

## چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی اثر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد آن با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمانی در شرکت‌های فعال در زمینه تولید مواد غذایی و آشامیدنی است. از این رو، تحقیق حاضر بر اساس هدف، تحقیقی کاربردی و از نظر شیوه اجرا یک تحقیق توصیفی-پیمایشی از نوع علی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مجموعه شرکت‌های تولیدی مواد غذایی و آشامیدنی شهر رشت می‌باشد. روش جمع آوری داده‌ها در این تحقیق میدانی و بوسیله ابزار پرسشنامه می‌باشد. داده‌های تحقیق از ۵۲ شرکت بر اساس جدول مورگان و به روش نمونه گیری تصادفی (سهمیه‌ای) جمع آوری شدند. به منظور تحلیل داده‌ها از روش مدل یابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SmartPLS استفاده شد. نتایج تحقیق نشان دادند که مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت هم بطور مستقیم و هم بطور غیر مستقیم از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد آن تاثیر مثبت معنادار خواهد داشت. همچنین بررسی نقش اندازه شرکت و سابقه فعالیت شرکت در این بین نشان داد که اندازه سازمان تاثیر مثبت معنادار بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها و عملکرد آنها خواهد داشت. بدین معنی که با افزایش اندازه انتظار می رود شاهد افزایش مسئولیت پذیری شرکت ها و در نتیجه عملکرد آنها باشیم. سابقه فعالیت سازمان نیز یک تاثیر مثبت معنادار بر مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها خواهد داشت. اما اثر سابقه فعالیت شرکت بر عملکرد تأیید نشد.

کلمات کلیدی: مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، عملکرد، نوآوری سازمان