

The impact of social responsibility on organizational commitment of companies (A Case study: Employees of brokerage companies of Tehran Stock Exchange)

Zohreh Sayyad¹, Majid Moradi^{2*}, Mehran Matinfard³

1,2,3. Naser Khosro Institute of Higher Education, Saveh, Iran

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of social responsibility on organizational commitment of companies in 2019. The statistical population in this study includes the employees of brokerage companies of Tehran Stock Exchange in 2019. 370 people were selected using Cochran's formula method. In this study, social responsibility dimensions (social, environmental, economic) were considered as independent variables and the organizational commitment as the dependent variable. The present research is an empirical descriptive survey research. In this study, library method was used to collect data and information. All hypotheses have been analysed at the significant level of " $p < 0.01$ ". SPSS software version 20 has been used for all statistical operations. The results showed that the social, environmental and economic dimensions of social responsibility affect the organizational commitment of companies.

Keywords: Social responsibility, Organizational commitment of companies, Tehran Stock Exchange.

تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکت‌ها

(مطالعه موردی: کارکنان شرکت‌های کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران)

زهرة صیاد^۱، مجید مرادی^{۲*}، مهران متین‌فرد^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۲. عضو هیات علمی گروه حسابداری موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

۳. مدرس گروه حسابداری و مدیریت موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، ساوه، ایران

چکیده

هدف این تحقیق بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها در سال ۱۳۹۸ می باشد. جامعه آماری در این تحقیق شامل کارکنان شرکتهای کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران در سال ۱۳۹۸ می باشند. با استفاده از روش فرمول کوکران تعداد ۳۷۰ نفر انتخاب شدند. در این تحقیق، مسئولیت اجتماعی (بعد اجتماعی، بعد محیطی، بعد اقتصادی) متغیرهای مستقل و تعهد سازمانی متغیر وابسته در نظر گرفته شد. تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد و از نظر روش، تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. در این پژوهش برای جمع آوری داده‌ها و اطلاعات، از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. کلیه فرضیات در سطح معنی داری " $p < 0.01$ " مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند و جهت کلیه عملیات آماری از نرم افزار "spss" نسخه ۲۰ استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد بعد اجتماعی، بعد محیطی و بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

واژگان کلیدی: مسئولیت اجتماعی، تعهد سازمانی شرکتها، بورس اوراق بهادار تهران.

۱. مقدمه و بیان مسئله

شرکتها اصولاً برای ترغیب سهامداران اقدام به گزارش اثرات اجتماعی، محیطی و مسئولیت اجتماعی می کنند. گزارشگری می تواند منجر به بهبود توانایی شرکت در یکپارچه سازی شاخص های مسئولیت اجتماعی و پایداری با کسب و کارشان و فرایند تصمیم گیری، شناسایی ریسک و فرصت ها می شود. گزارشگری شاخص های مسئولیت اجتماعی و پایداری بعنوان ابزاری جهت تغییر درک بیرونی و تحریک سهامداران داخلی و خارجی در شرکت عمل می کند. گزارشگری صادقانه، مربوط و کامل شاخص های مسئولیت اجتماعی و پایداری منجر به افزایش انگیزه کارکنان، بهبود شهرت یا نام تجاری شرکت، افزایش اعتبار و ایجاد مزیت رقابتی بلندمدت می شود. همچنین گزارشگری تحت وب شاخص های مسئولیت اجتماعی و پایداری فرصتهای انعطاف پذیری را جهت ارائه اطلاعات و واکنش متقابل سهامداران فراهم کرده و ارتباط پذیری متنوعی را پی ریزی می کند (ادلمن، ۲۰۰۸). مسئولیت اجتماعی شرکتها، یک مفهوم در حال نمو و تکامل است که به عنوان روشی درک میگردد که شرکتها دغدغه های اجتماعی، محیطی و اقتصادی شان را در ارزشها، فرهنگها، تصمیمات، استراتژی و عملیات به گونهای شفاف برای پاسخگویی یکپارچه نمایند و در نتیجه، رویه های بهتر برای شرکت، ایجاد رفاه و بهبود جامعه تدوین نمایند (ترکر، ۲۰۰۹). نایت (۲۰۱۷) بیان میدارد که مسئولیت اجتماعی شرکتها یک چتر مفهومی با واژه شناسی متنوع و کاملاً مرتبط است که به جامعه و محیط اشاره دارد و با زبانی شفاف، پاسخگو و پاینده با رویکرد اخلاق تجاری و چند بعدی، پارامترهایی را درباره نقش اجتماعی شرکتها مورد توجه قرار میدهد. در واقع، این بحث که شرکتها به دامنه وسیعی از ذینفعان فراسوی سهامداران مسئولیت دارند، در مرکز ثقل مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها قرار دارد. از طرفی؛ توجه به موضوع اعتماد و تعهد سازمانی به دو دلیل اهمیت دارد اول اینکه افزایش اعتماد و ایجاد و تقویت تعهد کارکنان آثار مهم و قابل توجهی در سازمانها دارد که مهمترین آنها همگام شدن کارکنان با اهداف سازمانی و افزایش بهره وری و بهبود عملکرد می باشد و دلیل دوم فقدان و تضعیف تعهد سازمانی کارکنان آثار نامطلوب و زیانباری برای سازمانها دارد، که می توان به غیبت، تاخیر، کم کاری و مهمترین آن ترک سازمان اشاره کرد و با توجه به اینکه سیاست ها و شیوه های مدیریت منابع انسانی نقش تعیین کننده ای در ایجاد و تقویت تعهد سازمانی کارکنان در شرکتها بروس اوراق بهادار تهران دارد به نظر می رسد بررسی این موضوع ابزارهایی را برای افزایش کارآمدی این شرکتها ایجاد نماید.

مسئولیت اجتماعی شرکت ماهیتی است که شرکتها باید نه فقط در مقابل سهامدارانشان پاسخگو و مسئول باشند بلکه همچنین باید در مقابل سایر ذینفعان از جمله اعتباردهندگان، خرده فروشان از همه مهمتر مشتریانانشان نیز مسئول باشند (بازین، ۲۰۱۴). اهمیت مسئولیت اجتماعی تأکید می کند که هر شرکت نه تنها باید پیرو قوانین باشد بلکه مهمتر از آن باید این انگیزه را در خود ایجاد کند تا به مسئولیت اجتماعی عمل کنند. با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی از غرب سرچشمه می گیرد ولی ریشه عمیقی در تاریخ چین دارد و بطور زیادی از طرف شرکتها و قانون گذاران پذیرفته شده است (ژانگ، ۲۰۱۲). همچنین وود در سال ۱۹۹۱ خاطر نشان کرد که مسئولیت اجتماعی شرکت اصول و قوانینی برای شرکتها در رابطه با مسئولیت پذیری اجتماعی ارائه می دهد. سینگ و ناروال در سال ۲۰۱۲ مسئولیت اجتماعی را این چنین تشریح کردند که شغل مدیران شرکتها بدلیل تغییرات و پیچیدگی های سریع محیط کسب و کار به چالش می افتد و سهامداران

¹ Bazin

² Zhang

³ Sing & Narwal

مدیران را مجاب می کنند تا فعالیت در زمینه ایجاد مطلوبیت در شرکت انجام دهند و این فعالیت با توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت امکان پذیر خواهد بود. واژه مسئولیت اجتماعی شرکتها به ظهور یک جنبش اشاره دارد که به دنبال وارد کردن فاکتورهای محیطی و اجتماعی در تصمیمات تجاری شرکتها، استراتژی تجاری و حسابداری با هدف افزایش عملکرد اجتماعی و محیطی در کنار ابعاد اقتصادی است به گونه ای که برای واحد تجاری، جامعه و محیط مفید و سودمند باشد (مک کینلی^۴، ۲۰۱۲). اگرچه مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها به طور وسیعی در تئوری و عمل بحث شده است، اما هنوز یک تعریف مفهومی پذیرفته شده عام برای آن ارائه نشده است (ترکر^۵، ۲۰۱۳).

از طرفی؛ یکی از نگرش های مهم افراد نسبت شغل که بر رفتار آنان در سازمان می تواند تأثیر داشته باشد و برای مدیران سازمان ها مهم می باشد اعتماد و تعهد سازمانی می باشد. تعهد سازمانی عبارت است از حالتی که فرد سازمانی را که در آن شاغل است معرف خود می داند (گرگی، ۱۳۹۶) و اعتماد سازمانی را به عنوان انتظارات مثبتی که افراد، بر پایه نقش های سازمانی، مناسبات، تجربیات، وابستگی های متقابل از نیت و رفتارهای مختلف اعضاء سازمان دارند، تعریف می کنند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین میثرا (۲۰۱۶) اعتماد سازمانی را به عنوان تمایل یک طرف به آسیب پذیر بودن در برابر طرف دیگر براساس این انتظار یا باور که طرف مقابل مطمئن، باز و قابل اعتماد است، تعریف می کند. مسئولیت پذیری اجتماعی از جمله مهم ترین عناصر فلسفه وجودی سازمان ها شناخته شده است، به نحوی که اهمیت دادن به رعایت آن توسط سازمان ها، نه تنها احتمال ارتقاء تعهد سازمانی را به همراه دارد، بلکه رضایت ذینفعان خارج از سازمان را برای مشروعیت بخشیدن به سازمان تقویت می کند. از عوامل مؤثری که هر سازمان در راستای تعهد سازمانی کارکنان باید مد نظر قرار دهد، مسئولیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی است. در این بین ایجاد شبکه ها و مجاری ارتباطی و زمینه سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت پذیری کارکنان شود می تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود (اردلان و همکاران، ۱۳۹۴).

۲. پیشینه تحقیق

تانگ و فاسین^۶ (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکت های خدماتی ویتنام پرداختند. نتایج تحقیق آنان حاکی از آن بود که بعد اجتماعی، بعد محیطی و بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

بارمر و همکارانش^۷ (۲۰۱۷) دریافتند مسئولیت اجتماعی در شرکتها منجر به افزایش تعهد سازمانی در بین کارکنان می شود.

لی^۸ (۲۰۱۸) به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی شرکتها و دقت پیش بینی سود پرداخت. گسترش اعتبار در گزارشگری یکی از عوامل کلیدی در افشای داوطلبانه اطلاعات می باشد. طبق تحلیلات انجام شده نتایج حاصل از آزمون فرضیات حاکی از آن بود که ارتباط و همبستگی مثبت بین دقت پیش بینی سود توسط مدیریت و مسئولیت اجتماعی شرکتها وجود دارد. مدیران جهت افزایش کیفیت افشای مالی عملکرد مسئولیت اجتماعی را افزایش می دهند.

⁴ McKeanly

⁵ Turker

⁶ Tong & Fasin

⁷ Barmer et al

⁸ Lee

بن لملی^۹ (۲۰۱۹) به بررسی ارتباط بین مسئولیت اجتماعی و کارایی سرمایه گذاری پرداخت و طی مطالعات خود در این رابطه دریافت مسئولیت اجتماعی در شرکت ها عدم کارایی در سرمایه گذاری را کاهش می دهد و در نتیجه موجب افزایش کارایی سرمایه گذاری می شود.

در ایران نیز ربیعی و غلامی (۱۳۹۵) به بررسی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی پرداختند. در این راستا، فرمانداری استان قم به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب گردید که با مشارکت ۸۰ عضو در قالب نمونه آماری و استفاده از پرسش نامه جهت جمع آوری داده ها انجام پذیرفت. پردازش حاصل از داده ها با استفاده از مدل رگرسیون حاکی از آن است که نیازهای اقتصادی، رعایت قوانین و مقررات عمومی، رعایت اخلاق کسب و کار و مسئولیت های بشردوستانه بر تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد، این یافته بدان معناست که تأکید بر اهمیت مسئولیت اجتماعی و رعایت آن از سوی سازمان ها می تواند از کارکردی مثبت بر عملکرد سازمان ها برخوردار باشد به نحوی که به طور معناداری تعهد سازمانی کارکنان را تحت تأثیر خود قرار می دهد.

اردلان و همکاران (۱۳۹۵) بررسی تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی پرداختند. نتایج تحلیل الگویابی معادلات ساختاری، برازندگی الگو را با داده ها، مورد حمایت قرار دادند. نتایج الگویابی معادلات ساختاری نشان داد که اثر مستقیم مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی (۰/۲۱) در سطح ۰/۰۵ مثبت و معنی دار است، همچنین اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی (۰/۵۹) در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار است. در نتیجه از عوامل مؤثری که هر سازمان در راستای تعهد سازمانی کارکنان باید مد نظر قرار دهد، مسئولیت پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی است. در این بین ایجاد شبکه ها و مجاری ارتباطی و زمینه سازی بستری که منجر به افزایش مسئولیت پذیری کارکنان شود می تواند در افزایش تعهد سازمانی کارکنان مؤثر واقع شود.

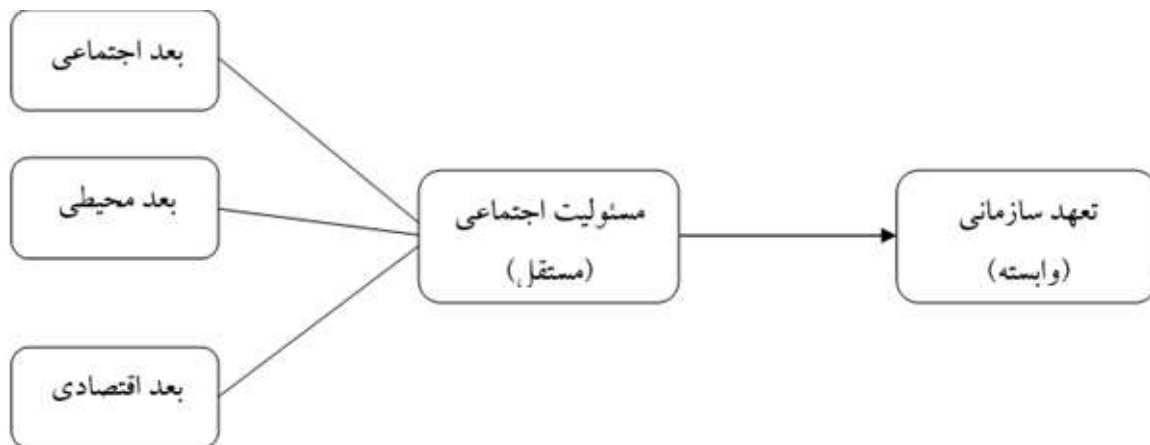
خیراندیش و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر متغیرهای رهبری تحول آفرین و مسئولیت اجتماعی سازمانی در بهبود هویت های سازمانی پرداختند. نتایج تحلیل داده ها نشان داد که رهبری تحول آفرین بر مسئولیت اجتماعی سازمانی و هویت سازمانی تأثیر دارد، مسئولیت اجتماعی سازمانی بر هویت سازمانی تأثیر دارد. هم چنین، رهبری تحول آفرین از طریق مسئولیت اجتماعی سازمانی موجب بهبود هویت سازمانی می شود.

۳. فرضیه های تحقیق و مدل مفهومی

فرضیه اصلی: مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

فرضیه های فرعی:

- ۱- بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.
- ۲- بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.
- ۳- بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.



منبع (تالگ و فاسین، ۲۰۱۷)

شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

۴. روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر با توجه به موضوع، اهداف و فرضیه‌ها تحقیق توصیفی - پیمایشی می‌باشد و تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی می‌باشد.

۱،۴. جامعه و نمونه آماری تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه کارکنان کارگزاری های بورس تهران در سال ۱۳۹۸ می‌باشد. گرچه کارگزاران بورسه تهران رضایت مشتریان را تاحدی جلب نموده اند اما هنوز هم در نیمی از شاخصهای تعهدسازمانی ، شکاف منفی دارند. نکته جالب توجه در نتایج این پژوهش، عدم برآورده شدن انتظارات سرمایه گذاران در مورد بعد پاسخگویی در بورس مورد پژوهش است که مطالعات بیشتری در رابطه با آن را می‌طلبد. با استفاده از روش فرمول کوکران تعداد ۴۰۰ نفر انتخاب شدند. بنابراین ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد و ۳۷۰ نفر به سوالات پرسشنامه جواب دادند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه گیری کوکران استفاده می‌شود.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha/2}^2 \times P(1 - P)}{\epsilon^2(N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \times P(1 - P)}$$

که در آن

P: برآورد نسبت صفر متغیر (P = 0/5)

Z: مقدار متغیر نرمال واحد، متناظر با سطح اطمینان ۹۵ درصد، (Z_{α/2} = 1.96)

ε: مقدار اشتباه مجاز ، (ε = 0/06)

N: حجم جامعه محدود

مقدار P برابر ۰/۵ در نظر گرفته شده است. زیرا اگر P=0/5 باشد، n حداکثر مقدار ممکن خود را پیدا می‌کند. این امر سبب می‌شود که نمونه به حد کافی بزرگ باشد.

۲،۴. روش و ابزار گردآوری اطلاعات

جمع آوری اطلاعات مورد نیاز برای این پژوهش به دو صورت کتابخانه ای، مراجعه به اسناد و مدارک و میدانی است. روش کتابخانه ای شامل بررسی و مطالعه انواع متون فارسی و انگلیسی (کتاب، مقالات و غیره) می باشد. برای کسب اطلاعات و مدارک مربوطه مراجعه شده است و در روش میدانی، محقق با طراحی پرسشنامه و توزیع آن در بین نمونه آماری، داده های مورد نیاز برای انجام تحقیق را، جمع آوری کرده است. سپس با استفاده از داده های جمع آوری شده، فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته است.

روایی و پایایی

روایی، آن خصیصه ابزار و یا روش جمع آوری داده ها است که با داشتن این خصیصه همان مقولاتی را تعیین می کند که برای تعیین آن مقولات طرح ریزی شده است (جان بست، ۱۳۸۴). در این تحقیق برای اندازه گیری داده های جمع آوری شده از مطالعات مقدماتی از ابزار پرسشنامه استفاده شده و برای تحلیل داده ها، نیز نرم افزار SPSS بکار گرفته شده است؛ لذا پایایی پرسشنامه یا قابلیت اعتماد آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است.

برای تعیین میزان پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد سئوالات	ضریب آلفای کرونباخ
بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی	۱۵	۰/۸۴۸
بعد محیطی مسئولیت اجتماعی	۱۱	۰/۸۳۹
بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی	۱۲	۰/۷۴۶
تعهد سازمانی	۷	۰/۷۲۹

۵. یافته های تحقیق

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق

با توجه به اطلاعات بدست آمده از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه ، ۵۵ درصد مرد و ۴۵ درصد زن هستند. از لحاظ سن کارکنان، ۳۱ درصد کمتر از ۳۰ سال، ۳۶ درصد ۳۱-۴۰ سال، ۲۲ درصد ۴۱-۵۰ سال، ۱۲ درصد ۵۱ سال به بالا بوده اند. از لحاظ میزان تحصیلات، ۱۴ درصد دیپلم، ۲۲ درصد فوق دیپلم، ۳۸ درصد لیسانس، ۲۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر بوده اند. از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ سابقه خدمت، ۳۶ درصد کمتر از ۱۰ سال، ۲۵ درصد ۱۱-۱۵ سال، ۲۲ درصد ۱۶-۲۰ سال، ۱۶ درصد ۲۱ سال به بالا بوده اند.

توصیف متغیرهای اصلی پژوهش

با توجه به جدول زیر شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش نشان داده شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

انحراف معیار	میانگین		بیشترین	کمترین	تعداد مشاهدات	
	انحراف خطا	آماره				
۰/۴۶۸۴۶	۰/۰۲۴۳۵	۳/۱۴۵۷	۴/۵۰	۲/۱۰	۳۷۰	بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی
۰/۶۲۶۶۵	۰/۰۳۲۵۸	۳/۴۹۱۰	۵/۰۰	۱/۷۵	۳۷۰	بعد محیطی مسئولیت اجتماعی
۰/۷۶۸۰۳	۰/۰۳۹۹۳	۳/۶۶۹۴	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۷۰	بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی
۰/۹۲۳۲۳	۰/۰۴۸۰۰	۲/۹۴۳۲	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۷۰	تعهد سازمانی

آزمون نرمال بودن داده‌ها (آزمون کولموگراف-اسمیرنوف (K-S))

بمنظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای فرضیه‌های تحقیق ابتدا به بررسی نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیات از طریق آزمون کولموگراف-اسمیرنوف (K-S) پرداخته شده و سپس با استفاده از نتایج این آزمون از روش‌های آماری پارامتری یا ناپارامتری مناسب برای آزمون استفاده شده است. بنابراین فرضیه‌ها به شکل زیر خواهد بود:

$$\begin{cases} H_0 = \text{توزیع مشاهدات مورد بررسی نرمال است} \\ H_1 = \text{توزیع مشاهدات مورد بررسی نرمال نیست} \end{cases}$$

جدول ۳. آزمون کولموگراف-اسمیرنوف (K-S)

متغیر	(سطح معنی داری)	آماره (z)	نتیجه آزمون
بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی	۰/۱۶۲	۱/۱۱۵	توزیع داده نرمال است
بعد محیطی مسئولیت اجتماعی	۰/۲۳۲	۱/۰۳۳	توزیع داده نرمال است
بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی	۰/۰۵۳	۱/۹۸۵	توزیع داده نرمال است
تعهد سازمانی	۰/۰۷۶	۱/۸۸۱	توزیع داده نرمال است

تحلیل جدول فوق:

مطابق نتایج جدول شماره (۳) با توجه به مقادیر سطح معنی داری $Sig=0/162$ برای متغیر بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی، $Sig=0/232$ برای متغیر بعد محیطی مسئولیت اجتماعی، $Sig=0/053$ برای متغیر بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی، $Sig=0/076$ برای متغیر تعهد سازمانی محاسبه شده است، و چون این مقادیر بیشتر از $(\alpha = 1\%)$ یعنی $(sig > \alpha)$ می‌توان دریافت که فرض H_0 تأیید و فرض H_1 رد می‌شود. و بنابراین فرض نرمال بودن توزیع مشاهدات تأیید می‌شود. می‌توان از آزمون‌های آماری پارامتریک بهره جست.

¹ -Kolmogorov-Smirnov(K-S)

آزمون همبستگی پیرسون

با توجه به اینکه فرضیه‌ها از نوع رابطه‌ای می‌باشد و برای اینکه کلیه متغیرها نرمال می‌باشند برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. جهت بررسی میزان و شدت رابطه بین دو متغیر از روش آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که خروجی آن با استفاده از نرم افزار SPSS.20 به شرح زیر است.

فرضیه ۱

H₀: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار نیست.

H₁: بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی پیرسون بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها			
متغیر	شاخص	تعهد سازمانی	بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی
تعهد سازمانی	ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰/۴۱۱**
	سطح معنی داری	۰	۰/۰۰۰
	حجم نمونه	۳۷۰	۳۷۰

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

مطابق جدول شماره (۴) میزان همبستگی برابر $r=0/411$ شده است. که با توجه به سطح معنی داری $Sig=0/000$ و این مقدار کمتر از $(\alpha=1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می‌توان دریافت که فرض H₀ رد شده و فرض H₁ مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی می‌توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۹ درصد بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

فرضیه ۲

H₀: بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار نیست.

H₁: بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی پیرسون بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها			
متغیر	شاخص	تعهد سازمانی	بعد محیطی مسئولیت اجتماعی
تعهد سازمانی	ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰/۳۱۹**
	سطح معنی داری	۰	۰/۰۰۰
	حجم نمونه	۳۷۰	۳۷۰

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

مطابق جدول شماره (۵) میزان همبستگی برابر $r=0/319$ شده است. که با توجه به سطح معنی داری $Sig=0/000$ و این مقدار کمتر از $(\alpha=1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می توان دریافت که فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۹ درصد بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

فرضیه ۳

H_0 : بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار نیست.

H_1 : بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

جدول ۶. نتایج آزمون همبستگی پرسون بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها			
متغیر	شاخص	تعهد سازمانی	بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی
تعهد سازمانی	ضریب همبستگی پرسون	۱	$0/369^{**}$
	سطح معنی داری	۰	۰/۰۰۰
	حجم نمونه	۳۷۰	۳۷۰

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

مطابق جدول شماره (۶) میزان همبستگی برابر $r=0/369$ شده است. که با توجه به سطح معنی داری $Sig=0/000$ و این مقدار کمتر از $(\alpha=1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می توان دریافت که فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان ۹۹ درصد بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

آزمون رگرسیون چندگانه

اگر تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بررسی شود ممکن است نتایج متفاوتی حاصل شود. برای تأثیر این عوامل بطور همزمان از رگرسیون چندگانه استفاده شده است و با توجه به تأیید همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته به بررسی رابطه کمی میان متغیرهای مستقل و وابسته پرداخته تا بصورت یک مدل ارائه گردد. همچنین اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بوسیله روش رگرسیون چندمتغیره مورد بررسی قرار می گیرد. قبل از تهیه مدل رگرسیونی فرضیاتی را بعنوان استفاده از رگرسیون خطی چندمتغیره باید ارائه دهیم در غیر این صورت مدل از اعتبار لازم برخوردار نخواهد بود که این موارد به شرح زیر است:

فرضیات مدل رگرسیون

نرمال بودن متغیر وابسته (تعهد سازمانی): برای بررسی نرمال بودن یک متغیر از آزمون کولموگراف-اسمیرنوف (K-S) استفاده گردیده است. که نتایج در جدول (۳) نشان از نرمال بودن داده‌ها بوده است.

رابطه خطی بین متغیر وابسته و مستقل (آزمون F فیشر): این امر را میتوان از طریق تحلیل واریانس (ANOVA) رگرسیون بمنظور بررسی رابطه خطی بین دو متغیر استفاده کرد. فرضیه‌های آماری کل مدل رگرسیون بصورت زیر می-باشد:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 = \text{رابطه خطی بین دو متغیر وجود ندارد.} \\ H_1 = \text{رابطه خطی بین دو متغیر وجود دارد.} \end{array} \right.$$

جدول ۷. جدول تحلیل واریانس (ANOVA)

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
رگرسیون	۱۶/۴۸۴	۳	۴/۱۲۱	۲۳/۳۲۳	۰/۰۰۰b
باقی مانده (خطا)	۶۴/۴۹۴	۳۶۶	۰/۱۷۷		
جمع	۸۰/۹۷۸	۳۶۹			

متغیر پیش بین: بعد اجتماعی، بعد محیطی، بعد اقتصادی

متغیر وابسته: تعهد سازمانی

مطابق جدول شماره (۷) با توجه به سطح معنی داری $Sig=0/000$ شده است و چون این مقدار کمتر از $(\alpha = 1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می‌توان دریافت که فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین فرض خطی بودن رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تأیید می‌شود.

ضریب همبستگی و ضریب تعیین چند متغیره

بر اساس داده‌های تحقیق مساله ضریب همبستگی چند گانه و ضریب تعیین این تحقیق طبق جدول ۸ بصورت زیر می‌باشد: ضریب همبستگی چند گانه با مقدار $0/451$ نشان می‌دهد که شدت رابطه متغیرهای مستقل بطور کلی با متغیر وابسته یعنی تعهد سازمانی به چه میزان است. و ضریب تعیین با مقدار $0/204$ نشان دهنده تغییر پذیری (انحراف) در متغیر وابسته است که می‌توان بوسیله معادله رگرسیون آنرا توضیح داد.

جدول ۸. ضریب همبستگی چند گانه و ضریب تعیین

مدل	ضریب همبستگی چند گانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	آزمون دورین واتسون
۱	۰/۴۵۱a	۰/۲۰۴	۰/۱۹۵	۱/۹۸۷

متغیر پیش بین: بعد اجتماعی، بعد محیطی، بعد اقتصادی

متغیر وابسته: تعهد سازمانی

آزمون دوربین-واتسون^۲: آزمون استقلال خطاها (باقیمانده‌ها)

یکی از مفروضه‌هایی که در رگرسیون مدنظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی توسط مدل رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند، امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد. بمنظور استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین-واتسون استفاده می‌شود که چنانچه مقدار آن در بازه ۲,۵ تا ۱,۵ قرار گیرد H_0 آزمون (عدم همبستگی بین خطاها) پذیرفته می‌شود و در غیر اینصورت H_0 رد می‌شود (همبستگی بین خطاها وجود دارد). برای رسیدن به این مهم از آزمون دوربین-واتسون می‌توان استفاده کرد. مقدار این آزمون در جدول زیر محاسبه گردیده است. از آنجا که این آماره‌ها در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می‌گیرند، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که خطاها از یکدیگر مستقل بوده و می‌توان از مدل رگرسیونی جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد.

جدول ۹. آزمون دوربین-واتسون

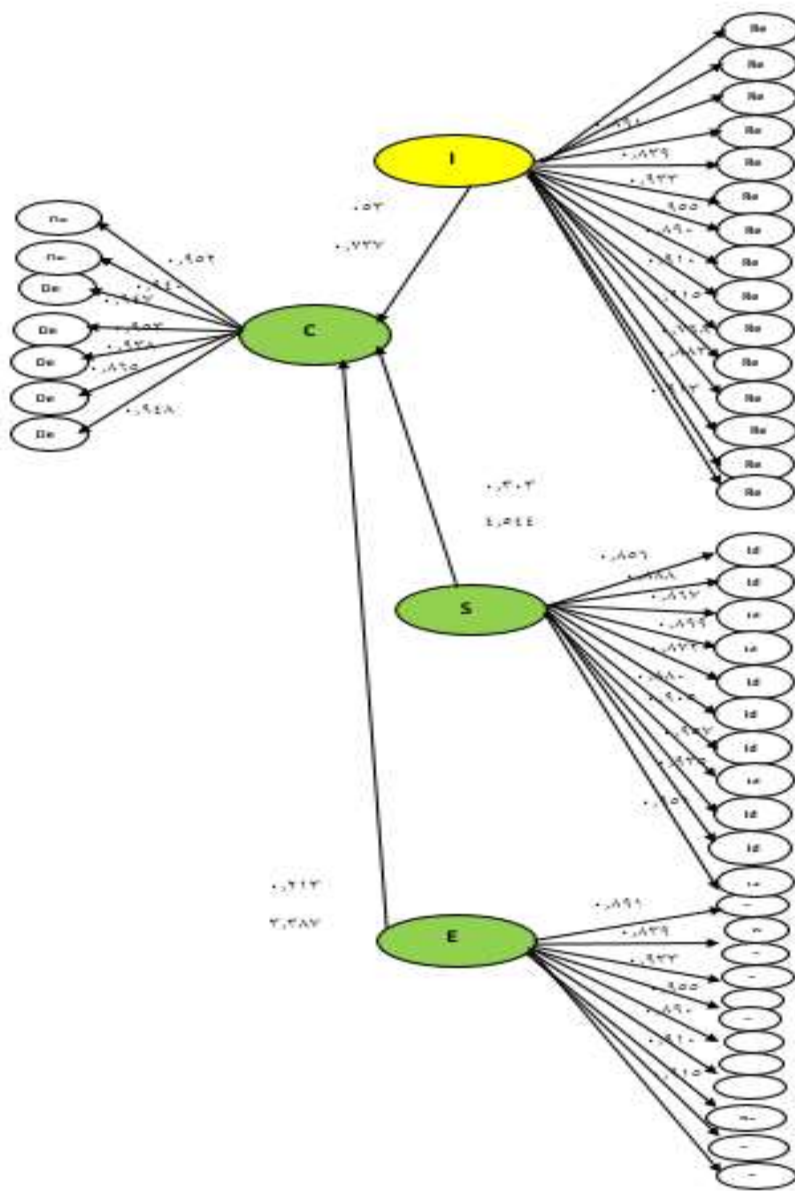
وضعیت	مقدار بدست آمده	مقدار مطلوب	آزمون
عدم همبستگی بین خطاها	۱/۹۸۷	$1.5 \leq d \leq 2.5$	Durbin-watson d

با توجه به این که آماره مورد نظر در بازه ۱,۵ و ۲,۵ می‌باشد بنابراین عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. در ادامه نتایج بار عاملی مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است.

¹ - Durbin-watson d Test

²

بارعاملی مدل مفهومی تحقیق



ارائه مدل رگرسیون خطی چند متغیره:

پس از بررسی جداول مربوط به ضریب همبستگی، برای ارائه مدل یک مدل رگرسیون چندمتغیره $y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3$ از جدول (ضریب) Coefficients استفاده می کنیم که متغیرهای معرفی شده در این مدل رگرسیون این تحقیق بصورت زیر می باشد:

y : تعهد سازمانی

x_1 : بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی

x_2 : بعد محیطی مسئولیت اجتماعی

x_3 : بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی

جدول ۱۰. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره

آماره هم خطی		سطح معنی-داری	آماره T	ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد		مدل
VIF	تولرانس			ضریب بتا	انحراف خطا	ضریب B	
		۰/۰۰۰	۱۳/۱۵۶		۰/۱۴۷	۱/۹۲۹	(مقدار ثابت)
۲/۰۳۲	۰/۴۹۲	۰/۰۰۰	۴/۵۴۴	۰/۳۰۳	۰/۰۴۱	۰/۱۸۵	بعد اجتماعی
۲/۳۹۰	۰/۴۱۸	۰/۴۶۲	۰/۷۳۷	۰/۰۵۳	۰/۰۳۷	۰/۰۲۷	بعد محیطی
۱/۸۱۰	۰/۵۵۳	۰/۰۰۱	۳/۳۸۷	۰/۲۱۳	۰/۰۳۵	۰/۱۱۸	بعد اقتصادی

متغیر وابسته: تعهد سازمانی

مطابق نتایج تحلیل رگرسیون جدول شماره (۴-۱۵) با توجه به سطح معنی داری $Sig=0/000$ محاسبه شده در سطح اطمینان ۹۹٪ ($\alpha=1\%$) نتایج زیر بدست آمده است:

متغیرهای بعد اجتماعی و بعد اقتصادی برای پیش‌بینی تعهد سازمانی در سطح اطمینان ۹۹٪ ($\alpha=1\%$) معنادار می‌باشند. ($Sig<0.01$)

متغیر بعد محیطی برای پیش‌بینی تعهد سازمانی در سطح اطمینان ۹۹٪ ($\alpha=1\%$) معنادار نمی‌باشند. ($Sig>0.01$) جهت اثرات دو متغیر موجود در مدل رگرسیون بر متغیر وابسته از ستون ضرایب استفاده می‌شود. بنابراین در این تحقیق معادله رگرسیون بصورت زیر می‌باشد:

$$y = 1.929 + 0.18x_1 + 0.11x_3$$

نتایج حاصل از ضرایب معادله رگرسیون، نشان می‌دهد که ۱۸٪ از تغییرات متغیر تعهد سازمانی را بعد اجتماعی توجیه می‌کند و ۱۱٪ متغیر بعد اقتصادی این تغییرات را توجیه می‌کند. با توجه به ضرایب می‌توان گفت که متغیر بعد اجتماعی نسبت به متغیر بعد اقتصادی بیشترین تأثیر را در تعهد سازمانی دارد.

تعیین وجود چند هم خطی^{۱۳}

هم خطی وضعیتی است که نشان می‌دهد یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل است. اگر هم خطی در یک معادله رگرسیون بالا باشد بدین معنی است که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و ممکن است با وجود بالا بودن R^2 ، مدل دارای اعتبار بالایی برخوردار نباشد. عبارت دیگر با وجود آنکه مدل، مدل خوب به نظر می‌رسد ولی دارای متغیرهای مستقل معنی‌داری نمی‌باشد و این متغیرها بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. نتایج این آزمون بصورت جدول بالا است. که شاخص تولرانس^{۱۴} و عامل تورم واریانس^{۱۵} (VIF) ارایه می‌شود. هر چقدر تولرانس کمتر (نزدیک به صفر) باشد، اطلاعات مربوط به متغیرها کم بوده و مشکلاتی در استفاده از رگرسیون ایجاد می‌شود. عامل تورم واریانس نیز معکوس تولرانس بوده و هر چقدر افزایش یابد باعث می‌شود. واریانس ضرایب رگرسیون را برای پیش‌بینی نامناسب سازد.

13 Multicollinearity

14- Tolerance

15 Variance inflation factor (VIF)

با توجه به ستون آخر جدول (۱۰) مقدار VIF برای کلیه متغیرهای مستقل کمتر از 5 ($VIF < 5$) می‌باشد. بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی وجود ندارد و مدل برازش شده دارای اعتبار می‌باشد.

۶. نتیجه گیری

با توجه به نتیجه آزمون رگرسیون فرضیه اول تحقیق بعد اجتماعی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است. در این راستا؛ تانگ و فاسین (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها خدماتی ویتنام پرداختند. نتایج تحقیق آنان حاکی از آن بود که بعد اجتماعی، بعد محیطی و بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است. بارمر و همکارانش (۲۰۱۷) دریافتند مسئولیت اجتماعی در شرکتها منجر به افزایش تعهد سازمانی در بین کارکنان می‌شود. بچت و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و ارزش سهامداران پرداختند. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتها یکی از مفاهیم بااهمیت در استراتژی شرکتها و ابزار حداقل سازی تضاد بین سهامداران است. در حالیکه شرکتها اقدام به پذیرش و بهبود عملیات مسئولیت اجتماعی کرده اند تحقیقات آکادمیک به فهم و درک تأثیر مسئولیت پذیری اجتماعی خصوصا در بازار سرمایه پرداخته اند. طی تحقیقاتی که انجام شد نتایج پژوهش حاکی از آن است که مسئولیت اجتماعی شرکت یکی از هسته های اصلی استراتژی شرکت در کاهش تضاد بین سهامداران است و تأثیری اساسی بر ارزش سهامداران دارد.

با توجه به نتیجه آزمون رگرسیون فرضیه دوم بعد محیطی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار نیست. در این راستا؛ کامینکیولی و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت پرداختند. طی دو دهه گذشته در بسیاری از کشورها شمار شرکتهایی که به مسئولیت اجتماعی دست یافته اند افزایش یافته است. تحقیقات متعددی دریافته اند که بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد شرکت همبستگی وجود دارد. در پژوهش مورد اشاره طبق تحلیلان انجام گرفته، نتایج حاکی از آن بود که تفاوت‌های شگفت انگیز متعددی در برخی شاخصهای اقتصادی بین شرکتها با مسئولیت اجتماعی و شرکتها بدون مسئولیت اجتماعی و بین ایالت متحده آمریکا و اروپا و میان بخش های مختلف صنعت وجود دارد. لی و برولد (۲۰۰۳) در پژوهشی بررسی کردند که آیا مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی تأثیر گذار است و بیان کردند که به طور کلی مسئولیت اجتماعی در شرکتها منجر به افزایش رضایت شغلی و تعهد سازمانی می‌شود. در فرضیه سوم تحقیق نیز، با توجه به نتیجه آزمون رگرسیون، بعد اقتصادی مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی شرکتها تأثیر گذار است.

پیشنهادها مبتنی بر نتایج تحقیق

۱. توصیه می‌شود شرکت‌های بورسی برای شفافیت و پاسخگویی بهتر و بیشتر به اعتباردهندگان برای انعکاس اثرات اقتصادی فعالیت‌های خود به آن توجه کافی نشان دهند و در تدوین استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی شرکتها و برنامه‌های آن مدنظر قرار دهند.
۲. پیشنهاد می‌شود موسسات رتبه‌بندی و نهادهای نظارتی در سطح ملی می‌توانند مدل افشاء ارائه شده تحقیق را برای رتبه‌بندی شرکت‌های ایرانی از بعد شاخص‌های مسئولیت اجتماعی مورد استفاده قرار دهند.

پیشنهادها برای تحقیق های آتی

- ✓ پیشنهاد می گردد تحقیقی با همین موضوع اما با جامعه آماری متفاوت و با توجه به طبقه بندی در مدیران و گروه خاصی از کارکنان انجام شده و نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر مقایسه گردد.
- ✓ پیشنهاد می گردد به الویت بندی شاخص های مسئولیت اجتماعی تأثیر گذار بر تعهد سازمانی پرداخته شود.

References

- اردلان، محمدرضا، قنبری، سیروس، بهشتی راد، رقیه، نویدی، پرویز، ۱۳۹۴. تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی. فصلنامه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی. سال پنجم. شماره ۱۰، صص ۱۳۲-۱۰۹.
- خیراندیش، مهدی، ساری اصلانی، هانا، مهدبی، مهدی، عبدالله پور، سجاد. (۱۳۹۸). نقش رهبری تحول آفرین در ارتقای هویت سازمانی با مطالعه نقش میانجی مسئولیت اجتماعی. فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۱۱۳-۱۳۴.
- ربیعی مندجین، محمدرضا و غلامی، مهدیه، ۱۳۹۵. بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی، کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری، تهران.
- مرتضوی، سعید، پورآزاد، ناصر (۱۳۸۹). بررسی نقش تعدیل گری متغیر اهمیت مسئولیت اجتماعی بر رابطه بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی؛ نمونه مورد مطالعه: شرکت های صنایع غذایی شهر مشهد، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، شماره ۲، ۲۱۷-۱۹۳.
- ویسه، سید مهدی، همایون، نوری زاده (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی (مورد مطالعه، کارکنان دانشگاه دولتی ایلام). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام.
- یاوری، اشرف (۱۳۹۲). تأثیر تعهد کارکنان بر مسئولیت اجتماعی (سازمان اداره مرکزی حفاظت محیط زیست تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی
- Albinger HS, Freeman SJ (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking population. *J. Bus. Ethics*: 28-243-253.
- Ali ,I, Rehman, K., Ali ,S. ,. , Yousaf ,J & Zia, M (2010) Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance, *African Journal of Business Management* Vol. 4(12), pp. 2796-2801, Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Ali, I ,. Fatima Ali, J (2012) Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Employee Engagement, Department of Management Sciences ,COMSATS, Institute of Information Technology Lahore, Pakistan
- Brammer S, Millington A, Rayton B (2007). The contribution of corporation social responsibility to organizational commitment. *Int. J.Hum. Res. Manag.* 18 (10):1701-1719.
- Baharifar A. Javaheri K., Outcomes of ethical values in Organization. (1389) *Journal of Human Development Police* , No 28.
- Carroll, A.B(1991).The Pyramid of Corporate Social responsibility: Toward the moral management of organizationl stakeholders. *Business Horizons*, 34(4):39-48.
- Ford, M. E(1985)." Social Cognition and Social Competence in Adolescence". *Developmental Psychology*.Vol. 18, pp. 323-340.
- Jamali,D.& Mirshak,R.(2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*,72:243-262.

- Lee, C.H., & Bruvold, N, T. (2003). Creating value for employees: investment in Training and Education. *International Journal of Human Resource Management*, 14(6), 981-1000. <http://dx.doi.org/10.1080/0958519032000106173>
- Lo, C.WH, Egri C. P., & Ralston D. A. (2008). Commitment to corporate, social, and environmental responsibilities: an insight into contrasting perspectives in China and the US. *Organization Management Journal*5, 83–98. <http://dx.doi.org/10.1057/omj.2008.10>
- Luthans, F (2008): *Organizational behavior*. Boston: McGraw Hill.
- Lantos, GP (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(2), 595-630.
- Mayer,J & Hrrscovitch, L (2002): Commitment in the workplace toward a general model. *Human Resource management review*. 2(9).
- Mayer, R .C & Shoorman, D. F (2000): Differentiating antecedents of organizational commitment, a test of March & Simon model. *Journal of organizational behavior*. 19(1). 47-49.
- Nanderam, D, R. (2010)corporate social responsibility and employee engagement: an exploratory case study, Capella University, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy
- O'Reilly, C. & Chatman,J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: the effects of compliance, identification, and internalization on pro-social behavior. *Journal of Applied Psychology*, 7,492-9.
- Porter, LW, steers, RM, Mowday, R.T & Boulian, PV 1974, 'Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians', *Journal of Applied Psychology*, vol. 59 , no. 5, pp. 603-9
- Peterson DK (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Bus. Soc.*, 43:296-319.
- Rettab, B., Brik, A, B., & Mellahi, K. (2009). A Study of Management Perceptions of the Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance in Emerging Economies: The Case of Dubai. *Journal of Business Ethics*, 89, 37 1–390.
- Thang, N, & Fassin, Y. (2017). The Impact of Internal Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: Evidence from Vietnamese Service Firms. *Journal of Asia-Pacific Business*
- Vitell, Scott john and Singhapakdi. (2008). The role of Ethics Institutionalization in Influencing Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Esprit de Corps. *Journal of Business Ethics*, 81:343-353.