



The Effect of Corporate Social Responsibility on Organizational Citizenship Behavior: Mediating Roles of Occupational Involvement, Job Satisfaction, and Employees Voice

Mohsen Akbari¹, Adel Azar², Ayoob Mehdi Haji Mahmoudloo³, Seyyed Hassan Aletaha⁴

Abstract

Background & Purpose: Willingness to take voluntary and constructive actions in an organization depends on the alignment of different stakeholders' values. This study analyzed the effect of corporate social responsibility on organizational citizen behavior through the mediating roles of occupational involvement, job satisfaction, and employee voice.

Methodology: This is an applied descriptive-correlational study, in which the statistical population included 326 employees working at the National Iranian Oil Refining and Distribution Company in Guilan Province. The simple random sampling method was used to select 177 employees as the statistical sample; the confirmatory factor analysis and the structural equation modeling (SEM) technique were used for data analysis in SPSS and LISREL.

Findings: Corporate social responsibility has significant relationships with organizational citizen behavior, occupational involvement, job satisfaction, and employee voice. Occupational involvement, job satisfaction, and employee voice affects organizational citizen behavior and has a mediating role in the effect on corporate social responsibility on organizational citizen behavior.

Conclusion: Focusing on corporate social responsibility can involve employees in their jobs so that they can actively and voluntarily participate in organizations with their consent to achieve organizational goals.

Keywords: *Organizational Citizen Behavior, Corporate Social Responsibility, Occupational Involvement, Job Satisfaction, Employee Voice*

Citation: Akbari, Mohsen; Azar, Adel; Haji Mahmoudloo, Ayoob Mehdi; Aletaha, Seyyed Hassan (2020), The Effect of Corporate Social Responsibility on Organizational Citizen Behavior: Mediating Roles of Occupational Involvement, Job Satisfaction, and Employee Voice, *Journal of Human Resource Studies*, 9(4), 1-24.

1. Associate Professor, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran

2. Professor, Faculty of Administrative Science, Trabiati Modares University, Tehran, Iran.

3. MSc of Marketing Management. Institute of Higher Education Rahbord Shomal, Rasht, Iran

4. Ph.D. Student of Organizational Behavior and Human Resource Management, Faculty of Administrative Sciences & Economics, university of Isfahan, Isfahan, Iran

Article Type: Research-based

DOI: 10.22034/JHRS.2020.103549

Received: 03/09/2019

Accepted: 12/01/2020

Corresponding Author: Mohsen Akbari

E-mail: Akbari.mohsen@gmail.com



دانشکده مدیریت

فصلنامه مطالعات منابع انسانی

شاپای انتشار: ۹۱/۳۹۱۷۶

دوره ۹، شماره ۴

زمستان ۹۸

صص ۱-۲۴

بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی: نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان

محسن اکبری^۱، عادل آذر^۲، ایوب مهدی حاجی محمودلو^۳، سید حسن آل طه^۴

چکیده

زمینه و هدف: تمایل به انجام اقدامات سازنده داوطلبانه در سازمان به همسویی ارزش‌های ذینفعان مختلف آن بستگی دارد. این پژوهش به بررسی نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی پرداخته است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری آن شامل کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان به تعداد ۳۲۶ نفر است که از میان آنها ۱۷۷ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با کمک تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و لیزرل در قالب است.

یافته‌ها: مسئولیت اجتماعی شرکتی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان رابطه معناداری دارد. همچنین درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اثرگذارند و در تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی میانجی‌گری می‌کند. **نتیجه‌گیری:** تمرکز بر مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند کارکنان را با شغل خویش درگیر کند و با رضایت از حضور در سازمان، مشارکتی فعالانه و داوطلبانه برای پیشبرد اهداف سازمانی داشته باشد.

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

۱. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۲. استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی راهبرد شمال، رشت، ایران

۴. دانشجوی دکتری رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/JHRS.2020.103549

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۶/۱۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۸/۱۰/۲۲

نویسنده مسئول مقاله: محسن اکبری

E-mail: Akbari.mohsen@gmail.com

مقدمه

منابع انسانی وفادار و سازگار با اهداف و ارزش‌های سازمانی که فراتر از وظایف مقرر در شرح شغل خود فعالیت کند، عامل مهمی در اثربخشی سازمانی است (بنیادی نایینی و امیرقدسی، ۱۳۹۶). بی‌تردید این کارکنان، وجه تمایز سازمان‌های اثربخش از غیر اثربخش هستند؛ زیرا سازمان را موطن خود می‌دانند و برای تحقق اهداف آن بی‌هیچ چشم‌داشتی فراتر از وظایف رسمی و معین خود عمل می‌کنند. این تلاش‌های فراتر از انتظار را رفتارهای شهروندی سازمانی^۱ می‌خوانند (شریعتمداری و همکاران، ۱۳۹۷). رفتار شهروندی سازمانی افعال و اقدامات ایثارگرانه و از خودگذشتگی کارکنان به‌منظور تأمین آسایش دیگران است (جدیدی، ۱۳۹۷) و بیانگر فعالیت‌های کاری مرتبط، داوطلبانه و اختیاری است که به‌طور مستقیم از طریق توصیف رسمی شغل و سیستم‌های پاداش‌دهی سازماندهی نشده‌اند، اما در نهایت میزان کارایی و اثربخشی سازمانی را ارتقا می‌دهند (اسزابو و همکاران^۲، ۲۰۱۸). به دلیل مساعدت چشمگیر رفتارهای شهروندی سازمانی به موفقیت سازمان، برای سازمان‌ها مهم است که بدانند چرا و چگونه در رفتارهای شهروندی سازمانی مشارکت می‌کنند و چه عواملی بر این رفتارها تأثیر دارند (یو و همکاران^۳، ۲۰۱۸ و ایلخانزاده و کاراتپه^۴، ۲۰۱۷).

اهمیت توجه به رضایت شغلی از این باور تأثیر می‌پذیرد که کارمندان راضی در سطوح بالاتری عمل کرده و انگیزه بالایی دارند تا به صورت مشارکتی و گروهی عمل کنند؛ در واقع کارکنان راضی کارکنان بهره‌ورتری هستند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶). در کنار رضایت شغلی، رفتار گفتمان یا آوای کارکنان^۵ نیز عاملی است که تأثیر زیادی بر ایجاد هویت رفتار شهروندی سازمانی دارد (ایلخانزاده و کاراتپه، ۲۰۱۷). برای دستیابی به اهداف سازمانی در محیط رقابتی امروز، باید روابط میان مدیران و کارکنان به‌گونه‌ای باشد که طی آن زیردستان بتوانند به راحتی و بی‌دغدغه، ایده‌ها و نظرهای سازنده خود را در راستای ارتقای برونداد سازمان بیان کنند (هامس^۶، ۲۰۱۲).

1. Organizational citizenship behavior (OCB)

2. Szabó et al.

3. Yu and et al.

4. Ilkhanizadeh & Karatepe

5. Voice Behavior

6. Hames

کارکنانی که درگیر رفتار گفتمان هستند می‌توانند به مدیران پیشنهادهای سازنده خود را ارائه دهند. آوای کارکنان در واقع هشدار از جانب کارکنان از روی علاقه آن‌ها به سازمان برای اصلاح وضع موجود است (پوداسکوف و همکاران^۱، ۲۰۰۹). کارکنانی که نتوانند ایده‌ها، نظرها و اطلاعات خود را بگویند و سکوت پیشه کنند، اغلب دچار استرس، اضطراب، نارضایتی و افسردگی می‌شوند و در نهایت علاقه به کار و تعهد شغلی آن‌ها کاهش می‌یابد (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۷). از این رو، از نظر مکتب رفتار سازمانی مفهوم آوا در سازمان بار مثبت داشته و تعهد سازمانی کارکنان به افزایش آوای آن‌ها در سازمان منتهی می‌شود (موبرای و همکاران^۲، ۲۰۱۵).

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی، عجین شدن کارکنان با شغل یا همان درگیری شغلی^۳ است. افرادی که با شغل خود عجین می‌شوند، از شغل خود رضایت بیشتری داشته و نسبت به سازمان خود تعهد بالایی ابراز می‌کنند (لنگری و همکاران، ۱۳۹۵). درگیری شغلی با مبانی شغلی از جمله حمایت اجتماعی از همکاران، مسئولیت اجتماعی، بازخورد عملکرد و آوای کارکنان مرتبط است (زبانی شادآباد و همکاران، ۱۳۹۶)؛ اما چگونه می‌توان کم‌کاری، بی‌مسئولیتی، حضور نیافتن در محل کار، عدم پاسخگویی و راهنمایی صحیح مراجعین، عدم حفاظت و مراقبت صحیح از اموال، بی‌توجهی به کیفیت کار و گرایش به آسان‌طلبی را به رضایت شغلی، انجام کار با کیفیت بالا و آوای مثبت در محل کار و در نهایت رفتار شهروندی سازمانی تبدیل کرد؟ یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند تسهیل‌کننده این امر باشد، مسئولیت اجتماعی است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۶).

مسئولیت اجتماعی شرکت^۴، عنصری ضروری در ایجاد و حفظ شهرت شرکت‌ها است که در منابع استراتژیک از آن به عنوان مزیت رقابتی شرکت از آن یاد می‌شود (پارک و همکاران^۵، ۲۰۱۴). مسئولیت اجتماعی شرکت به‌عنوان روش‌هایی تعریف می‌شود که در آن یک کسب و کار به دنبال همسوسازی ارزش‌ها و رفتار خود با ارزش و رفتار ذی‌نفعان

1. Podsakoff and et al.

2. Mowbray and et al.

3. Job Involvement

4. Corporate Social Responsibility (CSR)

5. Park et al.

مختلف خود است (ریورت و همکاران^۱، ۲۰۱۵). هرچه شرکت نسبت به ابعاد مسئولیت اجتماعی خود توجه بیشتری داشته باشد مشتریان و جامعه واکنش بهتری نسبت به آن خواهند داشت و در نتیجه عملکرد شرکت بهبود می‌یابد (امیدی و همکاران، ۱۳۹۵).

بی‌توجهی برخی شرکت‌های نفت و گاز به مسئولیت اجتماعی در برخورد با ذی‌نفعان بیرونی، مشکلاتی را برای سازمان ایجاد می‌کند و بر سود و موفقیت سازمان تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، با توجه به مزایای مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های نفت و گاز، دلایلی توجه بیش از پیش به پیامدهای حاصل از پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان را ضرورت می‌بخشد. نخست آنکه، در اکثر تحقیقات انجام پذیرفته پیرامون مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها واکنش‌ها و ادراکات کارکنان در مورد مسئولیت اجتماعی شرکتی مورد توجه قرار نگرفته است. در عوض، چنین مطالعاتی بیشتر بر روی دیدگاه مشتریان، تمرکز دارد (کیم و همکاران^۲، ۲۰۱۶؛ پاناگوپولوس و همکاران^۳، ۲۰۱۶ و پارک و لوی^۴، ۲۰۱۴). افزون بر این شکاف، در مورد ارتباط بین ادراک کارکنان از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و نتایج نگرشی و رفتاری آن‌ها در مورد محل کار نیز شناخت اندکی وجود دارد (ایلخانزاده و کاراتپه، ۲۰۱۷). دوم آنکه، تحقیقات بسیار اندکی در مجموعه مسئولیت‌های اجتماعی در شرکت‌های نفت و گاز کشور انجام پذیرفته است. از این رو، انجام پژوهش با موضوع مسئولیت اجتماعی در این شرکت‌ها ضرورت می‌یابد. در نهایت، بیشتر مطالعات در ادبیات کنونی، چگونگی عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی را در کشورهای توسعه‌یافته مورد بررسی قرار داده‌اند (نیومن و همکاران^۵، ۲۰۱۵). با این حال، شناخت این شیوه‌ها در کشورهای درحال توسعه یا اقتصادهای نوپدید ضروری و قابل توجه است، زیرا ممکن است نتایج در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته متفاوت باشد (زو و همکاران، ۲۰۱۶). از این رو سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که آیا مسئولیت اجتماعی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران (منطقه گیلان) بر رفتار شهروندی سازمانی با توجه به نقش میانجی درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان این شرکت اثرگذار است؟

-
1. Reverte et al.
 2. Kim et al.
 3. Panagopoulos et al.
 4. Park & Levy
 5. Newman et al.

پیشینه پژوهش

رفتار شهروندی سازمانی

مفهوم رفتار شهروندی سازمانی را بارنارد اولین بار در سال ۱۹۳۰ بیان کرده است. در این مفهوم بارنارد اولین بار اساس رفتار شهروندی سازمانی را «تمایل مثبت و منفی» پیشنهاد می‌کند. اورگان (۱۹۸۸) برای اولین بار اصطلاح رفتار شهروندی سازمانی را به کار بردند و آن را این‌گونه تعریف کردند «رفتاری فردی که داوطلبانه است، به طور صریح یا ضمنی توسط سیستم رسمی پاداش برانگیخته نشده است و کارایی سازمان را افزایش خواهد داد.» (شاکری زنگیر و همکاران، ۱۳۹۶ و گودرزی و همکاران، ۱۳۹۶). رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و اختیاری و فرا وظیفه‌ای است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از راه سیستم پاداش رسمی سازماندهی نمی‌شود و در مجموع در افزایش عملکرد اثربخشی سازمان مؤثر است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۷).

به طور کلی رفتار شهروندی سازمانی رفتاری فراتر از وظایف شغلی مندرج در خط مشی سازمانی و توصیف شغلی است. رفتارهای شهروندی سازمانی که توسط کارکنان سازمان نمایش داده می‌شود، از حداقل الزامات شغلی پیش‌بینی شده توسط کارفرمایان پیشی می‌گیرد و از این طریق رفاه بیشتری برای همکاران و سازمان‌ها و یا گروه‌های کاری ایجاد می‌شود. هم‌چنین به نظر می‌رسد رفتارهای شهروندی سازمانی به عملکرد برتر و اثربخشی سازمانی کمک می‌کند (نقشبندی و همکاران، ۲۰۱۶).

مسئولیت اجتماعی شرکت

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در دهه اخیر به یکی از پارادایم‌های غالب حوزه اداره شرکت‌ها تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی شرکتی خود می‌بینند (لومبرت و دیدایر^۲، ۲۰۱۴). مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان باید در راستای حفظ و مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند انجام دهد (جلیلی و قیصری، ۱۳۹۳). مسئولیت اجتماعی به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که صاحبان سرمایه و بنگاه‌های اقتصادی به صورت داوطلبانه به عنوان یک عضو مؤثر و مفید در جامعه انجام می‌دهند (شاهین مهر و حسنی، ۱۳۹۴).

مسئولیت پذیری اجتماعی، رویکرد فعالانه سازمان در برابر مسائل اجتماعی است. این مفهوم شامل مدیریت ذی نفعان کلیدی و مشارکت در مسائل اجتماعی است (نعمتی صالحی، ۱۳۹۶). مسئولیت پذیری اجتماعی روشی است که سازمان با کمک آن ملاحظه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را با ارزش‌ها، فرهنگ، راهبردها، ساختار و فرایندهای خود یکپارچه می‌کند و بدین ترتیب خلق ارزش می‌کند و به توسعه جامعه کمک می‌کند (گالی و همکاران^۱، ۲۰۱۳).

رضایت شغلی^۲

رضایت شغلی میزانی است که کارکنان احساس می‌کنند علایق آنها توسط مدیریت مورد توجه قرار گرفته است. اگر کارکنان از سازمان راضی باشند به نوبه خود با شیوه‌های کارآمدتر نیازهای مشتریان را تأمین می‌کنند (تقی زاده جورشری و طالقانی، ۱۳۹۳). رضایت شغلی نتیجه درک و احساس کارکنان است که شغل مورد نظر تا چه اندازه موارد ضروری را برای آنها فراهم می‌کند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵). رضایت شغلی اثر زیادی بر تعهد کارکنان به شرکت، میزان کار انجام‌شده، غیبت، تأخیر، حوادث شغلی و شکایت در مورد کار دارد. رضایت شغلی کارکنان باعث بهبود عملکرد و جلوگیری از رفتارهای مخرب می‌شود (پاسگلو و تنوس^۳، ۲۰۱۴). رضایت شغلی بی‌تردید هدف نهایی هر سازمانی است. رضایت کارکنان از طریق احساسات و باورهایشان در مورد شغل فعلی‌شان ارزیابی می‌شود (هانایشا و تاهیر^۴، ۲۰۱۶).

درگیری شغلی

سازمان‌های امروزی بیش‌تر به دنبال راه‌هایی هستند تا از طریق آن کارکنان را به تلاش و کوشش بیشتر وا دارند یا به اصطلاح به دنبال درگیر کردن بیش‌تر کارکنان خود در کار هستند (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۶). درگیری شغلی شامل چگونگی ادراک کارکنان از محیط کاری و شغل خود و در هم آمیختن کار و زندگی شخصی است (زبانی شادآباد و همکاران، ۱۳۹۶). درگیری شغلی نوعی حالت ذهنی مثبت و مرتبط با کار است که از راه انرژی، تعهد و شیفتگی نسبت به کار مشخص می‌شود (جیلت و همکاران^۵، ۲۰۱۸). درگیری شغلی نگرشی است که شخص به کارش دارد و

1. Galli and et al.
2. Job Satisfaction
3. Paşaoğlu & Tonus
4. Hanaysha & Tahir
5. Gillet et al.

جسم و روحش را وقف وظایفش می‌کند و فرد به شغلش به عنوان مهم‌ترین بخش از زندگی توجه می‌کند و رضایت کامل از انجام وظایفش دارد (ظریفی و همکاران،^۱ ۲۰۱۴).

درگیری شغلی میزانی است که کارمند با شغل خود عجین شده و خود را با شغلش به رسمیت می‌شناسد و می‌تواند به عنوان رفتاری که کارمند را به انجام مسئولیت‌های شغلی و خود رهبری در عملکرد شغلی وابسته می‌کند تعریف شود (دانش و همکاران،^۲ ۲۰۱۵). درگیری شغلی پایین به بیگانگی با شغل و سازمان، بی‌هدفی یا جدایی بین زندگی و کار کارکنان منجر می‌شود. درگیری شغلی زیاد نمایانگر تجربه احساس معناداری، اشتیاق، افتخار و غرق شدن در کار و احساس خوشایند نسبت به کار است. در این وضعیت با گذشت زمان فرد به شغل خود دلبستگی پیدا می‌کند (آلبرت و همکاران،^۳ ۲۰۱۶؛ شاه‌محمدی و همکاران، ۱۳۹۴).

آوای کارکنان

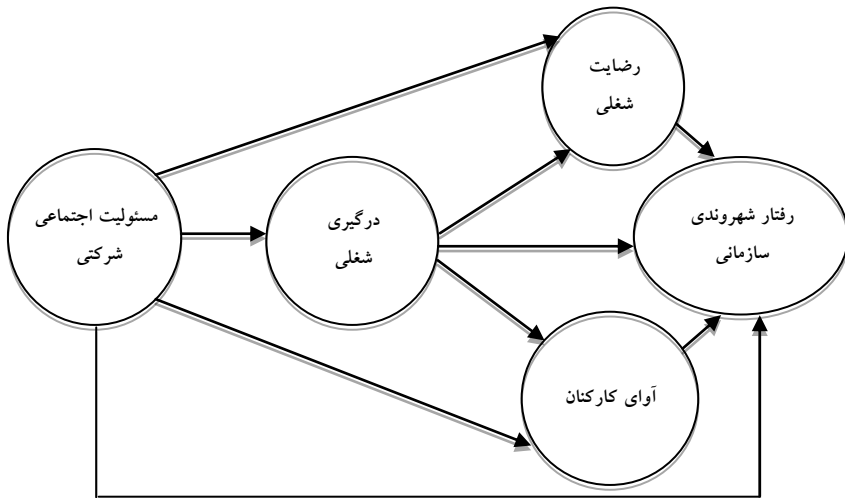
آوای کارکنان شامل گفت‌وگو درباره مشکلات با سرپرستان، ارائه راهکارها و پیشنهادهای به واحدهای منابع انسانی، به زبان آوردن ایده‌ها برای تغییر سیاست کاری یا ریزنی با متخصصان سازمانی که می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائل و مشکلات سازمانی و از طرف دیگر نمایانگر علائق و خواسته‌های آن‌ها به مدیریت سازمان باشد، تعریف شده است. محققان، آوا را رفتاری فراوظیفه‌ای معرفی کردند که اختیاری و آگاهانه و خارج از انتظارات شغلی فرد است (تراویس و همکاران،^۴ ۲۰۱۱ و حیدری سورشجانی و همکاران، ۱۳۹۴). همس (۲۰۱۲)^۵ سه بعد تشویق^۶، تشویق^۷، ایمنی^۸ و کارآمدی یا سودمندی^۸ را برای آوای سازمانی کارکنان در نظر گرفت. بعد تشویق در آوای سازمانی به برداشت کارکنان از میزان حمایت و تشویق رفتار آوایی فرادستان اشاره دارد. بعد ایمنی به پیامدهای ناشی از رفتار آوایی در سازمان و بعد کارآمدی به این امر اشاره دارد که رفتار آوایی کارکنان چه اندازه در تصمیم‌گیری‌های سازمانی با استقبال مواجه می‌شود و در امور سازمانی به کار می‌رود (هامس، ۲۰۱۲).

-
1. Zarifi et al.
 2. Danish et al.
 3. Albrecht et al.
 4. Travis et al.
 5. Hames
 6. Encouragement
 7. Safety
 8. Efficacy

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

با مرور ادبیات و مبانی نظری که از جمله مباحث مرتبط با تئوری‌های رفتار سازمانی بوده‌اند، مشخص شد روابط میان مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در ادبیات و پژوهش‌های پیشین مورد بررسی قرار گرفته است (تسورواکاس و یفاندیتو، ۲۰۱۸؛ آزور و کاظمی، ۱۳۹۳). برخی از پژوهش‌ها رابطه مسئولیت اجتماعی شرکت با رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی را مورد توجه قرار داده‌اند؛ اما با توجه به تأثیر و نقشی که مسئولیت اجتماعی بر درگیری شغلی کارکنان دارد، همچنین نقش درگیری شغلی در بهبود رفتار شهروندی سازمانی، رضایت شغلی و تقویت آوای کارکنان دارد، اهمیت تبیین رابطه بین این متغیرها در یک مدل و در کنار یکدیگر، اهمیت انجام این پژوهش را بیش‌تر می‌کند. بررسی تأثیر نقش میانجی‌گری درگیری شغلی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی و همچنین بررسی تأثیر نقش میانجی‌گری رضایت شغلی و آوای کارکنان از جمله مسائل و موضوعاتی است که در پژوهش‌های پیشین مورد غفلت واقع شده است.

برای پاسخ به سؤال اصلی پژوهش، با توجه به مطالب بیان‌شده، الگوی زیر (شکل ۱) با مطالعه و بررسی الگوهای مرتبط پیشین و روابط فی‌مابین متغیرهای پژوهش و در قالب یک مدل تلفیقی ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

۱. مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.
۲. مسئولیت اجتماعی شرکت بر آوای کارکنان تأثیرگذار است.
۳. مسئولیت اجتماعی شرکت بر درگیری شغلی کارکنان تأثیرگذار است.
۴. مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی کارکنان تأثیرگذار است.
۵. درگیری شغلی کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.
۶. درگیری شغلی کارکنان بر آوای کارکنان تأثیرگذار است.
۷. درگیری شغلی کارکنان بر رفتار شهروندی کارکنان تأثیرگذار است.
۸. آوای کارکنان بر رفتار شهروندی کارکنان تأثیرگذار است.
۹. رضایت شغلی کارکنان بر رفتار شهروندی کارکنان تأثیرگذار است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ شیوه جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان است که تعداد آن‌ها ۳۱۶ نفر است. برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) استفاده شده است. با توجه به تعداد اعضای جامعه و با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و ۵ درصد خطا، تعداد حجم نمونه آماری با روش نمونه‌گیری تصادفی برابر با ۱۷۷ نفر محاسبه شد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. به منظور تدوین ادبیات نظری پژوهش و ارائه فرضیه‌های پژوهش از مطالعات کتابخانه‌ای و در راستای گردآوری داده‌ها از روش میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه شامل سؤالات عمومی و تخصصی بوده است. پاسخ‌دهندگان بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت به سؤالات پاسخ داده‌اند.

به منظور محاسبه پایایی پرسشنامه، قبل از توزیع نهایی آن ۳۰ عدد پرسشنامه بین پاسخ‌گویان توزیع شد که در نهایت به کمک نرم‌افزار SPSS مقدار آلفای کرونباخ کلیه ابعاد تحقیق بالاتر از ۰/۷۰ محاسبه شد. در نهایت پس از توزیع کامل پرسشنامه، میزان آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای پژوهش محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۱ نشان داده شده است. با توجه به این نکته که ضریب آلفای محاسبه‌شده متغیرهای مورد پژوهش از مقدار استاندارد ۰/۷۰ بیش‌تر است، بنابراین می‌توان گفت که پرسشنامه مدنظر از پایایی کافی برخوردار است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

منبع	آلفای کرونباخ	سنججه‌ها	متغیر مورد مطالعه
El Din Mohamed, 2016	۰/۷۹	کمک به همکاران، مشارکت در کارهای سایر بخش‌ها، خودکنترلی، پذیرش تغییرات، تفکر مثبت	رفتار شهروندی سازمانی
Schaufeli, Bakker & Salanova, 2006	۰/۸۸	احساس قدرت از انجام کار، علاقه‌مندی، عمیق بودن، افتخار، غرق در کار شدن	درگیری شغلی
Linz, 2003	۰/۸۶	فرصت بهبود مهارت، چالشی بودن شغل، درک ارزشمندی شغل، دریافت آموزش‌های لازم و متناسب، خوشحال بودن	رضایت شغلی
Ilkhanizadeh & Karatepe, 2017	۰/۸۳	بیان نظرات، ارائه پیشنهاد برای بهبود، حساس بودن نسبت به مسائل، ابراز نظر پیرامون تغییر رویه‌های جدید، عدم توجه به پدیده هم‌رنگ جماعت شدن	آوای کارکنان
Ilkhanizadeh & Karatepe, 2017	۰/۹۲	پاسخگویی به مشتریان، بهبود کیفیت، اهمیت رضایت مشتریان، تطابق با استانداردها، پایبندی به تعهدات، پیروی از استانداردهای حرفه‌ای، جلوگیری از تبعیض، جلوگیری از تأثیر بالقوه منی بر جامعه، عدالت، تاتش برای بهبود وجهه، کمک به قشر ضعیف، عمل به مسئولیت اجتماعی	مسئولیت اجتماعی شرکتی
۰/۹۰			کل سؤالات

یافته‌های پژوهش

برای آزمون فرضیات از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار LISREL استفاده شده است.

تحلیل عامل تأییدی (روایی سازه) متغیرهای پژوهش

در این پژوهش برای بررسی روایی آن از تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول و دوم استفاده شده است. در جدول ۲ بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند.

جدول ۲. تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول و دوم متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	ضریب استاندارد	عدد معناداری	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	عدد معناداری
مسئولیت اجتماعی	اقتصادی	۰/۸۱	۹/۲۲	سؤال ۱	۰/۷۰	۸/۷۱
		۰/۸۱	۹/۲۲	سؤال ۲	۰/۹۶	۱۴/۰۶
		۰/۷۱	۹/۲۲	سؤال ۳	۰/۷۱	۸/۷۹
	قانونی	۰/۸۴	۷/۷۶	۱	۰/۶۳	۷/۶۲
		۰/۸۴	۷/۷۶	۲	۰/۹۷	۱۴/۰۸
		۰/۸۴	۷/۷۶	۳	۰/۵۷	۶/۶۵
	اخلاقی	۰/۸۰	۷/۲۱	۱	۰/۶۲	-
		۰/۸۰	۷/۲۱	۲	۰/۶۹	۸/۰۸
		۰/۸۰	۷/۲۱	۳	۰/۵۳	۲/۰۸
	بشردوستانه	۰/۷۹	۵/۷۳	۱	۰/۷۸	۹/۸۸
		۰/۷۹	۵/۷۳	۲	۰/۶۶	۸/۱۱
		۰/۷۹	۵/۷۳	۳	۰/۵۱	۶/۱۶
رفتار شهروندی سازمانی	رفتار شهروندی سازمانی	-	-	سؤال ۱	۰/۵۹	-
		-	-	سؤال ۲	۰/۶۹	۷/۷۵
		-	-	سؤال ۳	۰/۸۲	۹/۷۸
		-	-	سؤال ۴	۰/۶۵	۷/۲۵
		-	-	سؤال ۵	۰/۶۹	۷/۷۷
درگیری شغلی	درگیری شغلی	-	-	سؤال ۱	۰/۶۷	-
		-	-	سؤال ۲	۰/۵۹	۶/۸۷
		-	-	سؤال ۳	۰/۶۹	۸/۴۷
		-	-	سؤال ۴	۰/۹۸	۱۴/۴۱
		-	-	سؤال ۵	۰/۹۴	۱۳/۴۶
رضایت شغلی	رضایت شغلی	-	-	سؤال ۱	۰/۹۵	-
		-	-	سؤال ۲	۰/۶۸	۸/۰۶
		-	-	سؤال ۳	۰/۵۴	۶/۰۵
		-	-	سؤال ۴	۰/۷۷	۹/۵۳
		-	-	سؤال ۵	۰/۷۶	۹/۳۵
آوای کارکنان	آوای کارکنان	-	-	سؤال ۱	۰/۵۲	-
		-	-	سؤال ۲	۰/۵۴	۵/۰۱
		-	-	سؤال ۳	۰/۹۵	۱۳/۰۴
		-	-	سؤال ۴	۰/۹۲	۱۲/۴۹
		-	-	سؤال ۵	۰/۶۶	۷/۷۹

هرچقدر مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیش‌تر باشد، آن شاخص سهم بیش‌تری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۴). همان‌طور که در جدول ۲ مشخص می‌شود بارهای عاملی برای تمامی متغیرهای پژوهش از ۰/۵ بیش‌تر است که نشان‌دهنده این است که ابزار پژوهش از روایی لازم برخوردار است.

آزمون نرمال بودن

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۱ استفاده شده است. نتایج مربوط به آزمون نرمال بودن عامل‌ها در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

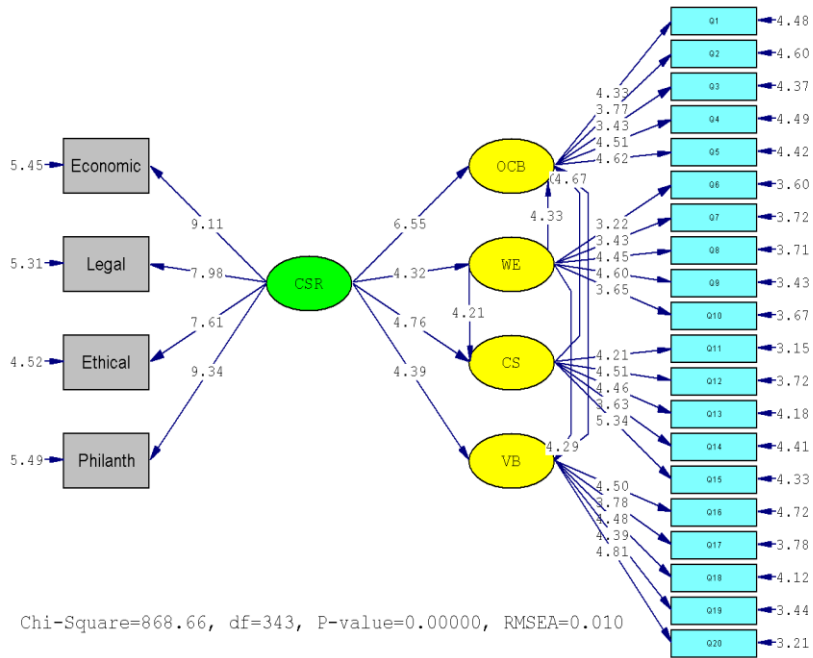
متغیرها	حجم نمونه	آماره آزمون	سطح معناداری
رفتار شهروندی سازمانی	۱۷۷	۲/۱۳	۰/۲۴۴
مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱۷۷	۱/۹۷	۰/۲۲۳
درگیری شغلی	۱۷۷	۳/۴۰	۰/۲۱۳
رضایت شغلی	۱۷۷	۲/۱۲	۰/۴۲۱
آوای کارکنان	۱۷۷	۱/۶۷	۰/۳۴۱

نتایج به‌دست‌آمده از آزمون نرمال بودن متغیرها نشان می‌دهد که متغیرهای پژوهش نرمال است. در نتیجه می‌توان با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به بررسی مدل پژوهش پرداخت.

آزمون فرضیه‌ها و مدل

خروجی مدل آزمون شده پژوهش در شکل ۲ نمایش داده شده و شاخص‌های معنی‌داری و برازش مدل در جدول ۴ ارائه شده است. از آنجا که نسبت کای دو به درجه آزادی در این پژوهش ۲/۵۳ محاسبه شده است که پایین‌تر از ۳ است، نشان از برازندگی بالای مدل دارد؛ بنابراین می‌توان به نتایج تحلیل مدل معادلات ساختاری اتکا کرد.

1. Kolmogorov-Smirnov



شکل ۲. ضرایب معناداری مدل

جدول ۴. شاخص‌های معنی‌داری و برازش مدل

نتیجه	میزان در مدل به دست آمده	بrazنده است اگر	اختصار	نام شاخص	
تأیید	۰/۰۱۰	کوچک‌تر از ۰/۱ باشد.	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	شاخص‌های معنی‌داری
تأیید	۲/۵۳	مساوی و کوچک‌تر از ۳ باشد.	$\frac{\chi^2}{d_f}$	کای اسکور به درجه آزادی	
تأیید	۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد.	GFI	شاخص نیکویی برازش	شاخص‌های برازش
تأیید	۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد.	NNFI	شاخص برازش هنجار نشده	
تأیید	۰/۹۷	بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد.	NFI	شاخص برازش هنجار شده	
تأیید	۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد.	CFI	شاخص برازش تطبیقی	
تأیید	۰/۹۷	بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد.	IFI	شاخص برازش افزایشی	

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش بیانگر تأیید فرضیه‌های پژوهش هستند. در فرضیه اول پژوهش، مقدار ضریب مسیر $0/38$ با معناداری $4/76$ ، تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه دوم، مقدار ضریب مسیر $0/34$ با معناداری $4/39$ ، تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت بر آوای کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه سوم، مقدار ضریب مسیر $0/31$ با معناداری $4/32$ ، تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت بر درگیری شغلی کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه چهارم، مقدار ضریب مسیر $0/73$ با معناداری $6/55$ ، تأثیرگذاری مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتار شهروندی کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه پنجم، ضریب مسیر $0/27$ با معناداری $4/21$ ، تأثیرگذاری درگیری شغلی بر رضایت شغلی کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه ششم، ضریب مسیر $0/24$ با معناداری $4/29$ ، تأثیرگذاری درگیری شغلی بر آوای کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه هفتم، ضریب مسیر $0/26$ با معناداری $4/33$ ، تأثیرگذاری درگیری شغلی بر رفتار شهروندی کارکنان را تأیید می‌کند. در فرضیه هشتم، ضریب مسیر $0/29$ با معناداری $4/67$ ، تأثیرگذاری آوای کارکنان بر رفتار شهروندی کارکنان را تأیید می‌کند و در نهایت در فرضیه نهم، ضریب مسیر $0/27$ با معناداری $4/23$ ، تأثیرگذاری رضایت شغلی کارکنان بر رفتار شهروندی کارکنان را تأیید می‌کند.

همچنین در این پژوهش به تحلیل مسیرهای غیرمستقیم نیز پرداخته شده است. برای ارزیابی نقش میانجی متغیرها، از یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای این منظور یعنی آزمون سوبل (Sobel) استفاده شده است. نتایج در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل مسیرهای غیرمستقیم

روابط	متغیر واسطه	سطح معناداری	مقدار	نتیجه
مسئولیت اجتماعی و رضایت شغلی	درگیری شغلی	$0/000$	$8/64$	تأیید
مسئولیت اجتماعی و آوای کارکنان	درگیری شغلی	$0/000$	$10/89$	تأیید
درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی	رضایت شغلی	$0/000$	$4/57$	تأیید
درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی	آوای کارکنان	$0/000$	$12/96$	تأیید
مسئولیت اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی	درگیری شغلی	$0/000$	$6/15$	تأیید

با توجه به مقادیر به دست آمده از تحلیل آزمون سوبل مشخص شد بیشترین تأثیر نقش میانجی‌گری در رابطه بین درگیری شغلی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی آوای کارکنان است. کارکنانی که درگیری شغلی بالایی دارند، بیش‌تر به دنبال ابراز نظر و ایفای نقش رفتار شهروندی سازمانی خواهند بود که این اتفاق از مسیر میانجی‌گری به‌وسیله آوای کارکنان نیز حاصل می‌شود. همچنین درگیری شغلی نقش میانجی‌گری بالایی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و آوای کارکنان دارد. هنگامی که انجام فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در شرکت افزایش می‌یابد، افزایش مشارکت کارکنان و بهبود میزان آوای کارکنان از طریق نقش میانجی‌گری درگیری شغلی بهبود می‌یابد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش مطالعه تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان با توجه به نقش میانجی‌گری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان است. این پژوهش از چند راه به ادبیات موجود کمک می‌کند. اول این که با بررسی رابطه مستقیم بین مسئولیت اجتماعی بر رفتار شهروندی کارکنان مشخص شد که با تکیه و تمرکز بر ایفای نقش‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، می‌توان انتظار داشت کارکنان نقش رفتار شهروندی سازمانی را بپذیرند و به ایفای این نقش اقدام کنند که این امر سازمان را در دستیابی به اهداف و تکمیل مأموریت یاری می‌کند. این یافته‌ها مطابق با یافته‌های پژوهش‌های پیشین نیز همسو بوده است (تسورواکاس و یفاندیتو، ۲۰۱۸؛ آزور و کاظمی، ۱۳۹۳). تأکید بر انجام فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی به صورت عملی، افزایش رفتار شهروندی سازمانی را میسر می‌سازد. با انجام اقدامات مرتبط با ایفای نقش مسئولیت اجتماعی توسط شرکت، کارکنان به این درک ناآل می‌شوند که فعالیت ورای نقش‌ها و وظایف تعیین شده تنها به صورت شعاری نیست، بلکه امری ارزشمند و مورد پسند شرکت است. در نتیجه تمایل به ایفای نقش رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان بهبود می‌یابد. دوم این که در این پژوهش تأثیرگذاری انجام مسئولیت اجتماعی شرکت بر رضایت شغلی کارکنان، آوای کارکنان و درگیری شغلی نیز مورد بررسی قرار گرفت که بررسی فرضیه‌های مربوطه نشان دهنده این موضوع بود که تمرکز بر مسئولیت اجتماعی شرکت می‌تواند برای سازمان نتایج بی‌شماری به ارمغان آورد و در پرورش کارکنانی که به شدت به طور مثبت با کار خویش درگیر هستند و از انجام آن لذت می‌برند و نهایت رضایت از حضور در سازمان را دارند و سعی می‌کنند با مشارکت فعال خود

گام‌های مؤثری در مسیر بهبود فعالیت‌های شرکت و یاری در دستیابی به اهداف سازمانی بردارند. این یافته‌ها نیز مطابق با یافته‌های پژوهش‌های پیشین است (ایلخان‌زاده و کاراتپه، ۲۰۱۸؛ تسوروکاس و یفاندیتو، ۲۰۱۸؛ جو و لی، ۲۰۱۷). با افزایش آگاهی عموم افراد جامعه از اهمیت فعالیت‌های شرکت در بهبود رشد و توسعه عمومی و همگانی جامعه و مهم بودن این موضوع از دیدگاه کارکنان، افزایش فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی توسط شرکت، احساس رضایت مندی از نقش شرکت و عملکرد مثبت آن و شغلی که توسط کارکنان در این فرآیند بهبود انجام می‌گیرد، درگیری شغلی فرد را افزایش داده و کارکنان را بیش‌تر درگیر مسائل اصلی و حتی فرعی پیرامون شغل خود می‌کند. هر چقدر نتایج این فعالیت‌های اجتماعی برای کارکنان بارزتر باشد، درگیری شغلی و رضایت شغلی نیز بیش‌تر می‌شود. در نتیجه ابراز نظر و پیشنهاد‌های مهم تلقی خواهد شد و کارکنان سعی خواهند کرد با ابراز نظرات و نکات مدنظر خود، نقش پررنگ‌تری در شرکت خود داشته باشند و شرکت را در تحقق بهبود اوضاع جامعه بیش‌تر یاری کنند که این امر خود افزایش آوای کارکنان را به همراه دارد. کارکنان برای سرعت بخشیدن به فرآیند بهبود و رشد جامعه از طریق فعالیت‌های شرکت، به انجام حداقل وظایف و مسئولیت‌های خود اکتفا نمی‌کنند. کارکنان درگیری شغلی بالایی دارند و از حضور در سازمان و انجام وظایف شغلی خود رضایت دارند، به دنبال این موضوع خواهند بود که فرای نقش و مسئولیت خود عمل کنند. در نتیجه شاهد رشد چشم‌گیر نقش‌ها و رفتارهای مرتبط با رفتار شهروندی سازمانی خواهیم بود.

در نهایت، در این پژوهش مشخص شد درگیری شغلی کارکنان هم می‌تواند به طور مستقیم بر رضایت شغلی، آوای کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان نیز تأثیر بگذارد. در صورتی که کارکنان درگیری شغلی مثبتی با شغل و سازمان خود داشته باشند، مدام به دنبال یافتن راه‌حل‌ها و یا انجام اقدامات مثبتی هستند که مسیر دستیابی به مأموریت را برای سازمان هموار می‌سازد. یکی از مهم‌ترین پیامدهایی که افزایش میزان درگیری شغلی کارکنان با وظایف و شغل خود به همراه دارد، این است که شرکت و فعالیت فرد در این شرکت برای چنین کارکنانی به مراتب مهم‌تر و قابل توجه خواهد بود. از آن جایی که فرد درگیری شغلی بالایی دارد، مهم است که به دنبال ابراز نظر و ارائه پیشنهادها باشد (بهبود و افزایش آوای کارکنان) تا شرکتی که فرد در آن به ایفای نقش می‌پردازد، مسیر بهبود و رشد را با سرعت بیش‌تری ببیند. هر چقدر این ابراز نظرات و همکاری کارکنان با شرکت به نتایج بهتر و ملموس‌تر منتج شود که برای کارکنان قبل درک است، رضایت شغلی کارکنان به تبع آن بهبود پیدا می‌کند. از طرف دیگر آوای کارکنان و رضایت شغلی نیز به طور مستقیم بر رفتار شهروندی

سازمانی کارکنان تأثیرگذار هستند. در واقع نقش میانجی‌گری درگیری شغلی، رضایت شغلی و آوای کارکنان در رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و رفتار شهروندی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. این یافته‌ها نیز با نتایج پژوهش‌های پیشین مطابقت دارد (تسورواکاس و یفاندیتو، ۲۰۱۸؛ لئو و همکاران، ۲۰۱۶؛ شریعتمداری و همکاران، ۱۳۹۷؛ شاکری و همکاران، ۱۳۹۶ و لنگری و همکاران، ۱۳۹۵)؛ بنابراین افزایش فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی، درگیری شغلی کارکنان با شغل را بهبود بخشد. این امر به نوبه خود باعث می‌شود تا کارکنانی که شغل و شرکتشان برای آن‌ها دارای اهمیت است، به دنبال ابراز نظر بوده (افزایش آوای کارکنان) تا شرکت را در مسیر دستیابی به اهداف یاری دهند. همچنین این مشارکت و اهمیت کارکنان در سازمان، رضایت شغلی را به همراه می‌آورد و باعث تقویت احتمال بروز رفتار شهروندی سازمانی از سوی کارکنان می‌شود؛ بنابراین درگیری شغلی کارکنان هم به طور مستقیم و هم از طریق میانجی‌گری رضایت شغلی و آوای کارکنان در بروز هر چه بیش‌تر رفتار شهروندی سازمانی در شرکت نقش ایفا می‌کند.

پیشنهادها

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و نتایج به‌دست‌آمده به مدیران شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان توصیه می‌شود تا به منظور دستیابی نقش رفتار شهروندی سازمانی از طریق بیانیه‌های مأموریت، قوانین اخلاقی، کاتالوگ‌ها و راهنماها، تدوین و توسعه رفتارهای مرتبط با سازمان و همین‌طور تدوین و توسعه برنامه‌ها و اقدامات منابع انسانی، بر شکل‌گیری فضای همکاری در سازمان تأکید ورزند. همچنین به منظور افزایش حس همکاری و مساعدت کارکنان در بخش‌های مختلف سازمان، با هدف توسعه و گسترش رفتارهای شهروندی کارکنان توصیه می‌شود تا سازمان با در نظر گرفتن جایزه‌ای به همین نام، در فواصل زمانی مشخص از کارکنان واجد شرایط تشویق و تقدیر به عمل آورد و در نهایت توصیه می‌شود برگزاری دوره‌های آموزش رفتار شهروندی سازمانی به صورت فرآیندی مکرر و کاربردی و با حضور استادان متخصص در حیطه‌ی رفتار سازمانی در دستور کار قرار گیرد. همچنین در ارتباط با مسئولیت اجتماعی شرکت توصیه می‌شود با سازمان‌های خیریه و سازمان‌های فعال در زمینه محیط‌زیست، مشارکت فعال کند و علاوه بر حمایت معنوی، به حمایت مالی آنان نیز اقدام کند و برای پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی به معیار اخلاق و ارزش‌ها توجه کند و به شکلی مناسب به هر گونه شکایت مشتریان پاسخ دهند.

به منظور افزایش درگیری شغلی کارکنان در سازمان، توصیه می‌شود اختیارات مناسب و متناسب با شغل در اختیار کارکنان قرار گیرد تا احساس استقلال بیش‌تری در شغل خود داشته باشند و سطح رضایتمندی بهبود یابد. مدیران سازمان می‌توانند با فراهم کردن محیط کاری ایمن و شرایط فیزیکی کاری مناسب با حداقل استرس شغلی، کارکنان را دلگرم و درگیر شغل خود کنند. این مهم باعث رضایتمندی کارکنان از شغل خویش نیز می‌شود. همسوسازی اهداف و ارزش‌های سازمان و نیروی انسانی منجر به ایجاد حس التزام نسبت به سازمان می‌شود و این امر میزان درگیری مثبت در کار را افزایش خواهد؛ بنابراین توصیه می‌شود تا سازمان هم‌راستا و همسو بودن اهداف و ارزش‌های نیروی کار داوطلب برای ورود به سازمان را به عنوان یک شاخص مهم برای انتخاب از میان داوطلبین تعیین کند. همچنین توصیه می‌شود تا شرکت طراحی مشاغل و تعیین وظایف شغلی را به نحوی تعیین کند که درگیری شغلی کارکنان افزایش یابد.

در ارتباط با بهبود رضایت شغلی نیز آموزش یکی از راه‌های ارتقای این موضوع است. به منظور افزایش مهارت‌های کارکنان توصیه می‌شود تا آموزش‌های لازم متناسب با نیازهای شغلی کارکنان طراحی و در فواصل زمانی منظم اجرا و پیاده‌سازی شود. این مسئله باعث می‌شود تا آن‌ها با بخش‌های دیگر شرکت همکاری کرده تا در ارائه خدمات به مشتریان بهتر عمل کنند. از طرف دیگر، برای اینکه کارکنان احساس کنند تا با آن‌ها به عدالت رفتار می‌شود؛ سیاست‌های سیستم تشویقی باید شفاف تدوین و مهم‌تر اینکه مطابق با آنچه که تعیین شده رفتار شود. برخوردهای سلیقه‌ای و خارج از چارچوب تعیین شده در سیستم پاداش و ارتقا، حس تعلق کارکنان به سازمان رفتارهای داوطلبانه آن‌ها را تضعیف می‌کند و در نهایت کاهش رضایت کارکنان را به همراه دارد. سازمان می‌تواند با اتخاذ رویکرد استراتژیک به منابع انسانی و مرتبط سازی زیرسیستم‌های منابع انسانی، با هدف افزایش انگیزه‌های کارکنان برای شناسایی راه‌حل‌های جدید و نوآورانه در انجام کسب و کار و همین‌طور تقویت تعلق خاطر کارکنان نسبت به سازمان، رویکردی منطقی برای پرداخت پاداش‌های مادی مناسب، پیش‌بینی کند تا کارکنان از تغییرات در سازمان استقبال کنند و به این ترتیب رفتارهای شهروندی سازمانی بهبود یابد. همچنین در راستای بهبود آوای کارکنان و با هدف تقویت رفتارهای داوطلبانه و فعال کارکنان به منظور خدمت‌رسانی هر چه بهتر به ارباب‌رجوع و مشتریان، به شرکت پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد فضای کاری آزاد و تفویض اختیار به کارکنان در بخش‌های

مختلف، به گونه‌ای که کارکنان قادر به پیاده‌سازی ایده‌های نوآورانه خود در راستای بهبود ارائه خدمات به مشتریان باشند، عمل کنند. برگزاری جلسات منظم درون سازمانی به منظور بیان مطالبات، درخواست‌ها و پیشنهادهای کارکنان و تلاش در راستای پاسخ‌گویی به آنان، علاوه بر این که بر اشتیاق و رضایت شغلی کارکنان می‌افزاید، جو مناسبی برای شنیدن نقطه نظرات (آوای کارکنان) را نیز فراهم می‌سازد.

این پژوهش همچون سایر تحقیقات تحت تأثیر محدودیت‌هایی قرار دارد. اول اینکه پژوهش حاضر بر روابط بین متغیرهای مطالعه در میان کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی در استان گیلان تمرکز کرده است، بنابراین باید در تعمیم‌پذیری نتایج به دست آمده به سایر سازمان‌ها و شرکت‌ها احتیاط کرد. دوم محدودیت ذاتی ابزار سنجش از قبیل خطای اندازه‌گیری است. همچنین در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات تنها از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی استفاده شد که عمق یافته‌های تحقیق را به چند سؤال بسته محدود ساخته است و در نهایت، محدودیت زمانی محقق، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها را با دشواری همراه ساخته است.

منابع

- آزور، هیوا؛ کاظمی، مهدی. (۱۳۹۳). شناسایی تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت روابط کارکنان و پیامدهای آن (مطالعه موردی: کارکنان شرکت خدمات مهندسی و ساخت کیسون). فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۶، شماره ۴، ۶۸۵-۶۶۵.
- ابراهیمی، الهام؛ شجاع، علی؛ پیرانی احمدآباد، ندا. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری در صنعت هتلداری: نقش تعدیل‌گر اخلاق کار اسلامی. فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۹، شماره ۳، ۴۶۲-۴۳۹.
- امیدی، فریدون؛ رضایی دولت آبادی، حسین؛ محمدشفیعی، مجید. (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بر عملکرد اجتماعی و واکنش‌های مصرف‌کننده در صنایع غذایی. مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره ۶، شماره ۱، ۱۷۸-۱۶۱.
- بنیادی نازینی، علی و امیرقدسی، سیروس. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر هوش هیجانی بر تعهد سازمانی کارکنان با مطالعه نقش میانجی رضایت شغلی. چشم انداز مدیریت دولتی، دوره ۸، شماره ۳۱، ۱۶۳-۱۴۵.
- تقی زاده جورشری، محمدرضا و طالقانی، محمد. (۱۳۹۳). ارزیابی رابطه بازاریابی با عملکرد: نقش رضایت کارمندان و مشتریان (مورد مطالعه: شعب یک بانک). دو ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، سال ۱۲، شماره ۶۸، صص ۵۵-۴۲.

- جدیدی، رستم. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی در بانک سامان. پایان نامه کارشناسی ارشد.
- جلیلی، صابر و قیصری، فرزاد. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین کیفیت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، *مجله دانش حسابداری، سال چهاردهم، شماره ۷، صص ۱۷۰-۱۴۷*.
- حسنی، محمد؛ صداقت، رقیه؛ کاظم زاده بیطالی، مهدی. (۱۳۹۶). ارتباط بین جو اخلاقی، استرس شغلی و رضایت شغلی پرستاران. *نشریه اخلاق پزشکی، دوره ۱۱، شماره ۴۰، صص ۶۳-۷۱*.
- حیدری سورشجانی، نسرين؛ رضایی، بیژن؛ صفری، یحیی. (۱۳۹۴). ارزیابی ارتباط ابعاد سرمایه اجتماعی با آوای سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه. *فصلنامه پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، دوره دوم، شماره ۶، صص ۱۷۷-۱۵۳*.
- رستگار، عباسعلی؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی‌زاده، حسین و بلوچی، حسین. (۱۳۹۴). تبیین اثر هوش ساختاری سازمانی بر کسب مزیت رقابتی: نقش میانجی هوش سازمانی. *فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین. ویژه‌نامه نخستین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات (با تأکید بر چالش‌ها و راه کارهای بازاریابی در صنعت بیمه)*.
- زبانی شادآباد، محمدعلی؛ حسنی، محمد؛ قاسم زاده، ابوالفضل. (۱۳۹۶). رابطه درگیری شغلی و تناسب شغلی با اخلاق حرفه‌ای و تمایل به ترک خدمت. *فصلنامه اخلاق در علم و فناوری، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۸۴-۷۷*.
- شاکری، احمد؛ به هانثی، عبادالله؛ بوستانی، حمیدرضا. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی سازمان و وفاداری کارکنان: نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان). *فصلنامه مطالعات منابع انسانی، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۱۰۸-۸۹*.
- شاکری زنگیر، ابراهیم؛ معینی کیا، مهدی؛ بابایی، رضا و فتوحی، علی. (۱۳۹۶). رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با سکوت سازمانی از دیدگاه دبیران مدارس متوسطه. *فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی، دوره سیزدهم، شماره ۱، صص ۲۳۰-۲۱۱*.
- شاهین مهر، بهار و حسنی، محمد. (۱۳۹۴). مدل یابی روابط بین اخلاق حرفه‌ای و مسئولیت اجتماعی با پاسخگویی سازمانی، *فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۳-۱*.
- شاه محمدی، انور؛ اردلان، محمدرضا؛ زندی، خلیل؛ سیف پناهی، حامد و فیضی، کاوه. (۱۳۹۴). رابطه رهبری معنوی و درگیری شغلی: مطالعه موردی کارکنان دانشگاه کردستان. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۵۶-۱۳۵*.
- شریعتمداری، مهدی؛ عابدی، زهره و ندیمی، اکرم. (۱۳۹۷). نقش میانجی تعهد سازمانی در تأثیر رضایت شغلی بر رفتار شهروندی سازمانی. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی، دوره ۸، شماره ۲۸، صص ۱۸-۱*.
- طبرسا، غلامعلی؛ شکوهیار، سجاد؛ الفت، محمد. (۱۳۹۷). تأثیر متناقض رضایت شغلی بر آوای مخرب کارکنان با توجه به نقش میانجی‌گری شبکه‌های اجتماعی و تعهد سازمانی. *فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۳۳۲-۳۱۱*.
- فرهنگی، علی اکبر؛ قوت، بنفشه؛ آبدارزاده، پدرام؛ سرحدی نژاد، مریم. (۱۳۹۶). شا. نقش ویژگی‌های شخصیتی بر درگیری شغلی با میانجی‌گری کیفیت زندگی کاری. *پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص ۲۸-۵*.

گودرزی، مهدی؛ محسنی اردهالی، سیده شهرزاد و رحیمی، ایمان. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با فرسودگی شغلی در کارکنان فدراسیون ورزش سه گانه. *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره چهارم، شماره ۴، صص ۷۴-۶۵*

لنگری، مرضیه؛ سلیمانپور عمران، محبوبه؛ اسماعیلی شاد، بهرنگ. (۱۳۹۵). بررسی رابطه عجین شدن با شغل با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی بجنورد. *مدیریت بهداشت و درمان، دوره ۷، شماره ۲، صص ۱۰۱-۹۱*

محمدی، جیران؛ باقری، مژگان السادات؛ صفریان، سارا و علوی برازجانی، سیده آزاده. (۱۳۹۵). تبیین نقش پارتی بازی در رضایت و عملکرد شغلی کارکنان. *فصلنامه مدیریت منابع انسانی، دوره ۶، شماره ۱، صص ۲۵۷-۲۳۷*

نعمتی صلاحی، پرندیس. (۱۳۹۶). ارزیابی تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکتها (CSR) بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری در شرکت‌های شهر صنعتی رشت. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان.

- Albrecht, S. L. Bakker, A.B. Gruman, J.A. Macey, W.H. & Saks, A. M. (2016). Employee engagement, human resource management practices and competitive advantage. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 2 (1), 7- 35.
- Danish, R.Q, Shahid,A.U, Aslam,N, Afzal, M, Yasir Ali, H. (2015). Relationship Between JOB Performance, JOB Involvement and Career Salience of Employees in Education Sector of Pakistan. *American Journal of Educational Science*. 1(2), 19-23.
- El Din Mohamed, Wael Salah. (2016). Investigating the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior among Beni Suef Cement Company Employees. *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 6, 1-7.
- Gillet, Nicolas. Morin, Alexandre J. S. Sandrin, Emilie. Houle, Simon A. (2018). Investigating the combined effects of workaholism and work engagement: A substantive-methodological synergy of variable-centered and person-centered methodologies. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 109, 54-77.
- Hames, K.M. (2012). Employees' voice climate perceptions and perceived importance of voice behavior: links with important work-related outcomes. Thesis of Bachelor of Psychology (Honors), Murdoch University.
- Hanaysha, Jalal. Tahir, Putri Rozita. (2016), Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job Satisfaction. *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 219, 272.
- Ilkhanizadeh, Shiva. Karatepe, Osman 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.
- Joo, Baek-Kyoo. Lee, Insuk. (2017). Workplace happiness: work engagement, career satisfaction, and subjective well-being. Evidence-based HRM: a Global Forum for Empirical Scholarship, Vol. 5, 206-221.

- Kim, J.(S). Song, H.J. Lee, C.K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *Int. J. Hosp. Manag.* 55 (May), 25-32.
- Linz, S.J. (2003). Job Satisfaction among Russian Workers. *International journal of manpower*, 24 (6), 626-652.
- Lombart, Cindy. and Didier, Louis. (2014). A study of the impact of corporate social responsibility and price image on retailer personality and consumers reactions (satisfaction, trust and loyalty to the retailer). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 630-642.
- Lyu, Yijing. Zhu, Hong. Jun Zhong, Hong. H, Leqi. (2016). Abusive supervision and customer-oriented organizational citizenship behavior: The roles of hostile attribution bias and work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 69-80.
- Mowbray, P. K. Wilkinson, A. & Tse, H. H. (2015). An integrative review of employee voice: Identifying a common conceptualization and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(3), 382-400.
- Naqshbandi, M. Muzamil; Garib Singh, Sharan Kaur & Ma, Pin (2016). The link between organisational citizenship behaviours and open innovation: A case of Malaysian high-tech sector. *IIMB Management Review* 28, 200-211.
- 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. *Int. J. Hum. Resour. Manag.* 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 corporate social responsibility. *J. Bus. Res.* 69 (8), 2781-2790.
- Park, J. Lee, H. & Kim, C. (2014). Corporate Social Responsibilities, Consumer Trust and Corporate Reputation: South Korean consumers' perspectives, *Journal of Business Research*, 67 (3), 295-302.
- Park, S.Y. Levy, S.E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 26 (3), 332-348.
- Paşaoğlu, Didem. Tonus, H. Zümürüt. (2014). Strategic Importance of Human Resource Practices on Job Satisfaction in Private Hospitals. *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 150, 394-403.
- Podsakoff, Nathan P. Whiting, Steven W. Podsakoff, Philip M. (2009). Individual- and Organizational-Level Consequences of Organizational Citizenship Behaviors: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 94, No. 1, 125.
- Reverte. C, Gomez-Melero. E, Cegarra-Navarro. J G (2015). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: evidence from Eco-Responsible Spanish firms, *Journal of Cleaner Production*, 1-15.

- Schaufeli, W.B. Bakker, A.B. Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: a cross-national study. *Educ. Psychol. Meas.* 66 (4), 701-716.
- Szabó, Zsolt Péter. Czibor, Andrea. Restás, Péter. Bereczkei, Tamás. (2018). "The Darkest of all" The relationship between the Dark Triad traits and organizational citizenship behavior. *Personality and Individual Differences*, Vol. 134, 352-356.
- Travis, DJ. & Gomez, J.R. & Mor B. (2011). Speaking up and stepping back: Examining the link between employee voice and job neglect. *Children and Youth Services Review*, 33(10), 1831-1841.
- Tsourvakas, Georgios. Yfantidou, Ioanna. (2018). Corporate social responsibility influences employee engagement. *Social Responsibility Journal*, Vol. 14, Issue: 1, 123-137.
- Yu, Hsing-Yi. Lou, Jiunn-Horng. Eng, Cheng-Joo. Yang, Cheng-I. Lee, Li-Hung. (2018). Organizational citizenship behaviour of men in nursing professions: Career stage perspectives. *Collegian*, Vol. 25, 19-26.
- Zarifi, F. Yusefi, B. Sadeghi B.S. (2014). Presentation of Organizational Justice, Organizational Commitment, and Occupational Attachment Relationship among Experts of the Ministry of Sports and Youth. *Journal of Sport Management Review*. 23, 115-130.
- Zhang, Yucheng; Guo, Yongxing and Newman, Alexander. (2017). Identity judgements, work engagement and organizational citizenship behavior: The mediating effects based on group engagement model. *Tourism Management*, Vol. 61, 190-197.
- Zhu, Q. Liu, J. Lai, K-h, (2016). Corporate social responsibility practices and performance improvement among Chinese national state-owned enterprises. *Int. J. Prod. Econ.* 171 (January), 417-426.

