2020). The impact of CSR perceptions on workers' turnover intentions: exploring the supervisor exchange process and the role of perceived external prestige. *Social Responsibility Journal*, 17(4), 543-561.
- Ghorbanizadeh, V. (2018). *Research method of meta-analysis with cma2 software*. Bazetab Publications, Tehran. (In Persian)
- Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review. *Frontiers in Psychology*, 7, 144. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00144>
- Glavas, A., & Kelley, K. (2014). The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes. *Business Ethics Quarterly*, 24(2), 165-202.
- Goldberg, C. B., & Allen, D. G. (2010). Black and white and read all over: Race differences in reactions to recruitment web sites. *Human Resource Management*, 47(2), 217–236.
- Gond, J. P., El Akremi, A., Swaen, V., & Babu, N. (2017). The psychological microfoundations of CSR: A person-centric systematic review. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 225–246.
- Grabner-Kräuter, S., Breitenecker, R. J., & Tafolli, F. (2021). Exploring the relationship between employees' CSR perceptions and intention to emigrate: Evidence from a developing country. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 30, 87-102.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2000). *Behavior in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of Work*. New Jersey: Prentice Hall, Inc., 7th Ed.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), 254–280.
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2019). Corporate social responsibility and work engagement: Evidence from the hotel industry. *Tourism Management Perspectives*, 31, 195-208.
- Haghighatian, M., Hashemianfar, S., & Moradi, G. (2013). Investigating the Effect of Religious

- Attitudes on Employees' Social Responsibility: A Case Study of Kermanshah Oil Company. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 1(2), 79-114. (In Persian)
- Haghighatian, M., Hashemianfar, S., & Moradi, G. (2013). The Survey of the Effect of Organizational Socialization on Social Responsibility of Employee's in Kermanshah Oil Company. *Journal of Applied Sociology*, 24(3), 71-96. (In Persian)
- Hansen, S. D., Dunford, B. B., Boss, A. D., Boss, R. W., & Angermeier, I. (2011). Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: A cross-disciplinary perspective. *Journal of business ethics*, 102(1), 29-45.
- Holowzki, A. (2002). "The relationship between knowledge management and organizational culture". *University of Oregon; Applied information management program*, December.
- Holtbrügge, D., & Oberhauser, M. (2019). CSR orientation of future top managers in India. *Journal of Indian Business Research*, 11(2), 162-178.
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Choi, W. H. (2021). The role of job crafting and perceived organizational support in the link between employees' CSR perceptions and job performance: A moderated mediation model. *Current Psychology*, 40(7), 3151-3165.
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Ko, S. H. (2018). How employees' perceptions of CSR increase employee creativity: Mediating mechanisms of compassion at work and intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics*, 153(3), 629-644.
- Ibrahim, N. A., & Angelidis, J. P. (1994). Effect of board members' gender on corporate social responsiveness orientation. *Journal of Applied Business Research*, 10(1), 35-40.
- Ilkhanizadeh, S., & Karatepe, O. M. (2017). An examination of the consequences of corporate social responsibility in the airline industry: Work engagement, career satisfaction, and voice behavior. *Journal of Air Transport Management*, 59, 8-17.
- Izzat Alhalalmeh, M., Mohammad Almomani, H., Altarifi, S., Zakariya Al-Quran, A., Abraheem Shlash Mohammad, A., & Ibraheem Shelash Al-Hawary, S. (2020). The Nexus between Corporate Social Responsibility and Organizational Performance in Jordan: The Mediating Role of Organizational Commitment and Organizational Citizenship behavior. *TEST Engineering & Management*, 83, 6391 – 6410.
- Jamali, D., Samara, G., Zollo, L., & Ciappei, C. (2020). Is internal CSR really less impactful in individualist and masculine Cultures? A multilevel approach. *Management Decision*, 58(2), 362-375.
- Ji, S., & Jan, I. U. (2019). The impact of perceived corporate social responsibility on frontline employee's emotional labor strategies. *Sustainability*, 11(6), 1780.
- Jia, Y., Yan, J., Liu, T., & Huang, J. (2019). How does internal and external CSR affect

- employees' work engagement? Exploring multiple mediation mechanisms and boundary conditions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(14), 2476.
- Joo, Y. R., Moon, H. K., & Choi, B. K. (2016). A moderated mediation model of CSR and organizational attractiveness among job applicants: Roles of perceived overall justice and attributed motives. *Management Decision*, 54(6), 1269-1293.
- Jung, H. J., & Ali, M. (2017). Corporate social responsibility, organizational justice and positive employee attitudes: In the context of Korean employment relations. *Sustainability*, 9(11), 1992.
- Kahreh, M. S., Babania, A., Tive, M., & Mirmehdi, S. M. (2014). An examination to effects of gender differences on the corporate social responsibility (CSR). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 664-668.
- Khan, M. A. S., Du, J., & Anwar, F. (2021). Corporate social responsibility and the reciprocity between employee perception, perceived external prestige, and employees' emotional labor. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 61-75.
- Ko, S. H., Moon, T. W., & Hur, W. M. (2018). Bridging service employees' perceptions of CSR and organizational citizenship behavior: The moderated mediation effects of personal traits. *Current psychology*, 37(4), 816-831.
- Koene, B. A., Vogelaar, A. L., & Soeters, J. L. (2002). Leadership effects on organizational climate and financial performance: Local leadership effect in chain organizations. *The Leadership Quarterly*, 13(3), 193-215.
- Konjkave-Monfared, A., Ghaffari, M. (2019). Examining the Impact of Social Responsibility, Organizational Justice and Internal Marketing on the Employees' Turnover Intentions in Yazd University, 9(30), 45-60. (In Persian)
- Kucharska, W., & Kowalczyk, R. (2019). How to achieve sustainability?—Employee's point of view on company's culture and CSR practice. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 453-467.
- Lee, E. M., Park, S. Y., & Lee, H. J. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*, 66(10), 1716-1724.
- Lee, M. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10, 53-73.
- Lin, C. P. (2010). Modeling corporate citizenship, organizational trust, and work engagement based on attachment theory. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 517-531.
- Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Wang, C., Petkeviciute, N., & Streimikis, J. (2020). Gender difference in corporate social responsibility implementation in Lithuanian SMEs. *Oeconomia Copernicana*, 11(3), 549-569.

- Malekzadeh, G., Kamil Afloog Alhasnawi, W., & Adibzadeh, M. (2019). The Impact of Ethical Social Responsibility and Spiritual Community on Occurrence of Deviant Behaviors in the Workplace: mediating role of Affective Commitment (Case of: Ferdowsi University of Mashhad). *Career and Organizational Counseling*, 11(39), 9-28. (In Persian)
- McNamara, T. K., Carapinha, R., Pitt-Catsoupes, M., Valcour, M., & Lobel, S. (2017). Corporate social responsibility and employee outcomes: The role of country context. *Business Ethics: A European Review*, 26(4), 413-427.
- Montgomery, C., & Stone, G. (2009). Revisiting consumer environmental responsibility: A five nation cross-cultural analysis and comparison of consumer ecological opinions and behaviors. *International Journal of Management and Marketing Research*, 2(1), 35-58.
- Moon, T. W., Hur, W. M., Ko, S. H., Kim, J. W., & Yoon, S. W. (2014). Bridging corporate social responsibility and compassion at work: Relations to organizational justice and affective organizational commitment. *Career Development International*, 19(1), 49-72.
- Moshabaki, A., & Khalili-Shojaei, V. (2011). Investigating the Relationship between Organization Culture and Corporate Social Responsibility (CSR) (Case Study: Energy Ministry). *Journal of Applied Sociology*, 21(4), 37-56. (In Persian)
- Mostafa, A. M. S., & Shen, J. (2020). Ethical leadership, internal CSR, organisational engagement and organisational workplace deviance. *Evidence-based HRM: a Global Forum for Empirical Scholarship*, 8(1), 113-127.
- Mueller, M., Dos Santos, V. G., & Seuring, S. (2009). The contribution of environmental and social standards towards ensuring legitimacy in supply chain governance. *Journal of Business ethics*, 89(4), 509-523.
- Navidi Nekoo, R., Arianfar, K., Honarmand, H., & Nozari, L. (2015). Factors influencing organizational effectiveness from the perspective of corporate social responsibility. *Future study Management*, 23 (4), 43-54. (In Persian)
- Nejati, M., Brown, M. E., Shafaei, A., & Seet, P. S. (2020). Employees' perceptions of corporate social responsibility and ethical leadership: are they uniquely related to turnover intention?. *Social Responsibility Journal*, 17(2), 181-197.
- Newman, A., Nielsen, I., & Miao, Q. (2015). The impact of employee perceptions of organizational corporate social responsibility practices on job performance and organizational citizenship behavior: Evidence from the Chinese private sector. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(9), 1226-1242.
- Panagopoulos, N. G., Rapp, A. A., & Vlachos, P. A. (2016). I think they think we are good citizens: Meta-perceptions as antecedents of employees' reactions to CSR. *Journal of Business Research*, 69(8), 2781-2790.

- Parche-foroosh, M. (2016) *The effect of organizational social responsibility on employee citizenship behavior with mediating role and organizational identity Organizational commitment*. Master Thesis in Business Management. Tabriz University. (In Persian)
- Raei-Dehaghi, M. (2018). The Effects of the Employees' Corporate Social Responsibility Perception on the Job Performance: A Case in The South Zagros Oil & Gas Company. *Strategic Studies in Petroleum and energy Industry*, 10(37), 183-208. (In Persian)
- Rahchamani, A., & Kavousi, K. (2020). Surveying Influence of Organization's Social Responsibility and Consumer's Trust Aspects on Organization's Reputation. *Commercial Strategies*, 12(5), 69-82. (In Persian)
- Raiesi, Z. (2016). *The effect of social responsibility on the performance of the postal organization (Case study of Tehran province)*. Master Thesis in Public Administration. Tehran Azad University. (In Persian)
- Rodrigo, P., Aqueveque, C. O., & Duran, I. J. (2019). Do employees value strategic CSR? A tale of affective organizational commitment and its underlying mechanisms. *Business Ethics: A European Review*, 28(4), 459-475.
- Rowshan, S., Farzaneh Hassanzadeh, J. (2014). The Impact of CSR on Organizational Relationship Quality and Outcomes. *Organizational Behaviour Studies Quarterly*, 2(3), 136-109. (In Persian)
- Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). CSR: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 211-236.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to CSR: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior*, 27(4), 537-543.
- Salimi, M. (2018). Effect of Organizational Culture on Social Responsibility and Organizational Commitment in Staff of Sport and Youth Departments: the Mediator Role of Professional Ethics. *Organizational Culture Management*, 15(4), 925-946. (In Persian)
- Salmani, D., Modaresi, S., Nourian, K., & Salmani, A. (2015). The impact of employees' judgments of corporate social responsibilities programs on extra-role behaviors and in-role job performance: with an emphasis on the mediating role of affective commitment. *Journal of Public Administration*, 7(2), 259-276. (In Persian)
- Sastararujji, D., & Wottrich, V. H. (2008). Exploring CSR in Sweden, Thailand and Brazil insights from the construction industry. *Umea University, Sweden*, 1-83.
- Serrano Archimi, C., Reynaud, E., Yasin, H. M., & Bhatti, Z. A. (2018). How perceived corporate social responsibility affects employee cynicism: The mediating role of organizational trust. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 907-921.

- Shahzadi, G., Qadeer, F., John, A., & Jia, F. (2019). CSR and identification: The contingencies of employees' personal traits and desire. *Social Responsibility Journal*, 16(8), 1239-1251.
- Sheel, R. C., & Vohra, N. (2016). Relationship between perceptions of CSR and organizational cynicism: The role of employee volunteering. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(13), 1373-1392.
- Soewarno, N., & Nugroho, D. A. (2020). Influence of CEO Characteristics to Firm Performance with CSR as A Mediation Variable. *Elementary Education Online*, 19(4), 403-417.
- Soltani, M., Nejat, S., & Jafari, K. K. (2016). Exploring the effects of CSR on organizational commitment: The mediating role of corporate culture (A study in a public hospital). *Organizational Behaviour Studies Quarterly*, 4(15), 172-145. (In Persian)
- Spanjol, J., Tam, L., & Tam, V. (2015). Employer-employee congruence in environmental values: An exploration of effects on job satisfaction and creativity. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 117-130.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism management*, 72, 437-450.
- Suh, Y. J. (2016). The role of relational social capital and communication in the relationship between CSR and employee attitudes: A multilevel analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 23(4), 410-423.
- Tabarsa, G., Rezaian, A., Azar, A., & Alikhani, H. (2012). Explanation and Designing a Model of Social Responsibility. *Journal of Strategic Management Studies*, 2(8), 83-102. (In Persian)
- Tafolli, F., & Grabner-Kräuter, S. (2020). Employee perceptions of corporate social responsibility and organizational corruption: empirical evidence from Kosovo. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20(7), 1349-1370.
- Treadway, D. C., Breland, J. W., Adams, G. L., Duke, A. B., & Williams, L. A. (2010). The interactive effects of political skill and future time perspective on career and community networking behavior. *Social Networks*, 32(2), 138-147.
- Turker, D. (2009a). How CSR influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance- financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.
- Wisse, B., van Eijbergen, R., Rietzschel, E. F., & Scheibe, S. (2018). Catering to the needs of an aging workforce: The role of employee age in the relationship between CSR and employee satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 147(4), 875-888.

- Wu, L. Z., Kwan, H. K., Yim, F. H. K., Chiu, R. K., & He, X. (2015). CEO ethical leadership and corporate social responsibility: A moderated mediation model. *Journal of Business Ethics*, 130(4), 819-831.
- Yilmaz, A. K., Ali, I., & Flouris, T. (2015). The effect of CSR on pride in membership, job satisfaction and employee engagement. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 9(4), 1-12.
- Zarandi, S , Madani, J, Ranjbarkobotrkhani, M, Khodaei, N, & Sarvari, S. (2018)The role of Corporate Social Responsibility in Organizational Health Promotion of Policy in Public Cector (case study of the Ministry of Industries and Business of Islamic Republic of Iran). *Public Policy In Administration*, 9(1), 33-52. (In Persian)
- Zientara, P., Kujawski, L., & Bohdanowicz-Godfrey, P. (2015). Corporate social responsibility and employee attitudes: evidence from a study of Polish hotel employees. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 859-880.
- Zulfiqar, S., Sadaf, R., Popp, J., Vveinhardt, J., & Máté, D. (2019). An examination of corporate social responsibility and employee behavior: The case of Pakistan. *Sustainability*, 11(13), 1-15.