

نقش تعدیل کنندگی تیپ شخصیتی افراد در تأثیر درک مسئولیت اجتماعی بر رضایت و تعهد شغلی حسابداران

ملیحه علی فری^۱
حمیدرضا وکیلی فرد^۲
بهمن بنی مهد^۳
رمضانعلی رویایی^۴

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۸/۱۷ تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۰/۱۵

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش تعدیل کنندگی تیپ شخصیتی در روابط بین درک مسئولیت اجتماعی و رضایت شغلی و تعهد سازمانی بوده است. از نظر هدف، روش تحقیق کاربردی و برحسب روش تحقیق؛ توصیفی-همبستگی بوده که با استفاده از ابزار پرسشنامه در بین ۱۹۶ حسابدار با تجربه در تمام ادارات، واحدها و بخشهای مختلف مشمول قانون مدیریت خدمات کشوری داده ها جمع آوری شده است. برای بررسی متغیرها با توجه به حد وسط مقیاس اندازه گیری از آزمون t یک نمونه و برای بررسی تفاوت بین سه گروه یا بیشتر برای متغیرها از آنالیز واریانس یک طرفه (ANOVA) و همچنین برای مقایسه زوجی بین میانگین گروه ها آزمون زوجی شفه و از رگرسیون سلسله مراتبی چند گانه برای بررسی فرض نقش تعدیلگری متغیر تیپ شخصیتی استفاده شده و داده ها با استفاده از نرم افزار spss18 تجزیه و تحلیل گردید؛ نتایج پژوهش نشان می دهد که رابطه بین درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و رضایت شغلی مورد تایید بوده و درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر تعهد سازمانی تأثیر معناداری داشته است. همچنین یافته ها نشان می دهد که تیپ شخصیتی افراد، رابطه بین درک مسئولیت اجتماعی و رضایت شغلی و تعهد سازمانی را تعدیل نمی کند.

واژه های کلیدی: درک مسئولیت اجتماعی، تیپ شخصیتی، نگرش شغلی، حسابداران.

۱- دانشجوی دکتری رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

۲- دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه حسابداری، تهران، ایران (نویسنده مسئول) H-vakilifard@sbiau.ac.ir

۳- دانشیار گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

۴- دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه حسابداری، تهران، ایران

۱- مقدمه

انسان موجودی اجتماعی بوده و زمانی که گروهی از انسانها گرد هم می‌آیند در بین آن‌ها مجموعه‌ای از کارکردها، باورها، هنجارها و ارزش‌ها پدیدار می‌شود که بر شیوه‌ی رفتاری آن‌ها اثر می‌گذارد. پیداست که انسان امروزی، نمی‌تواند جدا از تشکیلات و سازمان‌های متشکل از هم‌نوعان خود زندگی کند؛ بنابراین باید گفت که بخش اعظم کردار و رفتار انسان‌ها از نهادها یا سازمان‌ها سرچشمه گرفته یا اینکه دست کم تحت تأثیر آنهاست. به همین رو ماهیت محیط‌های اجتماعی کار در سازمان‌ها از موضوع‌های مورد توجه دانش‌های رفتاری و اجتماعی است. از زمانی که ارتباط بین نقش‌های اجتماعی، سیاسی، محیطی، اقتصادی در تجارت رو به افزایش گذاشته است، سازمان‌ها با پویایی‌های جدیدی مواجه شده‌اند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و یا راهبردهای موثر در این خصوص است. در واقع امروزه سازمان‌ها علاوه بر انجام وظایف سنتی خود به انجام فعالیت‌های دیگری نیز مکلف شده‌اند، که هدف این فعالیت‌ها، پاسخ‌گویی به انتظارات جامعه است و از آن به عنوان مسئولیت اجتماعی سازمان یاد می‌شود. در این دوران، مدیریت موثر، مدیریتی است که از محدوده اندیشه سازمان خود را رها ساخته و به جامعه و محیط‌های وسیع تری می‌اندیشد، چرا که نه سازمان‌ها می‌توانند خود را از جامعه جدا کنند و نه جامعه می‌تواند بدون سازمان‌ها تداوم یابد (کارنامی، ۱۳۸۵).

چالشی که سازمان‌ها با آن روبرو هستند این است که آن‌ها باید هم‌زمان به افزایش سودآوری و پاسخ‌گویی به انتظارات اجتماعی جدید و سپس مدیریت هم‌زمان این دو پیامد به ظاهر متناقض که نیازمند توسعه استراتژی‌های کاربردی است و اثرات مثبتی هم بر جامعه و هم بر سازمان دارد، دست یابند. پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در سطح سازمان، از جمله سازوکارها و یا راهبردهای موثر در این خصوص است. همواره تلاش بر این بوده که منافع در سازمان‌ها به‌گونه‌ای بهبود یابد که افراد جامعه، بیش از هزینه‌ای

که پرداخت کرده‌اند از سازمان‌ها سود ببرند و به تعبیری سازمان‌ها علاوه بر سود آفرینی، ارزش آفرینی هم داشته‌باشند. به عنوان یک بعد مهم نگرش شغلی، تعهد سازمانی^۱، هویتی روان‌شناختی است که یک فرد نسبت به سازمان متبوع خود احساس می‌کند (آگونیس و گلاوس، ۲۰۱۲).^۲ در حقیقت می‌توان پیوندی بین تعهد سازمانی و فعالیت‌های اجتماعی سازمان انتظار داشت که مستقیماً به ارضاء نیازهای کارکنان می‌پردازد (پیترسون، ۲۰۰۴).^۳ با این حال هنوز کاملاً مشخص نیست که چگونه فعالیت‌های اجتماعی سازمان که مرتبط با دیگر ذینفعان است، بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر می‌گذارد. در این راستا، مطالعات پیترسون (۲۰۰۴) و برامر و همکاران (۲۰۰۷) خاطر نشان می‌کند که این‌گونه فعالیت‌ها تأثیر مثبتی بر تعهد سازمانی می‌گذارند. به عنوان یک بعد مهم دیگر نگرش شغلی، رضایت‌شغلی، حوزه‌ای است که در آن دیدگاه‌های روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناختی، اقتصادی، علوم سیاسی و تربیتی هر یک به سهم خود در آن سخن گفته‌اند. در تجزیه و تحلیل انجام شده توسط هریسون و همکاران (۲۰۰۶)،^۴ دو فاکتور رضایت شغلی و تعهد سازمانی نه تنها عوامل پیش‌بینی کننده رفتار کارکنان می‌باشند، بلکه از متغیرهای اندازه‌گیری نگرش کارکنان می‌باشند.

باتوجه به اینکه اولین و مهمترین جزء سازمان، افراد انسانی با شخصیت‌های مختلف خود هستند، انگیزه‌ها، توانایی‌ها، تمایلات، باورها و افکار که در واقع از اجزای مهم تشکیل دهنده شخصیت انسان است، حدود انتظارات و توقعات افراد را نسبت به یکدیگر و همچنین نسبت به سازمان تعیین می‌کند. بدون آگاهی دقیق نسبت به شخصیت افراد نمی‌توان بین شخصیت و شغل هماهنگی ایجاد کرد و این مشکلی است که بسیاری از سازمان‌ها با آن دست به‌گریبانند. افراد بر اساس الگوی شخصیتی خود نیازها، انتظارات، انگیزه‌ها، توقعات و اهداف خاصی دارند. از طرفی سازمان‌ها نیز بر حسب اهداف و وظایف و فعالیت‌های جاری خود، نیازها، انتظارات و توقعات

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

۲-۱- مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری

تاریخچه این مفهوم به پنج دهه گذشته بر می‌گردد. اولین مبانی مفهومی آن، در سال ۱۹۵۰ توسط بوئن مطرح شد و بعد از آن در دهه ۱۹۶۰، ادبیات آن بطور قابل ملاحظه‌ای توسط نویسندگان مطرح آن دوره دیویس^۵، فردریک^۶، مک‌گویر^۷ و والتن^۸ والتن^۸ توسعه یافت. در دهه ۱۹۷۰ تعاریف و ابعاد آن توسط افرادی همچون استهی و کارول بسط داده شد. در دهه ۱۹۸۰، تعاریف اولیه کمتر توسعه داده شد و بیشتر کار محققان بر تحقیقات و چارچوب‌های جایگزین تمرکز داشت. سپس در دهه ۱۹۹۰، مفاهیم مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری با تئوری‌های جدید همچون تئوری ذینفعان، تئوری اخلاق کسب و کار و شهروندی شرکت توسعه بیشتری یافت که از جمله افراد مطرح در این دوره، وود (۱۹۹۱) بود و تعریف جدیدی در این دوره بر ادبیات آن اضافه نگردید (بونستوپل، ۲۰۱۲)^۹. بر اساس دیدگاه ویسر (۲۰۱۱)^{۱۰} در کتاب «نسل‌ها و گام‌های CSR» می‌توان تکامل مسئولیت واحد‌های کسب‌کار به پنج دوره (عصر) اقتصادی که دارای هم‌پوشانی هستند، تقسیم کرد:

- عصر حرص و طمع^{۱۱}
- عصر نوع دوستی و بشر دوستی^{۱۲}
- عصر آشوب (سوءارائه)^{۱۳}
- عصر مدیریت
- عصر مسئولیت

مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری، یک مفهوم در حال نمو و تکامل است که بعنوان روشی است که شرکت‌ها دغدغه‌های اجتماعی، محیطی و اقتصادی‌شان را در ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، تصمیمات، استراتژی و عملیات به گونه‌ای شفاف برای پاسخگویی یکپارچه نموده و در نتیجه، رویه‌های بهتر برای شرکت، ایجاد رفاه و بهبود جامعه تدوین نمایند (ترکر، ۲۰۰۷)^{۱۴}. در واقع، مسئولیت اجتماعی شرکت، تعهد مدیریت به اعمال، حمایت و بهبود هم‌رفاه جامعه در

خاصی را ارضا می‌کنند. بنابراین به منظور هر یک از انواع شخصیت، محیط شغلی و مشاغل خاصی مناسب است (استانلی دیویس، ۲۰۱۲). تاکنون تحقیقی که به بررسی رابطه درک مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری و نگرش حسابداران از بعد شخصیتی آنها، بپردازد، در ایران انجام نگرفته است. همچنین تا به حال در دنیا تحقیقی بر اساس شاخص درک مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری و تست شخصیت MBIT بطور همزمان، صورت نگرفته است. هدف اصلی این پژوهش بررسی و اندازه‌گیری اثر درک مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری بر نگرش حسابداران با توجه به نوع شخصیتی آنها در راستای ارتقای تعهد سازمانی و رضایت شغلی حسابداران. لذا سوال اصلی تحقیق حاضر این است که چگونه تیپ شخصیتی افراد می‌تواند روابط بین درک مسئولیت اجتماعی و نگرش شغلی را تعدیل کند؟ سازمانها و شرکتهای می‌توانند با شناخت بعد شخصیتی پرسنل مالی خود، تفکیک وظایف موثرتری انجام دهند. سازمان بورس اوراق بهادار تهران، سازمان حسابرسی و وزارت کار، رفاه و تعاون اجتماعی می‌توانند از طریق تعدیل یا تدوین مقررات جدید سعی در افزایش رعایت و افشای مسئولیت‌های اجتماعی سازمان و افزایش انگیزه کاری پرسنل شوند. این تحقیق می‌تواند منجر به ارائه مدل‌هایی شود که سازمانها را در رعایت و افشای مسئولیت‌های اجتماعی خود جهت افزایش تعهد سازمانی و رضایت شغلی حسابداران با توجه به نوع شخصیتی آنها راهنمایی و تشویق نماید. این تحقیق می‌تواند مورد استفاده مدیران واحدهای تجاری، موسسات رتبه‌بندی، دانشگاهیان، وزارت کار و رفاه اجتماعی، تحلیل‌گران و سازمانها و شرکتهای بازرگانی، خدماتی و تولیدی در اتخاذ تصمیمات بهینه در ارتباط با افزایش تعهد سازمانی و رضایت شغلی افراد، قرار بگیرد.

پرسشنامه ای توری و نامبودیری^{۲۱} (۲۰۱۲)، افزایش مسئولیت سازمانها تاثیر مثبتی بر تعهد کارکنان و رضایت شغلی خواهد داشت.

طی مطالعه زینر و همکاران^{۲۲} (۲۰۱۱)، ۱۰۱ کارمند به پرسشنامه اندازه گیری مسئولیت اجتماعی سازمان، عدالت سازمانی و رضایت شغلی پاسخ داده اند. نتایج نشان می دهد که رابطه ای مثبت بین آنها وجود دارد. گلاوس و کلی^{۲۳} (۲۰۱۴)، ۸۷۲ کارمند از ۱۸ شرکت فرانسوی را مورد بررسی قرار داده اند و به این نتیجه رسیدند که درک کارکنان از مسئولیتهای اجتماعی سازمان با حمایت سازمانی و رضایت شغلی ارتباط مثبت دارد. بایود، کاوانا و اسلاتر^{۲۴} (۲۰۱۲) و سیل^{۲۵} (۲۰۱۲) ارتباط بین درک مسئولیت اجتماعی سازمان و انگیزه کارکنان را با متغیر واسطه ای تعهد سازمانی مورد مطالعه قرار داده و به این نتیجه رسیدند که تنها در صورت درگیر کردن کارکنان در فعالیتهای CSR می توان افزایش انگیزه کارکنان و تعهد سازمانی آنها را انتظار داشت. در تحقیق سیگها پاکدی و همکاران^{۲۶} (۲۰۱۵) مشخص شد که درک مسئولیتهای اجتماعی سازمان با نابرابری کیفیت زندگی کاری کارکنان رابطه منفی دارد. این پژوهش در کشور تایلند و بین کارکنان ۶ شرکت و از طریق پرسشنامه انجام شده است. مارکوئیز، تامسون و تایلاسکا^{۲۷} (۲۰۱۰) پس از تجزیه و تحلیل رابطه بین فعالیتهای CSR و قضاوت کارکنان به این نتیجه رسیدند که CSR از طریق افزایش مهارتها و آموزشهای جدید بر انگیزه و تعهد کارکنان تاثیر می گذارد (ادجنپو، ۲۰۱۵). بر اساس نتایج تحقیق ادجنپو^{۲۸} (۲۰۱۵)، درک کامل مسئولیتهای اجتماعی سازمان می تواند از طریق افزایش انگیزه، رضایت و تعهد کاری کارکنان منجر به ایجاد منافع پایدار برای سازمان، کارکنان و جامعه شود.

زو و دوتا^{۲۹} (۲۰۱۴) در تحقیقی با هدف شناخت عوامل موثر بر انگیزه و رضایت شغلی کارکنان که منجر به افزایش سود دهی، افزایش وفاداری مشتریان و درک مسئولیتهای اجتماعی سازمان می شود به این نتیجه رسیدند که ارتباطات درون سازمانی، ارتباط با

کل و هم منافع سازمانها است. تحقیقات محققان پیشین بیان می کند که مسئولیت های اجتماعی سازمان بر رفتار و نگرش کارکنان اثر مثبت می گذارد. بطوریکه کارملی و همکاران (۲۰۰۷)^{۱۵} بیان می کنند که انجام مسئولیت های اجتماعی نسبت به عملکرد مالی و یا عملیاتی، معیار قوی تری در شناخت سازمان می باشند. بعبارتی دیگر، هنگامی که کارکنان حمایت سازمان را درک می کنند تعهد سازمانی و رضایت شغلی آنها افزایش می یابد.

۲-۲- رضایت شغلی

رضایت، درجه ای از لذت و رضایت کلی، ناشی از توانایی ارائه سازمان نسبت به برآوردن مطلوبیتهای انتظارات و نیازهای کارکنان می باشد (Hellier et al., 2003). اولیور^{۱۶} (۱۹۹۷) رضایت را به عنوان وضعیت روحی عمومی که درباره پیش بینی (انتظار) برای احساس و تجربه از رفتار خرید تعریف کرد. برخی نیز رضایت را بصورت پاسخ احساسی به موقعیت خرید تعریف نموده اند. رضایت شغلی مجموعه ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند. رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است، عاملی که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و الزامات یک شغل، شرایطی که در آن کارانجام می گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می شود. فیشر^{۱۷} و هانا^{۱۸} رضایت شغلی را عاملی روانی می داند و آن را به صورت نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط آن تعریف می کند. به این معنا که اگر شغل، شرایط مطلوب را برای فرد فراهم کند، فرد از آن رضایت خواهد داشت، اما اگر شغلی برای فرد، رضایت و لذت مطلوب را فراهم نکند، فرد شروع به مذمت شغل کرده و در صورت امکان شغل خود را ترک خواهد کرد (رابینز، ۱۳۷۸). بر اساس مطالعات وان^{۱۹} (۲۰۱۰) و بک و همکاران^{۲۰} (۲۰۱۱)، درک مسئولیت اجتماعی سازمان بر نگرش مثبت کارمندان و مزایای رقابتی آنها اثر خواهد داشت (تواری و نامبودیری، ۲۰۱۲). بر اساس تحقیق

بین رضایت شغلی با تعهد سازمانی در سطح ۵٪ که سطح قابل قبولی برای علوم رفتاری است. رابطه معناداری وجود ندارد. فرا تحلیل انجام شده توسط مایتو و زاجاک در سال ۱۹۹۰، بر روی تعهد سازمانی نشان داد که تعهد سازمانی به طور مثبتی با رضایت شغلی و به صورت منفی با ترک کارهمبسته است و تأثیر اندکی بر عملکرد شغلی دارد (موزن، حسن زاده و حق بیان، ۱۳۹۳). کاوناف در سال ۱۹۷۴ در تحقیقی که در آمریکا بر روی یک نمونه ۶۰ نفری از معلمان انجام داد نتیجه گرفت که مشاغل به اندازه ی یکسانی برای رضامندی زنان و مردان دارای اهمیت هستند به عبارت دیگر تفاوتی میان رضایت شغلی مردان و زنان وجود ندارد و رضایت شغلی ارتباطی با جنسیت ندارد (موزن، حسن زاده و حق بیان، ۱۳۹۳). بنابراین

۲-۳- تعهد سازمانی

تعهد سازمانی یک نگرش مهم شغلی و سازمانی است که در طول سالهای گذشته موردعلاقه بسیاری از محققان رشته های رفتار سازمانی و روانشناسی خصوصاً روانشناسی اجتماعی بوده است. لذا در نمود عینی تعهد سازمانی، روابط کارکنان را با سازمان منعکس می کند و بر تصمیم به ماندن اعضا در آن سازمان دلالت دارد (میر و آلن، ۱۹۹۷).^{۳۴} بطوریکه تعهد سازمانی، روابط کارکنان را با سازمان منعکس می کند و بر تصمیم به ماندن کارکنان در آن سازمان دلالت دارد (میر و آلن، ۱۹۹۷).^{۳۵} افراد با نیازها، مهارت ها و انتظاراتی وارد سازمان می شوند و مایلند در محیطی کار کنند که بتوانند از توانایی هایشان استفاده و نیازهایشان را ارضاء کنند. چنانچه سازمان ها این فرصت ها را برای کارکنانشان ایجاد کنند، سطح تعهد سازمانی افزایش می یابد (وکولا و نیکولائو، ۲۰۰۵).^{۳۶} کارکنانی که دارای تعهد و پایبندی هستند، نظم بیش تری در کار خود دارند، مدت بیش تری در سازمان می مانند و بیش تر کار می کنند (Pasha & Khodadadi, 2009). همچنین تحقیقات محققان پیشین نشان داده شده است که بین مسئولیت اجتماعی سازمان و تعهد سازمانی از بعد نظری ارتباط وجود

همکاران، افزایش حقوق و دستمزد، نظارت، به رسمیت شناختن از طریق ارتقاء و سیاست های منابع انسانی بر رضایت شغلی کارکنان اثر مثبت دارد. سیاپوترا^{۳۱} (۲۰۱۴) اثر فرهنگ سازمانی را بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان مورد بررسی قرار داد. این پژوهش در کشور اندونزی و با استفاده از پرسشنامه (جمع آوری اطلاعات بصورت تصادفی) انجام گرفت و به این نتیجه انجامید که فرهنگ سازمانی می تواند اثر تعهد بر رضایت شغلی را کاهش دهد. گانلوک، ازر و ازکان (۲۰۱۳)^{۳۱}، مطالعه ای با هدف بررسی اثر رضایت شغلی حسابداران بر تعهد سازمانی آنها در کشور ترکیه انجام دادند. نتایج از نمونه ۱۰۸۵ نفری حسابداران (مربیان، CA و CPA)، حاکی از آن است که رضایت شغلی دارای اثر معنی دار آماری و مثبت بر تعهد عاطفی و هنجاری به سازمان، و اثر معنی دار و منفی بر تعهد مستمر به سازمان دارد. در این تحقیق از مدل ۳ جزئی تعهد سازمانی استفاده شده بود. یاویراج^{۳۳} (۲۰۱۲) ارتباط بین نوع رهبری سازمانی را با رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان با استفاده از روش آماری مدل معادلات ساختاری (SEM) و نرم افزار AMOS نسخه ۸ مورد بررسی قرار داد و دریافت که نوع رهبری سازمانی با رضایت شغلی رابطه قوی تری نسبت به تعهد سازمانی دارد.

کاپاگودا^{۳۳} (۲۰۱۲) مطالعه ای با هدف بررسی رابطه بین رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان غیر مدیریتی در بانک های تجاری در سریلانکا انجام داد. نمونه پژوهش شامل ۴۰۰ کارمند غیر مدیریتی به طور تصادفی از بانک ها انتخاب شده است. نتایج این مطالعه نشان داد که رابطه مثبت بین رضایت شغلی و عملکرد شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی، تعهد سازمانی و عملکرد شغلی وجود دارد. نرگس جعفر پیشه، در سال ۱۳۸۲، پژوهشی با موضوع بررسی رابطه رضایت شغلی و تعهد سازمانی پرسنل مجتمع پشم بافی پارس فاستون انجام داد. این پژوهش بر روی ۶۰ نفر از پرسنل پشم بافی صورت گرفت و نتیجه ای که به دست آمده پس از تجزیه و تحلیل آماری داده های این پژوهش مشخص شد که

مسئولیت اجتماعی در تغییرات تعهد سازمانی پرداختند. نتیجه این بود که مسئولیت اجتماعی سازمان در قبال ذینفعان درون و برون سازمان از ارتباط مثبتی برخوردار است. همچنین رگو و همکاران^{۳۹} (۲۰۰۷) نیز نشان دادند که شهروندی سازمان به عنوان بخشی از سازه مسئولیت اجتماعی ۳۵٪ تغییرات تعهد عاطفی را در جهت مثبت، تبیین می‌کند و بیشترین تاثیر، ناشی از درک مسئولیت در قبال ذینفعان درون سازمان (کارکنان) و رعایت ملاحظات اخلاقی- قانونی بوده است. چونگ لی و همکاران^{۴۰} (۲۰۱۳) کارکنان یک شرکت خدمات تفریحی در کشور کره جنوبی را از طریق پرسشنامه مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که، درک مسئولیت اجتماعی سازمان به دلیل افزایش اعتماد سازمانی می‌تواند اثر مثبت و معنادار بر رضایت شغلی کارکنان و جهت‌گیری مثبت آنها نسبت به سازمان داشته باشد (گلاواس و کلی، ۲۰۱۴).

۲-۴- تیپ شخصیتی

شخصیت از واژه لاتین پرسونا^{۴۱} گرفته است که به نقلی اشاره دارد که هنرپیشه‌ها در نمایش به صورت خود می‌زدند. پی بردن به اینکه چگونه پرسونا به ظاهر بیرونی اشاره دارد یعنی، چهره علنی که به اطرافیانمان نشان می‌دهیم، آسان است. تعریفی از شخصیت در یکی از واژه‌های استاندارد با این استدلال موافق است. این تعریف می‌گوید: شخصیت جنبه آشکار منش فرد به گونه‌ای که بر دیگران اثر می‌گذارد است. در دهه ۱۹۶۰، والترمیشل^{۴۲} (۱۹۷۳) روانشناس، باعث مجادله‌ای در روانشناسی شد که درباره تأثیر نسبی متغیرهای شخصیتی پایدار مثل صفات و نیازهای متغیرهای مربوط به موفقیت رفتار بود. یک تعریف معمول و نسبتاً کلی که مورد توجه اغلب روانشناسان است را به عنوان تعریف شخصیت بیان می‌شود: «شخصیت به جنبه‌های نسبتاً ثابت و با دوام یک فرد که او را از دیگران متمایز می‌کند و درعین حال پایه‌ای برای پیش‌بینی در مورد رفتار آینده اوست، اطلاق می‌شود» (شکلتنون و فلچر، ۱۹۷۰).

دارد. لذا به نوعی ضروری است که نحوه ارتباط مسئولیت‌های اجتماعی سازمان‌ها در قبال ذینفعان مختلف با تعهد کارکنان در قبال وظایف کاری، ارزیابی گردد تا با توجه بیشتر به این مسئولیت‌ها، هم موجبات رضایت جامعه را فراهم ساخت و هم با داشتن کارکنانی متعهد به اهداف والای سازمانی نایل شد. در تحقیقات ماینان و همکارانش (۱۹۹۹)^{۳۷} نشان داده شده است که بین مسئولیت‌های اجتماعی سازمان و تعهد کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ زیرا مسئولیت‌های اجتماعی سازمان نه تنها منجر به فعالیت‌های کاری لذت بخش می‌شوند، بلکه احساس غرور و افتخار کارکنان را افزایش می‌دهند.

برامر، میلینگتون و ریتون^{۳۸} (۲۰۰۷) در تحقیقی دیگر به بررسی ارتباط بین تعهد سازمانی و ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان در داخل مدلی پرداختند که برگرفته از نظریه هویت اجتماعی است. در این تحقیق ارتباط بین تعهد سازمانی و جنبه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه، مفاهیم قابل توجهی را برای اجرای استراتژی‌های مسئولیت اجتماعی در داخل سازمان‌ها به همراه داشت. اینکه، ارتباط مثبت بین هر جنبه درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی، بر نتیجه حاصل از تعهد سازمانی که ممکن است ناشی از سرمایه‌گذاری‌های سازمان در مسئولیت اجتماعی سازمان باشد، تاکید دارد. پیترسون (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه بین ادراکات از شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی در بین متخصصین تجاری پرداخته است. در این مطالعه مقیاس شهروندی سازمانی برای ارزیابی دیدگاه‌های کارکنان درباره عملکرد اجتماعی سازمانشان، مورد استفاده واقع شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که رابطه فوق با افزایش اهمیت مسئولیت‌پذیری سازمان نزد کارکنان، شدیدتر می‌شود. نتایج همچنین نشان داده که مقیاس اخلاق شهروندی سازمانی، در مقایسه با سایر مقیاس‌های اقتصادی، قانونی و داوطلبانه در ارتباط با تعهد سازمانی، پیش‌بینی کننده بهتری است. برامر و همکاران (۲۰۰۷)، نیز در مطالعه خود به سهم

جدول ۱- شانزده تیپ شخصیتی مایرز

تیپ	نام	نقاط قوت و ضعف بالقوه هر تیپ
INTJ	درون‌نگرای شهودی متفکر قضاوتی	مستقل - خلاق - منتقد
ISTJ	درون‌نگرای حسی متفکر قضاوتی	منظم - وفادار - بدبین
ISFJ	درون‌نگرای حسی احساسی قضاوتی	محطاط - فروتن - نگران
ESTP	برون‌نگرای حسی متفکر ادراکی	پر انرژی - مستقل - بی‌نظم
ESFP	برون‌نگرای حسی احساسی ادراکی	اجتماعی - پر شور و هیجان - غیر قابل پیش‌بینی
INFJ	درون‌نگرای شهودی احساسی قضاوتی	کمال‌گرا - صبور - تأیید طلب
ENTP	برون‌نگرای شهودی متفکر ادراکی	خلاق - پر تلاش - تنوع طلب
INFP	درون‌نگرای شهودی احساسی ادراکی	آرام - ملاحظه‌کار - متوقع
ISTP	درون‌نگرای حسی متفکر ادراکی	کنجکاو - اهل ریسک - کم تحمل
INTP	درون‌نگرای شهودی متفکر ادراکی	مستقل - دقیق - خودبین
ESTJ	برون‌نگرای حسی متفکر قضاوتی	متعهد - صادق - کم تحمل
ENTJ	برون‌نگرای شهودی متفکر قضاوتی	مسئولیت‌پذیر - دور اندیش - سلطه‌جو
ISFP	درون‌نگرای حسی احساسی ادراکی	صمیمی - سخاوتمند - عدم قاطعیت
ENFP	برون‌نگرای شهودی احساسی ادراکی	خلاق - خوشبین - بی‌نظم
ESFJ	برون‌نگرای حسی احساسی قضاوتی	خون‌گرم - سنتی - سلطه‌جو
ENFJ	برون‌نگرای شهودی احساسی قضاوتی	پر تلاش - خوشبین - عجول

بیان، ۱۳۹۳). مودن، حسن زاده و حق بیان (۱۳۹۳) با استفاده از مدل مفهومی دنیسون تحقیقی انجام داده و نتایج کلی این مطالعه نشان می‌دهد که کارکنان پس از درک مسئولیت اجتماعی سازمان و میزان تأثیر مثبت شغل بر زندگی دیگران و جامعه ماهیت کار برایشان اهمیت پیدا می‌کند. احساس تعلق و با معنا بودن شغل که از نیازهای روان‌شناختی است ایجاد می‌گردد. در نتیجه ارضای این نیازها که نقش قابل توجهی بر رضایت کارکنان دارد موجب حس تعلق و وفاداری و تعهد سازمانی و رفتار شهروندی در سازمان می‌گردد. نجاتی و قاسمی (۲۰۱۲) مسئولیت اجتماعی را در ایران و از دیدگاه کارمندان مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که از دیدگاه کارمندان، سازمان‌های ایرانی خود را به مسئولیت اجتماعی متعهد می‌دانند، اگر چه میانگین امتیازات نسبتاً پایین بود (مودن، حسن زاده و حق بیان، ۱۳۹۳).

آنچه مسلم است این است که از اوایل نیمه دوم قرن بیستم آگاهی عمومی درباره وابستگی سازمان، جامعه و محیط به یکدیگر افزایش یافته و همگان پی برده‌اند که از یک‌سو سازمان‌ها با تکیه بر امکانات

روان‌شناسان علاقه‌مند به رفتارهای شغلی معتقدند که شخصیت افراد با نوع حرفه‌ای که انتخاب می‌کنند و نحوه‌ی عمل آن‌ها در آن حرفه در ارتباط است. به عبارتی افراد دارای ویژگی‌های مشخص، مشاغل خاصی را انتخاب و در آن زمینه در مقایسه با دیگران بهتر عمل می‌کنند (Pervin & John, 2002). به عقیده‌ی هالند، بین خصایص شخصیتی افراد و نوع حرفه یا شغلی که انتخاب می‌کنند رابطه وجود دارد، که بر این اساس افراد را از نظر خصایص شخصیتی به شش نوع واقع بین، جستجوگر، اجتماعی، سنتی، خطر‌جو و هنری تقسیم کرده است. از این رو، میزان گرایش افراد به مردم و یا علاقه‌ی آنان به غیر مردم یعنی، گرایش به اشیاء را مهم‌ترین عامل مؤثر در انتخاب شغل می‌داند (Sharifi, 2007).

ایزن برگر، فاسولو، دیویس لاماسترو^{۴۳} (۱۹۹۰)، یک بررسی پرسشنامه‌ای از چندین گروه حرفه‌ای (دبیران دبیرستان، کارکنان مؤسسات پیمانکاری، کارکنان کارخانه، کارکنان بیمه و افسران پلیس) نشان داد که یک رابطه مثبت میان حمایت سازمانی ادراک شده و تعهد سازمانی، پشتکار مدیریت نوآور، عملکرد شغلی و توجه وجود دارد (مودن، حسن زاده و حق

افزایش دهد. گرچه تازگی ندارد که بگوییم مسئولیت اجتماعی می تواند تاثیر مثبتی بر دیدگاه کارکنان از کارفرما داشته باشد در خصوص توضیح چگونگی این تاثیر بر کارکنان و نقش اساسی مسئولیت اجتماعی سازمان در رابطه بین کارکنان و سازمان ها کار پژوهشی بسیار کمی انجام شده است. (بامن و اسکیتکا، ۲۰۱۲)^{۴۴} لذا فرضیات زیر، نیز در نظر گرفته می شود:

۳- فرضیات پژوهش

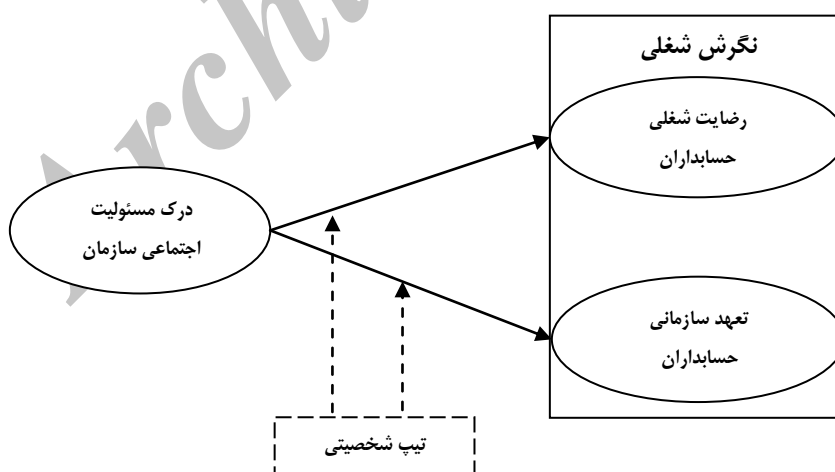
فرضیه (۱): درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی رضایت شغلی تاثیر معناداری دارد.

فرضیه (۲): تیپ شخصیتی تاثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر رضایت شغلی را تعدیل می کند.

فرضیه (۳): درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی تعهد سازمانی تاثیر معناداری دارد.

فرضیه (۴): تیپ شخصیتی تاثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر تعهد سازمانی را تعدیل می کند.

موجود در جامعه به اهداف خود می رسند و از سوی دیگر، اقدامات سازمان ها می بایست منافع و دستاوردهایی نیز برای جامعه داشته باشد. از این رو همواره تلاش بر این بوده که منافع در سازمان ها به گونه ای بهبود یابد که مردم جامعه، بیش از هزینه ای که پرداخت کرده اند از سازمان ها سود ببرند و به تعبیری سازمان ها علاوه بر سود آفرینی، ارزش آفرینی هم داشته باشند. در حقیقت سازمان ها به منظور حفظ مشروعیت کامل و بقای خود باید قبول کنند که نقش و وظیفه ای عمومی و اجتماعی دارند. فعالیتهایی از نوع مسئولیت اجتماعی سازمان ها تقریباً یک فرصت نایاب برای تاثیر مثبت بر افراد خصوصاً کارکنان، اعم از کارکنان فعلی سازمان و کارکنان آینده که به سازمان ملحق می شوند. فعالیتهای اختیاری که جهت گیری نفع اجتماعی دارد تا سودمندی (جهت گیری ابزاری)، می تواند روابط بین کارکنان و سازمانها را تقویت کند. در نتیجه فعالیتهای مذکور اثر مثبت بر تعهد سازمانی، رضایت شغلی و به طور کلی بر نگرش کارکنان دارد. مسئولیت های اجتماعی همچنین می تواند توانایی سازمانها را در جذب و نگه داشتن استعداد های برتر



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۴- روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر نوع و ماهیت مسأله و اهداف تحقیق، کاربردی می‌باشد. این تحقیق با توجه به روش جمع‌آوری اطلاعات توصیفی از نوع پیمایشی-همبستگی می‌باشد. روش جمع‌آوری داده‌های این پژوهش، مرکب از کتابخانه‌ای و میدانی است. همچنین از طریق مطالعات کتابخانه‌ای ادبیات مربوط به موضوع تحقیق انجام شده و از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها در بین حسابداران استفاده شده است. جهت طراحی پرسشنامه از شاخص درک مسئولیت‌های اجتماعی سازمان در تحقیق گلاواس و کلی (۲۰۱۴)^{۴۵}، متغیر رضایت شغلی از پرسشنامه پژوهش کامان و همکارانش (۱۹۸۳)^{۴۶}، برای بررسی متغیر تعهد سازمانی نیز از پرسشنامه پژوهش الن و میر (۱۹۹۰)^{۴۷} که دارای ۸ عامل است، استفاده شده است. برای مشخص شدن تیپ شخصیتی فرد نیز از تست شخصیت MBIT استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، شامل تمامی حسابداران با تحصیلات و یا تجربه مرتبط با حسابداری در تمام ادارات، واحدها و بخش‌های مختلف مشمول قانون مدیریت خدمات کشوری بوده است از آنجا که تعداد آنها بیشمار بود، لذا با استفاده از فرمول کوکران در جامعه نامحدود

(۱۵۰ نمونه) که ۱۹۶ حسابدار به روش تصادفی انتخاب شدند.

از ۱۹۶ افراد پاسخ دهنده و پرسشنامه جمع‌آوری شده، ۱۰۳ نفر مرد و ۹۳ نفر زن (۴۷/۴٪ زن و ۵۲/۶٪ مرد)، که ۲۵/۵٪ در گروه سنی زیر ۲۵ سال، ۴۰/۳٪ بین ۲۶-۳۵ سال، ۲۰/۹٪ بین ۳۶-۴۵ سال، ۹/۷٪ بین ۴۶-۵۵ سال و ۳/۶٪ بیشتر از ۵۶ سال دارند. بطوری که حدود ۲۶٪ افراد نمونه مورد بررسی، دارای تیپ شخصیت درون‌گرای حسی متفکر قضاوتی (ISTJ)، ۱۶٪ برون‌گرای حسی متفکر قضاوتی (ESTJ)، ۱۵٪ درون‌گرای حسی متفکر ادراکی (ISTP) و ۴۳٪ هم از ۱۳ تیپ شخصیتی دیگر را شامل شده‌اند.

پرسشنامه پژوهش پس از چندین بار اصلاح و بازنگری، در اختیار متخصصین این حوزه قرار گرفت و بدین وسیله روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین میزان پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول ۳ آلفای کرونباخ کل پرسشنامه و متغیرهای پرسشنامه را نشان داده است. از آنجایی که مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه (۰/۸۶۹) و متغیرها بزرگتر از ۰/۷ است، لذا آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

جدول ۲- مشخصات دموگرافیک

متغیر دموگرافیک	-	درصد	متغیر دموگرافیک	-	درصد	متغیر دموگرافیک	-	درصد
جنسیت	زن	۴۷,۴	میزان تحصیلات	کاردانی	۸,۲	رشته تحصیلی	حسابداری	۷۴,۵
	مرد	۵۲,۶		کارشناسی	۴۲,۹		مدیریت	۱۸,۴
سن	زیر ۲۵ سال	۲۵,۵	کارشناسی ارشد	۳۶,۷	اقتصاد و سایر		۷,۱	
	۲۶-۳۵ سال	۴۰,۳	دکتری	۱۲,۲	زیر ۵ سال	۳۹,۸		
	۳۶-۴۵ سال	۲۰,۹	مدیر مالی	۱۷,۹	۶ تا ۱۰ سال	۲۳		
	۴۶-۵۵ سال	۹,۷	حسابرس	۲۰,۴	۱۱ تا ۱۵ سال	۱۴,۸		
	۵۶ سال به بالا	۳,۶	حسابدار	۴۲,۳	۱۶ تا ۲۰ سال	۸,۷		
			دانشجو	۱۹,۴	۲۱ سال به بالا	۱۳,۸		

تیپ شخصیت MBIT	ISTP	14.8%
	ISTJ	26.0%
	ESTJ	16.3%
	Other	42.9%

جدول ۳- محاسبه پایایی سوالات مربوط به پرسشنامه

متغیر	شماره سوالات پرسشنامه	تعداد سوال	آلفای کرونباخ
درک مسئولیت اجتماعی (PCSR)	۱-۱۳	۱۳	۰/۸۲۶
رضایت شغلی (JS)	۱۴-۱۶	۳	۰/۷۷۷
تعهد سازمانی (OC)	۱۷-۲۴	۸	۰/۹۱۳
کل پرسشنامه	-	۴۴	۰/۸۶۹

۵-۲- مدل اصلی

لازم است قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات ابتدا از صحت مدل اندازه‌گیری اطمینان حاصل شود. در این پژوهش تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از تحلیل مسیر، برای آزمون معناداری در مورد عامل‌ها صورت گرفته است. این تحلیل توسط مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار آماری LISREL انجام شده است.

۵-۳- بررسی مدل های اندازه گیری به همراه

آماره t ، ضریب استاندارد و مقدار خطا

به تعداد متغیر های مشاهده شده معادله اندازه گیری ارائه می شود. هر معادله شامل ضریب مسیر بین متغیر مشاهده شده و متغیر مکنون، خطای اندازه گیری متغیر مشاهده شده، همراه آزمون معناداری آن بر پایه آماره t و نیز مقدار R^2 یعنی ضریب تعیین یا نسبت واریانس تبیین شده به وسیله متغیر مکنون است. از طرفی بر اساس ضرایب استاندارد (بارهای عاملی)، شاخصی که بیشترین بار عاملی را داشته باشد، در اندازه گیری متغیر مربوطه سهم بیشتری دارد و شاخصی که ضرایب کوچک تری داشته باشد سهم کمتری رو در اندازه گیری سازه مربوطه ایفا می کند.

در این پژوهش داده ها با استفاده از نرم افزار spss18 تجزیه و تحلیل گردیده است و برای بررسی متغیرها با توجه به حد وسط مقیاس اندازه گیری از آزمون t یک نمونه و برای بررسی تفاوت بین سه گروه یا بیشتر برای متغیر ها از آنالیز واریانس یک طرفه (ANOVA) و همچنین از رگرسیون سلسله مراتبی چند گانه برای بررسی فرض نقش تعدیلگری متغیر تیپ شخصیتی استفاده شده است.

۵- یافته های پژوهش

۵-۱- مقایسه متغیر های پژوهش با حد وسط

مقیاس اندازه گیری

آزمون t یک نمونه برای مقایسه میانگین مشاهده شده متغیرهای پژوهش با میانگین نظری مقیاس اندازه گیری نشان داده است که با توجه به سطح معناداری کوچکتر از $0/05$ ، میانگین همه متغیرها به صورت معنادار متفاوت از میانگین نظری است و با توجه به میانگین های برآورد شده متغیرها می توان نتیجه گرفت میانگین متغیرهای درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری، رضایت شغلی، تعهد سازمانی بزرگتر از 4 بوده پس به صورت معنادار بیشتر از حد متوسط می باشد.

جدول ۴- آزمون t یک نمونه برای متغیرهای پژوهش

مقایسه میانگین مشاهده شده با مقدار ثابت ۴					متغیر
تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t	میانگین برآورد شده	
۲/۱۷۴۲۵	۰/۰۰	۱۹۵	۴۶/۱۳۲	6.1743	درک مسئولیت اجتماعی (PCSR)
۱/۵۸۵۰۳	۰/۰۰	۱۹۵	۱۷/۹۵۶	5.5850	رضایت شغلی (JS)
۰/۹۲۳۴۷	۰/۰۰	۱۹۵	۸/۸۲۹	4.9235	تعهد سازمانی (OC)

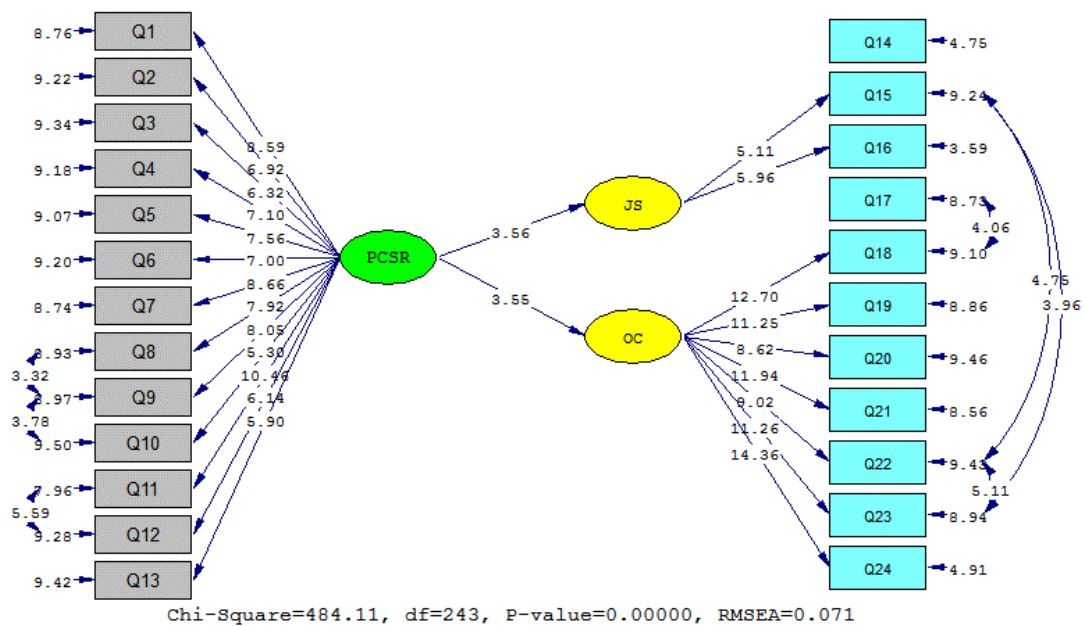
جدول ۵- بررسی ضرایب و مقدار t برای شاخص های پژوهش

خطا	ضریب تعیین	آماره t	ضریب استاندارد	آیتم ها	-
۰/۰۶۱	۰/۳۷	۸/۵۹	۰/۶۰	Q1	درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری (PCSR)
۰/۱۰۰	۰/۲۵	۶/۹۲	۰/۵۰	Q2	
۰/۰۹۸	۰/۲۲	۶/۳۲	۰/۴۷	Q3	
۰/۰۹۰	۰/۲۷	۷/۱۰	۰/۵۱	Q4	
۰/۰۹۲	۰/۳۰	۷/۵۶	۰/۵۴	Q5	
۰/۰۶۰	۰/۲۶	۷/۰۰	۰/۵۱	Q6	
۰/۰۵۲	۰/۳۷	۸/۶۶	۰/۶۱	Q7	
۰/۰۵۲	۰/۳۲	۷/۹۲	۰/۵۷	Q8	
۰/۰۷۲	۰/۳۳	۸/۰۵	۰/۵۸	Q9	
۰/۰۹۶	۰/۱۶	۵/۳۰	۰/۴۰	Q10	
۰/۰۷۶	۰/۵۰	۱۰/۴۶	۰/۷۱	Q11	
۰/۰۸۷	۰/۲۱	۶/۱۴	۰/۴۶	Q12	
۰/۰۷۸	۰/۱۹	۵/۹۰	۰/۴۴	Q13	
-	۰/۵۵	-	۰/۷۴	Q14	رضایت شغلی (JS)
۰/۱۴	۰/۱۷	۵/۱۱	۰/۴۱	Q15	
۰/۲۰	۰/۶۳	۵/۹۶	۰/۷۹	Q16	
-	۰/۶۰	-	۰/۷۷	Q17	تعهد سازمانی (OC)
۰/۱۰	۰/۴۹	۱۲/۷۰	۰/۷۰	Q18	
۰/۱۲	۰/۵۸	۱۱/۲۵	۰/۷۶	Q19	
۰/۱۳	۰/۳۶	۸/۶۲	۰/۶۰	Q20	
۰/۱۳	۰/۶۴	۱۱/۹۴	۰/۸۰	Q21	
۰/۱۳	۰/۳۶	۹/۰۲	۰/۶۰	Q22	
۰/۱۳	۰/۵۵	۱۱/۲۶	۰/۷۴	Q23	
۰/۱۲	۰/۸۷	۱۴/۳۶	۰/۹۳	Q24	

نمی‌شوند پس کار را با همه گویه‌ها ادامه داده و به بررسی مدل پرداخته شده است. از طرفی بر اساس ضرایب استاندارد (بارهای عاملی)، شاخصی که بیشترین بار عاملی را داشته باشد، در اندازه‌گیری متغیر مربوطه سهم بیشتری دارد و شاخصی که ضرایب کوچک‌تری داشته باشد سهم کمتری رو در اندازه‌گیری سازه مربوطه ایفا می‌کند.

شکل ۲ مدل در حالت اعداد معناداری (t-value) را نشان می‌دهد. اعداد موجود بر روی مسیرها نیز نشانگر مقدار t-value برای هر مسیر می‌باشد. اگر این مقدار معنی‌دار نباشد در خروجی نرم‌افزار به صورت قرمز رنگ نشان داده می‌شود. در این تحلیل مقدار آماره t برای کلیه مسیرها بزرگتر از ۱/۹۶ بوده و در نتیجه معنادار می‌باشد.

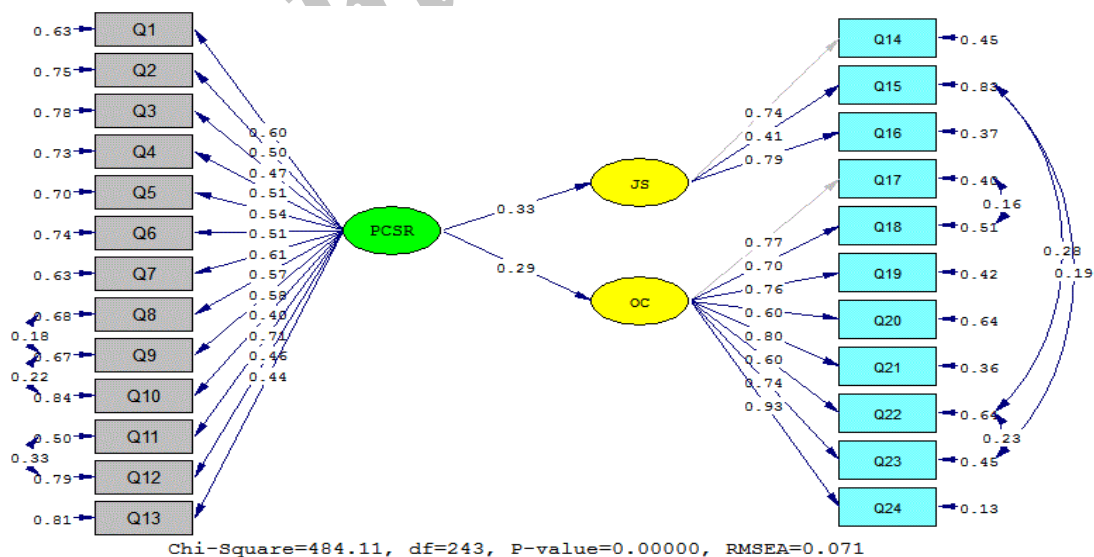
در روش‌شناسی مدل معادلات ساختاری، ابتدا به ساکن لازم است تا روایی سازه مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود گویه‌های انتخاب شده برای اندازه‌گیری متغیرهای مورد نظر خود از دقت لازم برخوردار هستند. به این شکل که ضریب مسیر هر گویه با متغیر خود دارای مقدار t بالاتر از ۱/۹۶ باشد. در این صورت این گویه از دقت لازم برای اندازه‌گیری آن سازه یا متغیر مکنون برخوردار است؛ بدین سان اگر مقدار قدرمطلق آماره t بزرگ‌تر از ۱/۹۶ گردد، در سطح اطمینان ۹۵٪ و در صورتی که مقدار آماره t بیشتر از ۲/۵۸ گردد، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است. با توجه به نتایج مدل‌های اندازه‌گیری همگی گویه‌ها دارای آماره t بزرگتر از مقدار ۹۶/۱ می‌باشد و همچنین مقدار ضریب تعیین آنها مناسب بوده پس هیچ‌کدام از گویه‌ها از مدل حذف



شکل ۲- مدل در حالت اعداد معناداری (t-value)

ضرایب استاندارد می توان بیان کرد، متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری به ترتیب بیشترین تاثیر را بر روی متغیرهای رضایت شغلی و تعهد سازمانی دارد.

شکل ۳ مدل کلی را در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد. فقط در حالت تخمین استاندارد امکان مقایسه بین متغیر های مشاهده شده تبیین کننده متغیر مکنون وجود دارد و همچنین با عنایت به



شکل ۳- مدل در حالت ضرایب استاندارد

۵-۴- تایید مدل

است. پس مدل برازش مطلوبی را نشان داده و مورد تایید می‌باشد.

با توجه به جدول ۷ نشان می‌دهد ضریب تعیین برای متغیر رضایت شغلی مقدار ۰/۱۱ برآورد شده و نشان می‌دهد که متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری تنها ۱۱٪ از تغییرات رضایت شغلی را توضیح دهند. همچنین می‌توان گفت که تنها ۸٪ از تغییرات تعهد سازمانی توسط متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری تبیین می‌شود.

همانطور که مشاهده می‌نمایید مقدار χ^2 به درجه آزادی برابر ۱/۹۹ و کوچکتر از ۳ است که مقدار مناسبی است. پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت کم میان مدل مفهومی پژوهش با داده‌های مشاهده شده تحقیق است. همچنین مقدار RMSEA برابر ۰/۰۷۱ و کوچکتر از مقدار ۰/۰۸ می‌باشد. علاوه بر χ^2 ، هرچه میزان شاخص RMSEA کمتر باشد، مدل از برازش مناسب‌تری برخوردار است و شاخص‌های (NNFI - IFI - CFI) بزرگتر از مقدار ۹/۰ است و شاخص GFI بزرگتر از مقدار ۰/۸

جدول ۶- بررسی شاخص‌های برازندگی

شاخص‌ها	مقادیر	شاخص‌ها	مقادیر
مجذور کای	۴۸۴/۱۱	AGFI	۰/۷۹
درجه آزادی	۲۴۳	NFI	۰/۸۸
مجذور کای به درجه آزادی	۱/۹۹	NNFI	۰/۹۲
RMSEA	۰/۰۷۱	IFI	۰/۹۳
GFI	۰/۸۳	CFI	۰/۹۳

جدول ۷- خلاصه ضرایب استاندارد، ضرایب تعیین، آماره t و نتیجه

مسیرها	ضریب استاندارد	آماره t	ضریب تعیین	نتیجه
درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری ← رضایت شغلی	۰/۳۳	۳/۵۶	۰/۱۱	تایید
درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری ← تعهد سازمانی	۰/۲۹	۳/۵۵	۰/۰۸	تایید

فرضیه (۲): درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی تعهد سازمانی تأثیر دارد. با توجه به جدول ۷ مقدار قدرمطلق آماره t برابر ۳/۵۵ که بزرگتر از ۱/۹۶ است، یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی تعهد سازمانی تأثیر معنی‌داری دارد و مقدار تأثیر برابر ۰/۲۹ و مثبت (مستقیم) است، یعنی با افزایش سطح درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری، میزان تعهد سازمانی نیز افزایش می‌یابد. فرضیه (۳): تیپ شخصیتی تأثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر رضایت شغلی را تعدیل می‌کند.

۵-۵- آزمون فرضیه‌های پژوهش

پس از بررسی و تایید مدل اصلی، فرضیه‌های مدل پژوهش مورد ارزیابی و آزمون قرار گرفتند. فرضیه (۱): درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی رضایت شغلی تأثیر دارد. مطابق جدول ۷ مقدار قدرمطلق آماره t برابر ۳/۵۶ و بزرگتر از مقدار ۱/۹۶ است، بطوریکه در سطح اطمینان ۹۵٪ درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر روی رضایت شغلی تأثیر معنی‌داری دارد و مقدار تأثیر برابر ۰/۳۳ و مثبت (مستقیم) است، یعنی با افزایش سطح درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری، میزان رضایت شغلی حسابداران نیز افزایش می‌یابد.

۰/۰۵ است، یعنی در سطح اطمینان ۹۵٪ تیپ شخصیتی تاثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر رضایت شغلی را تعدیل نمی کند. فرضیه (۴): تیپ شخصیتی تاثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر تعهد سازمانی را تعدیل می کند.

برای بررسی نقش تعدیلگری تیپ شخصیتی در رابطه بین درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و تعهد سازمانی با توجه به گسسته و غیر ترتیبی بودن متغیر تیپ شخصیتی از تحلیل مدل های خطی و متغیرهای کمکی در مدل بهره گرفته شده است. حاصلضرب متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و متغیرهای کمکی تیپ شخصیتی را وارد مدل کرده، در صورتی که روابط متقابل معنادار باشند، رابطه تعدیلگری متغیر تیپ شخصیتی نتیجه گرفته می شود.

برای بررسی نقش تعدیلگری تیپ شخصیتی در رابطه بین درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و رضایت شغلی با توجه به گسسته و غیر ترتیبی بودن متغیر تیپ شخصیتی از تحلیل مدل های خطی و متغیرهای کمکی در مدل بهره گرفته شده است. حاصلضرب متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و متغیرهای کمکی تیپ شخصیتی را وارد مدل کرده، در صورتی که روابط متقابل معنادار باشند، رابطه تعدیلگری متغیر تیپ شخصیتی نتیجه گرفته می شود.

با توجه به سطح معناداری اثر متقابل بین متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و تیپ شخصیتی بصورت کلی و اثرات متقابل تک تک متغیرهای کمکی با درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری چون مقدار قدرمطلق آماره t کوچکتر از مقدار ۹۶/۱ و سطح معناداری بزرگتر از

جدول ۸- آزمون های اثرات کلی

متغیر وابسته: رضایت شغلی					
Source	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Intercept	۱۲/۱۹۲	۱	۱۲/۱۹۲	۸/۴۵۴	۰/۰۰۴
MBIT	۳/۳۲۰	۳	۱/۱۰۷	۰/۷۶۷	۰/۵۱۴
PCSR	۱۱/۷۴۷	۱	۱۱/۷۴۷	۸/۱۴۶	۰/۰۰۵
MBIT * PCSR	۴/۰۲۳	۳	۱/۳۴۱	۰/۹۳۰	۰/۴۲۷
Error	۲۷۱/۱۱۸	۱۸۸	۱/۴۴۲	-	-
Total	۶۴۱۱/۵۵۶	۱۹۶	-	-	-

جدول ۹- برآورد پارامترها

متغیر وابسته: رضایت شغلی						
Parameter	B	Std. Error	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	۳/۵۱۵	۱/۰۹۷	۳/۲۰۵	۰/۰۰۲	۱/۳۵۱	۵/۶۷۸
[MBIT=1]	۰/۱۳۰	۲/۵۲۹	۰/۰۵۱	۰/۹۵۹	-۴/۸۵۹	۵/۱۱۹
[MBIT=2]	۰/۶۸۱	۲/۱۸۸	۰/۳۱۱	۰/۷۵۶	-۳/۶۳۵	۴/۹۹۷
[MBIT=3]	-۳/۴۹۸	۲/۵۵۴	-۱/۳۷۰	۰/۱۷۲	-۸/۵۳۶	۱/۵۴۰
PCSR	۰/۳۱۱	۰/۱۷۸	۱/۷۴۳	۰/۰۸۳	-۰/۰۴۱	۰/۶۶۳
[MBIT=1] * PCSR	-۰/۰۴۴	۰/۴۰۰	-۰/۱۱۱	۰/۹۱۲	-۰/۸۳۳	۰/۷۴۴
[MBIT=2] * PCSR	-۰/۰۵۲	۰/۳۵۷	-۰/۱۴۷	۰/۸۸۳	-۰/۷۵۷	۰/۶۵۲
[MBIT=3] * PCSR	۰/۶۲۹	۰/۴۰۴	۱/۵۵۷	۰/۱۲۱	-۰/۱۶۸	۱/۴۲۶

جدول ۱۰- آزمون‌های اثرات کلی

متغیر وابسته: تعهد سازمانی					
Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intercept	۵/۶۳۳	۱	۵/۶۳۳	۳/۰۹۴	۰/۰۸۰
MBIT	۱/۸۵۹	۳	۰/۶۲۰	۰/۳۴۰	۰/۷۹۶
PCSR	۱۴/۰۱۶	۱	۱۴/۰۱۶	۷/۶۹۸	۰/۰۰۶
MBIT * PCSR	۳/۶۶۸	۳	۱/۲۲۳	۰/۶۷۲	۰/۵۷۰
Error	۳۴۲/۲۹۲	۱۸۸	۱/۸۲۱		
Total	۵۱۶۹/۳۱۲	۱۹۶			

جدول ۱۱- برآورد پارامترها

متغیر وابسته: تعهد سازمانی						
Parameter	B	Std. Error	T	Sig.	۹۵% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	۱/۵۰۷	۱/۲۳۲	۱/۲۲۳	۰/۲۲۳	-۰/۹۲۴	۳/۹۳۸
[MBIT=1]	۲/۳۲۱	۲/۸۴۲	۰/۸۱۷	۰/۴۱۵	-۳/۲۸۵	۷/۹۲۶
[MBIT=2]	-۰/۹۷۸	۲/۴۵۸	-۰/۳۹۸	۰/۶۹۱	-۵/۸۲۸	۳/۸۷۱
[MBIT=3]	۰/۳۶۲	۲/۸۶۹	۰/۱۲۶	۰/۹۰۰	-۵/۲۹۹	۶/۰۲۲
PCSR	۰/۵۳۵	۰/۲۰۰	۲/۶۶۸	۰/۰۰۸	۰/۱۳۹	۰/۹۳۰
[MBIT=1] * PCSR	-۰/۵۰۳	۰/۴۴۹	-۱/۱۲۰	۰/۲۶۴	-۱/۳۹۰	۰/۳۸۳
[MBIT=2] * PCSR	۰/۲۲۷	۰/۴۰۱	۰/۵۶۵	۰/۵۷۳	-۰/۵۶۵	۱/۰۱۸
[MBIT=3] * PCSR	۰/۰۷۸	۰/۴۵۴	۰/۱۷۱	۰/۸۶۴	-۰/۸۱۸	۰/۹۷۴

تلقی می‌شود و روشهای متفاوتی برای در نظر گرفتن و توجه به ابعاد پایداری در واحدهای تجاری وجود دارد. یکی از مفاهیم اصلی که به توصیف فعالیت‌های پاینده اشاره دارد، مسئولیت‌های اجتماعی واحدهای تجاری (CSR) است که این مفهوم با نگرش متفاوت روی پایداری شرکت‌ها تأکید دارد. با توجه به اینکه اولین و مهمترین جزء سازمان، افراد انسانی با شخصیت‌های مختلف خود هستند، انگیزه‌ها، توانایی‌ها، تمایلات، باورها و افکار که در واقع از اجزای مهم تشکیل‌دهنده شخصیت انسان است، حدود انتظارات و توقعات افراد را نسبت به یکدیگر و همچنین نسبت به سازمان تعیین می‌کند. بدون آگاهی دقیق نسبت به شخصیت افراد نخواهیم توانست بین شخصیت و شغل هماهنگی ایجاد کنیم و این مشکلی است که سازمانهای بسیاری با آن دست به گریبانند. افراد بر اساس الگوی شخصیتی خود نیازها، انتظارات، انگیزه‌ها، توقعات و اهداف خاصی دارند. از طرفی سازمانها

با توجه به سطح معناداری اثر متقابل بین متغیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری و تیپ شخصیتی بصورت کلی و اثرات متقابل تک تک متغیرهای کمکی با درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری چون مقدار قدر مطلق آماره t کوچکتر از مقدار $۹۶/۱$ و سطح معناداری بزرگتر از $۰/۰۵$ است، یعنی در سطح اطمینان ۹۵% تیپ شخصیتی تأثیر درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری بر تعهد سازمانی را تعدیل نمی‌کند.

۶- نتیجه‌گیری و بحث

از آنجایی که، مفهوم توسعه پاینده به چالشی برای نگرش کلاسیک ارزش سهامداران در واحدهای تجاری و نقش آنها در جامعه تبدیل شده است. اکنون شرکت‌ها برای اثرات اعمال و فعالیت‌هایشان بر محیط و جامعه متعهد و مسئول هستند، به گونه‌ای که توسعه پاینده به عنوان یک بخش ذاتی در ادبیات تجاری

نیز بر حسب اهداف و وظایف و فعالیت های جاری خود، نیازها، انتظارات و توقعات خاصی را ارضا می کنند. بنابراین به منظور هر یک از انواع شخصیت، محیط شغلی و مشاغل خاصی مناسب است.

با توجه به آنکه پژوهش حاضر عوامل حاصل از ادبیات و پیشینه پژوهش را با آزمونهای آماری مورد تأیید قرار داده است، پس درک مسئولیتهای اجتماعی واحدهای تجاری می تواند بر نگرش شغلی حسابداران که شامل رضایت شغلی و تعهد سازمانی آنها می شود، تاثیرگذار باشد. این یافته نیاز سازمانها را به افزایش فعالیتها و مسئولیتهای اجتماعی چندین برابر خواهد کرد زیرا توجه به این جنبه از مسئولیتهای سازمان منتج به قبول ارزش ها و اهداف سازمان، تمایل تلاش برای سازمان، دارا بودن میل قوی برای پیوسته ماندن به سازمان و ایجاد نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط آن خواهد شد. از طرف دیگر تیپ شخصیتی افراد به عنوان متغیر تعدیل کننده دوم نیز نمی تواند اثر درک مسئولیتهای اجتماعی واحدهای تجاری بر نگرش شغلی آنها را تعدیل کند. گرچه می تواند بر تعهد کاری افراد اثر گذارد و به جنبه های نسبتاً ثابت و با دوام یک فرد که او را از دیگران متمایز می کند و درعین حال پایه ای برای پیش بینی در مورد رفتار آینده اوست، اطلاق شود. این پژوهش که بر اساس تئوری هویت اجتماعی مطرح شده است بین نمونه ۱۹۶ در حوزه فعالیت حسابداری و بصورت تصادفی مورد بررسی قرار گرفته است، ضرورت تصویب قوانین مرتبط به فعالیتها و مسئولیتهای اجتماعی واحدهای تجاری را از منظر درون سازمانی ایجاد خواهد کرد. امید است که ارگانهای ذیصلاح در راستای تحقق این مهم حرکت نمایند.

با توجه به آنکه پژوهش حاضر عوامل حاصل از ادبیات و پیشینه پژوهش را با آزمون های آماری مورد تأیید قرار داده است، پس درک مسئولیت های اجتماعی واحدهای تجاری می تواند بر نگرش شغلی حسابداران که شامل رضایت شغلی و تعهد سازمانی آنها می شود، تاثیرگذار باشد. نتایج پژوهش در فرضیه اول و دوم نشان می دهد درک مسئولیت اجتماعی

واحدهای تجاری بر روی رضایت شغلی و تعهد سازمانی تأثیر معناداری دارد، یعنی با افزایش سطح درک مسئولیت اجتماعی واحدهای تجاری، میزان رضایت شغلی و تعهد سازمانی حسابداران افزایش می یابد. بر اساس دیگر یافته های پژوهش، تیپ شخصیتی حسابداران نمی تواند اثر درک مسئولیت های اجتماعی واحدهای تجاری بر نگرش شغلی آنها را تعدیل کند. بنابراین توجه به تیپ شخصیتی افراد در سازمان ها، از مقوله هایی است که می تواند سازمان را در رسیدن به بهره وری یاری رسانده و از دیگر سو رضایت شغلی و تعهد کارمندان نقش مؤثری در پیشرفت و بهبود سلامت نیروی کار دارد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می شود مدیران سازمان ها و ادارات، با توجه به تیپ شخصیتی کارکنان خود، در جهت رضایت کارمندان خود تدابیری بیاندیشند. همچنین در هنگام اجرای آزمون های استخدامی و مصاحبه های شغلی تیپ شخصیتی افراد نیز مدنظر قرار داده، بطوریکه افرادی آنان بتوانند تعهد سازمانی بالاتری را در سازمان از خود نشان دهند. با انجام مطالعات علمی و هدفمند، محرک های گزارشگری و افشاء مسئولیت اجتماعی در سطح شرکت ها را شناسائی و با ارزیابی مدل ها و استانداردهای موجود و در نظر گرفتن شرایط محیطی شرکتهای ایران مقررات و الزامات مناسب برای افشاء ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکتهای در گزارشات سالانه ارائه گردد. سازمان بورس اوراق بهادار تهران، سازمان حسابرسی و وزارت کار، رفاه و تعاون اجتماعی می توانند از طریق تعدیل یا تدوین مقررات جدید سعی در افزایش رعایت و افشای مسئولیتهای اجتماعی سازمان و افزایش رضایت شغلی پرسنل شوند. همچنین به محققان آتی پیشنهاد می گردد در تحقیقات و پژوهش های خود نیز، موضوعات زیر را مورد بررسی قرار دهند:

✓ استفاده از دیگر ابزارهای تعیین شخصیت و بررسی مجدد تعدیل کنندگی رابطه درک

- * Bauman, w.ch. & Skitka, L.J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behavior* 32, 63-86.
- * Boonstoppel, A., (2011), "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: an empirical study of companies included in the Dow Jones Sustainability Index", Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, Erasmus School of Economics, Accounting, Auditing and Control
- * Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007): "The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20.
- * Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007): "The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment", University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20.
- * Carmeli, A., Gilat, G., & Waldman, D. A. 2007. The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. *Journal of Management Studies*, 44: 972-92.
- * Edjenekpo, L. (2015), Employee Perception of Nigerian Content, Corporate Social Responsibility and Sustainability Issues in the Oil and Gas Equipment and Service Industry in the Niger Delta: 2010 and Beyond, Exterran Holdings - Exterran Nigeria Limited, January 20, 2015.
- * Glavas, A., Kelley, K., (2014): "The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes", *Business Ethics Quarterly*, April, 2014.
- * Glavas, A., Kelley, K., (2014): "The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes", *Business Ethics Quarterly*, April, 2014.
- * Gunluk, M., Ozer, G. and Ozcan, M. (2013), The Effect of Job Satisfaction on Accountants' Organizational Commitment and Turnover Intentions, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 20, 2013, s. 55-74.
- * Harrison, D. A., Newman, D. A., & Roth, P. L. 2006. How important are job attitudes? Meta-analytic comparisons of integrative behavioral outcomes and time sequences. *Academy of Management Journal*, 49: 305-25.
- * Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A. & Rickard, J. A. (2003). "Customer
مسئولیت‌های اجتماعی واحد های تجاری و نگرش حسابداران توسط متغیر شخصیت.
✓ بررسی رابطه درک مسئولیت‌های اجتماعی واحد های تجاری به عنوان متغیر وابسته، شخصیت حسابداران به عنوان متغیر مستقل و تعهد سازمانی به عنوان متغیر تعدیل‌گر.
✓ بررسی رابطه درک مسئولیت‌های اجتماعی واحد های تجاری به عنوان متغیر وابسته، شخصیت حسابداران به عنوان متغیر مستقل و رضایت شغلی به عنوان متغیر تعدیل‌گر.
- فهرست منابع**
- * استانی دیویس. (۲۰۱۲). مدیریت فرهنگ سازمان. ترجمه دکتر ناصر میر سپاسی، (۱۳۹۱). تهران، انتشارات مروارید
- * پاشا، غلامرضا و خدادادی اندریه، فریده. (۱۳۸۸). رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های شغلی کارکنان با تعهد سازمانی ناها در سازمان آب و برق اهواز، فصلنامه یافته‌های نو در روانشناسی، ۲ (۶)، ص ۶۵-۵۴.
- * رایبیز استیفن پی. (۱۳۷۸). رفتار سازمانی جلد اول، ترجمه پارسائیان - اعرابی
- * شکلتون، و یویان، فلچر، کلیو. (۱۳۸۲). تفاوت‌های فردی (ترجمه دکتر یوسف کریمی و فرهاد جمهوری) تهران، انتشارات مؤسسه فرهنگی فاطمی
- * کارنامی، محمد مهدی (۱۳۸۷): استراتژی‌های انجام مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، ماهنامه احیا، شماره ۲۶.
- * مودن، میرهادی، حسن زاده، محمدصادق، حق بیان، طاهره (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط درک مسئولیت اجتماعی سازمان و رضایت شغلی کارکنان دانشگاه، ۲۱ امین کنفرانس مدیریت در قرن ۲۱، مرداد ۱۳۹۳.
- * Aguinis, H., & Glavas, A. 2012. What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38: 932-68.

- * Singhapakdi,A(2015),The impact of incongruity between an organization's CSR orientation and its employees' CSR orientation on employees' quality of work life, *Journal of Business Research*, Volume 68, Issue 1, January 2015, Pages 60–66.
- * Syahputra,Z(2014),Influence of Locus of Control and Organizational Commitment on Job Satisfaction Moderated by Organizational Culture and Its Impact on Job Performance (Study of Pemda Aceh Employee), *The Journal of Economic and Sustainable Development*, Forthcoming, July 21, 2014.
- * Turker, D. (2009):"How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment", *Journal of Business Ethics*, Vol. 89, pp: 189–204
- * Tziner,A, Oren,L, Bar,Y, Kadosh,G(2011), CSR, Organizational Justice and Job Satisfaction: Are They Interrelated?, *Journal of Work and Organizational Psychology*, Forthcoming, July 14, 2011.
- * Vakola, M. and I. Nikolaou (2005): "Attitudes Towards Organizational Change: What is the Role of Employees, Stress and Commitment?", *Journal of Employee Relation*, Vol 25, No 2, pp: 160–174.
- * Visser.W (2012) ," The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business “, John Wiley & Sons Ltd.
- * Yavirach,N(2012), The Impact of Transformational and Transactional Leadership to Subordinates' Job Satisfaction, Organizational Commitment Affect to Team Effectiveness,SSRN, October 9, 2012
- repurchase intention: a general structural equation model”, *European Journal of Marketing*,37(11/12),1762-1800.
- * <http://dx.doi.org/10.1177/0149206311436079>
- * Kappagoda,S (2012), Organizational Commitment: A Mediator of the Relationship between Job Satisfaction and Job Performance in the Commercial Banks in Sri Lanka, *An International Multidisciplinary Research Journal*, Volume 2, Issue 9 (September, 2012) issn 2249-7137, September 1, 2012 .
- * Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. T. M. 1999.Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27: 455-69.
- * Marquis,C, Thomason,B and Tydlaska, J (2010), Corporate Social Responsibility and Employee Engagement, Course Overview, Harvard Business School Organizational Behavior Unit Case No. 410-138, July 13, 2010.
- * Meyer, J. P. and N. J. Allen (1997): “Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application”, Sage, Thousands Oaks, CA.
- * Nzuve,S and Rebecca Nduta,K(2014),Perceived Relationship between Motivation and Job Satisfaction Among Call Centre Agents at Safaricom Limited, University of Nairobi - School of Business, February 14, 2014
- * Oliver, R. (1993). “Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response”. *Journal of Consumer Research*. Vol. 20, No. 3, pp. 418-430.
- * Pervin, Larens E. and John, Oliver P. (2002), *Personality: theory and research*, translated: Mohammad Jaafar Javadi and Parvin Kadivar, 1st edition, Tehran: Aaij.
- * Peterson, D. K. (2004) "The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment ", *Journal of Business & Society* ,Vol. 43, No 3, pp: 296–319.
- * Rego, A., Susana, L., Pina e Cunha, M. and Faria, J. (2007): “How The Employees’ Perceptions of Corporate Citizenship Predict Their Organizational Commitment”, available from <http://academic-papers.org/ocs2/session/Papers/A8/355-460-1-RV.doc>
- * Sharifi, H, P. (2007). *Theory and function of intelligence and personality tests*, 5th edition, Tehran: Sokhan Publication.

یادداشت‌ها

1. Organizational Commitment
2. Aguinis & Glavas.
3. Peterson
4. Harrison.
5. Davis
6. Frederick
7. McGuire
8. Walton
9. Boonstoppel.A
10. Visser.W
11. Greed
12. Philanthropy
13. Misdirection
14. Turker
15. Carmeli et al.
16. Oliver
17. Fisher
18. Hanna
19. Wan.

20. Back et al.
21. Tewari & Nambudiri
22. Tziner et al.
23. Glavas & Kelley.
24. Bayoud, Kavanagh & Slaughter
25. Ceil
26. Singhapakdi & et al
27. Marquis, Thomason & Tydlaska.
28. Edjenekpo
29. Nzuve & Nduta.
30. Syahputra.
31. Gunluk, Özer & Özcan
32. Yavirach
33. Kappagoda
34. Meyer & Allen
35. Meyer & Allen
36. Vakola, & Nikolaou .
37. Maignan et al.
38. Brammer, S., Millington, A., Rayton, B.
39. Rego, A., Susana, L., Pina e Cunha, M. and Faria, J.
40. Choong-Ki Lee & et al.
41. Persona
42. Walter mischel
43. Eisenberger, Fasolo & Davis, Imastre.
44. Bauman & Skitka
45. Glavas & Kelly.
46. Cammann and et al.
47. Allen & Meyer.