

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Spring 2022, Vol.3, No.1, pp 61-80

doi [10.22077/vssd.2022.4983.1065](https://doi.org/10.22077/vssd.2022.4983.1065)



Assessing Social Responsibility in Organizations Devoted to Rural Development Management: A Case Study of Agriculture Jihad Organization of Isfahan Province

Mohammad Sadegh Ebrahimi^{1*}, Mohammad Akbari Dolatabad², Jamshid Eskandri³

1. Assistant Professor, Rural Development Department, Faculty of Agriculture, Isfahan University of Technology, Isfahan, Iran.
2. MSc Graduate Student, Assistant Professor, Rural Development Department, Faculty of Agriculture, Isfahan University of Technology, Isfahan, Iran.
3. Masters of Agricultural Extension and Education and Director of Agricultural Extension and Education Coordination in Jihad-e-Agriculture Organization of Isfahan Province, Iran.

*Corresponding author, Email: ebrahimi_ms@iut.ac.ir

Keywords:

Development, Social responsibility, Agriculture Jihad Organization, Isfahan Province.

Abstract

One of the basic requirements for achieving continuous and sustained development is the analytical investigation of related structures. Various structures and organizations are responsible for development, especially in rural areas. But the fundamental question is, to what extent are they aware of their social responsibilities? This research attempts to investigate and evaluate the social responsibility of Agriculture Jihad Organization of Isfahan province as one of the institutions responsible for rural development in Iran. The statistical population of this research includes the staff and line personnel of the promotion of Agriculture Jihad in Isfahan Province, out of whom 158 were selected to assess the social responsibility of this institution. The main tool of the research was Carroll's structured questionnaire (2016) and its four dimensions (economic, legal, ethical, and philanthropic ones) which included 25 variables, 5 ones for each dimension. Furthermore, in order to investigate psychological factors, four dimensions were evaluated, including risk-taking, seeking success, being pragmatic, and welcoming challenges. The validity of the questionnaire was confirmed by university experts and Agriculture Jihad Organization and its reliability was calculated using Cronbach's alpha coefficient, which was higher than 0.7. The results of the study showed that the social responsibility of Agriculture Jihad Organization of Isfahan province was not favorable from the perspective of promotion employees, especially in the field of philanthropic activities, which was 50%, i.e. lower than the acceptable level. The psychological factors of employees have affected this assessment. Furthermore, there is a positive significant relationship between the organizational commitment of the staff and the degree to which they have assessed the social responsibility of the organization.

Received:

26/Dec/2021

Accepted:

05/Mar/2022

How to cite this article:

Ebrahimi, M.S., Akbari Dolatabad, M., & Eskandri, J. (2022). Assessing Social Responsibility in Organizations Devoted to Rural Development Management: A Case Study of Agriculture Jihad Organization of Isfahan Province. *Village and Space Sustainable Development*, 3(1), 61- 80. [10.22077/vssd.2022.4983.1065](https://doi.org/10.22077/vssd.2022.4983.1065)





فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره سوم، شماره اول، پیاپی نهم، بهار ۱۴۰۱، صفحات ۸۰-۶۱

10.22077/vssd.2022.4983.1065



ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی در سازمان های مرتبط با مدیریت توسعه روستایی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان)

محمد صادق ابراهیمی^{۱*}، محمد اکبری دولت آباد^۲، جمشید اسکندری^۳

۱. استادیار گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان، ایران.

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان، ایران.

۳. کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، مدیر هماهنگی ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان، ایران.

* نویسنده مسئول، ایمیل: ebrahimi_ms@jut.ac.ir

چکیده

یکی از الزامات اساسی جهت دستیابی به توسعه مستمر و پایا، بررسی تحلیلی ساختارهای مرتبط با آن است. ساختارها و سازمان های متنوعی، عاملیت توسعه را به خصوص در حوزه روستایی بر عهده دارند. اما پرسش اساسی این است که تا چه اندازه بر مسئولیت اجتماعی خود واقف می باشند. تحقیق حاضر سعی در بررسی و ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی به عنوان یکی از نهادهای مسئول در توسعه روستایی ایران به صورت مطالعه موردی استان اصفهان دارد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان ستادی و صنفی ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان تشکیل داده که از این تعداد ۱۵۸ نمونه آماری انتخاب و میزان مسئولیت پذیری اجتماعی این نهاد به وسیله این افراد مورد ارزیابی قرار گرفته است. ابزار اصلی تحقیق پرسش نامه بود. تحقیق از پرسش نامه ساختار یافته کارول (۲۰۱۶) در چهار بعد اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و خیرخواهانه و ۲۵ متغیر (۵ متغیر در هر بعد) استفاده نمود. همچنین به منظور بررسی عوامل روانشناختی نیز چهار بعد: ریسک پذیری، توفیق طلبی، عمل گرایی و چالش طلبی مورد سنجش قرار گرفت. روایی پرسش نامه به وسیله متخصصان دانشگاه و سازمان جهاد کشاورزی مورد تایید قرار گرفت و پایایی ابزار تحقیق نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ محاسبه گردید. نتایج تحقیق نشان داد که میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان ترویج در حد مطلوبی نبوده به خصوص در بعد فعالیت های خیرخواهانه پایین تر از حد مناسب (۵۰ درصد) می باشد و عوامل روان شناختی کارکنان بر میزان این ارزیابی از دیدگاه آنان تاثیر گذار بوده است همچنین رابطه مثبت و معنی داری بین تعهد سازمانی کارکنان با میزان ارزیابی آنان از مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان وجود داشته است.

واژگان کلیدی:

توسعه، مسئولیت پذیری اجتماعی، سازمان جهاد کشاورزی، استان اصفهان.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۱۰/۰۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۱/۲۹

۱- مقدمه

شناخت دقیق مسایل مربوط به روستاهای ایران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. زیرا ریشه تمامی مشکلات و مسائل عقب ماندگی مثل فقر گسترده، نابرابری در حال رشد، رشد سریع جمعیت و بیکاری فزاینده، در مناطق روستایی قرار دارد (تودارو، ۱۳۹۰). یکی از اهداف کلان توسعه در اغلب کشورها و از جمله کشور ما، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت های شغلی است. (رضوانی، ۱۳۹۴). تامین توسعه روستایی جز با تعاملات بین سازمانی و مشارکت روستائیان ممکن نخواهد بود (حاجی زاده، ۱۳۹۳). در واقع زمانی می توان به توسعه روستایی نائل گشت که سازمان های متولی بتوانند مسئولیت اجتماعی خود را به نحو احسن انجام دهد (زاهدی، ۱۳۸۸). جهت پایداری روستاها در راستای توسعه منطقه ای، عملکرد نهادها و سازمان های مطابق با وظایف و شاخص های مختلف توسعه پایدار، بسیار مهم و دارای اهمیت است؛ چرا که این نهادها و سازمان ها هستند که با برنامه ریزی و هدایت جامعه روستایی از نظر ساختاری-کارکردی می توانند سبب توسعه و پایداری آن شود یا اینکه با عملکرد نادرست ناشی از عدم شناخت و برنامه ریزی مناسب، روند توسعه را کند و یا به کلی متوقف نماید؛ آنچه در این زمینه بسیار مهم جلوه می کند، ابعاد مدیریتی نهادها و سازمان های مربوط به توسعه روستاها است که هر چند نسبت به دوره های قبل تغییرات بسیاری به وجود آمده ولی این تغییرات به پایداری محیط های روستایی منجر نشده است. در این میان عملکرد ساختاری-کارکردی نهادها و سازمان های مرتبط با وضع کنونی روستاها بسیار تعیین کننده بوده است (ابراهیم زاده، ۱۳۸۹). در حوزه سازمانی، هدف از مسئولیت اجتماعی دستیابی به حق سرمایه ای خود به عنوان عضو ذینفع در آن سازمان می باشد اما این مقوله در حوزه های اجتماعی و روستایی کمی متفاوت است. مسئولیت اجتماعی روستایی عمدتاً معطوف به مباحثی همچون اشتغال مولد، سیاست های حمایتی مالی و تسهیم در اجرای پروژه های روستایی و پاسخگو بودن به عملکرد سازمانی می باشد. در نگاه کلی باید گفت مسئولیت اجتماعی روستایی یعنی پاسخگو بودن به جامعه هدف و ذکر این نکته که سازمان متولی چه نقشی در پیشبرد اهداف داشته است. یکی از ابعاد مسئولیت اجتماعی حکمروایی مدیریتی در جوامع روستایی است. یک مدیر زمانی می تواند به مسئولیت و وظایف اجتماعی خود عمل کند که به مباحث مدیریت روستایی اشراف کامل داشته باشد (دربان آستانه، ۱۳۹۵). اگر توسعه روستایی را به عنوان فرآیندی تعریف گردد که منجر به افزایش جمعیت روستائیان جهت کنترل محیط زیست خود، همراه با توزیع گسترده منافع حاصل از چنین کنترلی باشد؛ هدف سازمان های توسعه روستایی در ارتقای توسعه روستایی را فقط می توان برحسب میزانی مشخص نمود که از منافع روستائیان با در نظر گرفتن موارد ذیل حمایت نموده اند: عمل کردن به عنوان ابزاری برای مشارکت همگانی در تصمیم گیری محلی، توسعه ارتباطات دوسویه بین مردم و رهبران آنها، تسهیل سازی در تأمین خدمات، بسیج منابع محلی، بیان نمودن و بررسی تقاضاها و نیازهای محلی، ایجاد آگاهی های سیاسی-اجتماعی، توسعه قابلیت های رهبری محلی و اثرگذاری تغییرات در ساختار اجتماعی و یا در سیاست های ملی. با توجه به شرایط تغییرات اقلیمی و افزایش تنش ها و فشارهای طبیعی و انسانی بر کشاورزان و روستائیان لازم است تغییرات رفتاری مناسبی برای سازگاری مطلوب تر آنان با شرایط انجام گیرد این موارد نیازمند افزایش سطوح دانشی و تغییرات نگرشی مطلوب در روستائیان و تاثیر نهادهای حکمرانی موجود بر آنان است. مشخص است که از یک سو میزان اعتماد و مشارکت روستائیان در برنامه های سازمان های متولی مدیریت روستایی و از سوی دیگر میزان مسئولیت پذیری اجتماعی این سازمان ها می توانند نقش موثری در پیشبرد دقیق اهداف توسعه پایدار روستایی داشته باشند.

۲- مبانی نظری

اعمال سازمان‌ها بر محیط بیرونی تأثیر به‌سزایی خواهد داشت و نمی‌توان سود و زیان ناشی از سازمان‌ها بر جامعه را نادیده گرفت (مالکی و یوسفی، ۱۳۹۵). لذا یکی از چالش‌های اساسی در مدیریت کسب و کار، بدست آوردن سود بیشتر به همراه توجه به مسئولیت اجتماعی شرکت است (مختار بند، ۱۳۹۹). برنامه‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها نه تنها یک ضرورت اجتماعی محسوب می‌شود بلکه برای توسعه رضایت شغلی کارکنان نیز ضروری می‌باشد. چون می‌تواند محیط کار لذت بخش تری را برای آنها ایجاد نماید. در سال‌های گذشته، موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی به حدی با اهمیت شده است که سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل و اتحادیه اروپا، استانداردهایی را در این زمینه ارائه کرده‌اند و بنیاد مدیریت کیفیت اروپا، در مدل الگوی تعالی خود برای سازمان‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها را به‌عنوان یکی از ارزش‌های هشت‌گانه خود معرفی کرده است (صالحی و ایرانشاهی، ۱۳۹۷). این مفاهیم بر مبنای نظریه شناخت اجتماعی می‌باشد که بر اساس آن افراد، نگرش، درک و شناختی از خود دارند که در جهت بهبود فعالیت آنها در سازمان تأثیرگذار است به این معنا که وقتی کارکنان به مسئولیت اجتماعی فکر می‌کنند، نگرش آنان نسبت به کار خود در سازمان مثبت تر خواهد شد. لذا مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی افراد اثر مثبت خواهد داشت لذا می‌توان گفت هر چه درک افراد از مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها بیشتر باشد، تعهد سازمانی آنان بالاتر خواهد بود. انجام یک مطالعه علمی، منوط به شناخت عوامل موثر بر مطالعه می‌پردازد. به‌منظور بررسی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در فرآیند توسعه روستایی در وهله اول تبیین مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها (شامل تعاریف، دیدگاه‌ها و مدل‌های مسئولیتی) امری ضروری می‌باشد که در ادامه به مفهوم مسئولیت اجتماعی می‌پردازیم.

۲-۱- تبیین مفهومی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها

مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها در دهه اخیر به پارادایم غالب و مسلط حوزه‌ی مدیریت تبدیل شده است و سازمان‌های بزرگ و معتبر جهانی مسئولیت در برابر اجتماع و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی خود می‌بینند. این مفهوم موضوعی است که هم‌اکنون در کشورهای توسعه یافته و کشورهای با اقتصاد باز به شدت از سوی تمامی بازیگران همچون حکومت‌ها، سازمان‌ها، جامعه مدنی، سازمان‌های بین‌المللی و مراکز علمی دنبال می‌شود (کردلو و نیازی، ۱۳۹۲). حکومت‌ها به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از منظر تقسیم وظایف و مسئولیت‌ها و حرکت در جهت توسعه پایدار نگاه می‌کنند. منظور از مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، پیوستگی و اتحاد میان فعالیت‌ها و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع کلیه ذی‌نفعان شامل سهام‌داران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران و عموم جامعه، در سیاست‌ها و عملکرد سازمان منعکس شود. به عبارت دیگر سازمان باید همواره خود را جزئی از اجتماع بداند و نسبت به جامعه احساس مسئولیت داشته باشد و در جهت بهبود رفاه عمومی به گونه‌ای مستقل از منافع مستقیم سازمان، تلاش کند (تیموری، ۱۳۹۲).

سازمان‌ها مسئولیت اجتماعی سازمانی را نوعی استراتژی تجاری می‌بینند که باعث می‌شود در فضای به شدت رقابتی، بر اعتبارشان افزوده شود و سهم‌شان در بازار فزونی گیرد. همچنین جامعه مدنی و سازمان‌های غیردولتی، به این دلیل از سازمان‌ها مسئولیت اجتماعی می‌خواهند که به رسوایی‌های مالی و فجایع حاصل از عملکرد سازمان‌ها آگاهی و اشراف دارند. مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان تعهد یک سازمان برای برآوردن مجموعه متنوعی از نیازهای ذینفعان در نظر گرفته شده است (اسپورنگ و همکاران، ۲۰۲۱). سازمان‌های بین‌المللی با توجه به اینکه تأثیرگذاری سازمان‌ها در دنیای امروز بسیار بیشتر از

حکومت‌هاست، حل چالش‌های جهانی را بدون مشارکت سازمان‌ها غیرممکن می‌دانند، همچنین بسیاری از سیاستمداران به نوعی مدیران سازمان‌ها نیز هستند. بعلاوه مراکز علمی و دانشگاهیان نیز به مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از زاویه‌ی نقش سازمان‌ها در توسعه یک کشور، توسعه دموکراسی، تداخل وظایف، مسئولیت‌های یک سازمان یا حکومت و هم‌پوشانی حاصل از آن می‌نگرد. به همین دلیل است که امروزه در جهان رقابت، موضوع مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها به پارادایمی غالب در حوزه اداره سازمان‌ها تبدیل شده است (صلواتی، ۱۳۹۴).

۲-۲- سابقه پیدایش مفهوم مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی سازمان مفهومی است که در اواسط قرن بیستم در آمریکا مطرح شد و توجه بسیاری را در محافل اقتصادی، علمی و سیاسی جهان به خود جلب کرد. ظهور مسئولیت اجتماعی سازمان در سال‌های اخیر ریشه در داد و ستدهای جهانی، پیچیده‌تر شدن فضای کسب و کار، تقاضا برای شفافیت در کسب و کار و پاسخی به تحولات و چالش‌های جهانی شدن بوده است. مدل‌های اولیه مسئولیت اجتماعی سازمان در دهه ۱۹۶۰ ظاهر گشت که جنبه‌ی اجتماعی مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها را به طور مستقیم به مسئولیت‌هایی بالاتر و ورای مسئولیت‌های اقتصادی و قانونی ربط می‌داد. سازمان‌های بین الملل همچون سازمان ملل متحد، بانک جهانی، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه نه تنها پژوهش و ترویج مسئولیت اجتماعی را تایید کردند بلکه دستورالعمل‌ها و واحدهای دایمی کاری را به وجود آوردند (نیگ، ۲۰۱۳). مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان مفهومی که بر اساس آن سازمان‌ها به طور داوطلبانه تصمیم به مشارکت در ساختن یک جامعه بهتر و محیط پاکیزه‌تر می‌گیرند. مفهومی که با توجه به آن سازمان‌ها، نگرانی‌های اجتماعی و زیست محیطی را در فعالیت‌های عملیاتی کسب و کار در تعامل با گروه‌های ذینفع خود در نظر می‌گیرد (ارنامی، ۱۳۸۴).

۲-۳- تعریف مفهوم مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها یعنی مسئولیت در پاسخ‌گویی به پیامدهای فعالیت‌هایی که جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. منظور از جامعه، همه ذینفعان سازمان است. مهمترین ذینفعان سازمان که در موقعیت سازمان به صورت مستقیم و غیر مستقیم مؤثر هستند عبارتند از: مصرف کنندگان، کارکنان، مالکان یا سهامداران و جامعه این موضوع باید به یک فرهنگ سازمانی تبدیل شود تا با رفتن یک فرد از بین نرود و همه اعضای سازمان بدانند که با رفتن آن مدیر هم باید به همین روش عمل کنند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی سازمانی یک باور سازمانی است که به دنبال خلق ارزش مشترک بین ذینفعان سازمان است و یک پروژه نیست که آغاز و پایانی داشته باشد. نباید برنامه‌های مسئولیت پذیری اجتماعی فعالیت‌های جداگانه از فعالیت‌های روزانه کسب و کار سازمان باشد (ارنامی، ۱۳۸۴). مسئولیت اجتماعی در یک تعریف عام، طریقی است که بنگاه‌ها به وسیله آن، رویکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با ارزش‌ها، فرهنگ، استراتژی‌ها، ساختار تصمیم‌گیری و شیوه‌های عملیاتی خود به شکلی شفاف و قابل حسابرسی یکپارچه می‌کنند و در نتیجه فرآیندها و رویه‌های بهتری را در درون سازمان خود جاری می‌سازند و به این ترتیب ثروت می‌آفرینند و وضعیت جامعه را بهبود می‌بخشند (آقایی و کاظم پور، ۱۳۹۵).

۲-۴- دیدگاه‌های نظری در مورد مسئولیت پذیری اجتماعی

گونه شناسی در موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان‌ها و مدیریت منابع انسانی در اشکال سه گانه شامل رهیافت‌های ابزاری، اجتماعی و سیاسی می باشد که به طور خلاصه این موارد را می توان به

صورت موارد زیر جمع بندی و ارائه نمود:

۲-۴-۱- دیدگاه ابزاری (فنی) به مسئولیت پذیری اجتماعی

در این روش که با تکیه صریح یا ضمنی از مسئولیت اجتماعی به عنوان ابزاری برای مدیریت منابع انسانی مبتنی بر مدیریت منابع انسانی استراتژیک استفاده می شود به دنبال آن شیوه افزایش مسئولیت اجتماعی در سازمانها یا معادل آن در نظر گرفته شده، و به عنوان یک رهیافت استراتژیک در شیوه های مدیریت منابع انسانی از مسئولیت پذیری اجتماعی استفاده می گردد (گرنوود، ۲۰۱۳؛ ۲۰۱۵).

۲-۴-۲- دیدگاه یکپارچگی اجتماعی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی

دیدگاه یکپارچه اجتماعی در ارتباط با مسئولیت اجتماعی نشان می دهد که خواسته های اجتماعی باید با عنوان یک مفهوم یکپارچه، در کسب و کار و جامعه وابسته به یکدیگر برای تداوم و رشد و توسعه در نظر گرفته شود. به طور دقیق، بیان "ترم" در ارتباط با مدیریت منابع انسانی بر اساس تعامل، نیاز ذینفعان با نیازهای و اهداف سازمانی است (وگتن و همکاران، ۲۰۱۲).

۲-۴-۳- دیدگاه سیاسی در بررسی مسئولیت اجتماعی

دیدگاه یا رویکرد سیاسی به موضوع مسئولیت اجتماعی به عنوان موضوع، رسیدگی به قدرت در سازمان و جامعه و همچنین مسئولیت همزمان آنها توجه دارد. به همین ترتیب، رویکردهای انتقادی به مدیریت منابع انسانی "پیشرفته مفاهیم در مدیریت منابع انسانی بیشتر در جهت غلبه نظم اقتصادی- اجتماعی مفهوم سرمایه داری" قرار گرفته است. دیدگاه سیاسی در مورد مسئولیت اجتماعی سازمانها و مدیریت منابع انسانی در نتیجه شامل مسائل مربوط به مسئولیت اجتماعی سازمانها از نظر نقش سازمان در جامعه، موقعیت ذینفعان در مقابل سازمان، روابط قدرت و فعالیت سیاسی آنها تمرکز دارد. سازمانها در نتیجه به عنوان فعالان هر دو عرصه اقتصادی و سیاسی می باشند (وگتن و گرنوود، ۲۰۱۶).

براساس مدل کارول (۲۰۲۰) مسئولیت سازمانها را می توان به چهار بُعد مسئولیت اقتصادی، قانونی، اجتماعی و مسئولیت اخلاقی تفکیک کرد. نخستین بُعد مسئولیت سازمانها، بُعد اقتصادی است که در آن فعالیتها و اقدامات اقتصادی مدنظر قرار می گیرد. دومین بُعد مسئولیت سازمانها، بُعد قانونی است که براساس آن، سازمانها ملزم می شوند در چارچوب قانون و مقررات عمومی عمل کنند. جامعه این قوانین را تعیین می کند و تمام شهروندان و سازمانها، موظف هستند به این مقررات به عنوان ارزش اجتماعی احترام بگذارند. بُعد قانونی مسئولیت اجتماعی را التزام اجتماعی می گویند. سومین بُعد مسئولیت سازمانها، بُعد اجتماعی است و مجموعه وظایف و تعهداتی را در بر می گیرد که سازمان باید برای حفظ و کمک به جامعه با نگرش همه جانبه، به رعایت حفظ وحدت و مصالح عمومی می انجامد. چهارمین بُعد مسئولیت سازمانها، بُعد اخلاقی است. در این مورد، از سازمانها انتظار می رود چون سایر اعضای جامعه، به ارزشها، هنجارها و اعتقادات و باورهای مردم احترام گذاشته و شئون اخلاقی را در کارها و فعالیتهای خود مورد توجه قرار دهند. بُعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی را پاسخگویی اجتماعی می نامند (راه چمنی و کاووسی، ۱۳۹۴؛ گانزلس و همکاران، ۲۰۱۹).

۲-۳- مرور منابع

سبحانی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی طراحی مدل مسئولیت اجتماعی برای سازمان های دولتی ایران با رویکرد اخلاقی و راهبردی پرداختند. نتیجه تحقیق نشان می دهد که اثرگذاری رویکرد اخلاقی و راهبردهای مسئولیت اجتماعی سازمانی از طیف پایین به سمت بالا دارای اثرگذاری مثبتی بر تمامی ابعاد مسئولیت اجتماعی هستند.

بدایعی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان طراحی مدل مسئولیت اجتماعی و سنجش آن در سازمان

تأمین اجتماعی به این نتیجه رسیدند که، در سازمان مذکور بعد اقتصادی در رتبه اول و بعد اخلاقی و بشر دوستانه به ترتیب در رتبه دوم و سوم ارزیابی شده اند. ضمن آنکه تاکید می کنند افزایش آگهی جامعه از جمله مسئولیت های اجتماعی هر سازمان می باشد.

محمدی (۱۳۹۹) در تحقیق خود ضمن تاکید بر اهمیت مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان و تبیین معانی و تعاریف آن به بررسی انواع مدل های ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان پرداخته و مدل چهار بعدی مسئولیت پذیری اجتماعی کارول را تشریح می نماید و بیان می نماید که در این مدل بعد قانونی مسئولیت پذیری به عنوان بعد مبنایی و پایه مطرح شده است.

مدهوشی و نوروزی (۱۳۹۴) در تحقیق خود بیان می نمایند که سازمان ها ضمن آن که به حفظ و بقای خود می اندیشند باید بتوانند فراتر از نگاه خودمدارانه، به علیت و اصلیت خویش که برگرفته از نقش و جایگاه اجتماعی آن ها است به پیامدها و آثار خویش بر جامعه پردازند و حس تعهد، مسئولیت پذیری و پاسخگویی به نیازها و خواسته های جامعه را با مدنظر قرار دادن اخلاق و ارزش های اخلاقی در قالب مدیریت و برنامه ریزی جامع و راهبردی خود داشته باشند.

طالب و بخشی زاده (۱۳۹۱) به بررسی نقش تعاونی های روستایی در حکمروایی محلی به این موضوع اشاره می کند که با تبیین رویکرد حکمرانی، سازمان های تعاونی روستایی می توانند در هر دو سوی سیاست های قانون-محور و سیاست های تغییر-قانون درگیر شوند. در واقع طالب و بخشی زاده اشاره می کنند مسئولیت اجتماعی تعانی روستایی که روشنگری و پاسخگویی به نیازهای اعضا و تسهیم هزینه می باشد در صورت مدیریت صحیح می تواند مسئولیت اجتماعی خود را ایفا نمایند.

علی الحسابی در پژوهش با عنوان «نقش سازمان های مردم نهاد و رهبران محلی در توسعه روستایی» در سال ۱۳۹۱ که بصورت تحلیلی صورت پذیرفته اند اشاره کردند که یکی از مسئولیت های اجتماعی برای روستائیان دخیل بودن در اقدامات روستایی می باشد در واقع مشارکت روستائیان می تواند زمینه ارتقا مسئولیت اجتماعی روستائیان با سازمان های مردم نهاد فراهم آورند.

فیروز آبادی و جاجرمی (۱۳۹۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که رضایت مردم از عملکرد دهیاری ها نشانه توفیق مدیریت روستایی در زمینه های مهمی چون افزایش اثربخشی و پاسخگویی است. همچنین دربان آستانه (۱۳۹۵) در مطالعه خود بیان می نماید که در حکومت های مردم سالار پاسخگویی به مردم و رضایت آنها نسبت به خدمات محلی اهمیت حیاتی در جلب مشارکت مردم در اداره امور و به تبع آن موفقیت سازمان ها دارد. نتایج تحقیق نشان داد روستائیان در مجموع نسبت به عملکرد سازمان های محلی رضایت اندکی دارند. بعلاوه رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۶)، بیان می نمایند که مدیریت مهم ترین عامل در حیات، رشد و بالندگی یا مرگ یک جامعه است و روند حرکت از وضع موجود به سوی وضع مطلوب را کنترل می کند. روستاها به منزله مکان هایی خاص با شیوه زندگی و فعالیت هایی متفاوت نسبت به شهرها نیازمند الگوی مدیریتی مجزا و منطبق با شرایط اقتصادی، اجتماعی و بوم شناختی حاکم بر روستا هستند. فرآیند مدیریت و برنامه ریزی روستایی نیازمند دستیابی به یک نقطه تعادل میان قدرت های موثر در آن است که از آن با عنوان مدیریت مشارکتی یاد می شود. در واقع محققین جذب مشارکت مردم و پاسخگو بودن را از شاخص های مسئولیت اجتماعی سازمان های روستایی می باشد.

ویر (۲۰۱۷) در تحقیق خود ضمن معرفی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به عنوان یکی از شاخص های مهم اثربخشی سازمان ها، بیان می نماید که این موضوع بر اساس اهداف هر سازمان قابل بررسی و تعیین شاخص های مناسب براساس اهداف اجرایی آن نهاد صورت می گیرد.

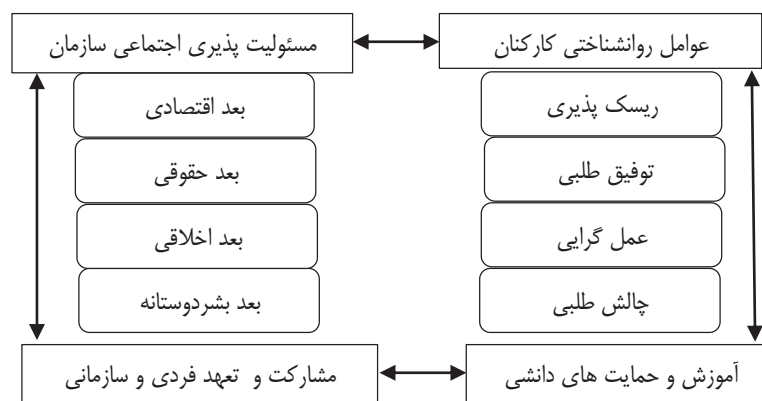
کلانویوز و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی ارتباط میان مسئولیت پذیری و نگرش سازمانی پرداختند. آن ها در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که تنها سازمان هایی که دست یابی به استانداردهای اخلاقی

مسئولیت پذیری اجتماعی را جزو اهداف خود قرار دهند، نسبت به مسئولیت پذیری اجتماعی نگرش مطلوبی دارند.

ویتز شاپرو (۲۰۰۸) به بررسی رابطه بین حکومت محلی و رضایتمندی روستائیان پرداخته است. نتیجه ی تحقیق او نشان دهنده پیوند میان عملکرد حکومت محلی با نظام مورد حمایت شهروندان است. همچنین در مطالعات بین امللی نیز لاکی و همکاران (۲۰۰۲) مطالعه ای در سطح حکومت های محلی روستایی، سعی در بررسی عملکرد حکومت محلی و رضایتمندی روستائیان نموده است و مشخص شد سطح همکاری نشان دهنده پویای سازمانی و پاسخگوی مناسب به روستائیان می باشد.

نتایج تعدادی از مطالعات موردی انجام شده در داخل و خارج کشور در مورد مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها را می توان به صورت خلاصه به شرح زیر بیان نمود:

برخی از تحقیقات در مورد ارتباط بین مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان با شاخص های عملکردی در سازمان بوده اند مانند تحقیق جبارزاده و بایزیدی (۱۳۹۸)، هاپکین (۲۰۱۶) و شرابینکه و احمد (۲۰۲۱) شمار دیگری از تحقیقات بر بهبود شاخص تعهد سازمانی در نتیجه مسئولیت پذیری اجتماعی تاکید دارند مانند تحقیقات: صالحی (۱۳۹۶)، ربیعی و غلامی (۱۳۹۵)، اردلان و همکاران (۱۳۹۴)، کیم و همکاران (۲۰۱۶)، چانگ و یانگ (۲۰۱۷)، عاصر الحق و همکاران (۲۰۱۷)، همچنین برخی از تحقیقات نشان می دهد که آموزش می تواند ارتقا دهنده مسئولیت پذیری اجتماعی باشد مانند تحقیقات: شاهینی (۱۳۹۰)، بکر و همکاران (۲۰۱۱)، بعلاوه، برخی دیگر از تحقیقات بیانگر تاثیر عوامل روانشناختی (نگرشی و ادارکی) در بهبود شاخص مسئولیت پذیری اجتماعی است مانند تحقیقات: کلانویس و همکاران (۲۰۱۲) و وانگلتون و گرنود (۲۰۱۶). براین اساس چهارچوب نظری تحقیق را می توان به صورت زیر خلاصه و ارائه نمود:



شکل ۱. چهارچوب نظری تحقیق

۳- روش مطالعه

در مورد شاخصه های تشکیل دهنده مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، مطالب بسیار مطرح شده است و نظرات بسیاری وجود دارند. اولین تعریف چهاربخشی از مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی، توسط کارول تحت عنوان مدل مفهومی عملکرد مسئولانه اجتماعی عنوان شد (جانگ و آردیسول، ۲۰۲۰). در تحقیق حاضر، برای سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها، از پرسشنامه استاندارد مسئولیت پذیری اجتماعی کارول (کارول، ۲۰۱۶) مبتنی بر چهار بعد ارائه شده در مدل کارول (اقتصادی، اخلاقی و بشردوستانه) استفاده گردید که شامل ۲۵ سؤال ۵ گزینه ای می باشد (زاکسکی و همکاران، ۲۰۱۸). تحقیق حاضر سعی در بررسی و ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی به عنوان یکی از نهادهای مسئول در

توسعه روستایی ایران به صورت مطالعه موردی استان اصفهان دارد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان ستادی و صفی ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان تشکیل داده است که براساس آمار سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان تعداد ۴۳۵ نفر را تشکیل می دهند که با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده در تمام شهرستانهای استان نمونه گیری انجام شد و از تعداد ۱۶۴ پرسشنامه جمع آوری شده تعداد ۱۵۸ نمونه آماری مناسب، انتخاب و میزان مسئولیت پذیری اجتماعی این نهاد به وسیله این افراد مورد ارزیابی قرار گرفته است. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه بود. پرسشنامه مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان براساس پرسشنامه ساختار یافته کارول در چهار بعد (اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و خیرخواهانه) مبنای قرار گرفت و شاخص کلی مسئولیت پذیری ترکیبی براین اساس از ۱۰۰ یعنی به صورت درصد بیان گردید. روایی پرسشنامه با توجه به تغییرات احتمالی آن با توجه به شرایط سازمان، به وسیله متخصصان دانشگاه و سازمان جهاد کشاورزی مورد تایید قرار گرفت و پایایی ابزار تحقیق نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در تمام شاخص ها بالاتر از ۰/۷ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردید و به منظور رسیدن به نتایج مناسب از آمار توصیفی و تحلیل استفاده شد.

جدول ۱. پایایی ابزار تحقیق (پرسشنامه) براساس ضریب آلفای کرونباخ

نام شاخص	مقدار آلفای کرونباخ
عوامل روانشناختی	۰/۷۶۴
توفیق طلبی	۰/۷۷۸
ریسک پذیری	۰/۷۱۵
چالش طلبی	۰/۷۳۲
عمل گرایی	۰/۸۲۰
مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان	۰/۸۱۹
بعد اقتصادی	۰/۷۴۳
بعد حقوقی	۰/۷۷۲
بعد اخلاقی	۰/۷۱۱
بعد بشردوستانه	۰/۷۰۴

۴- یافته های تحقیق

براساس اطلاعات بدست آمده می توان به اختصار نتایج توصیفی، بررسی ویژگیهای کارکنان ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان را به شرح زیر بیان نمود. اکثر کارکنان را مردان، متأهل دارای یک یا دو فرزند تشکیل می دهند و میانگین سنی این کارکنان ۳۹ سال می باشد. تحصیلات غالب افرادی نیز در مقطع کارشناسی است. از نظر رضایت از درآمد نیز عموماً اظهار داشته اند که در سطح خیلی کم از درآمدی خود رضایت دارند و میزان آن را براساس خوداظهاری در حد زیر ۲ میلیون تومان در ماه برآورد نموده اند. میانگین سابقه کار در نمونه آماری نزدیک به ۱۰ سال و میانگین سابقه کار ترویجی آنان نیز ۸ سال می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که نمای سابقه کار کارکنان و نمای سابقه کار ترویجی کارکنان ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان عدد ۴ می باشد که نشان می دهد در طی سالهای اخیر نیروهای جوانی به جمع کارکنان ترویج اضافه شده اند.

از نظر ویژگیهای روان شناختی نیز می توان بیان نمود که میانگین ویژگیهای روان شناختی کارکنان مورد بررسی ۷۶/۳۴ درصد می باشد که در حد مطلوب قرار دارد. در این عامل ویژگیهایی مانند ریسک پذیری با میانگین ۶۳/۵۷، عمل گرایی با میانگین ۷۹/۰۷، توفیق طلبی با میانگین ۷۵/۴۵ و چالش طلبی ۸۷/۲۸ با میانگین دارای اهمیت می باشند.

جدول ۲. بررسی ویژگی‌های فردی کارکنان ترویج و آموزش جهاد کشاورزی استان اصفهان

نام متغیر	شاخص آماری مورد بررسی
سطح تحصیلات	نما = لیسانس
سن	میانگین = ۳۹ نما = ۳۶ مینیمم = ۲۲، ماکسیمم = ۵۷
رضایت از درآمد	نما = خیلی کم
میزان درآمد ماهانه	میانگین = زیر ۲ میلیون تومان
سابقه شغلی	میانگین = ۱۰/۳۵ نما = ۴ انحراف معیار = ۸/۹۷
سابقه کار ترویجی	میانگین = ۷/۷۱ نما = ۴ انحراف معیار = ۷/۳۸

جدول ۳. بررسی ویژگی‌های روان شناختی کارکنان ترویج و آموزش جهاد کشاورزی استان اصفهان

نام متغیر	شاخص آماری مورد بررسی
ریسک پذیری	میانگین = ۶۳/۵۷ نما = ۶۰ انحراف معیار = ۱۳/۷۰
توفیق طلبی	میانگین = ۷۵/۴۵ نما = ۷۸ انحراف معیار = ۱۰/۳۲
عمل گرایی	میانگین = ۷۹/۰۷ نما = ۷۸ انحراف معیار = ۱۰/۹۰
چالش طلبی	میانگین = ۸۷/۲۸ نما = ۹۰ انحراف معیار = ۱۲/۶۵
عامل روانشناختی	میانگین = ۷۶/۳۴ نما = ۷۸ انحراف معیار = ۷/۳۹

همانطور که در جدول نیز مشخص شده است شاخص ریسک پذیری افراد در حد متوسط قرار داشته و بقیه شاخص‌ها در حد مطلوب قرار می‌گیرد. از نظر مسئولیت اجتماعی سازمان نیز می‌توان ویژگی‌های کارکنان را به صورت زیر مورد بررسی قرار داد. از نظر شاخص کلی مسئولیت پذیر اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان نیز ۶۲/۹۰ درصد می‌باشد که به ترتیب در چهار حیطه اقتصادی (۶۱/۲۸)، حقوقی (۶۲/۹۸)، اخلاقی (۷۰/۳۳) و خیرخواهانه (۵۷/۰۳) می‌باشد. می‌توان بیان نمود که میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان، در کل در حد متوسط می‌باشد و در حیطه خیرخواهانه از دیدگاه کارکنان ضعیف تر از بخش‌های دیگر بوده و همچنین در حیطه اقتصادی نیز پایین تر از متوسط کل بیان شده است اما در حیطه اخلاقی مناسب ارزیابی شد. بررسی متغیرهای فردی و روان شناختی کارکنان ترویج با متغیر مسئولیت پذیر اجتماعی سازمان از دیدگاه آنان نیز نشان می‌دهد که بین متغیرهای مذکور می‌توان ارتباطات زیر را مشخص و بیان نمود.

جدول ۴. میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان

نام متغیر	شاخص آماری مورد بررسی
مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی	میانگین = ۶۲/۹۰
	نما = ۵۷
	انحراف معیار = ۹/۹۴
بعد اقتصادی	میانگین = ۶۱/۲۸
	نما = ۵۹
	انحراف معیار = ۱۳/۸۸
بعد حقوقی	میانگین = ۶۲/۹۸
	نما = ۵۸
	انحراف معیار = ۱۰/۵۵
بعد اخلاقی	میانگین = ۷۰/۳۳
	نما = ۷۲
	انحراف معیار = ۱۱/۲۵
بعد خیرخواهانه	میانگین = ۵۷/۰۳
	نما = ۵۵
	انحراف معیار = ۱۴/۷۳

متغیر میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان ترویج از متغیر های فردی مانند سن، سابقه، تحصیلات افراد متأثر نشده است اما از ویژگیهای روان شناختی کارکنان تاثیر پذیرفته است به عبارت ساده تر ویژگیهای روان شناختی کارکنان اثر مثبت و معنی داری در سطح ۹۵ درصد با ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان داشته است. همچنین میزان ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان بطوریکه با زیر مولفه های روان شناختی مانند عمل گرایی در سطح ۹۹ درصد و با چالش طلبی در سطح ۹۵ درصد ارتباط مثبت و معنی داری برقرار نموده است.

جدول ۵. همبستگی متغیرهای فردی و روان شناختی با ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان

نام متغیر	نام متغیر	نوع همبستگی	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری
سن	سن	پیرسون	۰/۰۰۹	۰/۹۱۰ ^{ns}
تحصیلات	تحصیلات	اسپیرمن	-۰/۰۱۲	۰/۸۷۷ ^{ns}
مسئولیت پذیری	سابقه کار	پیرسون	-۰/۰۶۴	۰/۴۲۳ ^{ns}
اجتماعی سازمان	سابقه کار ترویجی	پیرسون	۰/۰۳۹	۰/۶۲۴ ^{ns}
جهاد کشاورزی استان	ویژگیهای روان شناختی	پیرسون	۰/۲۱۱	۰/۰۰۸ ^{**}
اصفهان از دیدگاه	ریسک پذیری	پیرسون	۰/۰۵۲	۰/۵۱۷ ^{ns}
کارکنان ترویج	توفیق طلبی	پیرسون	-۰/۰۴۰	۰/۶۱۷ ^{ns}
	عمل گرایی	پیرسون	۰/۳۲۳	۰/۰۰۰ ^{**}
	چالش طلبی	پیرسون	۰/۱۹۱	۰/۰۱۶*

همچنین بررسی ویژگیهای روان شناختی افراد نیز نشان می دهد که عامل روان شناختی که تاثیر بسیار چشم گیری بر میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان دارد از متغیرهایی مورد بررسی تاثیر معنی داری نپذیرفته است. در حالیکه متغیر سن و سابقه بر عمل گرایی افراد در سطح ۹۵ درصد تاثیر مثبت و معنی دار داشته همچنین تحصیلات با چالش طلبی کارکنان نیز در سطح ۹۵ درصد تاثیر مثبت و معنی دار داشته است.

جدول ۶. همبستگی عامل روان شناختی با متغیرهای فردی کارکنان ترویج

نام متغیر	نام متغیر	نوع همبستگی	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری
عامل روان شناختی	سن	پیرسون	۰/۰۳۷	۰/۶۴۱ ^{ns}
	بعد خانوار	پیرسون	۰/۰۰۳	۰/۹۷۰ ^{ns}
	سابقه کار	پیرسون	۰/۰۸۴	۰/۲۹۷ ^{ns}
	سابقه کار ترویجی	پیرسون	۰/۰۷۲	۰/۳۶۷ ^{ns}
	سطح تحصیلات	اسپیرمن	۰/۱۴۶	۰/۰۴۸ ^{ns}
	رضایت از درآمد	اسپیرمن	-۰/۰۸۱	۰/۳۱۳ ^{ns}
عمل گرای	سن	پیرسون	۰/۱۷۲	۰/۰۳۰*
	سابقه کار	پیرسون	۰/۱۷۴	۰/۰۲۹*
	سطح تحصیلات	اسپیرمن	۰/۱۹۰	۰/۰۱۷*

نتایج آزمون نرمالیته نشان دهنده نرمال نبودن متغیر میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان ترویج و عامل روان شناختی می باشد. همانگونه که در جدول (۶) مشاهده می گردد نتیجه آزمون شاپیرو - ویلک برای ارزیابی نرمال بودن داده ها برای دو متغیر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان (p=۰/۰۰۳) و متغیر ویژگی های روان شناختی کارکنان ترویج (p=۰/۰۰۵) نشان دهنده غیر نرمال بودن داده ها می باشد.

جدول ۷. آزمون نرمالیته متغیرهای وابسته تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	Z کولموگروف اسمیرنوف	sig	Z شاپیرو- ویلک	sig
مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان	۶۲/۹۰	۹/۳۴	۰/۰۷۲	۰/۰۴۴	۰/۹۷۲	۰/۰۰۳
ویژگی های روان شناختی	۷۶/۳۴	۷/۳۹	۰/۰۶۱	۰/۲۰۰	۰/۹۷۴	۰/۰۰۵

نتیجه آزمون همبستگی ارتباط بین متغیر تعهد سازمانی کارکنان ترویج با متغیر میزان ارزیابی کارکنان از مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی نیز نشان داد که در سطح ۹۹ درصد ارتباط مثبت و بسیار معنی داری بین این متغیرها مشاهده می گردد. به عبارت دیگر هرچه میزان تعهد سازمان کارکنان بیشتر می شود ارزیابی آنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان نیز بهتر خواهد شد و بالعکس. میزان ارزیابی از مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان با ابعاد تعهد عاطفی و هنجاری کارکنان سازمانی ارتباط مثبت و بسیار معنی داری در سطح ۹۹ درصد برقرار نموده اما با بعد تعهد سازمانی مستمر کارکنان ارتباط معنی داری نداشته است.

جدول ۸. ضریب همبستگی ارتباط بین دو متغیر تعهد سازمانی و مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان

نام متغیر	نام متغیر	نوع همبستگی	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری
مسئولیت پذیری	تعهد سازمانی کارکنان	پیرسون	۰/۳۶۹	۰/۰۰۰**
اجتماعی سازمان	تعهد سازمانی در بعد عاطفی	پیرسون	۰/۳۴۸	۰/۰۰۰**
جهاد کشاورزی استان	تعهد سازمانی در بعد هنجاری	پیرسون	۰/۳۷۷	۰/۰۰۰**
اصفهان	تعهد سازمانی در بعد مستمر	پیرسون	۰/۰۸۱	۰/۳۱۴ ^{ns}

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که ویژگی های روان شناختی، تعهد سازمانی و میزان ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی در دو حیطة کارکنان ستادی و صفی بوده است

تفاوت معنی داری در دو حیطة کارکنان ستادی و صفی وجود نداشته است.

جدول ۹. میزان ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی در دو حیطة کارکنان ستادی و صفی

متغیر	Wilcoxon W	Mann-Whitney U	Z	sig
مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان	۷۵۰/۵	۶۸۴/۵	-۰/۸۴۷	۰/۳۹۷
ویژگی های روان شناختی	۷۷۵	۷۹۰	-۰/۶۸۰	۰/۴۹۷
تعهد سازمانی	۸۶۶/۵	۸۶۶/۵	-۰/۰۵۵	۰/۹۵۶

نتیجه تحلیل رگرسیون عوامل موثر بر ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی نشان می دهد که متغیرهای مورد نظر توانسته اند تا نزدیک به ۲۲ درصد در تبیین متغیر وابسته ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی موثر باشند.

جدول ۱۰. تحلیل رگرسیون عوامل موثر بر ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان

Model	R	Adjusted R Square	R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.584	0.300	0.215	8.80726

همچنین متغیرهای مهم و تاثیر گذار بر این ارزیابی عبارتند از: تعهد عاطفی و هنجاری کارکنان، میزان شاخص روانشناختی عمل گرایی کارکنان، سابقه کار و سابقه خدمت ترویجی کارکنان عوامل موثر بر ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی را بیان نمایند. لذا با استفاده از این موارد معاله خط رگرسیونی را می توان به شرح زیر بیان نمود:

$$Y = 0/201 + 36/789 x_1 + 0/120 x_2 + 0/173 x_3 + 0/371 x_4 + 0/142 x_5 - 0/023 x_6 - 0/066 x_7 - 0/083 x_8 + 0/097 x_9 - 0/063 x_{10} - 0/074 x_{11} - 0/034 x_{12} + 0/094 x_{13} + 0/062 x_{14} + 0/267 x_{15}$$

جدول ۱۱. متغیرهای موثر بر ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی

متغیر	B	Beta	Std. Error Beta	t	Sig
Constant	۳۶/۷۸۹	-	۱۰/۸۸۶	۳/۳۷۹	۰/۰۰۱
تعهد عاطفی	۰/۲۰۱	۰/۲۴۹	۰/۰۶۶	۳/۰۳۷	۰/۰۰۳
تعهد مستمر	-۰/۰۲۳	-۰/۰۲۵	۰/۰۵۰	-۰/۴۵۵	۰/۶۵۰
تعهد هنجاری	۰/۱۲۰	۰/۱۹۶	۰/۰۵۱	۲/۳۴۳	۰/۰۲۱
ریسک پذیری	۰/۰۳۱	۰/۰۴۲	۰/۰۵۷	۰/۵۴۲	۰/۵۸۹
توفیق طلبی	-۰/۰۶۶	-۰/۰۶۸	۰/۰۷۴	-۰/۸۹۴	۰/۳۷۳
عمل گرایی	۰/۱۷۳	۰/۱۹۰	۰/۰۸۳	۲/۰۹۷	۰/۰۳۸
چالش طلبی	۰/۰۶۱	۰/۰۷۸	۰/۰۶۳	۰/۹۷۵	۰/۳۳۱
سابقه خدمت ترویجی	۰/۳۷۱	۰/۲۷۶	۰/۱۸۴	۲/۰۱۷	۰/۰۴۶
سابقه کار	-۰/۱۴۲	-۰/۳۷۲	۰/۱۸۴	-۲/۲۴۰	۰/۰۲۷
رضایت از درآمد	-۰/۳۷۰	-۰/۰۳۴	۰/۸۳۷	-۰/۴۴۲	۰/۶۵۹
سن	۰/۰۹۴	۰/۰۷۲	۰/۱۶۸	۰/۵۶۲	۰/۵۸۹
تحصیلات	۰/۳۳۵	۰/۰۲۱	۱۰/۲۵۲	۰/۲۶۷	۰/۵۷۵

که براساس مقادیر ضریب Beta می‌توان بیان نمود که مهمترین متغیر تاثیر گذار بر میزان ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی به ترتیب متغیرهای سابقه کار (۰/۳۷۲-)، سابقه خدمات ترویجی (۰/۲۷۶)، میزان تعهد عاطف کارکنان (۰/۲۴۹)، میزان تعهد هنجاری کارکنان (۰/۱۹۶) و میزان شاخص روان شناختی عمل گرا بودن کارکنان (۰/۱۹۰) می باشد و همانطور که از داده ها نیز مشخص است مهمترین متغیر تاثیرگذار و مثبت بر ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی میزان فعالیت ها و یا سابقه ترویجی کارکنان بوده است.

۵- نتیجه گیری و بحث

در حال حاضر سازمان های زیادی متولی اجرای طرح های توسعه ای و خدماتی در مناطق روستایی می باشند که عمدتاً در حوزه های رفاهی، خدماتی و مدیریتی در حال انجام وظایف خود می باشند. یکی از نیازهای هر سازمانی لزوم نظارت و ارزشیابی اقدامات انجام شده و توجه به چشم اندازهای آتی این سازمان ها می باشد که در قالب مسئولیت اجتماعی نمود پیدا می کند. این مطالعه نشان داد مسئولیت اجتماعی سازمان ها فقط به انجام یک طرح خلاصه نمی شود و باید قبل، حین یا بعد از اجرای طرح بصورت مستمر مورد نظارت و ارزشیابی قرار بگیرد. عملکرد مناسب نهاد ها و سازمان های مرتبط با نواحی روستایی یکی از این موارد است. در واقع نقش اجتماعی و مشارکت سازمان ها یکی از ابزارهای مهم در توسعه روستایی می باشد. چرا که هر سازمان بر اساس نیاز، توانایی گروه های مختلف روستایی در موضوعات ضروری و گوناگون محیط بومی و محلی جهت اجرای برنامه های توسعه می تواند ایجاد گردد. در این رابطه دستیابی به سازمان هایی که مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی را در بین اهداف سازمانی خود و همچنین در بین کارکنان خود به درستی تبیین نموده اند، بسیار مهم است. زیرا به روشنی می تواند موجبات توسعه و بهبود عملکردهای شغلی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان گردد. تحقیق حاضر به منظور بررسی میزان ارزیابی کارکنان ترویج جهاد کشاورزی استان اصفهان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان به عمل آمد و نتایج تحقیق بیانگر این مطلب است که خوشبختانه در سازمان جهاد و در سال های اخیر نیروهای متخصص مناسبی جذب شده اند این افراد دارای انگیزه مناسب برای ایفای نقش و مسئولیت های خود می باشند اما با دقت بیشتر در مصادیق ویژگی های فردی و شخصی بیان شده از سوی خود آنان نشان می دهد که رضایت از درآمد بسیار پایینی دارند این عامل می تواند بر تمامی جنبه های موثر بر عملکرد شغلی آنان مانند رضایت شغلی، تعهد سازمانی و میزان مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان تاثیر گذار باشد. این نتایج هم راستا با تحقیقاتی است که رابط بین مسئولیت پذیری اجتماعی، شاخص های رضایت شغلی و عملکرد سازمانی را بیان می نمایند (مانند: جبارزاده و بایزیدی، ۱۳۹۸؛ هاپکین، ۲۰۱۶ و شرامینکه و احمد، ۲۰۲۱). همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد که از نظر ویژگی های روان شناختی کارکنان ترویج سازمان در حد مطلوب خود ارزیابی داشته اند، اما در همین خودارزیابی نیز می توان بیان نمود که شاخص ریسک پذیری افراد در حد مطلوب نبوده اگرچه به ادعان خود آنان شاخص چالش طلبی آنان در حد خوب می باشد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که از نظر شاخص کلی مسئولیت پذیر اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان ترویج نیز در حد متوسط می باشد و در حیطه خیرخواهانه از دیدگاه کارکنان ترویج ضعیف تر از بخش های دیگر بوده و همچنین در حیطه اقتصادی نیز پایین تر از متوسط کل بیان شده است. اما در حیطه اخلاقی مناسب ارزیابی گردیده است. این نتیجه با نتایج تحقیق کلانویوز و همکاران (۲۰۱۲) مطابقت دارد و بیان می نماید

که سازمان ها می بایست مفهوم مسئولیت پذیری اجتماعی را به عنوان یکی از مهمترین اهداف سازمانی خود شناخته و برای کارکنان به درستی تبیین نمایند.

نتایج تحقیق نشان می دهد که میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دیدگاه کارکنان ترویج از متغیرهای فردی مانند سن، سابقه، تحصیلات افراد متأثر نشده است. اما از ویژگیهای روان شناختی کارکنان تأثیر پذیرفته است به عبارت ساده تر ویژگیهای روان شناختی کارکنان اثر مثبت و معنی داری در سطح ۹۵ درصد با ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان داشته است. همچنین میزان ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان طوریکه با زیر مولفه های روان شناختی مانند عمل گرایی در سطح ۹۹ درصد و با چالش طلبی در سطح ۹۵ درصد ارتباط مثبت و معنی داری برقرار نموده است. این نتایج هم راستا با نتایج تحقیقات کلاننویس و همکاران (۲۰۱۲) و وانگلتون و گرنود (۲۰۱۶) می باشد. همچنین بررسی ویژگیهای روان شناختی افراد نیز نشان می دهد که عامل روان شناختی که تأثیر بسیار چشم گیری بر میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان دارد از متغیرهایی فردی مورد بررسی تأثیر معنی داری نپذیرفته است. در حالیکه متغیر سن و سابقه بر عمل گرایی افراد در سطح ۹۵ درصد تأثیر مثبت و معنی دار داشته همچنین تحصیلات با چالش طلبی کارکنان نیز در سطح ۹۵ درصد تأثیر مثبت و معنی دار داشته است.

نتیجه آزمون همبستگی ارتباط بین متغیر تعهد سازمانی کارکنان ترویج با متغیر میزان ارزیابی کارکنان از مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی نیز نشان داد که در سطح ۹۹ درصد ارتباط مثبت و بسیار معنی داری بین این متغیرها مشاهده می گردد. به عبارت دیگر هرچه میزان تعهد سازمان کارکنان بیشتر می شود ارزیابی آنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان نیز بهتر خواهد شد و بالعکس. میزان ارزیابی از مسئولیت پذیری اجتماعی کارکنان با ابعاد تعهد عاطفی و هنجاری کارکنان سازمانی ارتباط مثبت و بسیار معنی داری در سطح ۹۹ درصد برقرار نموده اما با بعد تعهد سازمانی مستمر کارکنان ارتباط معنی داری نداشته است. این نتایج با نتایج تحقیق جبارزاده و بایزیدی (۱۳۸۹)، شاهینی (۱۳۹۰)، اردلان و همکاران (۱۳۹۴)، ربیعی و غلامی (۱۳۹۵)، صالحی (۱۳۹۶)، کیم و همکاران (۲۰۱۶)، عاصرالحق و همکاران (۲۰۱۷) و چانگ و یانگ (۲۰۱۷) هم راستا می باشد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که ویژگیهای روان شناختی، تعهد سازمانی و میزان ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی در دو حیطة کارکنان ستادی و صفی بوده است تفاوت معنی داری در دو حیطة کارکنان ستادی و صفی وجود نداشته است.

نتیجه تحلیل رگرسیون عوامل موثر بر ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی نشان می دهد که متغیرهای مهم و تأثیر گذار بر این ارزیابی عبارتند از: تعهد عاطفی و هنجاری کارکنان، میزان شاخص روان شناختی عمل گرایی کارکنان، سابقه کار و سابقه خدمت ترویجی کارکنان می باشند. مهمترین متغیر تأثیر گذار بر میزان ارزیابی کارکنان ترویج از میزان مسئولیت پذیری سازمان جهاد کشاورزی به ترتیب متغیرهای سابقه کار (۰/۳۷۲-)، سابقه خدمات ترویجی (۰/۲۷۶)، میزان تعهد عاطفی کارکنان (۰/۲۴۹)، میزان تعهد هنجاری کارکنان (۰/۱۹۶) و میزان شاخص روان شناختی عمل گرا بودن کارکنان (۰/۱۹۰) می باشد و همانطور که از داده ها نیز مشخص است مهمترین متغیر تأثیر گذار و مثبت بر ارزیابی کارکنان از میزان مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان جهاد کشاورزی میزان فعالیت ها و یا سابقه ترویجی کارکنان بوده است. این نتایج با نتایج تحقیق کیم و همکاران (۲۰۱۶)، عاصرالحق و همکاران (۲۰۱۷) و چانگ و یانگ (۲۰۱۷) هم راستا می باشد.

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی (۱۳۸۹). نقش مهاجرت‌های روستایی در اسکان غیررسمی (مطالعه موردی: متروپل اهواز)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۱، شماره ۲۵، صفحه ۱-۲۵.
- اردلان، محمد رضا، قنبری، سیروس، بهشتی راد، رقیه و نویدی، پرویز (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی و مسئولیت پذیری اجتماعی بر تعهد سازمانی - مطالعه موردی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه. فصلنامه مطالعات انداز‌گیری و ارزشیابی آموزشی، سال پنجم، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۰۲ - ۱۳۲.
- ارنامی، محمد مهدی (۱۳۸۷). استراتژی‌های انجام مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، دانشگاه تهران، ۳۱ تا ۳۳.
- افتخاری، علیرضا، سجاشی، حمداله و عینالی، جمشید (۱۳۸۶). نگرشی نو به مدیریت روستایی با تأکید بر نهادهای تأثیرگذار. فصلنامه روستا و توسعه، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحه ۱۰-۳۰.
- امیدوار، علیرضا (۱۳۸۷). ترویج مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، تکمیل‌کننده و جایگزین سیاست‌ها و وظایف دولت، پژوهش‌کده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، دوه ۸، شماره ۴، صفحه ۵-۳۴.
- آقای، محمد علی و کاظم‌پور، مرتضی (۱۳۹۵). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تنوع‌پذیری محصولات بر عملکرد شرکت. دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، دوره ۱، شماره ۱، صص ۹۹-۱۲۱.
- تودارو، مایکل (۱۳۹۰). توسعه اقتصادی در جهان سوم، مترجم: غلامرضا فرجادی. انتشارات کوهسار، چاپ هجدهم، ۲۵۰ تا ۲۵۵.
- تیموری، شراره (۱۳۹۲). تبیین و بررسی شاخص‌های روش‌های تحقیق کاربردی در طراحی صنعتی. نشریه هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی دوره ۱۸، شماره ۴، صص ۶۷-۷۴.
- جبارزاده، سعید و بایزدی، انور (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد سازمانی با محافظه‌کاری در گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره ۹، سال سوم، صص ۷۷-۸۸.
- سبجانی، منوره؛ عطایی، محمد؛ معمارزاده طهران، غلامرضا و البرزی، محمود (۱۳۹۹). طراحی مدل مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌های دولتی ایران با رویکرد اخلاقی و راهبردی. فرایند مدیریت و توسعه. دوره ۳۳، شماره ۴، صفحه ۲۸-۳.
- شهاب، محمد رضا؛ عزیزپور، کاظم و حاجی زاده، بهادر (۱۳۹۳). بررسی نظری نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در روند توسعه پایدار با تأکید بر توسعه روستایی، دومین همایش ملی رویکردی بر حسابداری، مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد فومن رشت.
- الحسائی، مهران (۱۳۹۱). نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و رهبران محلی در توسعه روستایی (نمونه موردی: بندر لافت)، فصلنامه مسکن و محیط روستا، دوره ۳۵، شماره ۱۳۴، صفحه ۳۵-۴۶.
- دربان آستانه، علیرضا (۱۳۹۵). ارزیابی و تحلیل رضایت‌مندی روستاییان از خدمات سازمان‌های محلی استان ایلام، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۱۵، شماره ۲، صفحه ۳ تا ۳۶.
- راه چمنی، احمد و کاووسی، کامیار (۱۳۹۴). تأثیر ابعاد مسئولیت اجتماعی سازمان و اعتماد مصرف‌کننده بر شهرت

- سازمان. راهبردهای بازرگانی، دوره ۱۲، شماره ۵، صفحه ۶۹-۸۲.
- ربیعی، محمد رضا و غلامی، مهدیه (۱۳۹۵). بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر تعهد سازمانی - کارکنان فرمانداری قم. فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۶۹-۹۸.
 - رضوانی، محمد رضا (۱۳۸۱). برنامه ریزی توسعه روستایی (مفاهیم، راهبردها و فرایندها)، مجله ادبیات و علوم انسانی، دوره ۶۴ شماره ۱، صفحه ۲۲۱ تا ۲۴۰.
 - زاهدی مازندرانی، محمد رضا (۱۳۸۸). نقش سازمان های غیردولتی در توسعه پایدار، تهران، انتشارات مازیار، چاپ اول.
 - شاهینی، حسین علی (۱۳۹۰). راهکارهای ارتقای مسئولیت اجتماعی در میان مدیران ستادی سازمان مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی. مجله مدیریت فرهنگی، دوره ۵، شماره ۱۴، صفحه ۱۱۵-۱۲۳.
 - صادقی، حجت اله؛ صیدایی، اسکندر؛ قبادی، شادی و صالحی، مریم (۱۳۹۵). ارزیابی و عملکرد نهادها و سازمان های مرتبط با پایداری روستاها (مطالعه موردی: بخش دهدز در شهرستان ایذه)، فصلنامه اقتصاد قضا و توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۱۶، صفحه ۱۱۹ تا ۱۴۰.
 - صالحی، مجتبی (۱۳۹۶). بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی ادراک شده بر دلسوزی در کار و تعهد سازمانی. نشریه علمی، پژوهشی و اطلاع رسانی مدیریت) ویژه نامه کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی (، شماره ۱۹۰، صفحه ۹۸-۱۰۶.
 - صالحی اصفهانی، گیتی؛ ایرانشاهی، علی؛ غفاری، سید رامین و تالشی، مصطفی (۱۳۹۷). تحلیل فضایی فقر روستایی در سکونتگاه های روستایی شهرستان پاکدشت با استفاده از روش های خودهمبستگی فضایی، مدیریت شهری، دوره ۱۷، شماره ۵۱، صفحه ۱۰۷-۱۲۷.
 - صلواتی، عادل؛ رستمی نوروزآباد، مجتبی؛ رحمانی نوروزآباد، سامان و باغبانیان، مصطفی (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی در تعاونی های روستایی شهرستان های سنندج و کامیاران، فصلنامه تعاون و کشاورزی، دوره ۱۲، شماره ۳، صفحه ۱۵۷ تا ۱۷۷.
 - صنوبر، ناصر و حیدریان، بهنام (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها در ایران، دو فصلنامه علمی جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، دوره ۱، شماره ۱، صفحه ۷۱ تا ۸۹.
 - طالب، مهدی و خشی زاده، حسن (۱۳۸۸). سازمان های متولی توسعه روستایی در ایران، تهران، پیوند مهر، ۱۳۸۸.
 - کردلو، منیره (۱۳۸۷). بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت پذیری نوجوانان دبیرستانی در خانه و مدرسه، دوره ۱۳، شماره ۲، صفحه ۴ تا ۱۱.
 - مالکی، جلیل و یوسفی غلامعباس (۱۳۹۵). اصول حاکم بر شرکت های تعاونی، تحقیقات حقوقی بین المللی، دوره ۹، شماره ۳۲ صفحه ۱۱۹-۱۱۴.
 - محمدی، زهرا (۱۳۹۹). مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان ها. هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، دانشگاه آزاد رودهن، تهران، ایران.
 - مختاربنده، محمود (۱۳۹۹). تبیین نظری خط فقر از دیدگاه اسلام بر اساس استانداردهای آماری. اقتصاد ایران پژوهش جستارهای اقتصاد ایران، دوره ۱۷، شماره ۳۳، صفحه ۸۵-۵۹.
 - مدهوشی، مهرداد و نوروزی، عباسعلی (۱۳۹۴). تبیین الگوی ارتقاء مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان. مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۶، شماره ۲۳، صفحه ۴۳-۶۰.

- نیازی، علیرضا و امینی، غلامرضا (۱۳۸۸). استاندارد و مسؤولیت اجتماعی سازمان ها. ماهنامه کنترل کیفیت، دوره ۵، شماره ۲۷، صفحه ۶ تا ۱۴.
- Asrar-ul-Haq, M., Kuchinke, PK and Iqbal A. (2017). The relationship between corporate social responsibility, job satisfaction, and organizational commitment: Case of Pakistani higher education. *Journal of Cleaner Production*. 142 (1) 2352e236.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: Taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Chang, JYW and Yang, JY. (2017). Employees' Participation in Corporate Social Responsibility and Organizational Outcomes: The Moderating Role of Person–CSR Fit. *Sustainability*, 9, 28;2-14.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51–71.
- González-Moreno, M. J., Salvador-Ferrer, C. M., & Checa-Olmos, J. C. (2019). Corporate Social Responsibility in the Management of Human and Environmental Resources: Andalusian Perspectives. *Resources*, 8(4), 165. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/resources8040165>
- Greenwood, M. (2013). Ethical analyses of HRM: A review and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 114, 355–366.
- Greenwood, M. R. (2002). Ethics and HRM: A review and conceptual analysis. *Journal of Business Ethics*, 36, 261–278.
- Heidarzadeh, K & Rahpeima, A. A. (2013). "Corporate Social Responsibility (CSR): A Scale Development Study in Iran", *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 6(9), 1513-1522.
- Hopkins, M. (2016). *The planetary bargain: corporate social responsibility comes of age*. Springer, 38-68.
- Jaakson, K; Reino, A & Mötsmees, P. (2012). "Is there a coherence between organizational culture and changes in corporate social responsibility in an economic downturn?", *Baltic Journal of Management*, 7(2), 202-216.
- Jang S and A. Ardichvili. (2020). Examining the Link Between Corporate Social Responsibility and Human Resources: Implications for HRD Research and Practice. *Human Resource Development Review*. 19(2):183-211. doi:10.1177/1534484320912044
- Kim, S.I., Song, H.J., Lim, J.Y., (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 55 (1) 25–32.
- Lackey, S. B., Freshwater, D., & Rupasingha, A. (2002). Factors influencing local government cooperation in rural areas: Evidence from the Tennessee Valley. *Economic Development Quarterly*, 16(2), 138-154.
- Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research?—Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologia ruralis*, 52(1), 48-69.
- Ngeh, D. B. (2013). Non-Governmental Organizations (NGOS) and Rural Development in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(5), 107.
- Nooteboom, B. (2004). Governance and competence: how can they be combined?. *Cambridge Journal of Economics*, 28(4), 525-505.



- Perera, L. C. R., and Chaminda, J. W. D. (2013). Corporate social responsibility and product evaluation: The moderating role of brand familiarity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(4), 245-256.
- Sprong, N., Driessen, P.H., Hillebrand, B. and Molner, S., (2021). Market innovation: A literature review and new research directions. *Journal of Business Research*, 123, pp.450-462.
- Štreimikienė, D and R. Ahmed. (2021). Corporate social responsibility and brand management: evidence from Carroll's pyramid and triple bottom line approaches. *Technological and Economic Development of Economy*, 27(4), 852-875. <https://doi.org/10.3846/tede.2021.14520>
- Turker, D. (2009a). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411-427. doi: 10.1007/s10551-008-9780-6
- Turker, D. (2009b). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.
- Voegtlin, C. and Greenwood, M. (2016). Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis. *Human Resource Management Review*. 26 (2) 181–197.
- Voegtlin, C., Patzer, M., and Scherer, A. G. (2012). Responsible leadership in global business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes. *Journal of Business Ethics*, 105, 1–16.
- Weber, F. and Larsson-Olaison, U. (2017), "Corporate social responsibility accounting for arising issues", *Journal of Communication Management*, 370-383): 4(21 . <https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2017-0028>
- Wehrle, E. (2015). Perceived Corporate social responsibility and employee commitment. Master's Thesis in Human Resources Management and Organisational Psychology. School of Business in Reykjavik University, France.
- Weitz-Shapiro, R. (2008). The local connection: Local government performance and satisfaction with democracy in Argentina. *Comparative Political Studies*, 41(3), 285-308.
- Zukauskas, P., Vveinhardt, J. and Andriukaitienė, R. (2018). Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders. 10.5772/intechopen.70625.



