



<https://ssoss.ui.ac.ir/?lang=en>

Strategic Research on Social Problems in Iran

E-ISSN: 2645-7539

Vol. 11, Issue 4, No.39, Winter 2023, pp. 69-96

Received: 01.12.2022 Accepted: 10.05.2023

Research Paper

The Effect of Perceived Social Responsibility of Organizations on Compassion at Workplace according to the Mediating Role of Procedural Justice, Organizational Self-Esteem, and Emotional Commitment (Case Study: Fars Industry, Mining, and Commerce Institute)

Marziyeh Dehghanizadeh* 

Assistant Professor, Department of Public Management, Faculty of Management, Payam-e Noor University, Tehran, Iran
mdehghanizade@pnu.ac.ir

Roohollah Ghaedi

MSc., Department of Public Management, Faculty of Management, Payam-e Noor University, Tehran, Iran
sainaghaedi75@yahoo.com

Introduction

Considering the dynamics of the environment and globalization, one of the emerging variables in today's research is social responsibility of organizations, which is necessary for supporting employee's attraction, retention, motivation, commitment, and creativity. Paying attention to this concept is necessary and important, mainly to strengthen the sense of harmony and unity between members of organizations and the society. Social responsibility provides a set of obligations and duties that an organization performs in order to maintain, care, and help the society, in which it operates (Fleming, 2012). Therefore, recent researches in the literature of organizational behavior have investigated employees' attitudes, behaviors, and performances in response to the social responsibility of organizations. Their results have shown that employees' perceptions about social responsibilities of their organizations reflect their attitudes and behaviors like socially responsible behavior (compassionate behavior). According to the theory of emotional events, employee's perception of social responsibility in organizations affects his/her cognitive-emotional states, i.e., organizational justice, organizational self-esteem, and emotional commitment. Subsequently, it affects his/her behavioral reactions, such as compassion at workplace. Therefore, the main question of the current research was whether the employees' understanding of the social responsibility of Fars Industry, Mining, and Commerce Institute had a significant effect on compassion at workplace considering the mediating role of their procedural justice, organizational self-esteem, and emotional commitment.

Materials and Methods

The current research was an applied one with a descriptive-correlation method in terms of purpose and of a survey type in terms of implementation. The statistical population of the present study included all the employees working in Fars industry, mining, and commerce institute (271 people). 159 people were selected as the statistical sample size by using the simple random sampling method. The data collection tool consisted of the standard questionnaire of social responsibility used by Su & Swanson (2019) with 5 items, the standard questionnaire of procedural justice applied by Kim et al. (2021) with 4 items, the standard questionnaire of organizational self-esteem employed by Kim et al. (2021) with 4 items, the standard questionnaire of compassion at

workplace employed by Hur et al. (2016) with 3 items, and the standard questionnaire of emotional commitment utilized by Meyer and Allen (1997) with 8 items. Their reliabilities were confirmed by Cronbach's alpha coefficient and composite reliability. The divergent and convergent validities of the measurement tools were also confirmed. To test the hypotheses, the structural equation modeling technique was used.

Discussion of Results and Conclusion

The research findings showed that the employees' perceptions of organizational social responsibility had a positive and significant effect on procedural justice, organizational self-esteem, emotional commitment, and

*Corresponding author

Dehghanizadeh, M., & Ghaedi, R. (2023). The effect of perceived social responsibility of organizations on compassion at workplace according to the mediating role of procedural justice, organizational self-esteem, and emotional commitment (Case Study: Fars Industry, Mining, and Commerce Institute). *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 11(4), 69-96.

2645-7539 / © University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/srsp.2023.135934.1865>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.26457539.1401.11.4.4.1>

compassion at workplace. Also, their perceptions of procedural justice increased their organizational self-esteem and emotional commitment in Fars industry, mining, and commerce institute, but procedural justice did not lead to their compassionate behaviors. The results further showed that their self-esteem alone did not lead to their emotional commitments. Also, their emotional commitments led to compassion in Fars industry, mining, and commerce institute. Finally, the research findings revealed that procedural justice had a mediating role in the effects of perceived social responsibility of organization on organizational self-esteem and on emotional commitment. However, their serial mediating roles were not confirmed in this research. Therefore, in the current research, it was found that the employees' perceptions of the organization's social responsibility was an important aspect of their perceptions of the organization's justice towards themselves, organizational self-esteem, and their emotional commitments, which ultimately led to changing their attitudes and behaviors towards compassion at workplace.

Keywords: Perceived Social Responsibility, Emotional Commitment, Organizational Self-Esteem, Compassion at Workplace, Procedural Justice

References

- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- Alavi Mateen, Y., & Mahmoudi Hosseini, S. (2020). *Examining the relationship between self-esteem and social responsibility and its role on organizational performance (case study: Melli Bank branches in Tabriz)*. The fourth national research conference in accounting and management, Tehran. [In Persian]
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Arshadi, N., & Hayavi, G. (2013). The effect of perceived organizational support on affective commitment and job performance: mediating role of OBSE. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84(2), 739-743.
- Banker, D. V., & Bhal, K. T. (2020). Understanding compassion from practicing managers' perspective: Vicious and virtuous forces in business organizations. *Global Business Review*, 21(1), 262-278.
- Bowling, N. A., Eschleman, K. J., Wang, Q., Kirkendall, C., & Alarcon, G. (2010). A meta-analysis of the predictors and consequences of organization-based self-esteem. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(3), 601-626.
- Brockner, J., Grover, S., Reed, T. F., & Dewitt, R. L. (1992). Layoffs, job insecurity, and survivors' work effort: Evidence of an inverted-U relationship. *Academy of Management Journal*, 35(2), 413-425.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Colabi, A. M. (2022). Organizational commitment model by explaining the role of organizational innovation, organizational culture and creating shared value. *Public Management Research*, 15(56), 165-194. [In Persian]
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-444.
- Cropanzano, R., Byrne, Z. S., Bobocel, D. R., & Rupp, D. E. (2001). Moral virtues, fairness heuristics, social entities, and other denizens of organizational justice. *Journal of Vocational Behavior*, 58(2), 164-209.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Davoodi, R., Hamrahi, M., Hafezi, Sh., Khajapour, T., & Yeganezadeh, A. (2019). *Investigating the effect of internal social responsibility with the mediating role of emotional commitment on the intention to job leave in the Social Security Organization of Kazerun city*. The second national conference on fundamental research in management and accounting, Tehran. [In Persian]
- Dehghanizadeh, M., & Babaizadeh, M. (2023). Designing the model of compassion in the work environment (Case Study: Gas Company of Yazd Province). *Human Resource Management Research*, 14(4), 235-282. (In Persian)
- De Roeck, K., & Maon, F. (2018). Building the theoretical puzzle of employees' reactions to corporate social responsibility: An integrative conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 609-625.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Dutton, J. E., Roberts, L. M., & Bednar, J. (2010). Pathways for positive identity construction at work: Four types of positive identity and the building of social resources. *Academy of Management Review*, 35(2), 265-293.
- Dutton, J. E., Worline, M. C., Frost, P. J., & Lilius, J. (2006). Explaining compassion organizing. *Administrative Science Quarterly*, 51(1), 59-96.
- Ellemers, N., De Gilder, D., & Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29(3), 459-478.
- Ellemers, N., Kingma, L., Van De Burgt, J., & Barreto, M. (2011). Corporate social responsibility as a source of organizational morality, employee commitment and satisfaction. *Journal of Organizational Moral Psychology*, 1(2), 97-124.
- Estrada, M., Monferrer, D., Rodríguez, A., & Moliner, M. Á. (2021). Does emotional intelligence influence academic performance? The role of compassion and engagement in education for sustainable development. *Sustainability*, 13(4), 1721.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 563-580.
- Fleming, P. (2012). *The end of corporate social responsibility: Crisis and critique*. Sage.
- George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2020). Corporate social responsibility, organizational trust and commitment: A moderated mediation model. *Personnel*



- Review, 50(4), 1093-1111.
- Ghaffari, K.H., Hosseini, S.S., Davoodi, H., & Iak, S. (2018). Investigate the relationship between self-esteem and organizational performance and job satisfaction among managers. *A New Approach In Educational Management*, 33(1), 207-223. [In Persian]
- Ghanbari, S., & Azizi, A. (2020). Mediating role of emotional commitment in the relationship between work ethics & happiness. *Ethics in Science and Technology*, 15(3), 91-97. [In Persian]
- Gond, J. P., El-Akreimi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Center for Corporate Social Responsibility*, 54(4), 1-47.
- Greenberg, J. (2001). Setting the justice agenda: Seven unanswered questions about "what, why, and how". *Journal of Vocational Behavior*, 58(2), 210-219.
- Guzzo, R. F., Wang, X., & Abbott, J. (2022). Corporate social responsibility and individual outcomes: the mediating role of gratitude and compassion at work. *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(3), 350-368.
- Hashemi, S. A., Kazemi Gavarti, F., Beshlideh, K., & Naami, A. A. (2016). Relationship between work-family enrichment and organizational citizenship behaviors through the mediating role of positive mood and job satisfaction: Testing the affective events theory. *Journal of Family Psychology*, 3(1), 71-80. [In Persian]
- Heck, A. K., Bedeian, A. G., & Day, D. V. (2005). Mountains Out of Molehills? Tests of the Mediating Effects of Self-Esteem in Predicting Workplace Complaining 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(11), 2262-2289.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Ko, S. H. (2018). How employees' perceptions of CSR increase employee creativity: Mediating mechanisms of compassion at work and intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics*, 153(3), 629-644.
- Hur, W. M., Moon, T., and Rhee, S. Y. (2016). Exploring the relationships between compassion at work, the evaluative perspective of positive work-related identity, service employee creativity, and job performance. *Journal of Services Marketing*, 30(1), 103-114.
- Hur, W. M., Rhee, S. Y., Lee, E. J., & Park, H. (2022). Corporate social responsibility perceptions and sustainable safety behaviors among frontline employees: The mediating roles of organization-based self-esteem and work engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 60-70.
- Kelly, J. R., & Barsade, S. G. (2001). Mood and emotions in small groups and work teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(1), 99-130.
- Khan, F. E., Rafiq, M. K., Yaqoob, S., Hussain, T., Jacob, A. A., & Riaz, B. (2022). Mediating influence of procedural justice and distributive justice in affiliation amongst corporate social responsibility and organizational citizenship behavior. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 19(2), 1192-1213.
- Kim, J. S., Milliman, J. F., and Lucas, A. F. (2021). Effects of CSR on affective organizational commitment via organizational justice and organization-based self-esteem. *International Journal of Hospitality Management*, 92(4), 1-8.
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M., & Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management*, 61(4), 26-34.
- Kim, J. S., Song, H. J., & Lee, C. K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 55(4), 25-32.
- Ko, S. H., & Choi, Y. (2021). Positive leadership and organizational identification: Mediating roles of positive emotion and compassion. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), 13-23.
- Ko, S. H., Choi, Y., Lee, S. H., Kim, J. Y., Kim, J., & Kang, H. C. (2022). Work overload and affective commitment: The roles of work engagement, positive psychological capital, and compassion. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 50(6), 72-86.
- Korman, A. K. (1970). Toward a hypothesis of work behavior. *Journal of Applied Psychology*, 54(1), 31-41.
- Lilius, J. M., Kanov, J., Dutton, J. E., Worline, M. C., and Maitlis, S. (2012). *Compassion revealed*. The Oxford handbook of positive organizational scholarship, 273-288.
- Lilius, J. M., Worline, M. C., Dutton, J. E., Kanov, J., Frost, P. J., & Maitlis, S. (2003). *What good is compassion at work*. Unpublished manuscript, University of Michigan.
- Lin, N., Jang, J., and Roberts, K. R. (2018). Are employees with higher organization-based self-esteem less likely to quit? A moderated mediation model. *International Journal of Hospitality Management*, 73(2), 116-124.
- Lin, N., & Sauer, K. L. (2017). *Commitment profiles of restaurant employees: a person-centered approach with multigroup structural equation modeling*. Available at SSRN 3092290.
- López-Cabarcos, M.Á., Machado-Lopes-Sampaio-de Pinho, A. I., & Vázquez-Rodríguez, P. (2015). The influence of organizational justice and job satisfaction on organizational commitment in Portugal's hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(3), 258-272.
- Madahian, Sh., & Pourmohammadi, A. (2021). The relationship between social responsibility, organizational commitment and perceived organizational support with organizational loyalty. *Contemporary Researches in Management and Accounting Sciences*, 3(9), 162-173. [In Persian]
- McAllister, D. J., & Bigley, G. A. (2002). Work context and the definition of self: How organizational care influences organization-based self-esteem. *Academy of Management Journal*, 45(5), 894-904.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage publications.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship? *Journal of Applied Psychology*, 76(6), 845-855.
- Moon, T. W., Hur, W. M., Ko, S. H., Kim, J. W., & Yoon, S.



- W. (2014). Bridging corporate social responsibility and compassion at work: Relations to organizational justice and affective organizational commitment. *Career Development International*, 19(1), 49-72.
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society*, 43(3), 296-319.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 32(3), 622-648.
- Pierce, J. L., & Gardner, D. G. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization-based self-esteem literature. *Journal of Management*, 30(5), 591-622.
- Prutina, Ž. (2016). The effect of corporate social responsibility on organizational commitment. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 21(1), 227-248.
- Rahimi Kelter, H. (2015). *The effect of corporate social responsibility on organizational commitment*. International Conference on Management and Economics in the 21st Century, Tehran. [In Persian]
- Ranji Jafroodi, N., & Nasrollahi Moghaddam, P. (2020). The impact of perceived social responsibility on emotional commitment based on the mediating role of employee-organization compatibility, organizational identity and perceived organizational support. *Management and Development Process*, 33(3), 71-93. [In Persian]
- Rego, A., Ribeiro, N., & Cunha, M. P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 215-235.
- Riaz, A., & Kashif, M. (2020). The role of resonant leadership, workplace friendship and serving culture in predicting organizational commitment: The mediating role of compassion at work. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22(4), 799-819
- Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Bill, J. B. (1997). Corporate image: Employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 16(4), 401-412.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(4), 537-543.
- Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 211-236.
- Sakhravi, R., Zahiri, A., Ahmadi Chegani, S., & Karamirad, B. (2014). Investigate correlation between organizational justice and organizational self-esteem considering role of mediating perceived organizational support. *New Findings In Psychology (Social Psychology)*, 8(29), 75-84. [In Persian]
- Schwarz, N., & Clore, G. L. (2003). Mood as information: 20 years later. *Psychological Inquiry*, 14(3-4), 296-303.
- Shahsavarani, A. M. (2018). Social exchange theory: theory of communication and interpersonal interactions in society. *Spring Media Research*, 2(1), 51-70. [In Persian]
- Shahzad, K., & Muller, A. R. (2016). An integrative conceptualization of organizational compassion and organizational justice: A sensemaking perspective. *Business Ethics: A European Review*, 25(2), 144-158.
- Shahzad, K., Murad, H. S., Kitchlew, N., & Zia, S. A. (2014). Integrating principles of care, compassion and justice in organizations: exploring dynamic nature of organizational justice. *Journal of Human Values*, 20(2), 167-181.
- Simpson, A. V., & Berti, M. (2020). Transcending organizational compassion paradoxes by enacting wise compassion courageously. *Journal of Management Inquiry*, 29(4), 433-449.
- Simpson, A. V., Farr-Wharton, B., & Reddy, P. (2020). Cultivating organizational compassion in healthcare. *Journal of Management & Organization*, 26(3), 340-354.
- Song, H. J., Lee, H. M., Lee, C. K., & Song, S. J. (2015). The role of CSR and responsible gambling in casino employees' organizational commitment, job satisfaction, and customer orientation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 455-471.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management*, 72(2), 437-450.
- Swaen, V., & Maignan, I. (2003). Organizational citizenship and corporate citizenship: two constructs, one research theme. *Business Rites, Writs and Responsibilities: Readings on Ethics and Social Impact Management*, 1(4), 107-34.
- Sweeney, P. D., & McFarlin, D. B. (1993). Workers' evaluations of the "ends" and the "means": An examination of four models of distributive and procedural justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55(1), 23-40.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 7(4), 349-361.
- Tziner, A., Oren, L., Bar, Y., & Kadosh, G. (2011). Corporate social responsibility, organizational justice and job satisfaction: how do they interrelate, if at all?. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 27(1), 67-72.
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182.
- Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. *Research in Organizational Behavior*, 18(1), 1-24.
- Wong, I. A., & Gao, J. H. (2014). Exploring the direct and indirect effects of CSR on organizational commitment: The mediating role of corporate culture. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 500- 525.




پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران

سال یازدهم، شماره پیاپی (۳۹)، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۱، ص ۶۹-۹۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۰

مقاله پژوهشی

تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی؛ مورد مطالعه: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس

مرضیه دهقانی‌زاده* ، استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

mdehghanizade@pnu.ac.ir

روح‌اله قائدی، کارشناس ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

sainaghaedi75@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر، تأثیر ادراک کارکنان را از مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس بررسی می‌کند و ازلحاظ هدف، کاربردی با روش توصیفی-همبستگی و برحسب نحوه اجرا، از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه کارکنان شاغل در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس اند (۲۷۱ نفر) که طبق فرمول کوکران با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۵۹ نفر به‌عنوان حجم نمونه آماری، انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌های پژوهش، پرسش‌نامه‌های استاندارد بود که پایایی آنها با روش ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تصدیق و روایی واگرا و همگرایی مدل اندازه‌گیری نیز تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان بر عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی، تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار، تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، ادراک کارکنان از عدالت رویه‌ای باعث افزایش عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس شد، ولی عدالت رویه‌ای به رفتار توأم با شفقت در بین کارکنان منجر نشد. همچنین، نتایج نشان داد عزت‌نفس کارکنان به‌تنهایی به تعهد عاطفی کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس منجر نمی‌شود. گفتنی است تعهد عاطفی کارکنان سبب شفقت در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس شد. درنهایت یافته‌های پژوهش مشخص کرد عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت‌نفس سازمانی و همچنین، در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی، نقش میانجی دارد و البته نقش میانجی‌های متوالی در این پژوهش، تأیید نشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر، مشخص شد ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، جنبه مهمی از ادراک آنها از عدالت سازمان نسبت به خود، عزت‌نفس مبتنی بر سازمان و تعهد عاطفی آنان است که این امر درنهایت طبق نظریه رویدادهای عاطفی، به تغییر نگرش و رفتار کارکنان، یعنی شفقت در محیط کار منجر می‌شود.

واژه‌های کلیدی: مسئولیت اجتماعی درک‌شده، تعهد عاطفی، عزت‌نفس سازمانی، شفقت در محیط کار، عدالت رویه‌ای

* نویسنده مسؤول

دهقانی‌زاده، م. و قائدی، ر. (۱۴۰۱). تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی؛ مورد مطالعه: سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۱۱(۴)، ۶۹-۹۶.



2645-7539 / © University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



<https://doi.org/10.22108/srsp.2023.135934.1865>



<https://dorl.net/dor/20.1001.1.26457539.1401.11.4.4.1>

مقدمه و بیان مسئله

با توجه به پویایی‌های محیط و جهانی‌شدن، یکی از متغیرهای نوظهور در پژوهش‌های امروزی، مسئولیت اجتماعی سازمان‌هاست که برای حمایت از جذب، حفظ، ایجاد انگیزه، تعهد و خلاقیت کارکنان لازم است (Khan et al., 2022: 1193). توجه به این مفهوم، عمدتاً برای تقویت احساس هماهنگی و وحدت بین اعضای سازمان و جامعه، ضروری و مهم است (Vasilescu et al., 2010). مسئولیت اجتماعی، مجموعه تعهدات و وظایفی است که سازمان در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای انجام می‌دهد که در آن فعالیت می‌کند (Fleming, 2012)؛ بنابراین، اگرچه معنای دقیق و شیوه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان در بین سازمان‌ها متفاوت است، اساساً مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، تحقق عشق و دوست‌داشتن در اقتصادهای بشردوستانه را در ارتباط با جامعه و محیط فراهم می‌کند (Moon et al., 2014: 50) و سازمان‌هایی با مسئولیت اجتماعی بالا، باعث ایجاد و حفظ انگیزه و همچنین ایجاد حس مثبت و ارزشمندی در کارکنان می‌شوند و این به‌شدت بر بهره‌وری و کاهش غیبت کارکنان اثر می‌گذارد (Peterson, 2004). مسئولیت اجتماعی سازمان، نه تنها نگران استفاده حداکثری از درآمد است، به توسعه تمدن کمک می‌کند و بر رفتار کارکنان نیز تأثیر چشمگیری می‌گذارد (Khan et al., 2022: 1193, 1194). این مسئله که چگونه مسئولیت اجتماعی سازمان بر عملکرد ذینفعان داخلی تأثیر می‌گذارد، به مطالعه و پژوهش نیاز دارد؛ بنابراین پژوهش‌های اخیر در مطالعات رفتار سازمانی، نگرش‌ها، رفتارها و عملکرد کارکنان را در پاسخ به مسئولیت اجتماعی سازمان بررسی کرده‌اند (Moon et al., 2014: 50). نتایج این پژوهش‌ها نشان دادند که ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان خود، منعکس‌کننده نگرش و رفتارهای آنها (Rupp et al., 2006)، مانند رفتارهای مسئولانه اجتماعی (رفتار توأم با شفقت) در کارکنان خود است (Swanen and Maignan, 2003; Guzzo et al.,)

(2022). در این راستا، سوئن و ماینان (2003) استدلال کردند که مسئولیت اجتماعی سازمان می‌تواند بر پذیرش رفتار مسئولیت‌پذیر اجتماعی در داخل سازمان‌ها، مانند شفقت در محیط کار تأثیر بگذارد. در واقع حس مثبت ایجادشده در کارکنان به‌سبب مسئولیت‌پذیری سازمان نسبت به جامعه، به تغییر در نگرش و رفتارهای فردی، مانند شفقت بین اعضای آن سازمان منجر می‌شود (Guzzo et al., 2022). شفقت در محیط کار، چیزی فراتر از همدردی و همدلی است؛ شفقت، یک حس همدلی عمیق است که از طریق آن، افراد را به پاسخگویی و اقدام در جهت کاهش و تسکین رنج آنها در محیط کاری مجبور می‌کند (Banker and Bhal, 2020: 2). تحقیقات سازمانی نشان داده است، زمانی که سازمان‌ها، شفقت را به‌طور سیستماتیک، در هنجارها، ارزش‌ها و فرآیندهای سازمانی خود قرار می‌دهند و اعضای سازمان به‌طور جمعی از طریق روابط محبت‌آمیز برای تسکین و کاهش رنج و درد یک همکار تلاش می‌کنند، مزایای درخور توجهی را برای افراد و سازمان‌ها به همراه می‌آورند (دهقانی‌زاده و بابایی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲۴۲)، ارتباطات و اتصالات عاطفی و دوستی قوی را در کار تقویت می‌کنند، باعث مشارکت شغلی، تبادل ایده‌ها به شیوه‌ای مطمئن (Riaz and Estrada et al., 2021: 3; Kashif, 2020: 804) و تقویت توانایی افراد در عملکرد سازمانی به‌عنوان کارکنانی مولد و خلاق می‌شوند (Simpson 2016: 108; Hur et al., 2016: 108) و نزدیکی بیشتری را نسبت به کار سازمان‌شان پیدا می‌کنند (Estrada et al., 2021: 6; Ko and Choi, 2021: 16)؛ بنابراین با توجه به مزایای زیادی که شفقت در محیط کار دارد، نیاز است که عوامل مؤثر بر شفقت در محیط کار بررسی شود و در سازمان‌ها ترویج داده شود. همان‌طور که بیان شد، یکی از عوامل مؤثر بر شفقت در محیط کار، مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان است که وجود آن در سازمان، مزایای زیادی دارد و طبق نظریه تبادل اجتماعی،

¹ Swaen & Maignan



اقدامات مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان را می‌توان آغازگر یک تبادل اجتماعی مثبت دانست که بر نگرش‌های دیگر کاری کارکنان، مانند عدالت سازمانی درک‌شده آنها تأثیر می‌گذارد (De Roeck and Maon, 2018) و به‌عنوان متغیر مهم دیگری با مسئولیت اجتماعی سازمان مرتبط است که در پژوهش حاضر نیز در نظر گرفته شده است. عدالت سازمانی به‌عنوان روشی تعریف می‌شود که در آن، کارکنان تعیین می‌کنند آیا با آنها در شغل خود و تصمیمات مربوط به کارشان منصفانه رفتار شده است یا خیر (Moorman, 1991: 845). همچنین براساس نظریه تبادل اجتماعی، اقدامات ارزشمند و سودمند سازمانی، مانند مسئولیت اجتماعی سازمان، نگرش‌های کاری مثبت دیگری، مانند تعهد عاطفی را در بین کارکنان به وجود می‌آورد (Homans, 1958: 606). تعهد عاطفی یکی از انواع تعهد سازمانی و تمایل یک فرد برای ماندن در سازمان، در یک سطح احساسی تعریف می‌شود (Meyer et al., 1993) و در واقع، اقدامات سازمان در زمینه مسئولیت اجتماعی و پاسخگوبودن در قبال کارکنان، جامعه، مصرف‌کنندگان و ذینفعان، به سهم خود بر تعهد عاطفی کارکنان، تأثیر مثبت دارد. پژوهش‌های تجربی قبلی، نشان داده‌اند ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، رابطه مثبتی با تعهد عاطفی کارکنان دارد و باعث کاهش قصد جابه‌جایی آنها می‌شود (Kim et al., 2021: 1). همچنین، بر طبق نظریه تبادل اجتماعی، احساس عدالت یا باور کارکنان به انصاف سازمان که براساس درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان به وجود آمده است، باعث می‌شود آنها احساس کنند که موظف به جبران لطف سازمان خود هستند و در نهایت به سطح بالاتری از تعهد نسبت به سازمان خود برسند (Cropanzano and Mitchell, 2005). دو پژوهش فراتحلیلی، نشان دادند که از بین سه بعد سازه عدالت، عدالت رویه‌ای بیشترین ارتباط را با تعهد سازمانی دارد (Colquitt et al., 2001) و به‌طور خاص عدالت رویه‌ای، بیشتر به بعد شناختی و عاطفی کارکنان مربوط می‌شود (Cohen-Charash and Spector, 2001: 54)؛ بنابراین، تمرکز پژوهش حاضر از بین سه نوع عدالت سازمانی، بر عدالت رویه‌ای است. این نوع عدالت، عادلانه بودن فرایندی در نظر گرفته می‌شود که از طریق آن در زمان وجود رویه‌ها، نتایج تعیین می‌شود (Cohen-Charash and Spector, 2001: 54). علاوه بر این، مطالعات فراتحلیل نشان دادند که عزت‌نفس سازمانی کارکنان به‌طور مثبت با مسئولیت اجتماعی سازمانی و تعهد عاطفی، مرتبط است و با تعهد هنجاری و تعهد مستمر، ارتباطی ندارد (Bowling et al., 2010). پژوهش‌های گذشته مشخص کردند که شیوه‌های سازمانی، مانند مسئولیت اجتماعی سازمان، تبادلات اجتماعی مثبت را تقویت می‌کنند و چنین سازمانی، ارزش زیادی برای کارکنان خود قائل است و این امر، باعث افزایش عزت‌نفس در آنها می‌شود (Gond et al., 2010). عزت‌نفس مبتنی بر سازمان، تصویری است که کارکنان از ارزش خود به‌عنوان عضو سازمان دارند و افراد دارای عزت‌نفس سازمانی بالا، خود را معنادار، مهم و ارزشمند می‌دانند (غفاری و همکاران، ۱۳۹۷). این عزت‌نفس می‌تواند به کارکنان کمک کند تا با استرس‌های شغلی، مانند خواسته‌های کاری متناقض، ناامنی شغلی و محیطه تصمیم‌گیری محدود، کنار بیایند و در نهایت عملکرد و کارایی آنها را بهبود می‌دهد؛ بنابراین کارکنان با عزت‌نفس بالا، تعهد عاطفی بیشتری نیز دارند (Arshadi and Hayavi, 2013)؛ اما پژوهش‌های گذشته، نتایج متناقضی را درباره این نشان داده‌اند که آیا عزت‌نفس سازمانی به‌طور درخور توجهی با تعهد سازمانی کارکنان مرتبط است یا خیر (Lin et al., 2018; Lin and Sauer, 2017) و این ارتباط، به بررسی بیشتری نیاز دارد. علاوه بر این، همان‌طور که بیان شد، براساس نظریه رویدادهای عاطفی، مسئولیت اجتماعی سازمان نه تنها بر حالات شناختی-عاطفی، یعنی عدالت سازمانی، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان، بر واکنش‌های رفتاری کارکنان، مانند شفقت در محیط کار نیز اثر می‌گذارد (Guzzo et al., 2022: 53; Weiss and Cropanzano, 1996; Moon et al., 2014). نظریه رویدادهای عاطفی، مکانیسم‌های واسطه‌ای را در رابطه با رویدادهای محیط کار با عملکرد شغلی و نیز نقش

اقدامات مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان را می‌توان آغازگر یک تبادل اجتماعی مثبت دانست که بر نگرش‌های دیگر کاری کارکنان، مانند عدالت سازمانی درک‌شده آنها تأثیر می‌گذارد (De Roeck and Maon, 2018) و به‌عنوان متغیر مهم دیگری با مسئولیت اجتماعی سازمان مرتبط است که در پژوهش حاضر نیز در نظر گرفته شده است. عدالت سازمانی به‌عنوان روشی تعریف می‌شود که در آن، کارکنان تعیین می‌کنند آیا با آنها در شغل خود و تصمیمات مربوط به کارشان منصفانه رفتار شده است یا خیر (Moorman, 1991: 845). همچنین براساس نظریه تبادل اجتماعی، اقدامات ارزشمند و سودمند سازمانی، مانند مسئولیت اجتماعی سازمان، نگرش‌های کاری مثبت دیگری، مانند تعهد عاطفی را در بین کارکنان به وجود می‌آورد (Homans, 1958: 606). تعهد عاطفی یکی از انواع تعهد سازمانی و تمایل یک فرد برای ماندن در سازمان، در یک سطح احساسی تعریف می‌شود (Meyer et al., 1993) و در واقع، اقدامات سازمان در زمینه مسئولیت اجتماعی و پاسخگوبودن در قبال کارکنان، جامعه، مصرف‌کنندگان و ذینفعان، به سهم خود بر تعهد عاطفی کارکنان، تأثیر مثبت دارد. پژوهش‌های تجربی قبلی، نشان داده‌اند ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، رابطه مثبتی با تعهد عاطفی کارکنان دارد و باعث کاهش قصد جابه‌جایی آنها می‌شود (Kim et al., 2021: 1). همچنین، بر طبق نظریه تبادل اجتماعی، احساس عدالت یا باور کارکنان به انصاف سازمان که براساس درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان به وجود آمده است، باعث می‌شود آنها احساس کنند که موظف به جبران لطف سازمان خود هستند و در نهایت به سطح بالاتری از تعهد نسبت به سازمان خود برسند (Cropanzano and Mitchell, 2005). دو پژوهش فراتحلیلی، نشان دادند که از بین سه بعد سازه عدالت، عدالت رویه‌ای بیشترین ارتباط را با تعهد سازمانی دارد (Colquitt et al., 2001) و به‌طور خاص عدالت رویه‌ای، بیشتر به بعد شناختی و عاطفی کارکنان مربوط می‌شود (Cohen-Charash and Spector, 2001: 54)؛ بنابراین، تمرکز پژوهش حاضر از بین سه نوع عدالت سازمانی، بر عدالت رویه‌ای است. این نوع عدالت، عادلانه بودن فرایندی در نظر گرفته می‌شود که از طریق آن در زمان وجود رویه‌ها، نتایج تعیین می‌شود (Cohen-Charash and Spector, 2001: 54). علاوه بر این، مطالعات فراتحلیل نشان دادند که عزت‌نفس سازمانی کارکنان به‌طور مثبت با مسئولیت اجتماعی سازمانی و تعهد عاطفی، مرتبط است و با تعهد هنجاری و تعهد مستمر، ارتباطی ندارد (Bowling et al., 2010). پژوهش‌های گذشته مشخص کردند که شیوه‌های سازمانی، مانند مسئولیت اجتماعی سازمان، تبادلات اجتماعی مثبت را تقویت می‌کنند و چنین سازمانی، ارزش زیادی برای کارکنان خود قائل است و این امر، باعث افزایش عزت‌نفس در آنها می‌شود (Gond et al., 2010). عزت‌نفس مبتنی بر سازمان، تصویری است که کارکنان از ارزش خود به‌عنوان عضو سازمان دارند و افراد دارای عزت‌نفس سازمانی بالا، خود را معنادار، مهم و ارزشمند می‌دانند (غفاری و همکاران، ۱۳۹۷). این عزت‌نفس می‌تواند به کارکنان کمک کند تا با استرس‌های شغلی، مانند خواسته‌های کاری متناقض، ناامنی شغلی و محیطه تصمیم‌گیری محدود، کنار بیایند و در نهایت عملکرد و کارایی آنها را بهبود می‌دهد؛ بنابراین کارکنان با عزت‌نفس بالا، تعهد عاطفی بیشتری نیز دارند (Arshadi and Hayavi, 2013)؛ اما پژوهش‌های گذشته، نتایج متناقضی را درباره این نشان داده‌اند که آیا عزت‌نفس سازمانی به‌طور درخور توجهی با تعهد سازمانی کارکنان مرتبط است یا خیر (Lin et al., 2018; Lin and Sauer, 2017) و این ارتباط، به بررسی بیشتری نیاز دارد. علاوه بر این، همان‌طور که بیان شد، براساس نظریه رویدادهای عاطفی، مسئولیت اجتماعی سازمان نه تنها بر حالات شناختی-عاطفی، یعنی عدالت سازمانی، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان، بر واکنش‌های رفتاری کارکنان، مانند شفقت در محیط کار نیز اثر می‌گذارد (Guzzo et al., 2022: 53; Weiss and Cropanzano, 1996; Moon et al., 2014). نظریه رویدادهای عاطفی، مکانیسم‌های واسطه‌ای را در رابطه با رویدادهای محیط کار با عملکرد شغلی و نیز نقش

هوشیاری، پذیرش دیدگاه فرد مقابل، درک، همدلی و دوستی بیشتر (Estrada et al., 2021: 3; Riaz and Kashif, 2020: 804)، تحمل احساسات منفی و بخشش بیشتر، مرگ و میر کمتر و بهبود ایمنی (Simpson and Berti, 2020: 433) در سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان فارس می‌شود و بر بیشتر کارکنانی که در این سازمان فعالیت می‌کنند، فشار کاری زیادی وارد می‌شود، مشاغلشان سخت و زیان‌آور است، بعد از مدتی، آثار مخربی بر جسم و روح این شاغلان گذاشته می‌شود و طبق توضیحات، وجود شفقت در محیط کار، مزایای بسیاری دارد و می‌تواند با افزایش بهزیستی کارکنان، تحمل احساسات منفی، بخشش بیشتر و کاهش اضطراب و استرس در محیط کار، تا حدودی آثار زیان‌بار این مشاغل را کاهش دهد؛ بنابراین، پژوهش حاضر این نکته را بررسی کرده است که آیا ویژگی‌های مثبت سازمانی ناشی از مسئولیت اجتماعی سازمان، به سهم خود باعث افزایش درک عدالت، هدایت و ترغیب کارکنان به تجربه عزت‌نفس سازمانی، تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار می‌شود یا خیر. همچنین درباره این مسئله نیز پژوهش کرده است که علاوه بر تأثیر مستقیم، آیا عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار نقش میانجی دارند؟ بنابراین با توجه به مطالب ذکر شده، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، بر شفقت در محیط کار با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان تأثیر معناداری دارد؟

پیشینه پژوهش

کلابی (۱۴۰۱) در پژوهشی، مدل تعهد سازمانی را با تبیین جایگاه نوآوری سازمانی، فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و خلق ارزش مشترک در میان مدیران سازمان‌های دولتی استان تهران به تعداد ۳۵۷ نفر تحلیل کرد. نتایج

هیجانان و قضاوت‌های ارزشی را در رابطه میان تجربیات یک فرد و رفتار بعدی او تبیین می‌کند. در قلب این نظریه، قضیه اثبات‌شده‌ای وجود دارد که بیان می‌کند، پاسخ‌های عاطفی یک فرد به رویدادهای محیط کار، به‌طور گسترده‌ای نگرش‌ها و رفتار بعدی او را تعیین می‌کند و نظریه رویدادهای عاطفی نیز بر نقش پاسخ‌های عاطفی در شکل‌گیری نگرش‌های کاری تأکید می‌کند (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۲)؛ بنابراین، طبق این نظریه، درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان بر حالات شناختی - عاطفی یعنی عدالت سازمانی، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان و به دنبال آن، بر واکنش‌های رفتاری کارکنان مانند شفقت در محیط کار نیز تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، فراتر از تأثیر مستقیم مسئولیت اجتماعی سازمان بر شفقت در محیط کار، آگیلرا و همکاران^۱ (2007) نیز، استدلال کردند که ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، به جنبه مهمی از ادراک آنها از عدالت سازمان نسبت به خود و در نهایت، طبق نظریه رویدادهای عاطفی، به تغییر نگرش و رفتار کارکنان، یعنی تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار منجر می‌شود. دلایلی وجود دارد که اهمیت پژوهش در زمینه شفقت در محیط کار و عوامل تأثیرگذار بر آن را برای کارکنان اداری و آنهایی دوچندان می‌کند که مستقیماً در معدن کار می‌کنند، از جمله اینکه شفقت سازمانی و عدالت سازمانی، برای نتایج مثبت سازمانی مهم تلقی می‌شوند و عدالت بدون شفقت، توانایی سازمان را برای ایجاد محیطی محدود می‌کند که اعضای آن روحیه، عزت‌نفس و تعهد عاطفی بالایی دارند (Shahzad and Muller, 2016: 145)، همچنین وجود شفقت در محیط کار، باعث بسیاری از پیامدهای روان‌شناختی مثبت، مانند انگیزه درونی بالا در کار، خلاقیت (Simpson et al., 2018: 634; Hur et al., 2020: 344)، حل تعارضات بین فردی، حل مسئله، بهزیستی کارکنان، رفتار شهروند سازمانی (Guzzo et al., 2022: 5)، کاهش افسردگی، اضطراب و استرس در محیط کار، افزایش توان خودتنظیمی، خودکارآمدی،

¹ Aguilera et al.

تک‌تک، تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد. داودی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی، «تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده را با نقش میانجی تعهد عاطفی بر قصد ترک شغل در سازمان تأمین اجتماعی شهرستان کازرون» بررسی کردند. بر این اساس ۱۰۴ نفر از کارکنان این سازمان و شعب کارگزاری از بین جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران به صورت تصادفی ساده، به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد مسئولیت اجتماعی و تعهد عاطفی رابطه معنادار و مثبت دارند، ولی با قصد ترک شغل کارکنان رابطه معناداری ندارند. همچنین مشخص شد تعهد عاطفی بیشترین تأثیر را بر متغیر قصد ترک شغل ایفا می‌کند.

کان و همکاران^۱ (2022) در پژوهشی، اثر مسئولیت اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی را با نقش میانجی عدالت رویه‌ای و عدالت توزیعی بررسی و نیز پژوهش کردند که مسئولیت اجتماعی شرکت، چگونه بر رفتار شهروند سازمانی تأثیر می‌گذارد. در این پژوهش، از ۱۷۳ نفر از کارکنان دفاتر شرکت پاکستان نظرسنجی شد. نتایج این پژوهش نشان داد مسئولیت اجتماعی بر عدالت رویه‌ای، عدالت توزیعی و رفتار شهروند سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین عدالت توزیعی بر رفتار شهروند سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد، ولی عدالت رویه‌ای بر رفتار شهروند سازمانی تأثیر مثبت و معناداری ندارد.

کیم و همکاران^۲ (2021) پژوهشی را با عنوان «بررسی تأثیرات مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد سازمانی، از طریق عدالت سازمانی و عزت نفس مبتنی بر سازمان» انجام دادند. با استفاده از نتایج داده‌های نظرسنجی جمع‌آوری‌شده از ۲۰۳ کارمند شاغل در یک شرکت مهمانداری، نشان داده شد که ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی شرکت، تأثیر چشمگیری بر عدالت رویه‌ای ندارد؛ اما تأثیرات مستقیم درخور توجهی بر تعهد سازمانی عاطفی دارد. همچنین این یافته‌ها مشخص کرد عدالت رویه‌ای تأثیر

پژوهش نشان داد خلق ارزش مشترک و نوآوری سازمانی با تعهد سازمانی رابطه مستقیم دارد. مسئولیت اجتماعی شرکت نیز به صورت مستقیم و غیرمستقیم، تعهد سازمانی را تقویت می‌کند. همچنین فرهنگ سازمانی رابطه نوآوری سازمانی و تعهد سازمانی را به صورت مثبت تعدیل می‌کند.

مداحیان و پورمحمدی (۱۴۰۰) در پژوهشی رابطه مسئولیت اجتماعی، تعهد سازمانی و حمایت سازمانی درک‌شده را با وفاداری سازمانی در کادر اداری دانشگاه علوم پزشکی کرمان با حجم نمونه ۲۵۴ بررسی کردند. نتایج حاکی از آن بود که بین مسئولیت اجتماعی و تعهد سازمانی و بین حمایت سازمانی درک‌شده و وفاداری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد و رابطه تعهد سازمانی با وفاداری سازمانی و همچنین رابطه حمایت سازمانی درک‌شده با وفاداری سازمانی نیز تأیید شد.

رنجی و نصرالهی (۱۳۹۹) در پژوهشی، «تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان را با توجه به نقش میانجی تناسب فرد - سازمان، هویت سازمان و حمایت سازمانی ادراک‌شده» بررسی کردند. نتایج معادلات ساختاری از ۱۷۷ نفر از کارکنان سازمان منطقه آزاد بندر انزلی، نشان داد تأثیر ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمان بر ادراک از تناسب فرد - سازمان مثبت و معنادار است. همچنین، تأثیر ادراک از تناسب فرد - سازمان بر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده و تأثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان مثبت و معنادار است. تأثیر هویت سازمانی و حمایت سازمانی ادراک‌شده، به عنوان میانجی رابطه بین تناسب فرد - سازمان و تعهد عاطفی کارکنان نیز به شکل مثبت و معناداری تأیید شد.

علوی و محمودی (۱۳۹۹) در پژوهشی، رابطه عزت نفس و ادراک مسئولیت اجتماعی و نقش آن را بر عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شعب بانک ملی تبریز) بررسی کردند. نتایج به دست آمده از ۲۰۰ نفر از کارکنان بانک ملی شعب تبریز نشان داد عزت نفس و مسئولیت اجتماعی به صورت جمعی و

¹ Khan et al.

² Kim et al.

جامعی با توجه به نظریه رویدادهای عاطفی درباره عوامل تأثیرگذار بر شفقت در محیط کار انجام نشده است؛ بنابراین این پژوهش این مسئله را بررسی کرده و همچنین به این منظور انجام شده است تا بیشتر پیامدهای مسئولیت اجتماعی سازمان و نحوه پاسخ کارکنان به مفهوم مسئولیت اجتماعی درک شده سازمان را طبق نظریه هویت اجتماعی، تبادل اجتماعی و رویدادهای عاطفی بررسی کند و به این سؤال پاسخ دهد که آیا درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان تأثیر معناداری دارد یا خیر.

مبانی نظری پژوهش و توسعه فرضیه‌ها

مسئولیت اجتماعی درک شده سازمان و عدالت رویه‌ای

مطالعات تجربی نشان داده‌اند مسئولیت اجتماعی کارکنان، ارتباط مثبتی با عدالت سازمانی کارکنان در صنایع مختلف، از جمله بیمه (Tziner et al., 2011)، خدمات مالی، تولیدی و دیگر صنایع خدماتی دارد (Moon et al., 2014). در پژوهش حاضر برای سنجش عدالت سازمانی، از عدالت رویه‌ای استفاده شده است که بیشترین ارتباط را با تصورات کارکنان درباره کارفرمایان و بعد اخلاقی مسئولیت اجتماعی سازمان دارد (Sweeney and McFarlin, 1993). پترسون^۳ (2004) ادعا داشت، کارکنانی که کارفرمای خود را به گونه‌ای اخلاقی و مسئول در برابر جامعه می‌بینند، ادراک آنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، جنبه مهمی از ادراک آنها از عدالت سازمان نسبت به خود می‌شود و مسئولیت اجتماعی سازمان، تأثیر زیادی بر ادراک و قضاوت اعضا درباره انصاف و عدالت سازمان دارد؛ بنابراین درک کارکنان از کارفرمای خود این است که سازمان همان گونه که منصفانه با جامعه برخورد می‌کند، به شیوه‌ای اخلاقی و عادلانه نیز با آنها رفتار می‌کند. به عبارت دیگر، به میزانی که سازمان در فعالیت‌های مسئولیت

چشمگیری بر عزت نفس مبتنی بر سازمان دارد و عدالت رویه‌ای و عزت نفس مبتنی بر سازمان، تأثیرات درخور توجهی بر تعهد سازمانی عاطفی داشتند.

جورج و همکاران^۱ (2020) پژوهشی را با عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت، اعتماد و تعهد سازمانی: یک مدل میانجیگری تعدیل شده» انجام دادند. نتایج حاصل از ۵۰۰ کارمند که در شرکت‌های تولیدی هند کار می‌کردند، نشان داد از طریق اعتماد سازمانی، تأثیر غیرمستقیم درخور توجهی از هر سه بعد مسئولیت اجتماعی شرکت بر تعهد عاطفی وجود دارد. تأثیرات غیرمستقیم مشروط، به طور چشمگیری متفاوت بود و مشخص شد هم مسئولیت اجتماعی کارمند و هم مسئولیت اجتماعی شرکتی مشتری، تأثیر غیرمستقیم درخور توجهی بر تعهد عاطفی کارکنان دارند. با این حال، مسئولیت اجتماعی شرکت از طریق نگرش نسبت به اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت و اعتماد سازمانی، تأثیر غیرمستقیم مشروط بر تعهد عاطفی نداشت.

مون و همکاران^۲ (2014) پژوهشی را با عنوان «پل زدن مسئولیت اجتماعی شرکتی و شفقت در محیط کار: روابط عدالت سازمانی و تعهد سازمانی عاطفی» انجام دادند. این مطالعه با هدف بررسی نحوه درک کارکنان از اقدامات سازمانی، مانند مسئولیت اجتماعی شرکتی از طریق ادراک کارکنان از عدالت سازمانی و تعهد سازمانی تأثیرگذار بر اقدامات دلسوزانه آنها در سازمان‌ها انجام شد. کارکنان ۸۷ شرکت در کره جنوبی با استفاده از یک ابزار خودگردان برای جمع‌آوری داده‌ها بررسی شدند. نتایج نشان داد درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی به طور مثبت با شفقت در محیط کار از طریق ادراکات عدالت سازمانی (عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی) رابطه معنادار داشت، همچنین تعهد سازمانی عاطفی بر شفقت در محیط کار، دارای رابطه مثبت و معنادار بود.

بنابراین با مرور پیشینه پژوهش مشخص شد پژوهش

^۱ George et al.

^۲ Moon et al.

^۳ Peterson



اجتماعی دارد و به دلیل این است که سازمان با مسئولیت اجتماعی بالا، تصویر مثبت و آگاهانه‌ای از خود القا می‌کند و پیام‌های حمایتی و تشویقی را از سوی کارفرمایان و همکاران به‌دنبال دارد (Pierce et al., 1989) و در پی آن، عزت‌نفس بالا، باعث رفتارهای مطلوب در کارکنان می‌شود و به آنها برای ارتقا و پیشرفت خود در سازمان، انگیزه بیشتری می‌دهد (Korman, 1970)؛ بنابراین با مرور پیشینه پژوهش، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۲- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت‌نفس سازمانی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان و تعهد عاطفی

پژوهش‌های گذشته نشان داده‌اند مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان، ارتباط مثبت و مستقیمی با تعهد سازمانی (Prutina, 2016) و خصوصاً تعهد عاطفی دارد (Farooq et al., 2014; Turker, 2009)؛ به‌طور مثال سونگ و همکاران^۱ (2015) دریافتند که مسئولیت اجتماعی سازمان، اثر قوی بر تعهد سازمانی دارد و در پژوهشی دیگرشان، از میان چهار بعد مسئولیت اجتماعی سازمان (اقتصادی، اخلاقی، قانونی و اختیاری)، بعد اخلاقی قوی‌ترین تأثیر را بر تعهد سازمانی داشت (Peterson, 2004). وانگ و گائو^۲ (2014) نیز در پژوهشی انتظار داشتند که هر چهار بعد مسئولیت اجتماعی سازمان، تأثیر مثبتی بر تعهد عاطفی کارکنان داشته باشد؛ اما مسئولیت اجتماعی قانونی، تأثیری بر تعهد عاطفی نداشت و این امر می‌تواند به دلیل این باشد که کارکنان، بعد قانونی مسئولیت اجتماعی سازمان را جزء وظایف سازمان تلقی می‌کنند (Turker, 2009). درباره نحوه ارتباط مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان با تعهد عاطفی، می‌توان از نظریه تبادل اجتماعی کمک گرفت. نظریه تبادل اجتماعی این

اجتماعی مشارکت کند، بر میزان عدالت و برآورد کارکنان درباره اینکه آیا با آنها عادلانه رفتار شده است یا نه، تأثیر می‌گذارد (Moon et al., 2014: 53) و کارکنانی که احساس کنند، سازمان آنها با جامعه و ذی‌نفعان، منصفانه برخورد می‌کند و به مشکلات جامعه توجه دارد، متعاقباً احساس می‌کنند که سازمان آنها با ذی‌نفعان داخلی، یعنی کارکنان نیز منصفانه و عادلانه برخورد می‌کند؛ بنابراین با توجه به مرور پیشینه، این پژوهش انتظار دارد که ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان بر عدالت رویه‌ای درک‌شده، تأثیر معناداری داشته باشد و فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۱- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عدالت رویه‌ای در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان و عزت‌نفس سازمانی

سازمان‌هایی که مسئولیت اجتماعی را در سازمان پیاده می‌کنند، نگرش‌ها و رفتارهای مثبت کارکنان را در محیط کار پرورش می‌دهند. براساس نظریه هویت اجتماعی، درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، باعث جذب کارکنان در سازمان و انگیزه کارکردن برای سازمان می‌شود (Hur et al., 2022: 2)، همچنین حس غرور را در آنها القا می‌کند و باعث می‌شود کارکنان با سازمان خود ارتباط بگیرند و با آن هم‌ذات‌پنداری کنند (Ellemers et al., 2004) و این امر باعث افزایش عزت‌نفس، پرورش نگرش و رفتارهای شغلی مثبت در آنها می‌شود (Pierce and Gardner, 2004). در واقع سازمان‌ها با جهت‌گیری مسئولیت اجتماعی، جو سازمانی مراقبتی و حمایتی را ترویج می‌کنند و از کارکنان خود انتظار دارند که در تعاملات مبتنی بر اعتماد یا حمایت متقابل سازمان، شرکت کنند. این امر باعث می‌شود کارکنان یاد بگیرند خودشان را به‌عنوان عضو شایسته و مهم سازمان درک کنند و عزت‌نفس در آنها افزایش یابد؛ در واقع عزت‌نفس سازمانی بالا، بیشتر ریشه در عضویت سازمانی و فعالیت‌هایی مبتنی بر مسئولیت

¹ Song et al.

² Wong & Gao

کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، باعث ایجاد شفقت در محیط کار می‌شود و شفقت به‌عنوان توجه به رنج اعضای سازمان، احساس همدردی با آنها و اقدام در جهت نشان‌دادن محبت و مهربانی برای تسکین درد آنها تعریف می‌شود (Dutton et al., 2006). شفقت برای اقدام در تسکین رنج، محدودیتی ندارد و دامنه‌ی کاملی از اقدامات، برای پاسخ به رنج افراد را در بر می‌گیرد و می‌تواند به شکل حمایت عاطفی، مادی، اعطای وقت و انعطاف‌پذیری، گوش‌دادن، در آغوش گرفتن (Estrada et al., 2021: 4; Lilius et al., 2012)، رفتار اجتماعی و یا رفتار شهروند سازمانی درآید (Guzzo et al., 2022: 4) و به دلیل اینکه، مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، تحقق عشق و دوست‌داشتن را در اقتصادهای بشردوستانه در ارتباط با جامعه و محیط فراهم می‌کند (Moon et al., 2014: 50)، سازمان‌هایی با مسئولیت اجتماعی بالا، باعث ایجاد و حفظ انگیزه و همچنین ایجاد حس مثبت و ارزشمندی در کارکنان می‌شوند (Peterson, 2004). می‌توان استدلال کرد که ایجاد حس مثبت در بین کارکنان یک سازمان به‌عنوان نتیجه مشارکت در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، به تغییر در نگرش و رفتارهای فردی مانند رفتارهای توأم با شفقت بین اعضای سازمان منجر می‌شود (Riordan et al., 1997) و کارکنانی که درک کنند سازمان آنها به منافع تمام ذینفعان است و به رفاه جامعه توجه دارد، آنها نیز با اقدامات توأم با شفقت برای کاهش درد اعضای سازمان، خود را مسئول می‌دانند؛ بنابراین با مرور پیشینه فوق، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۴- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

نقش میانجی عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت‌نفس سازمانی
مسئولیت اجتماعی سازمان بر نگرش و احساسات کارکنان،

موضوع را بررسی می‌کند که چگونه و به چه دلایلی، افراد در سطح اجتماع، با افرادی دیگر بده - بستان می‌کنند و تعاملاتی دارند تا به نتایج مطلوب و تأمین نیازهای خود برسند و افراد به شکل آشکار و یا پنهان سرمایه‌گذاری‌هایی را محاسبه می‌کنند که در روابط بین فردی و اجتماعی خود انجام داده‌اند و همچنین منفعی را نیز بررسی می‌کنند که از این روابط به دست می‌آورند (شهسواری، ۱۳۹۷: ۵۴)؛ بنابراین، طبق نظریه تبادل اجتماعی، می‌توان گفت زمانی که کارکنان درک کنند سازمانشان نسبت به جامعه مسئولیت‌پذیر است، سیگنال‌هایی را به کارکنان می‌فرستد که سازمان آنها دلسوز و مهربان است؛ بنابراین، کارکنان احساس می‌کنند به سازمان خود مدیون‌اند، باید اقدامات مثبت سازمان را جبران کنند، حس خوبی به سازمانشان پیدا می‌کنند و تعهد عاطفی آنها نسبت به سازمان افزایش می‌یابد (رحیمی کلور، ۱۳۹۴: ۶)؛ بنابراین، با مرور پیشینه پژوهش، می‌توان گفت مسئولیت اجتماعی سازمان با تعهد عاطفی مرتبط است و در نهایت فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۳- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان و شفقت در محیط کار

کروپانزانو و همکاران (2001) در پژوهشی به این موضوع اشاره کردند که عمدتاً چگونه نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان، تحت تأثیر اقدامات سازمان خود قرار می‌گیرد. نتایج این پژوهش‌ها نشان داد ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان خود، منعکس‌کننده نگرش و رفتارهای آنها (Rupp et al., 2006)، مانند رفتارهای مسئولانه اجتماعی (رفتار توأم با شفقت) در کارکنان خود می‌شود (Swan and Guzzo et al., 2022; Maignan, 2003)؛ بنابراین نحوه درک

¹ Cropanzano et al.

ارزشمندی مرتبط است؛ بنابراین با مرور پیشینه پژوهش، فرضیات زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۵- عدالت رویه‌ای بر عزت‌نفس سازمانی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۶- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت‌نفس سازمانی با نقش میانجی عدالت رویه‌ای در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

نقش میانجی عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان

مون و همکاران (2014) به‌طور تجربی اذعان داشتند ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان بر عدالت و به سهم خود بر تعهد عاطفی کارکنان تأثیر می‌گذارد. این یافته‌های تجربی با مطالعات مفهومی اخیر مطابقت دارند و فرض می‌کنند مسئولیت اجتماعی سازمان بر نگرش‌های کاری کارکنان، ازجمله تعهد سازمانی از طریق متغیرهای میانجی، مانند عدالت سازمانی تأثیر می‌گذارد (De Roeck and Maon, 2018)؛ بنابراین، به میزانی که سازمان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، مشارکت کند، بر میزان عدالت و برآورد کارکنان درباره این تأثیر می‌گذارد که آیا با آنها عادلانه رفتار شده است یا نه (Moon et al., 2014: 53). کارکنانی که احساس کنند سازمان آنها با جامعه و ذینفعان، منصفانه برخورد می‌کند و به مشکلات جامعه توجه دارد، متعاقباً احساس می‌کنند که سازمان آنها با ذینفعان داخلی، یعنی کارکنان نیز منصفانه و عادلانه برخورد می‌کند. طبق نظر کروپانزانو و میچل^۴ (2005)، ادراک کارکنان از دریافت منصفانه و عدالت از سوی سازمان خود، به ارتقای تعهد در آنها منجر می‌شود و هنگامی که کارکنان، رفتار عادلانه از کارفرمای خود ببینند، طبق نظریه تبادل اجتماعی، نگرش مثبتی نسبت به سازمان خود، مانند تعهد سازمانی پیدا می‌کنند و در حمایت از این ادعا، کارکنانی

ازجمله عدالت سازمانی تأثیر می‌گذارد (De Roeck and Maon, 2018). نتایج تجربی پژوهش‌های گذشته نیز نشان داد از بین چهار جنبه مسئولیت اجتماعی سازمان (اقتصادی، اخلاقی، قانونی و اختیاری)، بعد اخلاقی یک سازمان، پیش‌بینی‌کننده قوی برای عدالت سازمانی و رفتار با کارکنان محسوب می‌شود (Kim et al., 2021: 4)؛ بنابراین کارکنانی که درک کنند، سازمان آنها نسبت به جامعه مسئول است و به مشکلات جامعه توجه دارد، متعاقباً احساس می‌کنند که سازمان آنها با ذینفعان داخلی، یعنی کارکنان نیز منصفانه و عادلانه برخورد می‌کنند، همچنین سازمان خود را با انصاف می‌دانند و احساس عدالت در آنها به وجود می‌آید؛ به این ترتیب، ادراک کارکنان از عدالت و اینکه سازمان آنها با تمام ذینفعان، منصفانه برخورد می‌کند، باعث می‌شود به سازمان خود افتخار کنند و عزت‌نفس در آنها تقویت شود (Greenberg, 2001). تیلر و بلاد^۱ (2003) نیز در پژوهش خود نشان داده‌اند عدالت رویه‌ای با احساس خودارزشمندی و عزت‌نفسی مرتبط است که کارکنان در سازمان دارند. در این راستا تئوری تبادل اجتماعی، بینش‌هایی را درباره این ارائه می‌دهد که چرا درک فرد از عدالت سازمانی بر عزت‌نفس آنها تأثیر می‌گذارد. شیوه‌های سازمانی مبتنی بر عدالت و انصاف، در واقع برای کارکنان خود ارزش و اهمیت بیشتری قائل است و این امر، عزت‌نفس را در آنها افزایش می‌دهد (Pierce and Gardner, 2004). علاوه بر این، بررسی پژوهش‌های پیرس و گاردنر^۲ (2004)، درباره عزت‌نفس سازمانی نشان داد، عدالت سازمانی به عزت‌نفس سازمانی منجر می‌شود. پژوهش‌های تجربی نیز اذعان دارند که ادراک کارکنان از عدالت سازمانی، ارتباط مثبتی با عزت‌نفس آنها دارد (Heck et al., 2005; McAllister and Bigley, 2002). همچنین با توجه به نظریه تبادل اجتماعی، دی راک و مائون^۳ (2018)، ادعا کردند رابطه بین ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان و عدالت سازمانی، با احساس احترام و

¹ Tyler and Blader

² Pierce & Gardner

³ De Roeck & Maon

⁴ Cropanzano & Mitchell

مانند شفقت در بین اعضا منجر می‌شود (Moon et al., 2014). برداشت مثبت کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، باعث ایجاد عدالت سازمانی می‌شود، کارکنان نیز از هویت سازمان خود تصور مثبتی پیدا می‌کنند و در نهایت باعث شفقت در کار می‌شود که این امر نشان می‌دهد برای ایجاد محیط توأم با شفقت در درون یک سازمان، باید به نحوه درک کارکنان از فعالیت‌های سازمان خود توجه داشت. همچنین بر طبق نظریه هویت اجتماعی، ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، به ایجاد انگیزه درونی برای توسعه بیشتر هویت سازمانی منجر می‌شود (Ellemers et al., 2004) و این ادراک مثبت نسبت به سازمان، کارکنان را به افزایش رفتارهای اجتماعی در سازمان، مانند شفقت در محیط کار سوق می‌دهد (Dutton et al., 2010)؛ بنابراین با توجه به اینکه مشارکت در مسئولیت اجتماعی سازمان، به‌طور کلی شهرت یک سازمان را افزایش می‌دهد (Turban and Greening, 1997)، کارکنان به هم‌ذات‌پنداری با سازمان خود، افتخار می‌کنند که این امر، باعث بهبود نگرش و رفتارها در محیط کار، مانند شفقت در کار می‌شود (Dutton et al., 1994)، در غیر این صورت کارکنان ترجیح می‌دهند سازمان را ترک کنند و یا کمتر، باعث احتمال درگیر شدن در امر شفقت در محیط کار می‌شوند (Meyer and Allen, 1997)؛ بنابراین کارکنانی که سازمان خود را مسئول و دلسوز نسبت به جامعه ببینند، در پی آن، کارکنان نیز نسبت به یکدیگر مهربان و رفتار توأم با شفقت دارند. با توجه به موارد ذکر شده در پیشینه پژوهش، فرضیات زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۹- عدالت رویه‌ای بر شفقت در محیط کار در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

فرضیه ۱۰- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار، با نقش میانجی عدالت رویه‌ای در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

که اجرا و عملکرد مدیریت ارشد را منصفانه درک می‌کنند، احساس می‌کنند که به سازمان خود مدیون‌اند و باید اقدامات مثبت سازمان را جبران کنند و در نهایت به سازمان خود متعهدتر می‌شوند (Brockner et al., 1992). طبق پژوهش‌های فراتحلیلی انجام‌شده نیز، رابطه مثبت بین عدالت سازمانی و تعهد سازمانی نشان داده شده است (Colquitt et al., 2001). لوپز-کابارکوس و همکاران (2015)، سه شکل عدالت سازمانی (رویه‌ای، توزیعی و تعاملی) و سه نوع تعهد سازمانی را بررسی کردند و دریافتند که فقط عدالت رویه‌ای به‌طور درخور توجهی با تعهد عاطفی کارکنان مرتبط است؛ بنابراین براساس مطالعات فوق، فرضیات زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۷- عدالت رویه‌ای بر تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.
فرضیه ۸- مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی با نقش میانجی عدالت رویه‌ای در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

نقش میانجی عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی

درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار

براساس نظریه رویدادهای عاطفی، ادراک کارکنان از میزان فعالیت سازمان خود در انجام مسئولیت اجتماعی، هم بر بعد شناختی - عاطفی کارکنان، یعنی عدالت سازمانی و هم بر بعد رفتاری کارکنان یعنی شفقت در کار آنها تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین می‌توان گفت که درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، بر برداشت مثبت کارکنان، یعنی عدالت سازمانی و شفقت در کار تأثیر می‌گذارد (Moon et al., 2014:51; Guzzo et al., 2022) و عدالت سازمانی نیز، به رفتارهای بعدی کارکنان، یعنی ایجاد تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار منجر می‌شود. اعضای یک سازمان که از مسئولیت اجتماعی سازمان خود، درک مثبتی دارند، ارتباط هویتی مثبت‌تری با آن سازمان دارند و این امر، به افزایش رفتارهای اجتماعی در درون سازمان،

¹ Lopez-Cabarcos et al.

عزت نفس سازمانی و تعهد عاطفی کارکنان

شیوه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان، باعث تقویت تبادلات اجتماعی و بالارفتن ارزش سازمان از دید کارکنان خود می‌شود (Rupp and Mallory, 2015). پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند شیوه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان در راستای ارزش‌گذاری کارکنان، می‌تواند عزت نفس آنها را افزایش دهد و بر نگرش‌های کاری آنها مانند تعهد سازمانی تأثیر مثبت بگذارد (Gond et al., 2010; kim et al., 2021)؛ بنابراین، طبق تئوری خودسازگاری، در کارکنانی با عزت نفس بالا، نسبت به کارکنانی با عزت نفس پایین، احتمال بیشتری وجود دارد که نگرش‌های شغلی مثبت، مانند تعهد عاطفی ایجاد شود (Pierce et al., 1989). پژوهش‌های فرا تحلیلی نیز، از یک رابطه معنادار و مثبت بین عزت نفس کارکنان و تعهد عاطفی حمایت می‌کنند (Bowling et al., 2010)؛ بنابراین عزت نفس سازمانی یک عامل تعیین‌کننده تعهد عاطفی کارکنان است (Pierce and Gardner, 2004; kim et al., 2021). در مجموع، پژوهش‌ها از مرتبط بودن عزت نفس سازمانی با تعهد عاطفی کارکنان حمایت کرده‌اند؛ بنابراین براساس موارد فوق، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

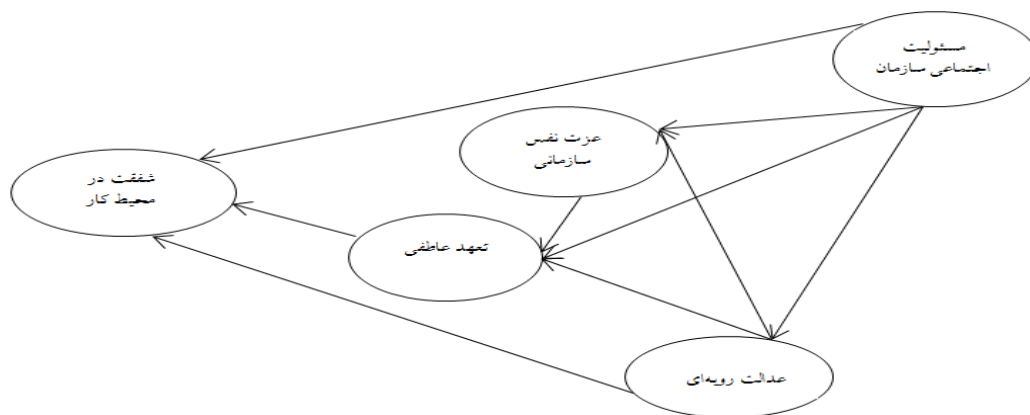
فرضیه ۱۱- عزت نفس سازمانی بر تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار

تعهد عاطفی، دلبستگی عاطفی کارکنان به سازمان است که توسط خشنودی از سازمان و تمایل به ماندن در آن مشخص می‌شود (قنبری و عزیزی، ۱۳۹۹: ۹۲). تعهد عاطفی ممکن است اقدامات توأم با شفقتی را تسهیل کند که در دلبستگی به اهداف سازمان و هم‌ذات‌پنداری افراد سازمان ریشه دارد و نیز رفتارهای اجتماعی از قبیل شفقت در بین کارکنان را تشویق می‌کند (Lilius et al., 2003). نظر به اینکه تعهد عاطفی در تقویت هویت کارکنان با سازمان مؤثر است (Allen and Meyer, 1990)، بنابراین ممکن است، رفتارهای اجتماعی کارکنان، مانند شفقت در محیط کار را افزایش دهد و در بین کارکنان با سطح تعهد عاطفی بالاتر، احتمال بیشتری وجود دارد که کمک‌های بین فردی، یعنی اقدامات توأم با شفقت شکل بگیرد (Lilius et al., 2003; Ko et al., 2022)؛ بنابراین با توجه به پیشینه پژوهش، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۱۲- تعهد عاطفی بر شفقت در محیط کار در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد.

درنهایت، با توجه به مرور پیشینه پژوهش و تبیین فرضیه‌ها، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ توسعه داده شد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (Moon et al., 2014; Shahzad and Muller, 2016; Guzzo et al., 2022; Kim et al., 2021)

Fig 1- Conceptual diagram of research model

روش‌شناسی پژوهش

جدول ۱- آزمون پایایی و روایی ابزارهای اندازه‌گیری

Table 1- Test of reliability and validity of measuring instruments

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
مسئولیت اجتماعی سازمان	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۵۰
عدالت رویه‌ای	۰/۷۳	۰/۸۳	۰/۵۵
عزت‌نفس سازمانی	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۵۴
تعهد عاطفی	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۵۳
شفقت در محیط کار	۰/۷۰	۰/۸۲	۰/۶۱

با توجه به جدول ۱، کلیه مقادیر ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، بالای ۰/۷ است؛ در نتیجه، پایایی ابزار اندازه‌گیری تأیید شد. همچنین در این پژوهش، بارهای عاملی ابزار اندازه‌گیری، مساوی و یا بیشتر از ۰/۴ برای هر گویه بود و این امر، دلالت بر ساختار خوب مدل اندازه‌گیری دارد. روایی همگرا نیز به کمک میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، بررسی شد و طبق جدول ۱ برای تمام مقادیر، بیشتر از ۰/۵ است؛ بنابراین مدل اندازه‌گیری از روایی همگرای مناسبی برخوردار است. برای بررسی روایی واگرایی سازه‌ها، از ماتریس بارهای متقابل و روش فورنل-لاکر استفاده شده و نتایج روایی واگرا در جدول ۲ آورده شده است.

پژوهش حاضر، تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده کارکنان را بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس بررسی کرده است و از لحاظ هدف، کاربردی با روش توصیفی-همبستگی و برحسب نحوه اجرا، از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه کارکنان شاغل در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، به تعداد ۲۷۱ نفر است که طبق فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۵۹ نفر به عنوان حجم نمونه آماری انتخاب شدند و برای آزمون فرضیه‌ها، از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه استاندارد مسئولیت اجتماعی سو و سوانسون^۱ (۲۰۱۹) با ۵ گویه، پرسش‌نامه استاندارد عدالت رویه‌ای کیم و همکاران (۲۰۲۱) با ۴ گویه، پرسش‌نامه استاندارد عزت‌نفس سازمانی کیم و همکاران (۲۰۲۱) با ۴ گویه، پرسش‌نامه استاندارد شفقت در محیط کار هور و همکاران^۲ (۲۰۱۶) با ۳ گویه و پرسش‌نامه استاندارد تعهد عاطفی می‌یر و آلن^۳ (۱۹۹۷) با ۸ گویه است که گویه‌های این متغیرها در یک سنج ۵ قسمتی طیف لیکرت، از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم بوده است. روایی محتوای ابزار اندازه‌گیری توسط استادان و خبرگان حوزه مدیریت تأیید و روایی مدل اندازه‌گیری از شاخص بارهای عاملی، روایی واگرا و روایی همگرا بررسی شد که نتایج آن در جداول ۱ و ۲ نشان داده شده است. پایایی ابزار هم به دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شد که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است.

¹ Su & Swanson

² Hur et al.

³ Meyer & Allen

جدول ۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش و جذر AVE

Table 2- Correlation matrix of research variables and AVE root

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
مسئولیت اجتماعی سازمان	۰/۷۰				
عدالت رویه‌ای	۰/۳۸۹***	۰/۷۴			
عزت نفس سازمانی	۰/۴۵۷***	۰/۴۴۹***	۰/۷۳		
تعهد عاطفی	۰/۴۰۹***	۰/۳۹۴***	۰/۳۳۶***	۰/۷۲	
شفقت در کار	۰/۳۴۹***	۰/۱۷۱*	۰/۱۵۳	۰/۲۲۴***	۰/۷۸

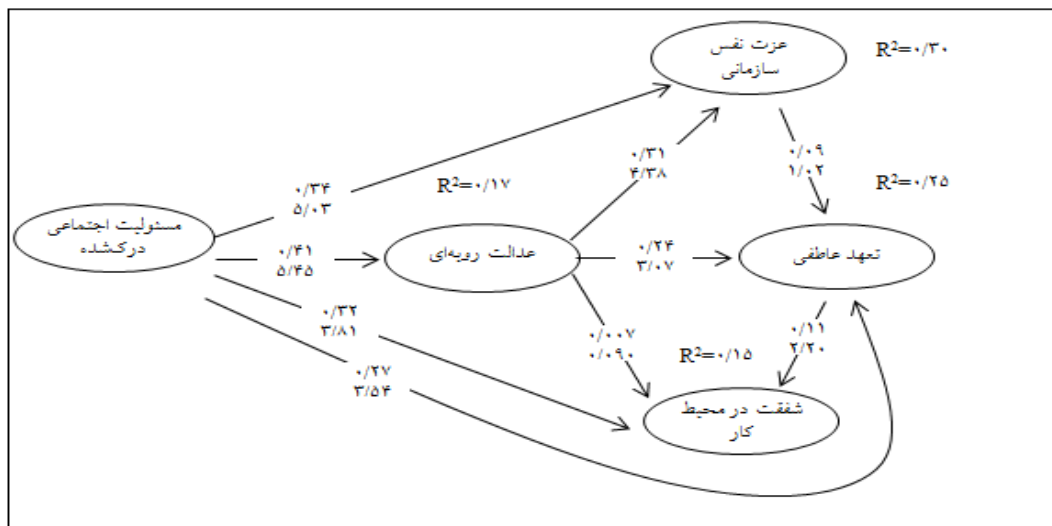
* $p < 0/05$ ، ** $p < 0/01$

توزیع سطح تحصیلات، ۳٪ نمونه آماری دیپلم و زیر دیپلم، ۶٪ نمونه آماری کاردانی، ۴۹٪ نمونه آماری کارشناسی، ۴۰٪ نمونه آماری کارشناسی ارشد و ۱٪ نمونه آماری دکتری بودند. همان‌طور که در جدول ۱ و ۲ نشان داده شده است، پایایی و روایی ابزار اندازه‌گیری تأیید و آزمون فرضیات پژوهش با تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار SMART-PLS، به روش حداقل مربعات جزئی انجام شد که نتایج آن در شکل ۲ ارائه شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقادیر مربوط به هر متغیر از همبستگی هر متغیر با دیگر متغیرها بیشتر است؛ این نتایج نشان‌دهنده روایی و آگرایی پذیرفتنی مدل اندازه‌گیری است.

یافته‌های پژوهش

براساس نتایج به دست آمده از این پژوهش، حدود ۶۵ درصد از نمونه آماری را مرد و حدود ۳۵ درصد را زن تشکیل دادند. همچنین در توزیع سن، ۹٪ نمونه آماری زیر ۳۰ سال، ۳۸٪ نمونه آماری ۳۰ تا ۴۰ سال، ۳۶٪ نمونه آماری ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۷٪ نمونه آماری بیش از ۵۰ سال سن داشتند. همچنین در



شکل ۲- ضرایب مسیر (β) و مقادیر t

Fig 2- Path coefficients (β) and t values

برای تعهد عاطفی ۰/۱۲ و برای شفقت در محیط کار ۰/۰۷ است. چون مقادیر Q^2 بیشتر از صفر است، حاکی از توانایی کل مدل برای پیش‌بینی ارتباط متغیرهاست.

برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، از معیار نیکویی برازش (GOF) بر اساس فرمول زیر استفاده شد.

$$GOF = \sqrt{(communality) \times (R\ square)}$$

بر اساس رابطه فوق، ابتدا میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان محاسبه شد. مقادیر مذکور بر اساس اطلاعات جدول ۴ برای متغیرهای پژوهش مشاهده‌شدنی است. همچنین مقادیر ضریب تعیین (R^2) بر اساس جدول فوق برای متغیرهای درون‌زای مدل ذکر شده است. به این ترتیب سطح نیکویی برازش مدل بر اساس فرمول بالا و طبق جدول ۴ محاسبه شده است.

برای بررسی برازش مدل از مقادیر R^2 ، Q^2 و شاخص GOF استفاده شده است. مقادیر مربوط به R^2 و Q^2 در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳- مقادیر R^2 و Q^2

Table 3- Values of R2 and Q2		
متغیرها	R^2	Q^2
عدالت رویه‌ای	۰/۱۷	۰/۰۹
عزت نفس سازمانی	۰/۳۰	۰/۱۶
تعهد عاطفی	۰/۲۵	۰/۱۲
شفقت در محیط کار	۰/۱۵	۰/۰۷

مقادیر ضریب تعیین (R^2)، نشان می‌دهند ۱۷٪ از تغییرات عدالت رویه‌ای، ۳۰٪ از تغییرات عزت نفس سازمانی، ۲۵٪ از تغییرات تعهد عاطفی و ۱۵٪ از تغییرات شفقت در محیط کار توسط مدل پژوهش تبیین می‌شوند. آماره Q^2 نیز برای عدالت رویه‌ای ۰/۰۹، برای عزت نفس سازمانی ۰/۱۶،

جدول ۴- معیار نیکویی برازش مدل پژوهش

Table 4 -The criterion of goodness of fit of the research model

متغیرها	تعهد عاطفی	شفقت در محیط کار	عدالت رویه‌ای	عزت نفس سازمانی	مسئولیت اجتماعی شرکت	میانگین
R2 معیار	۰/۲۵۱	۰/۱۵۵	۰/۱۷۴	۰/۳۰۴	-	۰/۲۲۱
مقادیر اشتراکی	۰/۳۸۹	۰/۲۴۸	۰/۲۷۹	۰/۲۶۳	۰/۲۶۲	۰/۲۸۸
GOF	۰/۲۵۳					

در نتیجه بر اساس شاخص‌های ارائه‌شده، مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است؛ بنابراین در ادامه نتایج آزمون فرضیات شرح داده می‌شود. همان‌طور که در نتایج ارائه‌شده در شکل ۲ ملاحظه می‌شود، مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عدالت رویه‌ای در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($t=5/45$, $\beta=0/41$) (تأیید فرضیه اول). مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت نفس سازمانی در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($t=5/03$, $\beta=0/34$) (تأیید فرضیه دوم).

مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($t=3/54$, $\beta=0/27$) (تأیید فرضیه سوم). مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($t=3/81$, $\beta=0/32$) (تأیید فرضیه چهارم). عدالت رویه‌ای بر عزت نفس سازمانی در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($t=4/38$, $\beta=0/31$) (تأیید فرضیه پنجم). عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت نفس سازمانی، نقش میانجی دارد ($t=3/24$, $\beta=0/13$)

رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر شفقت در محیط کار، نقش میانجی ندارد ($\beta = 0/001$, $t = 0/37$) (رد فرضیه دهم). عزت‌نفس سازمانی بر تعهد عاطفی تأثیر معنادار ندارد ($\beta = 0/09$, $t = 1/02$) (رد فرضیه یازدهم). تعهد عاطفی بر شفقت در محیط کار، تأثیر معنادار دارد ($\beta = 0/11$, $t = 2/20$) (تأیید فرضیه دوازدهم).

(تأیید فرضیه ششم). عدالت رویه‌ای بر تعهد عاطفی در سطح ۰/۰۱ تأثیر معنادار دارد ($\beta = 0/24$, $t = 3/07$) (تأیید فرضیه هفتم). عدالت رویه‌ای در تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی نقش میانجی دارد ($\beta = 0/10$, $t = 2/56$) (تأیید فرضیه هشتم). عدالت رویه‌ای بر شفقت در محیط کار تأثیر معنادار ندارد ($\beta = 0/07$, $t = 0/90$) (رد فرضیه نهم). عدالت

جدول ۵- خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات

Table 5- Summary of the results of the hypothesis test

نتیجه	مقدار t	ضریب مسیر (B)	متغیرها
تأیید	۵/۴۵	۰/۴۱	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای
تأیید	۵/۰۳	۰/۳۴	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عزت‌نفس سازمانی
تأیید	۳/۵۴	۰/۲۷	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> تعهد عاطفی
تأیید	۳/۸۱	۰/۳۲	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> شفقت در محیط کار
تأیید	۴/۳۸	۰/۳۱	عدالت رویه‌ای -> عزت‌نفس سازمانی
تأیید	۳/۲۴	۰/۱۳	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای -> عزت‌نفس سازمانی
تأیید	۳/۰۷	۰/۲۴	عدالت رویه‌ای -> تعهد عاطفی
تأیید	۲/۵۶	۰/۱۰	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای -> تعهد عاطفی
رد	۰/۰۹	۰/۰۰۷	عدالت رویه‌ای -> شفقت در محیط کار
رد	۰/۰۳۷	۰/۰۰۱	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای -> شفقت در محیط کار
رد	۱/۰۲	۰/۰۹	عزت‌نفس سازمانی -> تعهد عاطفی
تأیید	۲/۲۰	۰/۱۱	تعهد عاطفی -> شفقت در محیط کار
رد	۰/۶۶۹	۰/۰۰۴	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عزت‌نفس سازمانی -> تعهد عاطفی -> شفقت در محیط کار
رد	۰/۹۷۱	۰/۰۱۲	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای -> تعهد عاطفی -> شفقت در محیط کار
رد	۰/۵۴۴	۰/۰۰۱	مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان -> عدالت رویه‌ای -> عزت‌نفس سازمانی -> تعهد عاطفی -> شفقت در محیط کار

نرم‌افزار SMART-PLS3، آثار میانجی‌های متوالی نیز سنجیده شد و نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد تمامی آثار میانجی‌های متوالی رد شدند.

نتیجه

نظر به اینکه نگرش‌ها و رفتارهای کارکنان عمدتاً تحت تأثیر درک آنها از اقدامات سازمان خود است و مسئولیت اجتماعی سازمان، از جمله فعالیت‌های سازمان است که به رضایت،

با توجه به نتایج جدول ۵، عدد معناداری t برای فرضیه‌های نهم، دهم، یازدهم در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، به ترتیب ۰/۰۹، ۰/۰۳۷ و ۱/۰۲ به دست آمد و به دلیل آنکه این مقادیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، کمتر از ۱/۹۶ هستند، فرضیه‌های ذکر شده رد شدند، ولی فرضیه‌های دیگر در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس با توجه به این تأیید شدند که مقدار معناداری آنها بیشتر از ۱/۹۶ به دست آمده است. در این پژوهش، به کمک

(2016) و (2017)، فاروق و همکاران^۳ (2014)، تورکر^۴ (2009)، جورج و همکاران (2020)، المرز و همکاران^۵ (2011) و سونگ و همکاران (2015) همسو است و همخوانی دارد. در فرضیه چهارم، مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس بر شفقت در محیط کار تأثیر معناداری دارد و این فرضیه تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد ذهنیت مثبت و مثبت‌اندیشی کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس که در نتیجه اعمال فعالیت اجتماعی درک‌شده در سازمان است، نگرش و رفتار کارکنان را در سازمان به شیوه‌ای مثبت تغییر می‌دهد و به شدت بر رفتارهای اجتماعی کارکنان، مانند شفقت در محیط کار تأثیر می‌گذارد. این یافته با پژوهش‌های مون و همکاران (2014)، هور و همکاران (2018) و گیوزو و همکاران^۶ (2022) همخوانی دارد. در فرضیه پنجم، تأثیر عدالت رویه‌ای بر عزت‌نفس سازمانی کارکنان معنادار و مثبت شد و این یافته نشان می‌دهد، شیوه‌های سازمانی صنعت، معدن و تجارت استان فارس که مبنی بر عدالت و انصاف در بین کارکنان باشد، این نتیجه را به دنبال دارد که در واقع برای کارکنان خود، ارزش و اهمیت بیشتری قائل‌اند و این عزت‌نفس را در آنها افزایش می‌دهد. این یافته با پژوهش‌های کیم و همکاران (2021) و سخراوی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. در فرضیه ششم، تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عزت‌نفس سازمانی با میانجی‌گری عدالت رویه‌ای در سازمان صنعت، معدن و تجارت تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد، رفتار منصفانه و عادلانه حاصل از مسئولیت اجتماعی سازمان و عدالت سازمانی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، با احساس احترام و خودارزشمندی در کارکنان، یعنی عزت‌نفس مرتبط است و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، با اعمال فعالیت‌های مبتنی بر مسئولیت اجتماعی، بیشتر به کارکنان

وفاداری به سازمان، حس غرور و اعتماد کارکنان منجر می‌شود، بنابراین پژوهش حاضر تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان را بر شفقت در محیط کار، با توجه به نقش میانجی عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی و تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس بررسی کرد. یافته‌های پژوهش نشان داد فرضیه اول که به دنبال بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر عدالت رویه‌ای سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس بود، تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد، با توجه به اینکه مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان، شامل هنجارهای مربوط به رفتار منصفانه با محیط خارج و داخل سازمان می‌شود؛ بنابراین تأثیر زیادی بر ادراک و قضاوت کارکنان درباره انصاف سازمان، یعنی عدالت سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های کان و همکاران (2022)، تیزینر و همکاران^۱ (2011)، گوند و همکاران^۲ (2010) و مون و همکاران (2014) همسو است. در فرضیه دوم، مسئولیت اجتماعی سازمان درک‌شده بر عزت‌نفس سازمانی در کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، تأثیر معناداری دارد و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، با اعمال فعالیت مسئولیت اجتماعی، در واقع به منافع و رفاه کارکنان خود توجه دارد و این ارزش‌دادن به کارکنان، باعث افزایش عزت‌نفس در آنها می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های هور و همکاران (2022) و کیم و همکاران (2021) همسو است. در فرضیه سوم، مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأثیر معناداری دارد و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، با اعمال فعالیت‌های مبنی بر مسئولیت اجتماعی، باعث ایجاد هویتی مثبت و شهرتی مطلوب از سازمان در کارکنان می‌شود که نوعی دلبستگی مثبت به سازمان در کارکنان به وجود می‌آید و خود را به شکل تعهد عاطفی نشان می‌دهد. این یافته با نتایج پژوهش‌های کیم و همکاران (2021)،

³ Farooq et al.

⁴ Turker

⁵ Ellemers et al.

⁶ Guzzo et al.

¹ Tziner et al.

² Gond et al.



سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس از نظر احساس داده‌شده به کارکنان، مفهوم‌سازی شوند و به‌گونه‌ای ادغام شوند که در واقع مکمل یکدیگر باشند. به دلیل اینکه شفقت سازه، عینی و پویاست، ولی عدالت سازه عینی، ایستا و خطی است و این ناسازگاری را می‌توان با تغییر نوع نگاه به عدالت و بررسی ماهیت پویای آن در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس از بین برد، این یافته با پژوهش شهزاد و مولر^۲ (2016) و شهزاد و همکاران^۳ (2014) همسو نیست. در فرضیه دهم، تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، بر شفقت در محیط کار با میانجی‌گری عدالت رویه‌ای بررسی و این فرضیه رد شد. این یافته نشان می‌دهد درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس با متغیر میانجی عدالت رویه‌ای، به رفتار توأم با شفقت در محیط کار منجر نمی‌شود و این فرضیه نیز مانند فرضیه تأثیر مستقیم عدالت رویه‌ای بر شفقت در محیط کار رد شد. سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، باید به نحوه ادراک کارکنان نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمان و عدالت بیشتر توجه کند، همچنین باید نوع نگاه و قضاوت ارزشی و احساسی درستی نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمان و عدالت در کارکنان شکل بگیرد که در نهایت این تغییر نوع نگاه و احساس به وجود آمده، باعث پاسخ هیجانی و واکنش عاطفی درست می‌شود. تکرار این رویدادهای مثبت، باعث انباشتگی هیجانات مثبت می‌شود و به دلیل اینکه طبق نظریه رویدادهای عاطفی، نگرش‌ها از احساسات نشئت می‌گیرند (Schwarz and Clore, 2003)، در نهایت خود به خود، باعث افزایش رفتارهای توأم با شفقت نیز در محیط کار می‌شود. باید به این نکته نیز توجه کرد که مقتضیات محیط، باعث ایجاد رویدادهای عاطفی می‌شوند، به تعاملات عاطفی در سازمان می‌انجامد و اعضای سازمان تجربیات عاطفی سطح فردی خود مثل احساس، حالات، تمایلات عاطفی، هوش عاطفی و اهداف خویش را با

خود توجه می‌کند و برای آنها ارزش قائل می‌شود که این به حس مثبت، اعتماد و عزت‌نفس در کارکنان منجر می‌شود. این یافته با پژوهش کیم و همکاران (2021) همسو است. در فرضیه هفتم، تأثیر عدالت رویه‌ای بر تعهد عاطفی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد، اگر کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس برداشت کنند که تلاش آنها در محیط کار با جبران خدمات متناسب همراه است، تعهد عاطفی‌شان به سازمان افزایش می‌یابد؛ به این ترتیب، درک کارکنان از عدالت، باعث افزایش احساسات و عواطف مثبت شده است که این به سهم خود، به ایجاد سطح بالایی از رضایت و تعهد عاطفی در کارکنان منجر می‌شود. این یافته با پژوهش‌های لوپز-کابارکوس و همکاران (2015)، مون و همکاران (2014)، کوهن‌چاراش و اسپکتور^۱ (2001) و کیم و همکاران (2021) همسو است. در فرضیه هشتم، تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده سازمان بر تعهد عاطفی، با میانجی‌گری عدالت رویه‌ای تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد طبق نظریه رویدادهای حمایت عاطفی، ادراک کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس از مسئولیت اجتماعی سازمان، هم بعد شناختی، یعنی عدالت و هم بعد احساسی، یعنی تعهد عاطفی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این یافته با پژوهش‌های کیم و همکاران (2021) و مون و همکاران (2014) همسو است. در فرضیه نهم، تأثیر عدالت رویه‌ای بر شفقت در محیط کار سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأیید نشد. این یافته نشان می‌دهد در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، ترکیب عناصر احساسی شفقت با استدلال و بی‌طرفی، که زیربنای مفهوم عدالت است، دشوار است و این دو مفهوم باهم ناسازگارند. در واقع سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، نباید اجرای عدالت را با هزینه بهزیستی احساسی اعضای سازمان انجام دهد و این درست نیست که عدالت رویه‌ای به‌طور مطلق بر شفقت تأثیر یک طرفه می‌گذارد. این دو مفهوم نباید به‌طور جدا، بلکه باید با هم در

² Shahzad & Muller³ Shahzad et al.¹ Cohen-Charash & Spector

سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس برای ارتقای تعهد عاطفی کارکنان خود، تلاش کند، بهره‌وری کارکنان را از طریق شیوه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان بهبود بخشد، برای رشد اقتصادی و موفقیت در جامعه و کمک به آن، استراتژی بلندمدت داشته باشد، فرصت‌هایی را برای مشارکت کارکنان در فعالیت‌های داوطلبانه فراهم کند و کارکنان در کمک‌های خیریه و فعالیت‌هایی مشارکت کنند که برای ایجاد جامعه‌ای بهتر طراحی شده‌اند؛ برای مثال، یک برنامه داوطلبانه که در آن کارکنان تشویق می‌شوند برای کمک به انجمن‌های غیرانتفاعی، ساعات کار داوطلبانه خود را ثبت کنند. همچنین به جهت اهمیت اجرای عدالت در پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، دستورالعملی مبنی بر فعالیت‌های تجاری منصفانه داشته باشد و تلاش کند، ادراک کارکنان خود را از عدالت تقویت کند تا به این ترتیب، تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار نیز افزایش یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، کارکنان خود را در تصمیمات کاری مربوط به خودشان، مشارکت دهد تا آنها احساس اعتماد و ارزش کنند و حس تعلق به سازمان و خودارزشمندی در آنها تقویت شود تا به این ترتیب، تعهد عاطفی کارکنان نیز افزایش یابد. البته همان‌طور که اشاره شد، در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، عزت‌نفس مبتنی بر سازمان، مستقیماً بر تعهد عاطفی تأثیر نگذاشت و این سازمان برای اینکه کارکنان خود را از لحاظ احساسی و عاطفی، متعهد و به سازمان دلبسته کند، باید یک شیوه اخلاقی مانند مسئولیت اجتماعی یا عدالت را در سازمان اجرا کند تا به این طریق تعهد عاطفی کارکنان نیز افزایش یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس در گزارش ارزیابی کارکنان خود، کارکنانی را مدنظر قرار بدهد که در فعالیت‌های داوطلبانه، برنامه‌های خیریه و همچنین در کنفرانس‌ها و جلسات آموزشی در زمینه مسائل اجتماعی شرکت کرده‌اند تا این‌گونه، مشوقی برای دیگر همکاران باشد و با بازخورد دادن

خود به تعاملات گروهی می‌آورند (Kelly and Barsade, 2001). درباره رد این فرضیه می‌توان بیان کرد که کارکنان سازمان احساس خود را از مسئولیت اجتماعی و عدالت در سازمان به تعاملات گروهی نیاورده و رفتارهای جمعی مثل شفقت در محیط کار را از خود بروز نداده‌اند. این یافته با پژوهش مون و همکاران (2014) همسو نیست. در فرضیه یازدهم، تأثیر عزت‌نفس سازمانی بر تعهد عاطفی کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس معنادار نشد و این فرضیه رد شد. این یافته نشان می‌دهد، وجود عزت‌نفس در کارکنان، به دلبستگی و تعهد مثبت آنان به سازمان خود منجر نمی‌شود و سازمان برای اینکه کارکنان خود را از لحاظ احساسی و عاطفی، متعهد و دلبسته به سازمان کند، باید یک شیوه اخلاقی مانند مسئولیت اجتماعی یا عدالت را در سازمان اجرا کند و کارکنان به درک آن برسند. این یافته با پژوهش‌های ارشدی و حیای (2013)^۱، کیم و همکاران (2021)، پیرس و گاردنر (2004) و لین و همکاران^۲ (2018) همسو نیست. در نهایت در فرضیه دوازدهم، تأثیر تعهد عاطفی بر شفقت در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد کارکنان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس که از نظر عاطفی به سازمان خود وابستگی دارند و به نوعی متعهد به آن هستند، خود را در قبال مشکلات و رنج همکاران متعهد می‌دانند و رفتار توأم با شفقت را از خود نشان می‌دهند. این یافته با پژوهش مون و همکاران (2014) همخوانی دارد.

بنابراین با توجه به یافته‌های این پژوهش، درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، در نگرش، رفتار و عملکرد کارکنان نقش مهم و برجسته‌ای دارد و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بشردوستانه سازمان، می‌تواند تعهد عاطفی کارکنان را بهبود بخشد و به عنوان یک عامل تعیین‌کننده قوی در حفظ کارکنان در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس شناسایی می‌شود؛ بنابراین در این راستا، پیشنهاد می‌شود

¹ Arshadi & Hayavi

² Lin et al.

به کارکنان، اثربخشی برنامه‌های مسئولیت اجتماعی را بررسی کند؛ به این ترتیب، شفقت نیز در محیط کار افزایش می‌یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس از مقیاس‌های عدالت رویه‌ای، عزت‌نفس سازمانی، تعهد عاطفی و شفقت در محیط کار، به‌صورت دوره‌ای، برای اندازه‌گیری تأثیر تغییرات برنامه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان خود بر ادراک و نگرش کارکنان استفاده کنند و همچنین به این نکته توجه داشته باشند که شفقت، امری اکتسابی است؛ بنابراین برای اجرای شفقت‌ورزی، آن را در سازمان خود فرهنگ‌سازی کنند و به کارکنان خود آموزش دهند.

همچنین با توجه به اینکه در این مطالعه مشخص شد شفقت در محیط کار، صرفاً در مرز نگرانی‌های سطح خرد / فردی محدود نمی‌شود، بلکه با سطح کلان / سازمانی از پیامدهای سازمان، مانند مشارکت سازمان در رفتار حمایتی اجتماعی مرتبط است، بنابراین پیامد مهمی برای محققان خرد و کلان دارد. همچنین، یافته‌های این مطالعه نشان داد ادراکات کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمانشان، نه‌تنها مستقیماً بر شفقت در محیط کار در بین اعضا تأثیر می‌گذارد، می‌تواند با افزایش شهرت اجتماعی مثبت شرکت، احساس غرور کارکنان را درباره شرکتشان به دو روش شناختی و عاطفی ارتقا دهد (Dutton et al., 2010)؛ بنابراین عزت‌نفس سازمانی، عدالت سازمانی و تعهد عاطفی در کارکنان افزایش می‌یابد و این امر به شدت، بر رفتارهای طرفدار اجتماعی و نوع‌دوستانه مانند شفقت در بین کارکنان تأثیر می‌گذارد و توجه به این نکته، می‌تواند برای مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس مفید باشد. علاوه بر این، این مطالعه از نظریه رویدادهای عاطفی حمایت می‌کند و نشان می‌دهد ادراک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمانشان (یعنی رویدادهای کاری) بر حالات شناختی (یعنی عدالت سازمانی و عزت‌نفس سازمانی) و احساسی (یعنی تعهد عاطفی) تأثیر می‌گذارد و درنهایت به رفتار توأم با شفقت در محیط کار منجر می‌شود

(یعنی تغییر در نگرش‌ها و رفتارها) و مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، خصوصاً واحد مدیریت منابع انسانی می‌توانند از این یافته، در جهت تحقق اهداف سازمان بهره‌برداری کنند. همچنین این مطالعه نشان داد ادراک مثبت کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، باعث ایجاد سطح بالاتری از عدالت سازمانی، عزت‌نفس سازمانی و افزایش تعهد عاطفی در بین آنها می‌شود و به سهم خود، درنهایت باعث ایجاد شفقت در محیط کار می‌شود. این امر نشان می‌دهد به‌منظور ایجاد یک محیط توأم با شفقت در یک سازمان، مدیران ارشد سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، باید اولاً از نزدیک بر نحوه درک کارکنان از سازمان خود نظارت کنند و توجه ویژه‌ای به آن داشته باشند؛ مثلاً ارزیابی کارکنان از اینکه آیا سازمانشان با آنها منصفانه رفتار کرده است (یعنی احساس توزیع اخلاقی، مطمئن و منصفانه پاداش و مزایا)؛ دوم اینکه، رفتارهای تیم مدیریت ارشد به‌عنوان الگو در عمل مانند روشی محترمانه، مطمئن، مؤدبانه و دلسوزانه است و سوم، تمرکز سازمان بر ابتکارات مسئولیت اجتماعی سازمان برای بهبود مستمر جامعه، در مجموع تعهد عاطفی و شفقت کارکنان را در محیط کار افزایش می‌دهد. همچنین توجه به این نکته ضروری است که این مطالعه بینش جدیدی را برای مدیریت ارشد سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس، که ابتکارات مسئولیت اجتماعی سازمان خود را تعیین می‌کنند، ارائه می‌کند و این کار را با نشان دادن این انجام می‌دهد که درک کارکنان از مسئولیت اجتماعی سازمان، نیروی محرکه‌ای برای تسهیل اقدامات توأم با شفقت در میان اعضای سازمان است. مدل این مطالعه، براساس نظریه هویت اجتماعی، ادراک کارکنان نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمان را پیش‌بینی‌کننده شفقت در محیط کار شناسایی کرد؛ بنابراین، این مطالعه، مدیران را بر آن می‌دارد تا نقش مسئولیت اجتماعی سازمان را به‌عنوان وسیله‌ای برای غنی‌سازی شفقت در محیط کار بررسی کنند که این امر، آثار هم‌افزایی را ایجاد و انگیزه منافع عمومی را از طریق مسئولیت اجتماعی سازمان و

شغلی خود تأثیر بگذارد. همچنین با توجه به اینکه در این پژوهش، نقش میانجی عدالت رویه‌ای در روابط بین مسئولیت اجتماعی درک و شفقت در محیط کار در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس و فرضیه‌های میانجی متوالی رد شدند، پیشنهاد می‌شود مدیران این سازمان به نحوه نگرش و درک کارکنان از این متغیرها و چگونگی شکل‌گیری عواطف ما بین اعضای سازمان توجه کنند و اقداماتی انجام دهند که نسبت به مسئولیت اجتماعی سازمان و عدالت، نوع نگاه و قضاوت ارزشی و احساسی درستی در کارکنان شکل بگیرد و باعث پاسخ هیجانی و واکنش عاطفی درستی شود. در نهایت باید طبق نظریه رویدادهای عاطفی، رفتارهای توأم با شفقت در محیط کار شکل بگیرد و به این نکته نیز توجه شود که مقتضیات محیط، باعث ایجاد رویدادهای عاطفی می‌شوند، به تعاملات عاطفی در سازمان می‌انجامد و اعضای سازمان باید یاد بگیرند که تجربیات عاطفی سطح فردی خود مثل احساس، حالات و تمایلات عاطفی را به تعاملات گروهی بیاورند و رفتارهای جمعی مثل شفقت در محیط کار را از خود بروز دهند. پژوهش حاضر محدودیت‌هایی نیز داشت که راه‌هایی را برای پژوهش‌های آتی فراهم می‌کند. اول اینکه پژوهش حاضر در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس انجام شده است و ممکن است در صنایع دیگر، نتایج متفاوتی حاصل شود و در این باره پیشنهاد می‌شود که این پژوهش در بخش‌های مختلف صنعت و در کشورهای دیگر نیز انجام شود؛ برای مثال، می‌توان تأثیر مسئولیت اجتماعی را بر متغیرهای پژوهش حاضر در سطح بین‌الملل و با استفاده از عامل فرهنگ به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر انجام داد. همچنین، پژوهش‌های آینده می‌توانند با انجام مصاحبه با کارکنان و مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس و شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر شفقت در محیط کار، مدل پژوهش را گسترش دهند.

همچنین انگیزه کارکنان خود را از طریق شفقت برآورده می‌کند. همچنین، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس به دقت نظارت کنند که چگونه ادراکات کارکنان درباره سازمانشان به‌طور مثبت یا منفی، همراه با بهبودهای واقعی در محیط کار تغییر می‌کند. بر این اساس، رگو و همکاران^۱ (2010) استدلال کردند که ادراکات ذهنی کارکنان نسبت به سازمانشان به‌اندازه محیط کار عینی خودشان، برای بهزیستی روان‌شناختی / عاطفی آنها مهم است؛ بنابراین، مدیریت باید یک شیوه داخلی برای ارتباطات عمومی آماده کند تا به این طریق، روایت‌های تصاویر مثبت از فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی سازمان، در سازمان پخش و ترویج شود، همچنین نشان داده شود که سازمان آنها، واقعاً به جامعه اهمیت می‌دهد و به این گونه که روایت‌های ابتکارات مسئولیت اجتماعی سازمان به اشتراک گذاشته می‌شود، این امر ادراکات کارکنان را از سازمانشان به روش‌های مثبت می‌سازد و کارکنان، سازمان خود را سیستم مراقبتی و منبعی از حمایت اجتماعی و بهبودی می‌بینند. این امر طبق نظریه رویدادهای عاطفی، به افزایش عزت نفس سازمانی، عدالت سازمانی، تعهد عاطفی و در نهایت شفقت در محیط کار منجر می‌شود. همچنین، به مدیران سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس پیشنهاد می‌شود به این مهم توجه کنند که سازمان‌های مسئولیت‌پذیر نسبت به جامعه، شهرت سازمان را افزایش می‌دهند و این امر، به افزایش جذابیت شرکت برای کارکنان آینده، مانند دانشجویان و فارغ‌التحصیلان منجر می‌شود. این پژوهش نشان داد مسئولیت اجتماعی سازمان می‌تواند یک ابزار بازاریابی قدرتمند برای جذب کارکنان واجد شرایط باشد؛ زیرا مزایای مستقیمی مانند یک محیط کاری همراه با شفقت را برای کارکنان فراهم می‌کند و ادراک متقاضیان کار هم از درگیری سازمان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و هم از سیستم مراقبتی سازمان (یعنی شفقت در محیط کار)، ممکن است بر انتخاب آنها برای شروع یا ادامه در مسیر

¹ Rego et al.

منابع

- داودی، ر.؛ همراهی، م.؛ حافظی، ش.؛ خواجه پور، ط.؛ و یگانه زاده، ا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی داخلی با نقش میانجی تعهد عاطفی بر قصد ترک شغل در سازمان تأمین اجتماعی شهرستان کازرون. *دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری*، تهران.
- دهقانی‌زاده، م.؛ و بابایی‌زاده، م. (۱۴۰۱). طراحی مدل شفقت در محیط کار (مورد مطالعه: شرکت گاز استان یزد). *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۱۴(۴)، ۲۳۷-۲۸۴.
- رحیمی کلور، ح. (۱۳۹۴). تأثیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها روی تعهد سازمانی. *کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱*، تهران.
- رنجی جفرودی، ن.؛ و نصراللهی مقدم، پ. (۱۳۹۹). تأثیر مسئولیت اجتماعی درک‌شده بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش میانجی تناسب فرد سازمان، هویت سازمان و حمایت سازمانی ادراک‌شده. *فرآیند مدیریت و توسعه*، ۳۳(۳)، ۷۱-۹۳.
- سرخاوی، ر.؛ ظهیری، آ.؛ احمدی چگنی، س.؛ و کرمی‌راد، ب. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین عدالت سازمانی و عزت‌نفس سازمانی با توجه به نقش میانجی‌گری حمایت سازمانی ادراک‌شده در کارکنان. *یافته‌های نو در روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی)*، ۸(۲۹)، ۷۵-۸۴.
- شهسوارانی، ا. م. (۱۳۹۷). نظریه تبادل اجتماعی: نظریه ارتباطات و تعاملات بین فردی در جامعه. *تحقیقات رسانه بهار*، ۲(۱)، ۵۱-۷۰.
- علوی متین، ی.؛ و محمودی حسینی، س. (۱۳۹۹). بررسی رابطه عزت‌نفس و مسئولیت اجتماعی و نقش آن بر عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شعب بانک ملی تبریز). *چهارمین کنفرانس ملی پژوهش در حسابداری و مدیریت*، تهران.
- غفاری، خ.؛ حسینی، س. س.؛ داوودی، ح.؛ و لک، س. (۱۳۹۷). رابطه عزت‌نفس با عملکرد سازمانی و سازگاری
- شغلی مدیران. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۳۳(۱)، ۲۰۷-۲۲۳.
- قنبری، س.؛ و عزیزی، ا. (۱۳۹۹). نقش میانجی تعهد عاطفی در ارتباط بین اخلاق کاری و شادکامی. *اخلاق در علوم و فناوری*، ۱۵(۳)، ۹۱-۹۷.
- کلابی، ا. م. (۱۴۰۱). مدل تعهد سازمانی با تبیین جایگاه نوآوری سازمانی، فرهنگ سازمانی، مسئولیت اجتماعی شرکتی و خلق ارزش مشترک. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۵(۵۶)، ۱۶۵-۱۹۴.
- مداحیان، ش.؛ و پورمحمدی، ع. (۱۴۰۰). رابطه مسئولیت اجتماعی، تعهد سازمانی و حمایت سازمانی درک‌شده با وفاداری سازمانی. *پژوهش‌های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری*، ۳(۹)، ۱۶۲-۱۷۳.
- هاشمی، س. ا.؛ کاظمی گورتی، ف.؛ بشلیده، ک.؛ و نعامی، ع. ا. (۱۳۹۵). رابطه غنی‌سازی کار- خانواده با رفتارهای شهروندی سازمانی از طریق خلق مثبت و خشنودی شغلی: آزمون نظریه رویدادهای عاطفی. *روان‌شناسی خانواده*، ۳(۱)، ۷۱-۸۰.
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Arshadi, N., & Hayavi, G. (2013). The effect of perceived organizational support on affective commitment and job performance: mediating role of OBSE. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84(2), 739-743.
- Banker, D. V., & Bhal, K. T. (2020). Understanding compassion from practicing managers' perspective: Vicious and virtuous forces in business organizations. *Global Business Review*, 21(1), 262-278.
- Bowling, N. A., Eschleman, K. J., Wang, Q., Kirkendall, C., & Alarcon, G. (2010). A meta-analysis of the predictors and consequences of organization-based self-esteem. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(3), 601-626.

- of Business Ethics*, 125(4), 563-580.
- Fleming, P. (2012). *The end of corporate social responsibility: Crisis and critique*. Sage.
- George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2020). Corporate social responsibility, organizational trust and commitment: A moderated mediation model. *Personnel Review*, 50(4), 1093-1111.
- Gond, J. P., El-Akreimi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Center for Corporate Social Responsibility*, 54(4), 1-47.
- Greenberg, J. (2001). Setting the justice agenda: Seven unanswered questions about "what, why, and how". *Journal of Vocational Behavior*, 58(2), 210-219.
- Guzzo, R. F., Wang, X., & Abbott, J. (2022). Corporate social responsibility and individual outcomes: the mediating role of gratitude and compassion at work. *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(3), 350-368.
- Heck, A. K., Bedeian, A. G., & Day, D. V. (2005). Mountains Out of Molehills? Tests of the Mediating Effects of Self-Esteem in Predicting Workplace Complaining 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(11), 2262-2289.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Ko, S. H. (2018). How employees' perceptions of CSR increase employee creativity: Mediating mechanisms of compassion at work and intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics*, 153(3), 629-644.
- Hur, W. M., Moon, T., and Rhee, S. Y. (2016). Exploring the relationships between compassion at work, the evaluative perspective of positive work-related identity, service employee creativity, and job performance. *Journal of Services Marketing*, 30(1), 103-114.
- Hur, W. M., Rhee, S. Y., Lee, E. J., & Park, H. (2022). Corporate social responsibility perceptions and sustainable safety behaviors among frontline employees: The mediating roles of organization-based self-esteem and work engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 60-70.
- Kelly, J. R., & Barsade, S. G. (2001). Mood and emotions in small groups and work teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(1), 99-130.
- Khan, F. E., Rafiq, M. K., Yaqoob, S., Hussain, T., Jacob, A. A., & Riaz, B. (2022). Mediating influence of procedural justice and distributive justice in affiliation amongst corporate social responsibility and organizational citizenship behavior. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 19(2), 1192-1213.
- Kim, J. S., Milliman, J. F., and Lucas, A. F. (2021). Effects of CSR on affective organizational commitment via organizational justice and Brockner, J., Grover, S., Reed, T. F., & Dewitt, R. L. (1992). Layoffs, job insecurity, and survivors' work effort: Evidence of an inverted-U relationship. *Academy of Management Journal*, 35(2), 413-425.
- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-444.
- Cropanzano, R., Byrne, Z. S., Bobocel, D. R., & Rupp, D. E. (2001). Moral virtues, fairness heuristics, social entities, and other denizens of organizational justice. *Journal of Vocational Behavior*, 58(2), 164-209.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- De Roeck, K., & Maon, F. (2018). Building the theoretical puzzle of employees' reactions to corporate social responsibility: An integrative conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 609-625.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Dutton, J. E., Roberts, L. M., & Bednar, J. (2010). Pathways for positive identity construction at work: Four types of positive identity and the building of social resources. *Academy of Management Review*, 35(2), 265-293.
- Dutton, J. E., Worline, M. C., Frost, P. J., & Lilius, J. (2006). Explaining compassion organizing. *Administrative Science Quarterly*, 51(1), 59-96.
- Ellemers, N., De Gilder, D., & Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. *Academy of Management Review*, 29(3), 459-478.
- Ellemers, N., Kingma, L., Van De Burgt, J., & Barreto, M. (2011). Corporate social responsibility as a source of organizational morality, employee commitment and satisfaction. *Journal of Organizational Moral Psychology*, 1(2), 97-124.
- Estrada, M., Monferrer, D., Rodríguez, A., & Moliner, M. Á. (2021). Does emotional intelligence influence academic performance? The role of compassion and engagement in education for sustainable development. *Sustainability*, 13(4), 1721.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Valette-Florence, P. (2014). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: Exploring multiple mediation mechanisms. *Journal*

- 78(4), 538-551.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage publications.
- Moorman, R. H. (1991). Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors: Do fairness perceptions influence employee citizenship? *Journal of Applied Psychology, 76*(6), 845- 855.
- Moon, T. W., Hur, W. M., Ko, S. H., Kim, J. W., & Yoon, S. W. (2014). Bridging corporate social responsibility and compassion at work: Relations to organizational justice and affective organizational commitment. *Career Development International, 19*(1), 49-72.
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society, 43*(3), 296-319.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal, 32*(3), 622-648.
- Pierce, J. L., & Gardner, D. G. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization-based self-esteem literature. *Journal of Management, 30*(5), 591-622.
- Prutina, Ž. (2016). The effect of corporate social responsibility on organizational commitment. *Management: Journal of Contemporary Management Issues, 21*(1), 227-248.
- Rego, A., Ribeiro, N., & Cunha, M. P. (2010). Perceptions of organizational virtuousness and happiness as predictors of organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Ethics, 93*(2), 215-235.
- Riaz, A., & Kashif, M. (2020). The role of resonant leadership, workplace friendship and serving culture in predicting organizational commitment: The mediating role of compassion at work. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 22*(4), 799-819
- Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Bill, J. B. (1997). Corporate image: Employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics, 16*(4), 401-412.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior, 27*(4), 537-543.
- Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational organization-based self-esteem. International Journal of Hospitality Management, 92*(4), 1-8.
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M., & Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal of Hospitality Management, 61*(4), 26-34.
- Kim, J. S., Song, H. J., & Lee, C. K. (2016). Effects of corporate social responsibility and internal marketing on organizational commitment and turnover intentions. *International Journal of Hospitality Management, 55*(4), 25-32.
- Ko, S. H., & Choi, Y. (2021). Positive leadership and organizational identification: Mediating roles of positive emotion and compassion. *Problems and Perspectives in Management, 19*(1), 13-23.
- Ko, S. H., Choi, Y., Lee, S. H., Kim, J. Y., Kim, J., & Kang, H. C. (2022). Work overload and affective commitment: The roles of work engagement, positive psychological capital, and compassion. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 50*(6), 72-86.
- Korman, A. K. (1970). Toward an hypothesis of work behavior. *Journal of Applied Psychology, 54*(1), 31-41.
- Lilius, J. M., Kanov, J., Dutton, J. E., Worline, M. C., and Maitlis, S. (2012). *Compassion revealed*. The Oxford handbook of positive organizational scholarship, 273-288.
- Lilius, J. M., Worline, M. C., Dutton, J. E., Kanov, J., Frost, P. J., & Maitlis, S. (2003). *What good is compassion at work*. Unpublished manuscript, University of Michigan.
- Lin, N., Jang, J., and Roberts, K. R. (2018). Are employees with higher organization-based self-esteem less likely to quit? A moderated mediation model. *International Journal of Hospitality Management, 73*(2), 116-124.
- Lin, N., & Sauer, K. L. (2017). *Commitment profiles of restaurant employees: a person-centered approach with multigroup structural equation modeling*. Available at SSRN 3092290.
- López-Cabarcos, M.Á., Machado-Lopes-Sampaio-de Pinho, A. I., & Vázquez-Rodríguez, P. (2015). The influence of organizational justice and job satisfaction on organizational commitment in Portugal's hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly, 56*(3), 258-272.
- McAllister, D. J., & Bigley, G. A. (2002). Work context and the definition of self: How organizational care influences organization-basei self-esteem. *Academy of Management Journal, 45*(5), 894-904.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology,*

- justice and job satisfaction: how do they interrelate, if at all?. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 27(1), 67-72.
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182.
- Weiss, H. M., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. *Research in Organizational Behavior*, 18(1), 1-24.
- Wong, I. A., & Gao, J. H. (2014). Exploring the direct and indirect effects of CSR on organizational commitment: The mediating role of corporate culture. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 500- 525.
- Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 211-236.
- Schwarz, N., & Clore, G. L. (2003). Mood as information: 20 years later. *Psychological Inquiry*, 14(3-4), 296-303.
- Shahzad, K., & Muller, A. R. (2016). An integrative conceptualization of organizational compassion and organizational justice: A sensemaking perspective. *Business Ethics: A European Review*, 25(2), 144-158.
- Shahzad, K., Murad, H. S., Kitchlew, N., & Zia, S. A. (2014). Integrating principles of care, compassion and justice in organizations: exploring dynamic nature of organizational justice. *Journal of Human Values*, 20(2), 167-181.
- Simpson, A. V., & Berti, M. (2020). Transcending organizational compassion paradoxes by enacting wise compassion courageously. *Journal of Management Inquiry*, 29(4), 433-449.
- Simpson, A. V., Farr-Wharton, B., & Reddy, P. (2020). Cultivating organizational compassion in healthcare. *Journal of Management & Organization*, 26(3), 340-354.
- Song, H. J., Lee, H. M., Lee, C. K., & Song, S. J. (2015). The role of CSR and responsible gambling in casino employees' organizational commitment, job satisfaction, and customer orientation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 455-471.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2019). Perceived corporate social responsibility's impact on the well-being and supportive green behaviors of hotel employees: The mediating role of the employee-corporate relationship. *Tourism Management*, 72(2), 437-450.
- Swaen, V., & Maignan, I. (2003). Organizational citizenship and corporate citizenship: two constructs, one research theme. *Business Rites, Writs and Responsibilities: Readings on Ethics and Social Impact Management*, 1(4), 107-34.
- Sweeney, P. D., & McFarlin, D. B. (1993). Workers' evaluations of the "ends" and the "means": An examination of four models of distributive and procedural justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55(1), 23-40.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- Tyler, T. R., & Blader, S. L. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 7(4), 349-361.
- Tziner, A., Oren, L., Bar, Y., & Kadosh, G. (2011). Corporate social responsibility, organizational