

عملکرد برای یک سازمان مسأله‌ای حیاتی است و در واقع سازمانی که عملکرد بالایی نداشته باشد دیر یا زود از صحنه رقابت حذف خواهد شد. در عین حال تأمین مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، هزینه‌هایی در بر دارد. همین مسأله باعث می‌شود تا شرکت‌ها به هنگام تصمیم‌گیری برای مشارکت و حضور فعال در برنامه‌های مسئولیت اجتماعی دچار تردید شوند که آیا تأمین مسئولیت اجتماعی خطری برای عملکرد مالی آنها نخواهد داشت؟ در این راستا هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر مسئولیت پذیری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت های صنایع لبنی در استان گیلان از طریق نوآوری سازمانی است. روش پژوهش همبستگی و جامعه آماری تحقیق شرکتهای شرکت های صنایع لبنی استان گیلان می باشد. با توجه به این که در این تحقیق شرکت های تولیدی به عنوان جامعه آماری هستند، لذا سطح تجزیه و تحلیل سازمانی است. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع سرشماری است. در هر شرکت به طور متوسط بین سه تا پنج پرسشنامه توزیع گردید و میانگین جواب پاسخ دهندگان به عنوان مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است پرسشنامه ها در بین مدیران ارشد شرکت ها توزیع شده است. تعداد نمونه مورد مطالعه شامل ۲۱ شرکت است. پس از جمع آوری داده ها به وسیله پرسشنامه های استاندارد، جهت ارزیابی روابط بین متغیرها از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر معنی داری بُعد اجتماعی و بُعد اقتصادی مسئولیت پذیری سازمانی بر نوآوری سازمانی دارد. تاثیر معنی دار نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت تایید شد. از سوی دیگر تاثیر معنی داری بُعد اجتماعی و بُعد اقتصادی مسئولیت پذیری سازمانی از طریق نوآوری سازمانی بر عملکرد مالی شرکت های لبنی استان گیلان هم مورد تایید قرار گرفت.

واژگان کلیدی : عملکرد مالی، نوآوری سازمانی، بُعد اجتماعی مسئولیت پذیری، بُعد اقتصادی مسئولیت پذیری.