

عنوان مقاله:

نقش واسطه ای فرهنگ سازمانی بر رابطه بین وظیفه شناسی مدیران و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی دانش و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

کیا ذبیحی شیخ رجه - استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد محمودآباد، محمودآباد، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر رابطه بین ویژگی شخصیتی وظیفه شناسی مدیران عامل و مسئولیت-پذیری اجتماعی شرکت ها می باشد. جامعه آماری پژوهش، مدیران عامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در پایان سال ۱۳۹۸ می باشد. تعداد نمونه آماری با روش کوکران ۱۸۴ نفر تعیین شد و با روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. این پژوهش از نوع کاربردی و پس رخدادی است. مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها دارای پنج بعد راهبری و فرآیندهای درون سازمانی، مسئولیت های محیط کار، مسئولیت های زیست محیطی، مسئولیت های بازار و صنعت و مسئولیت های جامعه و کشور می-باشد. گردآوری داده های ویژگی شخصیتی وظیفه شناسی مدیران با استفاده از پرسشنامه ویژگی شخصیتی هگزاگو و داده های مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت با استفاده از چک لیست مسئولیت پذیری اجتماعی صورت گرفت. داده های اخیر از گزارش فعالیت سالانه هیات مدیره شرکت ها استخراج شد. همچنین داده های فرهنگ سازمانی با استفاده از پرسشنامه دنیسون (۲۰۰۰) گردآوری گردید. در پژوهش حاضر تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار smart pls^۳ و SPSS ۲۴ انجام گردید. یافته های پژوهش نشان می دهد که ویژگی شخصیتی وظیفه شناسی مدیران با کلیه ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها ارتباط معناداری دارد. مدیران با ویژگی شخصیتی وظیفه شناسی به دنبال منافع گروه های مختلف افراد درگیر با شرکت می باشند و مسئولیت اجتماعی در قبال عموم افراد جامعه، کارکنان، محیط زیست و بازار محصولات شرکت در اولویت برنامه های شرکت قرار خواهد گرفت.

کلمات کلیدی:

فرهنگ سازمانی، ویژگی شخصیتی وظیفه شناسی، مسئولیت پذیری اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1816611>

