

# 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향 : 강원도기업을 중심으로

손정환\*

동국대학교 기술창업학화 박사과정

이용수\*\*

서울시립대학교 경영학과 석사과정

## 국 문 요 약

2000년대 이후 기업의 경제적 이익을 위한 본연의 성과를 성취하기 위해서는 영리적 이익추구 이외에도 기업 내외부의 관여된 활동 범주 내에서 투자자, 소비자, 시민단체 그리고 노동조합등에 사회적책임(Corporate Social Responsibility:CSR)의 중요성이 점차 커져가고 있다. 이 중 사회적책임과 조직 내 구성원들의 조직유효성의 영향에 대한 다양한 선행논문이 있었으나, 지역으로 세분화하여 분석한 연구가 상대적으로 미비하였다. 이에 따라 강원도를 한정된 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향을 분석하여 강원도 소재 기업들의 사회적책임에 대한 기반적 자료로써 활용될 것으로 여겨진다.

이를 확인하기 위해 본 연구는 강원도 소재 기업에 종사하는 구성원들을 대상으로 자료를 수집하여 총 186부의 표본을 활용하였다. 검증결과 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입이 긍정적인 영향을 미치나 조직시민행동에 부분적으로 채택되었으며, 조직신뢰는 조직시민행동에 긍정적 영향을 미치고 조직몰입은 조직시민행동에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 연구되었다.

본 연구는 선행논문에서 밝힌 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향에 대해서 지역을 한정해서 연구했으며, 분석결과 강원도 지역 내 사회경제기업들이 다수 포진되어 있으며, 공동체성이 높기 때문에 사회적책임이 조직 유효성과 조직시민행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

핵심어: 사회적책임, 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동, 강원도기업

## 1. 서론

2000년대 이후 영리기업의 사회적책임(Corporate Social Responsibility:CSR)의 중요성이 대두됨에 따라, 영리기업은 본연의 영리적 이익추구 이외에도 기업 내외부의 관여된 활동 범주 내에서 투자자, 소비자, 노동조합 그리고 시민단체등에 사회적책임에 대한 일정한 계획을 세우고 이를 수행하기를 기대하게 되었다.(Aguinis & Glavas, 2012)

영리기업이 사회적책임을 필수요소로 자리 잡아감에 따라서 영리기업의 사회적책임과 함께 사회에서 공정성에 대한 관심이 상승하면서, 영리기업의 사회적책임과 공헌활동들의 핵심포인트는 공정한 일터를 조성하는 것이라는 선행연구가 있다.(Turker,2009)

조직 내 구성원을 대상으로 사회적책임이 조직유효성에 영향을 미치는 선행연구는 프랜차이즈 CSR이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향(이경희, 2009), 호텔기업의 사회적책임, 조직신뢰 및 조직성과간의 구조관계(김지희,2009), 기업의 사회적책임이 조직구성원의 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향(박혜원·한주희, 2011), 카지노기업의 사회적책임활동이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향(윤혜원 외, 2014) 등이 있으나, 지역으로 세분화한 기업들의 사회적책임이 조직 내 구성원에 미치는 연구는 미비한 실정이다. 특히 통계청의 발표한 2017년도 중소기업 통계에 따르면 강원도는 경기도에 비해 지표별 25~30배의 차이를 보이고 있으며, 매년 격차가 늘어나고 있다.(심상필·장운옥, 2019) 또한, 강원도에는 사회경제기업의 분포가 중소기업 대비 0.82%로 전국 평균 0.4%에 비해 2배

\* onlycity1@gmail.com

\*\* yssevenlee@gmail.com

이상 구성되어 있으며, 사회적경제기업의 사회적책임이 조직유효성에 유효한 영향을 미친다고 밝혔다(기영화, 2017).

본 연구는 강원도 내 소재하고 있는 기업들이 사회적 책임을 통해서 조직 내 구성원들이 조직 내 조직신뢰(Organizational trust)와 조직몰입(Organizational commitment)로 영향을 주며 이를 기반으로 조직시민행동(Organized Citizenship Behavior)에 미치는 영향을 분석하는 데 있다.

## II. 연구 배경

### 2.1 강원도기업

사회적경제기업에서 사회적책임은 중요한 요소이며, 지역 사회에서 강한 지역적 연대감을 바탕으로 지역주민들을 조직 내 구성원으로서 참여하면서 조직유효성에 영향을 미친다고 주장하였다(기영화, 2017).

전국의 중소기업은 총 6,299,512개로 지역별로 보면 경기도가 1,502,527개로 가장 많으며, 강원도는 195,034개로 구성되어 있다(중소벤처기업부, 2019). 그러나 사회적경제기업은 경기도는 3,214개가 있는 것에 비해 강원도에는 1,066개로 구성되어 있다(한국사회적기업진흥원, 2019).

중소기업 대비 사회적경제기업 비율은 전국 평균(0.30%)에 비해서 중소기업이 가장 많은 경기도의 경우 0.21%에 그쳤고 강원도는 0.54%로 전국 평균에 비해 1.5배로 나타나고 있다. 이에 따라 사회적경제기업이 많이 분포된 강원도기업은 연구의 의의가 있다.

### 2.2 사회적책임

사회적책임은 선행논문을 통해 다양하게 정의되고 있다.

사회적책임은 회사가 관심 있게 바라보는 사회문제에 대해서 사회적의무감을 가지고 이행하는 활동이라고 하며 기업의 능력과 사회적책임은 회사 내 생산되는 제품 혹은 회사를 평가하는데 중요한 영향력을 가진다고 정의하였다(Brown & Dacin, 1997). 사회적책임을 이윤을 창출하는 경제적 책임, 법적책임, 윤리적책임 그리고 자발적 욕구에 의한 재량적 책임 등의 유형으로 구분하는 연구도 있다(Carroll, 1999). 국내연구로는 서비스기업의 사회적책임이 임직원의 조직신뢰와 서비스몰입에 유의한 영향을 미친다고 하며(지성구, 2006), 기업의 사회적책임의 인식은 사회적책임에 태도에 영향을 미치며, 기업명성은 직무만족과 조직일체감에 긍정적 영향을 미치고 있기 때문에 사회적 책임을 통해서 조직 구성원의 자긍심을 높아진다고 주장

하였다(윤각·류지영, 2011).

### 2.3 조직신뢰

조직 내 구성원들이 불확실한 상황에서도 본인이 속한 기업 내에서 믿고 따르려는 의지의 정도를 조직신뢰라고 하였다(지성구, 2006). 또한 조직과 조직 내 구성원들이 고용시 계약관계에서 파생된 신뢰로서, 조직 내 구성원들이 조직에 대해서 지속적인 몰입과 자발적 참여를 수행하고 위기 발생시 효율적으로 대처하게 되는 심리적 유대감을 통해 조직 내 구성원들이 조직에 대한 총괄적인 평가라고 주장하였다(이미혜·장혜진, 2015).

### 2.4 조직몰입

조직몰입(Organizational commitment)은 조직에 대한 충성심을 보이며 조직에 대해 협력적인 행동을 취하고, 조직 내 구성원이 자신이 속한 조직 내에서 협력적인 행동을 하게 되는 것으로 조직의 자부심을 느끼면 조직 내에서 더욱더 협력적이고 충성심을 보인다고 주장하였다(Tyler & Drgoey, 1996).

조직몰입에 대해 정서적 몰입은 조직 내 구성원이 조직과 얼마나 동일시되고 정서적으로 연계성에 관한 것이며, 지속적 몰입은 조직을 이탈하면서 발생할 수 있는 비용 때문에 조직에 머무르게 되는 것이며, 규범적 몰입은 조직 내 구성원의 유지 및 훈련을 위해서 투입된 비용에 대해서 의무감을 가지게 됨이라고 구분하였다(권도희, 2013).

### 2.5 조직시민행동

명확하거나 직접적으로 공식적 보상과 관련 있다고 볼 수 없는 개인의 자선적인 행동이며, 전반적으로 조직 기능을 효과적으로 만드는 것으로 주장하였다(Organ, 1988). 조직 내 구성원이 조직 내에서 수행하는 역할 이외의 활동으로 공식적으로 보상체계에 포함되지 않는 자발적이고 개인적 재량에 의해서 활동하는 것을 의미하며, 이를 통해서 조직성장에 긍정적인 효과를 나타낸다고 주장하였다(Colquitt et al., 2007).

조직시민행동이 미치는 영향을 개인차원과 조직차원으로 구분하였다(Podsakoff et al., 2009). 개인차원에서는 성과평가, 보상, 그리고 개인의 이직 및 결근에 영향을 미치고, 조직차원에서는 조직의 효과성, 고객만족 그리고 조직수준의 이직률에 영향을 준다고 주장하였다(박중희·김선희, 2007).

### III. 연구방법

#### 3.1 가설설정

##### 3.1.1 사회적책임과 조직시민행동과의 관계

기업의 사회적책임을 통해서 지역사회와 이해관계자들에게 윤리적으로 친사회적인 행동을 취하면 조직 내 구성원들에게 친사회적인 가치를 부여하여 조직의 목표에 대해서 조직에서 요구하는 이상의 수행을 할 가능성이 높다고 주장하였다(Dutton et al., 1994). 국내기업을 대상으로도 사회적책임 활동을 통해 조직시민행동에 긍정적인영향을 미친다고 밝혔다(박혜원·한주희, 2011).

**H1: 사회적책임은 조직시민행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

##### 3.1.2 사회적책임과 조직신뢰와의 관계

기업이 사회적책임에 충실할 경우 조직 내 종사자들은 기업을 신뢰할 만하다고 생각하게 되어 기업에 대해 매력적이라고 평가한다고 주장한 선행논문이 있다(Greening & Turban, 2000). 프랜차이즈의 종사자를 대상으로 한 사회적책임이 조직신뢰에 긍정적인 연관관계가 있음을 증명하였고(이경희, 2009), 항공사의 종사자들 대상으로 사회적책임이 조직신뢰와 유의한 영향을 미친다고 하였다.(우정선, 2016)

**H2: 사회적책임은 조직신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

##### 3.1.3 사회적책임과 조직몰입과의 관계

기업이 사회적책임을 다할 때 조직몰입과 같은 긍정적인 내부효과를 발생할 수 있다고 주장한 선행논문이 있으며(Peterson, 2004) 호텔기업 종사자의 경우 사회적책임과 조직몰입과 영향을 미치지 않는다고 분석한 선행논문도 있다(김지희, 2009). 본 연구에서는 강원도 내 기업의 사회적책임이 조직몰입에 영향이 있음을 가설로 설정하였다.

**H3: 사회적책임은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

##### 3.1.4 조직신뢰와 조직시민행동과의 관계

조직신뢰는 조직 내 구성원의 태도, 조직시민행동에 유의한 영향을 준다는 밝혔다(문형구 외, 2011), 조직신뢰가 조직시민행동에 긍정적인 영향을 준다는 선행논문이 다수가 있다.(이인성·강인원, 2019)

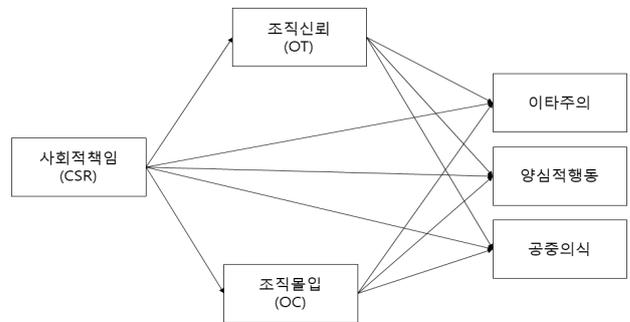
**H4: 조직신뢰는 조직시민행동과 유의한 영향을 미칠 것이다.**

##### 3.1.5 조직몰입과 조직시민행동과의 관계

조직몰입과 같은 조직적 요인들이 조직시민행동에 유의한 관계가 있다고 주장하였고(Schwepker Jr, 2001) 조직시민행동은 조직 내 구성원이 조직의 발전을 곧 자신의 발전에 미치게 되어 긍정적인 역할을 미친다는 선행논문이 있다(Rioux & Penner, 2001).

**H5: 조직몰입은 조직시민행동과 유의한 영향을 미칠 것이다.**

#### 3.2 연구모형



<그림 1> 연구모형

본 연구에서는 강원도 내 소재 기업에서 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향관계를 확인하고자, 위와 같은 연구모형을 설계하였다.

#### 3.3 연구대상 및 분석방법

본 연구는 강원도에 소재한 기업에 종사하고 있는 조직 내 구성원을 대상으로 총 186부를 유효한 표본을 수집하였다. 사회적책임은 환경, 공정거래, 지역공동체등의 질문 문항 7개문항(David et al., 2005)를 사용하였으며, 조직신뢰의 경우 의견공유, 공정성, 지원에 관한 질문 3개문항(Mayer et al., 1995)를 구성하였으며, 조직몰입은 가치관, 노력, 긍정적발언에 관한 질문 3개문항(Spence et al., 2001) 마지막으로 조직시민행동은 이타주의행동, 양심적행동, 공중의식 각 3개문항(Rupert J, 2014)을 사용하여 리커트 척도(Likert Scale)로 측정하였다.

수집된 자료를 바탕으로 SPSS24와 AMOS18 프로그램을 사용하여 분석하였다. 수집된 통계량의 유의한 수준으로  $p < .05$ 으로 설정하였다.

## IV. 연구결과

### 4.1 인구통계학적 특성

본 연구를 위해 온라인 자기기입방식을 통해 설문조사를 실시하여, 강원도 내 소재 기업 종사자 192명을 대상으로 표본이 완성되었고, 그 중 불성실한 응답자 6명을 제외한 186명을 연구대상으로 선정하였다. 연구대상에 대한 일반적 특징과 회사의 특성을 파악하기 위해 다음과 같이 빈도분석을 실시하였다.

<표 1> 연구대상의 일반적 특성

변수	구분	빈도	퍼센트
성별	남자	100	53.7
	여자	86	46.3
연령	20대	69	37.1
	30대	65	35.0
	40대	19	10.2
	50대	13	7.0
	60대 이상	20	10.7
최종학력	고졸 이하	2	1.1
	전문대 재학/졸업	21	11.3
	대학교 재학/졸업	147	79.0
	대학원 재학/졸업	16	8.6
직위	임원	36	19.3
	팀장(중간관리자)	25	13.4
	실무자	125	67.3
전체		304	100.0

<표 2> 연구대상의 소속 기업의 특성

변수	구분	빈도	퍼센트
법인형태	주식회사	108	58.1
	협동조합	50	26.9
	사회적 협동조합	19	10.2
	기타법인	9	48.8
업종	교육	27	14.5
	홍보마케팅	52	28.0
	사회복지	13	6.9
	문화예술	7	3.8
	제조	56	30.1
	유통	31	16.7
설립년도	2000년 이전	24	13.0
	2000-2004년	1	0.4
	2005-2009년	19	10.2
	2010-2014년	45	24.2
	2015년 이후	97	52.2
인증보유	사회적기업	6	3.2
	에비사회적기업	67	36.0
	여성기업	21	11.3
	장애인기업	13	7.0
	해당없음	79	42.5
전체		186	100.0

### 4.2 신뢰도분석

본 연구에서 활용한 도구의 신뢰도를 평가하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수를 도출하였다. 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .70 이상이면 측정도구의 신뢰도가 양호한 것으로 보는데(DeVellis, 2016), 모든 변수의 Cronbach's  $\alpha$ 는 기준치 이상으로 나타나 측정도구의 신뢰도는 양호한 것으로 판단되었다.

<표3> 신뢰도분석

변수	Cronbach's $\alpha$	항목수
CSR	.871	7
OT	.890	3
OC	.778	3
OCB - 이타주의	.882	3
OCB - 양심적행동	.786	3
OCB - 공중의식	.916	3

### 4.3 기술통계 및 상관관계

연구모형에 사용되는 측정변수의 수준을 파악하기 위해 기술통계분석을 실시했으며, 정규성 가정 만족여부를 평가하기 위한 왜도와 첨도를 다음과 같이 도출하였다. 일반적으로 왜도는 절대값 기준으로 2 미만, 첨도는 절대값 기준으로 7 미만이면 자료가 정규성 가정을 만족하는 것으로 판단하는데(West et al., 1995), 모든 변수의 왜도와 첨도의 절대값이 2 미만으로 나타나서 본 자료는 정규성 가정을 만족하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 최대우도추정법을 이용한 경로분석을 검증하는데 있어서 자료 분포도는 만족하는 것으로 확인되었다.

<표4> 기술통계

변수	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
CSR	3.14	4.85	4.30	.51	-.47	-.92
OT	3.00	5.00	4.70	.46	-1.96	1.97
OC	3.66	5.00	4.53	.47	-.27	-1.52
OCB - 이타주의	3.00	5.00	4.51	.58	-1.05	-0.21
OCB - 양심적행동	3.00	4.33	3.92	.51	-.53	-1.61
OCB - 공중의식	2.66	5.00	4.16	.89	-.88	-.92

본 연구의 가설적 모형에서 사용된 변수 간 상관성을 확인하기 위하여 Pearson의 상관분석을 다음과 같이 실시하였다

<표5> 상관관계

변수	1	2	3	4	5	6
1. CSR	1					
2. OT	.651**	1				
3. OC	-.831**	.503**	1			
4. OCB-이타주의	.681**	.743**	.693**	1		
5. OCB-양심적행동	.639**	.541**	.806**	.405**	1	
6. OCB-공중의식	.749**	.432**	.765**	.297**	.648**	1

\* p<.05, \*\* p<.01

#### 4.4 모형 적합도 검증

본 연구의 가설을 검증하고자 연구모형을 구성하였고, 모형적합도를 통해 검증하였다. 검증결과로 카이제곱 통계량을 자유도로 나눈 값은 0.520으로 3 미만의 수치를 보였으며, RMSEA=.000, TLI=1.022, CFI=1.000로 모두 적합도 기준치를 충족하였다.

<표6> 모형 적합도

모형	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	RMSEA	TLI	CFI
가설적 모형	0.520	1.000	0.520	0.000	1.022	1.000
기준값	< 3	< .08	< 3	< .08	> .90	> .90

#### 4.5 경로분석 결과

본 연구의 연구모형에서 변수 간에 직접효과를 검증하기 위해서 경로별 유의성을 검증하였다.

<표7> 경로분석 결과

경로			Estimate	S.E.	C.R.	p	결과
CSR	→	OT	.396	.067	5.884***	<.001	채택
CSR	→	OC	.442	.054	7.861***	<.001	채택
CSR	→	이타주의	.437	.063	6.919***	<.001	채택
CSR	→	양심적행동	.087	.068	1.272	.203	기각
CSR	→	공중의식	-.040	.085	-.473	.636	기각
OT	→	이타주의	.653	.079	8.246***	<.001	채택
OT	→	양심적행동	.243	.086	2.832**	<.01	채택
OT	→	공중의식	.436	.107	4.098***	<.001	채택
OC	->	이타주의	.043	.059	.737	.461	기각
OC	->	양심적행동	.440	.063	6.947***	<.001	채택
OC	->	공중의식	.856	.079	10.886***	<.001	채택

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

## V. 연구결과

### 5.1 논의 및 시사점

본 연구는 강원도 내 소재한 기업에 종사자를 대상으로 기업의 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입 그리고 조직시민행동에 미치는 영향에 대해 검증하고자 하였다.

연구의 결론은 요약하면 아래와 같다.

첫 번째, 기업의 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입에 유의한 영향을 주었으나 조직시민행동의 경우 부분적으로 유의한 영향을 주었다.

두 번째, 기업의 조직신뢰는 조직시민행동에 유의한 영향을 주었다.

세 번째, 기업의 조직몰입은 조직시민행동에 부분적으로 유의한 영향을 주었다.

위의 연구결과를 기반으로 시사점은 다음과 같다.

강원도 내 기업들은 공동체성이 강하며, 지역 내 사회적 책임활동을 비교적 많이 수행하는 사회적경제기업이 지역 전반에 퍼져 있기 때문에 사회적책임이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 유의한 영향을 주는 것으로 연구되었다. 이는 사회적기업의 사회적책임이 조직 유효성을 높이는 데 영향을 준다고 밝힌 선행논문과도 일치한 견해를 보이고 있다(손정환 외, 2020). 그러나 사회적책임만을 가지고 조직시민행동의 영향을 주는 것보다 조직신뢰, 조직몰입에 대한 요인들을 결합을 통해서 조직시민행동의 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 할 수 있다.

본 연구는 위와 같은 시사점에 불구하고 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

연구대상이 강원도 기업으로 한정적이기 때문에 전국적으로 확대해서 해석하기는 어렵다. 더불어 조직 내 구성원에 대한 조직몰입, 조직신뢰, 조직시민행동의 영향의 관계를 직급에 관계 없이, 고용관계에 관계 없이 구성하여 부분적으로 직급, 고용관계등과의 구분을 통해 연구도 지속적으로 필요하다.

마지막으로 본 연구의 결과를 통해서 강원도 내 기업의 경영자 및 정책수립자가 기업 내 사회적책임에 대한 전략수립을 추진시 도움이 되길 바란다.

## 참고문헌

- 기영화(2017). 사회적경제 차원의 사회적기업과 기업의 사회적 책임의 비교연구. *사회적경제와 정책연구*, 7(3), 79-108.
- 권도희(2013). *항공사 객실승무원의 변혁적 리더십과 조직유효*

- 성의 관계: 감성지능의 조절효과와 매개효과 중심으로 박사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 김지희(2009). 호텔기업의 사회적 책임, 조직신뢰 및 조직성과간의 구조적 관계. 박사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 문형구·최병권·내은영(2011). 국내신뢰 연구의 동향과 향후 연구 방향에 대한 제언. *경영학연구*, 40(1), 139-186.
- 박종희·김선희(2007). 서비스산업에서 점점종업원의 조직시민행동에 대한 고객지각이 고객의 태도에 미치는 영향. *유통연구*, 12(4), 79-108.
- 박혜원·한주희(2011). 기업의 사회적 책임 (CSR) 이 조직 구성원의 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구. *조직과 인사관리연구*, 35, 115-140.
- 손정환·김미희·곽윤식(2020). 사회적기업의 조직효율성 증대를 위한 영향요인 분석. *한국정보기술학회논문지*, 18(9), 35-42.
- 심상필·장운옥(2019). 강원도 중소기업 정책자금지원제도의성과 분석. *벤처창업연구*, 14(4), 179-190.
- 우정선(2016). 항공사의 사회적 책임활동이 조직신뢰 및 조직몰입에 미치는 영향: 항공사승무원을 대상으로. *관광연구*, 31(4), 279-300.
- 윤각·류지영(2011). CSR 활동의 내부 마케팅 효과 연구-기업명성과 임직원들의 직무만족을 중심으로. *홍보학 연구*, 15(3), 41-76.
- 윤혜원·이석기·이기원(2014). 카지노기업의 사회적 책임활동이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향. *관광레저연구*, 26(7), 373-392.
- 이경희(2009). 프랜차이즈 CSR 이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향: 조직신뢰와 직무만족의 매개역할. 박사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 이미혜·장혜진(2015). 컨벤션 종사자의 조직신뢰가 직무만족과 조직성과에 미치는 영향연구. *관광연구*, 30(2), 375-399.
- 이인성·강인원(2019). 기업의 사회적 책임이 조직몰입, 조직신뢰, 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구: 창업보육센터 입주기업을 중심으로. *벤처창업연구*, 14(2), 235-247.
- 지성구(2006). 서비스기업의 사회적 책임활동이 종업원의 조직신뢰와 서비스몰입에 미치는 영향. *대한경영학회지*, 19(5), 1867-1893.
- Aguinis, H., & Glavas, A.(2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of management*, 38(4), 932-968.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A.(1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of marketing*, 61(1), 68-84.
- Carroll, A. B.(1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A.(2007). Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. *Journal of applied psychology*, 92(4), 909.
- David, P., Kline, S., & Dai, Y.(2005). Corporate social responsibility practices, corporate identity, and purchase intention: A dual-process model. *Journal of Public Relations Research*, 17(3), 291-313.
- DeVellis, R. F.(2016). *Scale development: Theory and applications (Vol. 26)*. Sage publications.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V.(1994). Organizational images and member identification. *Administrative science quarterly*, 239-263.
- Greening, D. W., & Turban, D. B.(2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & society*, 39(3), 254-280.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D.(1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Organ, D. W.(1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington Books/DC Heath and Com.
- Peterson, D. K.(2004). *Benefits of participation in corporate volunteer programs: employees' perceptions*. Personnel review.
- Podsakoff, N. P., Whiting, S. W., Podsakoff, P. M., & Blume, B. D.(2009). Individual-and organizational-level consequences of organizational citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of applied Psychology*, 94(1), 122.
- Rioux, S. M., & Penner, L. A.(2001). The causes of organizational citizenship behavior: a motivational analysis. *Journal of applied Psychology*, 86(6), 1306.
- Baumgartner, R. J.(2014). Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(5), 258-271.
- Schwepker Jr, C. H.(2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of business research*, 54(1), 39-52.
- Spence Laschinger, H. K., Finegan, J., & Shamian, J.(2002). The Impact of Workplace Empowerment, Organizational Trust on Staff Nurses' Work Satisfaction and Organizational Commitment. In (Ed.) *Advances in Health Care Management*, 9-85.
- Turker, D.(2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics*, 85(4), 411-427.
- Tyler, T. R., & DeGoey, P.(1996). Trust in organizational authorities. *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 331-356.
- West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J.(1995). *Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies*.