

The Export Development Model of Knowledge-Based Companies in the Field of Electronics and Electricity in Iran, Focusing on Improving the Organizational Commitment of Employees

Ruhollah Sohrabi¹, Vahid Chenari^{*2}, Mohammad Hemati³, Mehrdad hamrahi⁴

1. PhD Student, Department of Public Administration, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Public Administration, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran. **Email:** Vahid.chenari@iau.ac.ir
3. Associate Professor, Department of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Management, Kazeron Branch, Islamic Azad University, Kazeron, Iran.

ABSTRACT

The export of knowledge-based products with high technology is considered very important for the national economy of developing countries due to its influential role in creating added value and earning currency. On the other hand, the organizational adherence of employees is also vital for the effective functioning of knowledge-based companies, and its absence causes these organizations to bear a lot of costs. In this regard, this research was carried out with the aim of developing a model of export development of knowledge-based companies in the field of electronics and electricity, focusing on improving the organizational commitment of employees in Iran. This research was carried out using a mixed method (qualitative-quantitative) which extracted 17 indicators of the desired model in the qualitative part and by using the content analysis of valid researches and determining the relationship between the indicators to achieve the model in the quantitative part. It was done by relying on the Interpretive Structural Modeling (ISM) method. Analyzing the qualitative and quantitative data of the research was the achievement of a six-level model, the most effective indicators of this model being the appropriate working environment in knowledge-based companies, internal and external communication of knowledge-based companies, the state of labor demand in export markets and special characteristics in the sixth level of this model were knowledge-based companies.

Keywords: Knowledge, exports, employee commitment, knowledge-based organizations.

JEL: D7, D73.

مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران با محوریت ارتقاء پایداری سازمانی کارکنان

روح اله سهرابی^۱، وحید چناری^{۲*}، محمد همتی^۳، مهرداد همراهی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۲۹

چکیده

صادرات محصولات دانش‌بنیان با فناوری بالا به دلیل نقش تاثیرگذار بر ایجاد ارزش افزوده و ارزآوری، برای اقتصاد ملی کشورهای درحال توسعه بسیار با اهمیت تلقی می‌شود. از طرفی، پایداری سازمانی کارکنان برای عملکرد مؤثر شرکت‌های دانش‌بنیان هم امری حیاتی است و نبود آن، این سازمان‌ها را متحمل هزینه‌های زیادی می‌کند. در این راستا این پژوهش با هدف تدوین مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق با محوریت ارتقاء پایداری سازمانی کارکنان در ایران به انجام رسید. این پژوهش با استفاده از روش آمیخته (کیفی-کمی) به انجام رسید که استخراج ۱۷ شاخص مدل موردنظر در بخش کیفی و با استفاده از تحلیل محتوا پژوهش‌های معتبر انجام شده صورت گرفت و تعیین ارتباط بین شاخص‌ها برای دستیابی به مدل در بخش کمی با اتکا به روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) انجام شد. تحلیل داده‌های کیفی و کمی پژوهش دستیابی به مدلی شش سطحی بود که تاثیرگذارترین شاخص‌های این مدل در سطح ششم محیط کاری مناسب در شرکت‌های دانش‌بنیان، ارتباطات درون و برون سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان، وضعیت تقاضای کار در بازارهای صادراتی و ویژگی‌های خاص شرکت‌های دانش‌بنیان بودند.

واژه‌های کلیدی: دانش، صادرات، پایداری کارکنان، سازمان‌های دانش‌بنیان.

طبقه‌بندی JEL: D73, D7.

پرونده علمی دانش‌بنیان و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت دولتی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران.
۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران. (نویسنده مسئول: Vahid.chenari@iaau.ac.ir).
۳. دانشیار گروه مدیریت، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.
۴. استادیار گروه مدیریت، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، ایران.

مقدمه

امروزه به دلیل اینکه محور اصلی رشد و توسعه یافتگی بخش صادرات مبتنی بر دانش، استفاده از فناوری روز دنیا در تولیدات داخلی است و فناوری‌های جدید به طور مدام زمینه را برای تقاضاهای جدید فراهم می‌کند، این تقاضاها خود محرک سرمایه‌گذاری و تضمین‌کننده رشد و شکوفایی صادرات شده است که در دنیای صنعتی امروز دارای اهمیت زیادی است (وانگ^۱، ۲۰۲۱). دنیای امروز در حال گذر از اقتصاد صنعتی به اقتصاد دانشی است. در این اقتصاد سازمان‌ها برای غلبه بر پیچیدگی و بقاء در یک محیط رقابتی شدید ناگزیر به تکیه بر دانش به جای سایر عوامل مزیت آفرین اقتصاد صنعتی هستند. مطابق دیدگاه کالابریز قرن ۲۱ ویژگی‌های دارد که نیازمند سازمان‌های دانش‌بنیان با پاسخگویی و انعطاف بیشتر و قابلیت تطابق‌پذیری سریع با افزایش روند تغییرات و تقاضاها در دو بخش خدمات و تولید است (مهدی‌نژاد، نوری و همکاران، ۱۳۹۶). امروزه متعاقب جهانی‌شدن و تغییرات ایجادشده، حجم عظیمی از داده‌ها و اطلاعات خام برجای مانده است؛ بنابراین برای تبدیل آن‌ها به اطلاعات و دانش مناسب و قابل استفاده برای حل مسائل تجاری، سازمان‌ها باید دائماً توانمندی‌های خود را افزایش دهند. اقتصاددانان به شکل سنتی، بر زمین و منابع طبیعی، کارگر، و سرمایه در حکم اجزای ضروری سازمان‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند. با وجود این در عصر اطلاعات، دانش به اندازه سه جزو مذکور مهم است. این موضوع خود باعث تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و پایه‌گذاری و ماندگاری اقتصاد دانش‌بنیان در کشورهای درحال توسعه شده است (کشاورز و همکاران، ۱۴۰۰). اقتصاد یک کشور وقتی شکوفا می‌شود که بستر لازم برای نوآوری و حضور در بازارهای رقابتی جهانی فراهم شود. حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت‌های یک کسب و کار دانش‌بنیان قرار دارد. این کسب و کارها در بهبود فرایندهای تولید، تحقیق و توسعه، غنی‌سازی علمی و فنی، آموزش، پرورش و توسعه انسانی، انتقال دانش و نشر و اشاعه نوآوری در کشور نقش مهمی ایفاء می‌کنند (انتظاریان، ۱۴۰۰). اهمیت توسعه همکاری‌های بین‌المللی در صنایع دانش‌بنیان برای کشورهای در حال توسعه صرفاً به دلیل ارزآوری بیشتر این نوع همکاری‌ها نیست، بلکه دیگر مزایای صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان این موضوع را برای صنعت کشور به امری راهبردی تبدیل کرده است (زمانی و همکاران، ۱۳۹۸). به رغم اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان در اقتصاد ملی و ضرورت توجه به توسعه و برونگرایی آن‌ها، براساس آمار صندوق حمایت از سرمایه‌گذاری صنایع کوچک در سال ۲۰۱۸، مشاهده می‌شود که سهم شرکت‌های کوچک و متوسط از صادرات ایران فقط ۱۰ درصد است و طبق گزارش صندوق توسعه ملل متحد، رقم صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان با فناوری پیشرفته ایران از صادرات غیرنفتی کمتر از یک‌ونیم درصد بوده و رتبه ایران در این حوزه از کشورهای منطقه همچون عربستان و ترکیه پایین‌تر است (آنکتاد^۲، ۲۰۱۷). ورود به بازارهای خارجی و صادراتی می‌تواند دست‌یابی به چندین بازار متفاوت برای فروش محصولات، دسترسی به منابع، استفاده از فرصت‌های موجود در بازار هدف خارجی و توسعه کسب و کارهای داخل کشورها را فراهم کند (مکسیوم و همکاران^۳، ۲۰۲۰). در کشورهای در حال توسعه همانند ایران،

¹ Wang

² UNCTAD

³ Maqsoom

به سبب تلاش برای بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت موجود و بلااستفاده، بکارگیری از این ظرفیت می‌تواند اثرات مثبتی بر صادرات محصولات دانش بنیان و اشتغال کشور داشته باشد. لذا، گسترش صادرات محصولات دانش بنیان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا، گسترش فعالیت‌های صادراتی محصولات دانش بنیان علاوه بر افزایش سهم تجاری کشور، از تجارت جهانی و معرفی محصولات بومی در بازارهای بین‌المللی، منجر به تغییر ساختار انگیزشی فعالین اقتصادی و جذب آنان به سمت فعالیت‌های سودآور صادراتی و ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات دانش بنیان کشور می‌شود (میرجلیلی و همکاران، ۱۳۹۷). در حال حاضر، یکی از مشکلات اساسی کشورهای در حال توسعه، وابستگی اقتصاد به صادرات مواد خام است که آثار منفی در ساختارهای مختلف کشور به جای می‌گذارد. به همین دلیل، امروزه بسیاری از این کشورها به منظور تنوع صادرات خود، از نفت تک‌محصولی فاصله گرفته‌اند و تمرکز خود را بر حوزه‌های مختلف غیرنفتی گذاشته‌اند. در همین راستا، یکی از حوزه‌های مهم و تاثیرگذار بر تولید ناخالص داخلی در کشور صادرات غیرنفتی است، که می‌تواند از مجاری مختلفی، بر تولید ناخالص داخلی اثر بگذارد. این موضوع به خصوص در مورد کشور ایران که به دلیل وابستگی به درآمدهای نفتی همواره با مساله تاثیر مخرب بی‌ثباتی درآمدهای نفتی در نتیجه مسائل سیاسی و اقتصادی بین‌المللی، به ویژه مساله تحریم‌های نفتی بر شاخص‌های کلان کشور مواجه بوده از اهمیت خاصی برخوردار است (محمدخانی و همکاران، ۱۳۹۹). در ایران در سال‌های اخیر شاهد موج بزرگی از فعالیت شرکت‌های دانش بنیان هستیم. بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش بنیان می‌تواند ضامن حفظ و توسعه رقابت‌پذیری و نوآوری آنها و در کنار آن دستیابی به منابع و بازارهای جهانی و در نتیجه توسعه همه جانبه این شرکت‌ها باشد. یکی از ملزومات کاهش اثرات و یا غلبه بر تحریم‌های ناعادلانه، حفظ و توسعه صادرات کشور خصوصاً صادرات غیرنفتی و صنعتی حتی در شرایط تحریم است. در واقع سهم ایران در صادرات جهانی سهم ناچیزی است که البته بخش زیادی از این سهم مربوط به صادرات نفت و مشتقات آن بوده است و کشور را کاملاً آسیب پذیر مینماید. بنابراین اهمیت به کارگیری مدل‌های مناسب برای توسعه کمی و کیفی بین‌المللی شدن شرکت‌های صادراتی محرز است (ذاکری و صارمی، ۱۳۹۹). یکی از حوزه‌های مناسب برای صادرات الکترونیک و برق است. صنعت برق ایران در سال‌های گذشته، به سمت صادرات توجه بیشتری نشان داده است و با توجه به رکودی که در پروژه‌های زیرساختی دولت در حوزه برق در سال‌های اخیر اتفاق افتاده است، اهمیت استراتژی توسعه صادرات برای مدیران و صاحبان کسب و کار این صنعت دوچندان شده است؛ هر چند که مشکلات ناشی از تحریم، روند توسعه صادرات صنعت برق را کاهش داده است. در عین حال ظرفیت‌های بالقوه‌های در این صنعت وجود دارد که می‌تواند در استراتژی توسعه صادراتی مورد توجه قرار گیرد. در صادرات حوزه برق و الکترونیک بیش از ۲۲۰۰ بنگاه اقتصادی فعال و ۱۵۰ هزار نفر اشتغال وجود دارد. لذا با توجه به اهمیتی که موضوع صادرات صنعت برق و الکترونیک دارد، توسعه صادرات شرکت‌های دانش بنیان فعال در این بخش از جمله مسائل مهم است (گزارش سندیکای صنعت برق ایران، ۱۴۰۰). واقعیت این است که برخی شرکت‌های دانش بنیان در ایران در حوزه برق و الکترونیک از نظر تولید پیشرفت‌های چشمگیری داشته‌اند به نحوی که حتی می‌توانند برد الکترونیکی تولید کنند که از بابت کیفیت و استاندارد با کشورهای کره، کشورهای اروپایی و چین و از نظر قیمت با کشور چین رقابت کند.

شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به ظرفیت‌هایی نظیر اقتصاد مبتنی بر دانش بومی و اتکاء به توان علمی و پژوهشی داخلی از ارکان بسترساز توسعه در چارچوب اقتصاد مقاومتی به شمار می‌روند. اما، برای توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق در ایران نیازمند حفظ نیروی انسانی خود هستند، که بزرگ‌ترین سرمایه این شرکت‌ها است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۷). از طرفی، هیچ سازمانی در دنیای رقابتی امروز نمی‌تواند عملکردی برتر داشته باشد مگر اینکه هر کارمند آن به اهداف سازمان و سازمان پایبند باشد و به عنوان عضو تیم مؤثر کار کند. دیگر تنها داشتن کارمندانی که هر روز با وفاداری می‌آیند کار کنند و کار خود را بطور مستقل انجام دهند کافی نیست. منابع انسانی به عنوان مهمترین دارایی در نظر گرفته می‌شود (بادیالا^۱، ۲۰۱۵)، و حفظ عملکرد و حفظ آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. جذب و حفظ کارکنان با استعداد برای بسیاری از سازمانها اولویت دارد (کالوین^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). پایبندی سازمانی دارای ابعاد گسترده است و می‌تواند در سه بعد اتفاق بیفتد: تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد همیشگی. تعهد عاطفی به عنوان قدرت شناسایی یک فرد و با درگیری خاص سازمان تعریف شده است. تعهد هنجاری بیانگر احساس تعهد به ادامه کار در استخدام است. کارمندان با سطح بالایی از تعهد هنجاری احساس می‌کنند که باید در همه شرایط و تا آخر با سازمان باقی بمانند. بعد آخر، تعهد همیشگی نشان‌دهنده شناختی در زمینه دل بستگی بسیار بالا بین کارمندان و سازمان است، حتی اگر هزینه‌های آن بیشتر از فواید آن باشد (پلانر^۳، ۲۰۱۹). تحقیقات نشان دادند که کارکنان دانشی مهمترین سازندگان ثروت در اقتصاد فعلی هستند (موزام^۴، ۲۰۲۲). به گونه‌ای که مطالعات نشان داده است، عملکرد منابع انسانی خاص که شامل مهارت، دانش و توانایی می‌باشد، سرمایه انسانی را به ویژه در مدیریت کارکنان دانشی افزایش می‌دهد و می‌تواند بر ابعاد مختلف عملکرد مانند بهره‌وری و عملکرد مالی سازمان تاثیر بگذارد (اتاپاتو^۵، ۲۰۱۸). براین اساس می‌توان گفت، اگر نیروی انسانی با مهارت، دانش و توانایی بالا، سازمان را ترک کند، سبب افزایش هزینه‌های مربوط به استخدام، گزینش و آموزش شده و در نتیجه کارایی سازمان کاهش می‌یابد (اونیکو^۶، ۲۰۲۰). بنابراین در سازمانهای دانش‌بنیان، نگهداری و ماندگاری نیروی کار که از مسائل مهم در تطبیق منابع انسانی با شرایط راهبردی سازمانی است، حتی از استخدام آنها نیز مهمتر بوده و به مسئله شماره یک سازمان‌های دانش‌بنیان تبدیل شده است (آسکاردوتیر^۷ و همکاران، ۲۰۲۲). به همین خاطر این پژوهش به دنبال یافتن پاسخ به این سوال است که، مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران با محوریت ارتقاء پایبندی سازمانی کارکنان چگونه است؟

مبانی نظری

¹ Badiyala

² Calvin M. Mabaso

³ Planer

⁴ Muzam, J

⁵ Atapattu, M

⁶ Onyeaku, John

⁷ Óskarsdóttir, Helga

توسعه صادرات

تجارت بین‌الملل به صورت معاملات تجاری که در آن کالاها به شکل فعالیت‌های اقتصادی سودآور بین کشورهای مختلف مبادله می‌شود، تعریف شده است. معاملات بین‌المللی شامل واردات^۱ و صادرات^۲ است. صادرات به عنوان نوعی استراتژی بین‌المللی‌سازی در بازارهای بین‌المللی اهمیت بسیاری یافته است و دولت‌ها آن را وسیله‌ای برای تعادل ذخایر ارزی خارجی، ایجاد مشاغل، بهبود تراز پرداخت‌ها و تقویت اقتصاد تلقی می‌کنند و به همین دلیل سعی در تشویق صادرات دارند (سیف‌اللهی‌انار و همکاران، ۱۴۰۰). شرکت‌ها و سازمان‌ها به منظور رفع موانع صادرات دست به ابتکاراتی می‌زنند که آن را در قالب برنامه‌های توسعه صادرات^۳ ارائه و اجرا می‌کنند. در این خصوص، نقش توسعه صادرات این است که موانع صادرات داخلی و خارجی را به شکلی کاهش دهند تا شرکت‌ها آسانتر و سریع‌تر در بازارهای خارجی ادغام شوند و عملکرد خود را در حوزه تجارت بین‌الملل ارتقا بخشند (رحیم‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱). تقریباً در تمام کشورهای در حال توسعه، موضوع توسعه صادرات در رأس اولویت‌ها و سیاست‌گذاری‌های دولت قرار دارد همچنان که آگاهی و توجه به اهمیت موضوع صادرات در کشورهای توسعه یافته نیز وجود دارد. در واقع اکثر برنامه‌های توسعه صادرات به طور اساسی برای این منظور طراحی شده‌اند که دانش صادراتی اولیه (که متضمن مزایای صادرات، اطلاعات بازار صادراتی و غیره از طریق اعزام هیئت‌های تجاری، برپایی نمایشگاه‌های تجاری و غیره می‌باشد) و دانش تجربی و امکانات فیزیکی مورد نیاز برای صادرات را برای صادرکنندگان بالقوه و بالفعل فراهم کند (مشبکی و خادمی، ۱۳۹۶).

شرکت‌های دانش‌بنیان

امروزه متعاقب جهانی شدن و تغییرات ایجادشده، حجم عظیمی از داده‌ها و اطلاعات خام برجای مانده است؛ بنابراین برای تبدیل آن‌ها به اطلاعات و دانش مناسب و قابل استفاده برای حل مسائل تجاری سازمان‌ها باید دائم توانمندی‌های خود را افزایش دهند. اقتصاددانان به شکل سنتی، بر زمین و منابع طبیعی، کارگر، و سرمایه در حکم اجزای ضروری سازمان‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند. با وجود این در عصر اطلاعات، دانش به اندازه سه جزو مذکور مهم است. این موضوع خود باعث تأسیس و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و پایه‌گذاری و ماندگاری اقتصاد دانش‌بنیان در کشورهای در حال توسعه شده است (وکیل‌الرعایا فینی و بهبهانی، ۱۳۹۴). با بررسی ادبیات موضوع شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان بیان کرد، این شرکت‌ها منبع اصلی توسعه نوآوری و کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشند (شریف‌عسکری و همکاران، ۱۳۹۹). شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع مبتنی بر فناوری‌های راهبردی به نسبت شرکت‌ها و صنایع سنتی ویژگی‌های خاصی دارند؛ از جمله: نسبت نیروهای متخصص به کل کارکنان در آن‌ها بیشتر است، دانشگاه‌ها در مدیریت و راهبری این نوع شرکت‌ها مشارکت بیشتری دارند، تغییرات فناوری در شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع مبتنی بر فناوری‌های راهبردی به نسبت صنایع سنتی بیشتر است، تحقیق و توسعه بیشتری در این نوع شرکت‌ها صورت می‌گیرد، توسعه صنعت بیشتر

¹ Import
² Export

³ Export Promotion

متکی بر توسعه فناوری است نه سرمایه و سخت افزار، مزیت رقابتی آن‌ها نوآوری در فناوری است و بازارهای جدید را به سرعت تسخیر می‌کنند (عظیمی و برخورداری دورباش، ۱۳۹۸). شرکت‌های دانش‌بنیان موتور محرک و توسعه اقتصاد دانش بنیان‌اند. براساس بررسی‌های انجام شده، نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صنعتی طی دهه‌های اخیر در سطح جهان، حاصل فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌های دانش محور بوده است (ناصیحی‌فر، ۱۳۹۰). هدف از تأسیس چنین کسب و کارهایی کمک به هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، گسترش اختراعات و نوآوری‌ها و کاربرد آن‌ها برای تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه اختراعات و کاربردی کردن آن‌هاست (قاضی نوری، ۱۳۹۷).

پایبندی کارکنان

در کتاب‌های درسی مدیریت منابع انسانی، به ویژه کتبی که در دهه ۱۹۹۰ با نگرش راهبردی نوشته شد، فصلی با عنوان نگهداری یا مشابه آن ملاحظه نمی‌شود. نگهداری کارکنان سازمان و به ویژه نگهداری مدیران، ابعاد وسیع‌تر از ارتباط دادن انسان با حقوق و مزایا دریافتی یا تأمین بهداشت و ایمنی در محیط کار دارد. ضمناً نباید چنین تصور شود که توقعات کارکنان از سازمان‌هایشان در همه جا و در هر فضای کاری یکسان است و به راحتی می‌توان این توقعات را تشخیص داد (نادیم و مالیک^۱، ۲۰۲۱). زمانی که از امور مربوط به حفظ و نگهداشت کارکنان در یک سازمان صحبت می‌شود، لازم است ابعاد گوناگون و پیچیده‌ای که نیاز و تمایلات فردی، گروهی و سازمانی را به وجود می‌آورد و تفاوت‌های فردی و گروهی در تعبیر از شرایط کار با کیفیت، مورد توجه قرار گیرد و انسان‌ها با تمام ابعاد وجودشان در رابطه با کار و زندگی اجتماعی مورد مطالعه قرار گیرند (ماگایسا و موساندیر^۲، ۲۰۲۲). نگاه به انسان به عنوان یک سیستم یا جزئی از یک سیستم کاری، نباید این تصور را به وجود آورد که می‌توان انسان را مانند یک سیستم مکانیکی مورد مطالعه قرار داد؛ بلکه شناخت ابعاد انسان است که نگهداری او را دشوار می‌سازد (نادیم و مالیک، ۲۰۲۱). بوسین و تورین^۳ (۲۰۱۵) تأکید کردند که اگر سازمان‌ها به پاداش‌هایی که به کارکنان خود ارائه می‌دهند توجه نکنند، ترک خدمت کارکنان اجتناب‌ناپذیر است. لچمپاه و توماس^۴ (۲۰۱۷) نشان دادند که وقتی سازمانی بتواند با استعدادترین کارکنان را جذب و حفظ کند، منجر به موفقیت سازمان خواهد شد. اگر سازمانی بتواند مستعدترین کارکنان خود را حفظ کند، ممکن است از نظر اقتصادی منتفع شود و این امر از طریق مهار هزینه و استفاده کارآمد از استعدادها انجام خواهد شد. لچمپاه و توماس (۲۰۱۷) بر این عقیده هستند که مهم است که دست‌اندرکاران مدیریت منابع انسانی از عواملی که نقش مهمی در حفظ کارکنان ایفا می‌کنند آگاه باشند. آنها عامل پاداش را بعنوان یک عامل تأثیرگذار معرفی کرده‌اند. یوتزینگر^۵ و همکاران (۲۰۱۸) نیز بیان داشتند که بی‌توجهی به سلامت کارکنان در سازمان منجر به چالش‌هایی در حفظ کارکنان مدیریت سطح بالا و میانی خواهد شد. اولویت اصلی سازمان‌ها حفظ استعداد است زیرا یافتن کارمندان ارزشمند به طور فزاینده‌ای چالش برانگیز می‌شود. از نظر داس و بارواه^۶ (۲۰۱۳) موفقیت یک سازمان

¹ Nadeem & Malik

² Magaisa & Musundire

³ Bussin, M. & Toerien, W.C

⁴ Letchmiah, L. & Thomas, A

⁵ Uitzinger, D

⁶ Das & Baruah

به توانایی آن در حفظ کارکنان کلیدی خود بستگی دارد و سطوح بالای ترک خدمت کارکنان اغلب با سطوح پایین رضایت و وفاداری مشتری مرتبط است که سودی را که سازمان‌ها می‌توانند به دست آورند کاهش می‌دهد. جدای از جایگزین‌هایی که باید استخدام و آموزش داده شوند، هزینه‌های غیرمستقیم انباشته شده از بهره‌وری و سرمایه اجتماعی از دست رفته برای سازمان مضر است (کالوین و همکاران، ۲۰۲۱). هزینه‌های اضافی شامل دانش، مهارت‌ها و ارتباطاتی است که کارکنان هنگام ترک سازمان با خود می‌برند (ساموئل و چیپونزا^۱، ۲۰۰۹). به همین دلیل است که سازمان‌ها باید بر حفظ کارکنان خود تأکید کنند. سازمان‌ها می‌توانند با ارائه مزایایی مانند برنامه‌های کاری انعطاف‌پذیر، فرصت‌های آموزشی و توسعه، مزایای بهداشتی و بیمه‌ای، پاداش دادن به کسانی که وظایف را به نحو احسن انجام می‌دهند، حفظ و تعهد کارکنان را افزایش دهند (آبروب^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). از نظر مهتا^۳ و همکاران (۲۰۱۴) تصمیم یک کارمند برای ماندن در سازمان تا حد زیادی با حقوق او مرتبط است. سازمان‌هایی که می‌خواهند کارمندان با عملکرد بالا را حفظ کنند، باید با یک بسته مرتبط با بازار به آنها پاداش دهند (مهتا و همکاران ۲۰۱۴). این امر به دلیل هزینه‌های بالای جایگزینی مرتبط با استخدام کارمندان جدید مهم است (گانی^۴ و همکاران، ۲۰۲۲).

پیشینه پژوهش

شاید اولین تعریفی که بتوان در مورد پایداری سازمانی به آن اتکا کرد تعریف مودوی و همکارانش (۱۹۷۹) است. مودوی و همکارانش (۱۹۷۹) در پژوهش خود پایداری سازمانی را تعریف کردند. به نظر آنها پایداری سازمانی قدرت نسبی هویت فرد به واسطه استخدام در یک سازمان خاص است. به طور کلی، تعهد سازمانی روابط کارمند با سازمان را نشان می‌دهد. این یک وضعیت روانی است. شاید انتخاب کارمند است در مورد حفظ عضویت یا عدم عضویت در کار، که نتیجه آن وابستگی سازمانی است. در رابطه با پایداری سازمانی پژوهش‌ها و مطالعات بسیاری به انجام رسیده است که در اینجا به برخی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین آنها اشاره می‌شود. کریشنا و مارکوارت (۲۰۰۷) چارچوبی برای توسعه پایداری سازمانی با استفاده از یادگیری عملی تدوین کردند. در این پژوهش پایداری سازمانی به عنوان یک مؤلفه مهم برای یادگیری سازمانی و موفقیت سازمانی دیده می‌شود. وی بو و همکارانش (۲۰۱۰) به بررسی انتقادی توسعه جدید پایداری سازمانی پرداختند. در این مطالعه سعی بر مفهوم سازی، روشن شدن و به نمایش گذاشتن بهتر مفهوم پایداری سازمانی در شرایط مختلف شده است. از مزایای این نظریه پیشنهادی و پیامدهای آن فهم پایداری سازمانی و تحقیقات آینده‌ای است که در مورد آن به طور مفصل و کامل بحث شده است. در این پژوهش درک کاملی از پایداری سازمانی ارائه شده است. در پژوهشی دیگر تأثیر جبران خسارت کارمندان بر پایداری سازمانی و رضایت شغلی در بخش آموزشی پاکستان به وسیله ناواب و باتی (۲۰۱۱) انجام گرفت. در این پژوهش ضمن شناسایی تأثیر جبران خسارت کارکنان در بخش آموزشی سازمانها مشخص شد که تقویت پایداری سازمانی و ارتقاء سطح رضایتمندی به

¹ Samuel, M.O. & Chipunza, C

² Aburub, B

³ Mehta

⁴ Ghani, Bilqees

اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی کمک خواهد کرد. لایو بیت و فیتو (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان نیروی کار احتمالی، پایداری سازمانی و رضایت شغلی انجام دادند. آنها یک بررسی مختصر از کلاسیک را از ادبیات و پارادایم‌های غالب از طریق مرور جامع علمی ادبیاتی نشان دادند که به تکامل آنها منجر شده است. سپس با آنالیز شواهد تحولات تغییرات کنونی توضیحات و دلایل منطقی نیاز به تحقیقات آینده در مورد پایداری سازمانی در هر سازمانی مشخص شد که هر سازمان از نقطه نظر نظری به بررسی وضعیت پایداری سازمانی در خود سازمان نیاز دارد. چیا و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله‌ای پژوهشی با مطالعه کاربردی بر روی عوامل موثر بر پایداری سازمانی نشان داد که سطح توجه به خواسته‌های کارمندان و چگونگی رفتار با آنها بر روی پایداری آنها به سازمان‌ها تأثیر زیادی دارد. در این مقاله پژوهشگران تأکید زیادی کرده‌اند که این موارد راهگشای بهبود پایداری سازمانی در آینده شرکت‌ها خواهد بود. رابطه بین پایداری سازمانی کارمندان و عملکرد بخش بانکی لاهور پاکستان توسط آز (۲۰۱۷) مورد مطالعه قرار گرفت. در این پژوهش حدود ۲۱۳ پرسشنامه از کارکنان بانکهای خصوصی و دولتی واقع در لاهور جمع‌آوری شد. برای تحلیل نتایج از روش تحلیل رگرسیون استفاده شده است. پایداری عاطفی، هنجاری و همیشگی رابطه مثبتی با عملکرد کارکنان دارد و هر یک از این ابعاد و روابط آنها نیز به طور جداگانه و به طور مشترک در مطالعات آینده و پیامدهای آن نیز مورد بحث قرار گرفته است. سرنا و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر پایداری سازمانی و یادگیری در حوزه نوآوری در کسب و کارهای کوچک پرداختند. نتایج مطالعات در این پژوهش نشان داد که کیفیت یادگیری به شکلی مثبت و معنادار بر روی پایداری سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارد. اما نکته قابل توجه اینکه، پایداری سازمانی نیز بر روی نوآوری و خلاقیت این شرکت‌ها تأثیر بسزایی دارد. جبری و قذاوی (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای ارزشمند در اوگاندا با مطالعه ادبیات مفهومی و تجربی پایداری سازمانی، برنامه‌ای تحقیقاتی را برای بهبود وضعیت پایداری سازمانی ارائه کردند. آصف کارشی و همکارانش (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای ارتباط بین پایداری سازمانی، رضایت شغلی و عملکرد را در صنایع پاکستان مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش از آنالیزهای مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده و اطلاعات از مدیران صنایع جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهد که پایداری هنجاری مؤثرترین شکل پایداری سازمانی در صنایع پاکستان است و این در حالی است که، پایداری مداوم کمترین تأثیر را دارد. همچنین رضایت شغلی همه ابعاد پایداری سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. لوآن (۲۰۲۰) تأثیر تعهد سازمانی بر عملکرد شغلی کارکنان را با در نظر گرفتن نقش میانجی رضایت شغلی را مطالعه کرد. در این مطالعه ۵۴۷ کارمند در شرکت‌های ویتنامی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج بررسی تمامی فرضیه‌ها نشان داد که، پایداری سازمانی تأثیر مثبتی بر عملکرد شغلی و رضایت شغلی دارد. نگپال (۲۰۲۲) پایداری سازمانی را به عنوان یک گزینه برای تعامل با کارمندان مطالعه کرد. این پژوهش به دنبال این بود که در صورت وجود همبستگی بین متغیرهای مشارکت کارکنان با سه بعد تعهد سازمانی عاطفی، مستمر و هنجاری را با مبنای نظری نظریه تبادل اجتماعی بررسی کند. این مطالعه تحقیق مقطعی را با نظرات ۷۵۰ نفر به عنوان پاسخ دهندگان از ۱۲ شرکت فناوری اطلاعات انتخاب شدند. تحلیل داده‌های این پژوهش تأیید کرد که مشارکت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر هر سه جنبه پایداری سازمانی دارد که عبارتند از پایداری هنجاری، پایداری عاطفی و پایداری

مستمر. خفاف و همکاران (۲۰۲۳) تحلیل کیفی از پایداری سازمانی در صنعت داروسازی الجزایر ارائه کردند. در این پژوهش برای درک پیچیدگی مفهوم پایداری سازمانی مجموعه‌ای از ۳۸ مصاحبه نیمه هدایت شده با مدیر عامل شرکت‌ها انجام گرفته است. نتایج تحقیق امکان شناسایی مولفه‌های را فراهم کرد که باید توجه داشت که چندین مولفه مهم که احتمالاً مانع پایداری سازمانی می‌شوند، از جمله اندازه محل سازمان که متناسب با اندازه شرکت، که محیط کار را بدتر می‌کند و عملکرد را مختل می‌کند.

در ایران نیز پژوهش‌هایی هر چند محدود در این رابطه انجام شده است که در اینجا به آنها اشاره می‌شود. البته ذکر این نکته مهم است که در ایران بیشتر از واژه تعهد سازمانی استفاده شده است. شفیعی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای علمی پژوهشی به بررسی تعهد سازمانی در شرکت‌های نوپای دانش‌بنیان؛ عامل انسجام تیم و بقای کسب و کار در محیط رقابتی پرداخت. این مطالعه تطبیقی بوده و با ترکیب مفاهیم تعهد سازمانی و سرمایه انسانی در شرکت‌های نوپا، به نقش تعهد سازمانی در امکان انسجام تیم کاری در مراحل اولیه شکل‌گیری یک کسب و کار پرداخته شود. نتایج این مقاله نشان داد که برای یک شرکت نوپا، سرمایه انسانی، مهمترین سرمایه است و هر چه این سرمایه کیفیت مطلوب‌تری داشته باشد، احتمال بقا، موفقیت و ارتقای کسب و کار، بیشتر خواهد شد. عیدی و همکارانش (۱۳۹۲) به بررسی ارتباط هوش هیجانی و تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران پرداختند. جامعه آماری ۲۲۰ نفر از کارکنان تمام وقت یازده فدراسیون منتخب بودند. پس از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون یافته‌ها نشان داد که بین هوش هیجانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان فدراسیون‌های ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی ارتباط معناداری مشاهده شد. پایداری مدیران به ارزشهای سازمانی از دیدگاه پرستاران توسط حبیبی و همکارانش (۱۳۹۳) مورد مطالعه قرار گرفت. دیدگاه ۲۰۰ نفر از پرستاران بیمارستان نمازی شیراز مورد بررسی قرار گرفتند. آزمون‌های توصیفی و همبستگی پیرسون نیز با استفاده از SPSS استفاده شده و نتایج نشان داد که وضعیت پایداری مدیران به ارزشهای سازمانی بیمارستان نمازی نامناسب بوده است. شهبازی و رهگذر (۱۳۹۵) نیز رابطه هوش اخلاقی با تعهد سازمانی و اعتماد سازمانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت را در مقاله‌ای پژوهشی مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بین هوش اخلاقی و تعهد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود ندارد. اما درخصوص رابطه هوش اخلاقی با اعتماد سازمانی نتایج بیانگر آن بود که رابطه مستقیم و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد. ارتباط کیفیت زندگی کاری با پایداری سازمانی در کارکنان مرکز مدیریت حوادث و فوریت‌های پزشکی گیلان بوسیله اسدی و همکارانش (۱۳۹۷) مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. در این پژوهش که ۲۰۱ نفر از کارکنان مرکز فوریت‌های پزشکی گیلان مورد مطالعه قرار گرفتند، نتایج نشان داد که برای بالا بردن کیفیت زندگی کارکنان و پایداری سازمانی آنها در مرکز فوریت‌های پزشکی گیلان می‌بایست سطح مشارکت و پرورش مهارت کارکنان را افزایش داد. شفیعی پور و همکاران (۱۴۰۱) تاثیر پایداری سازمانی بر تعهد عاطفی کارکنان با توجه به نقش متغیرهای میانجی رضایت شغلی و تعلق خاطر کاری را مورد بررسی قرار دادند. جامعه آماری در این پژوهش کلیه کارکنان مرکز بهداشت شهرستان یزد بود. با توجه به فرمول کوکران و همچنین تعداد

نمونه مورد نیاز در مدل معادلات ساختاری تعداد نمونه آماری این تحقیق ۱۹۶ نفر مدنظر قرار داده شد. پس از تحلیل معادلات ساختاری و کواریانس با نرم افزار پی‌ال‌اس استفاده یافته‌ها نشان داد در فرضیه فرعی اول پایبندی سازمانی بر تعهد عاطفی در بین کارکنان تاثیر معنی‌دار آماری دارد. همچنین پایبندی سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان تاثیر مثبت و معناداری دارد. علاوه بر این، پایبندی سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان تاثیر معنی‌دار آماری دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به دنبال مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران با محوریت ارتقاء پایبندی سازمانی کارکنان با استفاده از یک روش پژوهش آمیخته (کیفی-کمی) است. روش تحقیق آمیخته رویکردی پژوهشی است که در آن از ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی به صورت همزمان استفاده می‌شود. به همین خاطر از اعتبار بسیار مناسبی برخوردار است. روش تحقیق آمیخته دارای سه مزیت بسیار مهم است. که عبارتند از: تعمیم‌پذیری، زمینه‌سازی و اعتبار با استفاده از روش‌های مختلف برای جمع‌آوری داده‌ها در مورد یک موضوع می‌تواند نتایج شما را معتبرتر کند. اگر داده‌های کمی و کیفی همگرا باشند، اعتبار نتیجه‌گیری شما را تقویت می‌کند. به این فرآیند مثلث‌سازی می‌گویند. این پژوهش از جنبه هدف کاربردی محسوب می‌شود. چرا که بیشترین کاربرد آن برای مدیران و سیاست‌گذاران سازمان‌های دانش‌بنیان در حوزه الکترونیک و برق است. در بخش کیفی، به‌منظور درک، شناخت و استخراج متغیرها از تحلیل محتوا (تم) مرور نظام‌مند پیشینه‌های پژوهش تا رسیدن به متغیر استفاده شد. در این بخش ۱۰۵ مقاله برای غربالگری انتخاب شدند و پس از بررسی مقالات این حوزه که ارتباط معنایی نزدیکی با موضوع پژوهش داشته‌اند نیز انتخاب شده‌اند. مقالاتی که ارتباط موضوعی نداشتند و همچنین مقالاتی که دارای نتایج غیرشفاف بودند و مجلات غیرمعتبر حذف شدند و ۲۹ مقاله انتخاب شدند. برای ارزیابی کیفی لازم است نویسنده به طور واضح معیارهای مورد استفاده برای تعیین کیفیت هر یک از مقالات را بیان نماید. در این تحقیق برای تعیین دقت، اعتبار مقالات انتخاب شده از ابزار CASP (برنامه مهارت ارزیابی حیاتی) استفاده شده است. ارزیابی مقالات این معیارها (با توجه به امتیازات داده شده توسط تیم خبرگان) صورت گرفته است. بر اساس امتیازهای اخذ شده ۲۹ مقاله برگزیده شدند، حداقل میانگین امتیازات ۳۱ و حداکثر امتیاز داده شده ۴۹ بوده است که در بازه امتیاز عالی (۵۰-۴۰) و خیلی خوب (۴۰-۳۱) است. پس از شناسایی تمام مقالات، اطلاعات کاربردی به طور سیستماتیک از هر مقاله استخراج و کدهای اولیه مشخص می‌شوند. در بخش کمی پژوهش برای تکمیل ماتریس خودتعاملی نیز از نظرات خبرگان و مدل‌سازی این متغیرها به کمک روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) انجام گرفته است. مدل‌سازی ساختاری تفسیری روشی برای طراحی الگوی روابط پیچیده و چندگانه میان متغیرهای یک پدیده است. این روش نوعی تحلیل ساختاری است که براساس پارادایم تفسیری بنا نهاده شده است. هدف این روش نیز شناسایی روابط بین متغیرهای زیربنایی یک پدیده چندوجهی و پیچیده است. برای بررسی اثر هر یک از متغیرها بر روی متغیرهای

دیگر؛ این طراحی رویکردی فراگیر برای سنجش ارتباط است و برای توسعه چارچوب الگو به کار می‌رود تا اهداف کلی تحقیق امکان‌پذیر شود. مدل ساختاری تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند را تعیین نماید. مدلسازی ساختاری تفسیری مشتمل بر چهار گام اصلی است که عبارتند از: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری، تشکیل ماتریس سازگاری اولیه، تشکیل ماتریس وابستگی و تعیین سطح اهداف (نادعلی، ۱۳۹۴). جامعه آماری بخش کمی در بخش مدلسازی ساختاری تفسیری نیز شامل خبرگان بود که به نحوه تکمیل کردن ماتریس خودتعاملی تسلط کافی داشتند و به کمک روش نمونه‌گیری قضاوتی انتخاب شدند، که تعداد آنها ۱۹ نفر بود. خبرگان متشکل از دو بخش بودند که مجموعه‌ای از خبرگان و متخصصان دانشگاهی آشنا به پایبندی سازمانی با رتبه علمی دانشیار و بالاتر و خبرگان سازمانی شامل مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان فعال صادرکننده در حوزه الکترونیک و برق دارای مدرک تحصیلی دکتری با سابقه مدیریت بیش از ۱۰ سال است.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

با توجه به اینکه هدف تحقیق حاضر توصیف پدیده پایبندی سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان به مشروح‌ترین شکل ممکن در قالب یک مدل است، بنابراین از کدگذاری اولیه برای استخراج متغیرها مطابق جدول یک که به عنوان نمونه‌ای از کدها آورده شده، استفاده می‌شود.

جدول (۱) کدهای اولیه و منابع

ردیف	مؤلفه	مرجع
۱	حمایت و تعادل بین کار و زندگی	شرر و همکاران (۲۰۱۷)، قمری و همکاران (۱۳۹۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، کالوین و همکاران (۲۰۲۱)
۲	توجه به سلامت کارکنان	شرر و همکاران (۲۰۱۷)
۳	اعطای تسهیلات مالی	شرر و همکاران (۲۰۱۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، آبروب (۲۰۲۰)
۴	امکان ایجاد روابط بین‌المللی از جمله دادن فرصت مطالعاتی و شرکت در دوره‌های آموزشی بین‌المللی	شرر و همکاران (۲۰۱۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، تورنه (۲۰۱۸)، کالوین و همکاران (۲۰۲۱)، چانتز (۲۰۲۲)
۵	استقلال شغلی	حسینی طبقدهی (۱۳۹۹)
۶	فرصت‌های توسعه فردی و شغلی	حسینی طبقدهی (۱۳۹۹)، تورنه (۲۰۱۸)، کالوین و همکاران (۲۰۲۱)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)، چانتز (۲۰۲۲)
۷	رضایت شغلی	حسینی طبقدهی (۱۳۹۹)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، لاین و راندلز (۲۰۲۱)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)
۸	روابط مناسب با همکاران یا ایجاد کانال‌های ارتباطی باز	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، اکرام ^۱ و همکاران (۲۰۲۱)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)

^۱ Ikram

ردیف	مؤلفه	مرجع
۹	شرایط کاری سالم	اسلیدرینک (۲۰۱۲)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)
۱۰	امنیت شغلی	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، ورما و همکاران (۲۰۲۱)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)
۱۱	فرصتهای ارتقاء شغلی	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)
۱۲	حقوق مناسب	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، کوپ (۲۰۲۰)، ورما و همکاران (۲۰۲۱)، خان (۲۰۲۰)
۱۳	سیستم جبران خدمات ویژه	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، سرفرازی و همکاران (۱۴۰۱)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، گانی و همکاران (۲۰۲۲)، آبروب (۲۰۲۰)
۱۴	تامین نیازهای خودشکوفایی	قمری و همکاران (۱۳۹۷)، حسینی طبقدهی (۱۳۹۹)، دیانا و همکاران (۲۰۲۲)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، تورنه (۲۰۱۸)، ورما و همکاران (۲۰۲۱)

در ادامه تم‌های فرعی از کدهای اولیه استخراج شدند که نمونه‌ای از آنها مطابق با جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول (۲) مفاهیم و تم‌های فرعی به دست آمده از داده‌های کیفی

تم فرعی	مؤلفه	ردیف
محیط کاری مناسب	توجه به سلامت کارکنان	۱
	کیفیت زندگی کاری	۲
	استرس شغلی	۳
	کیفیت فضای کار	۴
	شرایط کاری سالم	۵
	محیط کار	۶
	ساعات کاری منعطف	۷
سیستم کارآمد حقوق و پاداش	اعطای تسهیلات مالی	۸
	حقوق مناسب	۹
	سیستم جبران خدمات ویژه	۱۰
	مشوق‌های مالی و پاداش	۱۱
رضایت مندی شغلی	حمایت و تعادل بین کار و زندگی	۱۲
	رضایت شغلی	۱۳

سپس در گام آخر تم‌های اصلی از تم‌های فرعی استخراج می‌شوند که این فرایند در جدول ۳ در زیر نشان داده شده است.

جدول (۳) مفاهیم و تم‌های اصلی به دست آمده از تم‌های فرعی

تم اصلی (مضمون)	تم فرعی
محیط کاری مناسب	محیط کاری مناسب

رضایت شغلی فراگیر	سیستم کارآمد حقوق و پاداش
	رضایت مندی شغلی
	استقلال شغلی
	موقعیت شغلی رضایت بخش
ارتباطات درون و برون سازمانی	ارتباطات همه جانبه
	ارتباط با مشتریان
پیشرفت فردی و سازمانی	توسعه فردی و سازمانی
	پرورش جانشینان توانمند
اعتبار و جایگاه اجتماعی	جایگاه اجتماعی
	اعتبار شرکت
	حمایت سازمانی و محیطی
شایسته‌سالاری عملکردی	شایسته‌سالاری عملکردی
سیستم نظارت بر تخصص و مهارت	مهارت‌سنجی کارکنان
	نظارت مناسب
وضعیت تقاضای کار	وضعیت تقاضای کار
مدیریت دانش	مدیریت دانش
تجزیه و تحلیل شغل	تجزیه و تحلیل شغل
ویژگی‌های سازمان	عدالت سازمانی
	فرهنگ سازمانی
	تعهد سازمانی
	ساختار سازمانی
رویکرد استراتژیک فردی و سازمانی	رویکرد استراتژیک فردی و سازمانی
کار تیمی و مشارکتی	سطح مشارکت و تعامل در سازمان
	کار تیمی
گرایش به رهبری	گرایش به رهبری
انگیزش فردی	سطح انگیزش
	ویژگی‌های فردی
مدیریت منابع انسانی	مدیریت منابع انسانی
سازمان اثربخش	سازمان اثربخش

در واقع ۱۷ تم اصلی از بخش کیفی به شرح جدول ۴ در زیر استخراج شد که مبنای بخش کمی برای مدلسازی قرار می‌گیرد.

جدول (۴) شاخص‌های استخراج شده بخش کیفی پژوهش

کد	متغیر	کد	متغیر
----	-------	----	-------

C17																			
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

سپس بر اساس جدول ۵ ماتریس دستیابی اولیه بر اساس اعداد صفر و یک تشکیل و سپس روابط تعدی ایجاد شده و ماتریس دستیابی نهایی تشکیل می‌شود که در جدول ۶ آورده شده است. تمام درایه‌هایی که در این جدول ۱* هستند در ماتریس اولیه مقدار صفر داشته‌اند. سپس از روی ماتریس دستیابی نهایی، بر اساس گام چهارم، مجموعه دستیابی و پیش نیاز استخراج شده و معیارها سطح‌بندی می‌شوند که در جدول ۶ آورده شده است.

جدول (۶) ماتریس دستیابی نهایی

	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C1 0	C1 1	C1 2	C1 3	C1 4	C1 5	C1 6	C1 7	تعداد نمتند
C1	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۰	۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱*	۱۶
C2	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۰	۱	۱*	۱*	۱*	۱*	۱	۱۴
C3	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۰	۱	۱*	۱*	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۱۶
C4	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱*	۰	۰	۱*	۱*	۰	۱	۰	۱*	۷
C5	۱*	۱	۱	۱	۱	۰	۱*	۰	۱*	۰	۰	۱*	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱۲
C6	۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۰	۰	۱*	۱*	۰	۱*	۱*	۱	۱	۰	۱	۱۲
C7	۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۰	۱*	۱	۰	۱*	۱	۱*	۱	۰	۱	۱۳
C8	۰	۱*	۰	۱*	۰	۱*	۱*	۱	۱*	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱	۱	۱*	۱۳
C9	۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۱	۱۲
C10	۱*	۱	۰	۱	۱*	۱	۱*	۰	۱*	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱۴
C11	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶
C12	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶
C13	۰	۱	۰	۱	۱*	۱	۰	۰	۱	۱*	۰	۱*	۱	۱	۱	۰	۱	۱۱
C14	۰	۱	۱*	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱*	۰	۱*	۱*	۱	۱	۰	۱	۱۲
C15	۰	۱	۰	۱	۱*	۱*	۰	۰	۱	۱*	۰	۱*	۱	۱*	۱	۰	۱	۱۱
C16	۰	۱	۰	۱	۱*	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
C17	۰	۱	۱*	۱	۱	۱*	۰	۰	۰	۱	۰	۱*	۱*	۱*	۱*	۰	۱	۱۱
میزان وابستگی	۷	۱۷	۱۰	۱۷	۱۵	۱۵	۱۰	۱	۱۶	۱۵	۴	۱۷	۱۷	۱۶	۱۷	۸	۱۷	

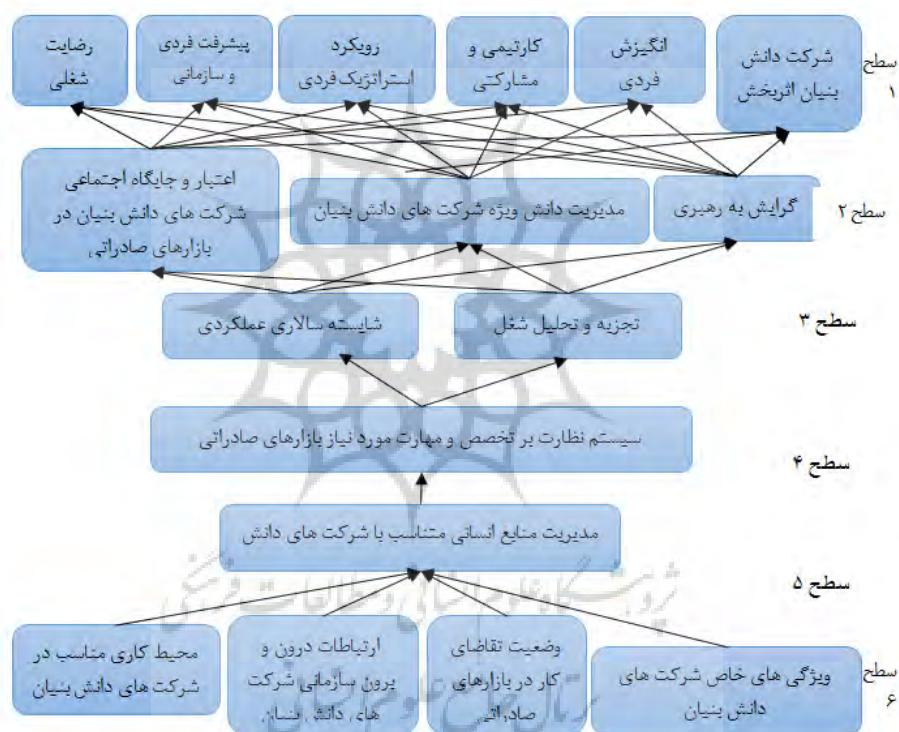
سپس از روی ماتریس دستیابی نهایی، بر اساس گام چهارم، مجموعه دستیابی و پیش نیاز استخراج شده و معیارها سطح‌بندی می‌شوند که در جدول ۷ آورده شده است.

جدول (۷) تعیین سطوح شاخص‌ها

سطح	مجموعه اشتراک	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی
۶	C1-C2-C3-C5-C10-C11-C12-	C1-C2-C3-C5-C10-C11-C12-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۱	C1-C2-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۶	C1-C3-C5-C6-C7-C9-C11-C12-C14-C17	C1-C3-C5-C6-C7-C9-C11-C12-C14-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۱	C2-C4-C9-C12-C13-C15-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C4-C9-C12-C13-C15-C17
۲	C1-C2-C3-C5-C7-C9-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C7-C9-C12-C13-C14-C15-C17
۳	C2-C3-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C3-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۴	C2-C3-C5-C7-C10-C12-	C1-C2-C3-C5-C7-C8-C10-C11-C12-C16-	C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۶	C8-	C8-	C2-C4-C6-C7-C8-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۲	C2-C3-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-	C2-C3-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۳	C1-C2-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C3-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۶	C1-C3-C11-C12-	C1-C3-C11-C12-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۱	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۱	C2-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۲	C2-C3-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C3-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۱	C2-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C4-C5-C6-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C17
۵	C2-C10-C12-C16-	C1-C2-C3-C8-C10-C11-C12-C16-	C2-C4-C5-C6-C7-C9-C10-C12-C13-C14-C15-C16-C17
۱	C2-C3-C4-C5-C6-C10-C12-C13-C14-C15-C17	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8-C9-C10-C11-C12-C13-C14-C15-C16-C17	C2-C3-C4-C5-C6-C10-C12-C13-C14-C15-C17

پس از تعیین مجموعه دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز، اشتراک دو مجموعه حساب می‌شود. اولین معیاری که اشتراک دو مجموعه برابر با مجموعه قابل دستیابی (خروجی‌ها) باشد، سطح اول خواهد بود. بنابراین معیار سطح اول بیشترین تاثیرپذیری را در مدل خواهند داشت. پس از شناسایی معیارهای سطح اول، این معیار حذف شده و

فرایند محاسبه مجموعه دستیابی و پیش نیاز ادامه پیدا می‌کند. این فرایند تا حذف تمامی معیارها ادامه پیدا می‌کند. لذا، بعد از مشخص شدن سطوح هریک از شاخص‌ها و با در نظر گرفتن ماتریس دستیابی نهایی، مدل ساختاری تفسیری ترسیم می‌شود. مدل نهایی در شکل یک مشاهده می‌شود. مدل پژوهش شامل ۶ سطح است. سطح هفتم که شامل معیارهای محیط کاری مناسب در شرکت‌های دانش‌بنیان (C1)، ارتباطات درون و برون سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان (C3)، وضعیت کار در بازارهای صادراتی (C8) و ویژگی‌های خاص شرکت‌های دانش‌بنیان (C11) است به عنوان تاثیرگذارترین سطح می‌باشد که به صورت مستقیم بر روی معیار سطح پنجم یعنی مدیریت منابع انسانی (C16) تاثیر می‌گذارد. سطح اول که دارای ۶ شاخص است تاثیرپذیرترین سطح است.



شکل (۱) مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران با محوریت ارتقاء پایبندی سازمانی کارکنان

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف مدل توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران با محوریت ارتقاء پایبندی سازمانی کارکنان انجام شد. پایبندی یا مشارکت کارگران نشان می‌دهد که هر یک از کارکنان

یک فرد متفاوتی است، نه فقط یک جزء در یک مکانیزم. بلکه هر یک از کارکنان در خدمت کسب و کار است تا با هم به هدفشان برسند. نوآوری و تمایز این پژوهش در مقایسه با پژوهش‌های دیگر در رابطه با پایداری سازمانی کارکنان این است که مدل این پژوهش با استفاده از پژوهش کیفی-کمی یا ترکیبی بدست آمده است. لذا یک پژوهش صرفاً کیفی یا کمی نیست. در مدلسازی این پژوهش نیز از مدلسازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. ساختاری از آن جهت که مدل دارای شش سطح است و سطوح آن نیز مشخص است. تفسیری است از آن جهت که برای قضاوت از نظر خبرگان بهره گرفته شده است. نکته دیگر اینکه، توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق از طریق بهبود پایداری کارکنان این شرکت‌ها که مبتنی بر نیروی انسانی متخصص و خلاق است، نیاز به تدوین مدل و الگوهای متناسب و سازگار با شرایط شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران دارد و این پژوهش در این راستا حرکت کرده است. در حالیکه پژوهش‌های دیگر اکثر پژوهش‌های پیشین تنها به بررسی عوامل یا فرضیه‌هایی در این رابطه بسنده کرده‌اند و پژوهش حاضر سعی کرده این خلاء را پوشش دهد و مدلی را برای مدیران و سیاستگذاران این شرکت‌ها ارائه دهد تا در جهت بهبود سطح پایداری نیروی انسانی به خوبی عمل کنند.

سطح ششم این مدل شامل مولفه‌هایی همچون محیط کاری مناسب، ارتباطات درون و برون سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان، وضعیت تقاضای کار در بازارهای صادراتی و ویژگی‌های خاص سازمان‌های دانش‌بنیان است. این سطح در واقع، این سطح تاثیرگذارترین مولفه‌های این مدل هستند. محیط کاری پر انرژی و مثبت می‌تواند انگیزه خوبی برای ادامه کار باشد، زیرا برای رضایت کارکنان، سلامت و حتی بهره‌وری در کار، اهمیت زیادی دارد. محیط کار شرکت‌های دانش‌بنیان باید دارای ویژگی‌هایی باشد تا کارکنان در آن احساس آرامش و رضایت‌مندی داشته باشند. علاوه بر این، محتوای ارتباطات از درون شرکت‌های دانش‌بنیان به بیرون آن، در ساخت تصویر جهان بیرونی شرکت دانش‌بنیان موثر است. بنا به گفته اولین، هویت هر سازمان از راه محصولات و خدمات، محیط، ارتباطات و رفتار سازمان آشکار می‌شود. مدیران عالی هویت سازمان را تحت تاثیر قرار داده و ادراک مخاطبان داخلی و خارجی سازمان را از طریق به کار گرفتن مهارت‌های رهبری، اقدامات مدیریتی و تصمیم‌گیری استراتژیک تحت تاثیر قرار می‌دهند. ارتباطات داخلی شرکت دانش‌بنیان نیز به منظور جذب استراتژی‌های شرکت دانش‌بنیان در هویت آن، هماهنگ کردن فعالیت‌ها و ایجاد اتحاد و وفاداری در اعضاء به کار می‌روند. عوامل و زمینه‌های شرکت‌های دانش‌بنیان موثر در شکل‌گیری هویت سازمان را می‌توان در قالب سه دسته: ساختار سازمانی، ساختار وظایف یا عملیات سازمان و ساختار پاداش تقسیم‌بندی کرد. روابط درون سازمانی اساس و بن مایه روابط برون سازمانی است به این معنی که تا مسائل و موضوعات سازمانی درون خود سازمان حل و نسبت به رفع آن اقدام نشود، در ارتباطات برون سازمانی و اطلاع‌رسانی سازمان دچار افراط و تفریط خواهد شد. وضعیت تقاضای کار نیز بسیار مهم است. چرا، که اگر در بازار کار تقاضا برای نیروی کار بالا باشد و عرضه آن پایین باشد در اینصورت، سطح پایداری کاهش پیدا خواهد کرد و می‌تواند بهبود سطح پایداری در سازمان را با چالش مواجه کند. به زعم بسیاری از محققین و نظریه پردازان سازمانی، نقشی که ویژگی‌های سازمانی در ایجاد پایداری در سازمان ایفا می‌کنند قابل توجه است و چنانچه رابطه بین این مولفه‌ها در فرایند

بهبود پایبندی به طور صحیح تبیین شود، می‌تواند نویدبخش دست‌یابی به پایبندی سازمانی باشد. متغیرهای دیگر همانند مدیریت منابع انسانی، سیستم نظارتی، مدیریت منابع انسانی، تجزیه و تحلیل شغل و شایسته سالاری عملکردی همگی جزء متغیرهای رابط در این مدل هستند. تجزیه و تحلیل شغل، یکی از معیارهای مهم در الگوی پژوهش است که به شرکت‌های دانش‌بنیان در اتخاذ تصمیم‌های درست کمک کرده و می‌توان گفت که تعیین ماهیت دقیق یک جایگاه شغلی در مجموعه، هدف اصلی تجزیه و تحلیل شغل است. اما، باید توجه داشت که شایسته سالاری عملکردی در سازمان سبب ارتقا کارمندان می‌شود و کارمندان ارتقا یافته در سطح بالاتری از همانی و عدالت سازمانی را ایجاد و در کنار یکدیگر تجربه می‌کنند که باعث می‌شود کارکنان بتوانند در سازمان بهتر کار کنند و سطح پایبندی آنها هم افزایش می‌یابد. گرایش به رهبری، مدیریت دانش و اعتبار و جایگاه اجتماعی هم که در سطح دوم مدل قرار دارند از همین دسته هستند. هر بخش از شرکت دانش‌بنیان کلیه عملکردهای پشتیبانی بخش، از جمله امور مالی، بازاریابی و فروش را فراهم می‌کند. از آنجا که همه فعالیت‌ها تحت یک مدیر قرار می‌گیرند، کارکنان از پشتیبانی مداوم برخوردار می‌شوند. سلسله مراتب گزارش دهی پاسخگویی را تشویق می‌کند، زیرا وفاداری متناقص به منابع محدود را از بین خواهد برد و این سبب افزایش اعتبار و جایگاه اجتماعی سازمان می‌شود. بالا بودن سطح اعتبار و جایگاه سازمانی منجر به بهبود سطح پایبندی سازمانی می‌شود. رضایت شغلی، پیشرفت فردی و سازمانی، رویکرد استراتژیک فردی، کار تیمی و مشارکتی، انگیزش فردی و شرکت دانش‌بنیان اثربخش متغیرهایی هستند که در سطح اول مدل قرار دارند. این سطح در برگرنده تاثیرپذیرترین مولفه‌ها در مدل هستند. می‌توان چنین برداشت کرد که متغیرهای این سطح تحت تاثیر سایر متغیرهای مدل هستند. به همین خاطر پیشنهاد می‌شود که میزان شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق در ایران به گونه‌ای عمل کنند که کارکنان خود را در جریان اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت این شرکت‌ها ببینند. همچنین، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران می‌بایست بر ارتباطات میان کارمندان در این سازمان‌ها در جهت بهبود ارتباطات کار کنند. پیشنهاد می‌شود در راستای بهبود جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان این شرکت‌ها به برندسازی نگاهی ویژه داشته باشند. علاوه بر این، شرکت‌های دانش‌بنیان می‌بایست استراتژی بازاریابی محتوای خود را توسعه دهند. شرکت‌های دانش‌بنیان باید ابزار بازاریابی مختص به خود را طراحی و تدوین کنند. مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران می‌بایست در جلسات کاری و سازمانی خود به کارمندان در مورد ارزش کارشان بگویند، نه صرفاً درآمد آنها. نهایتاً اینکه در جهت بهبود ارتباطات درون و بیرون سازمانی به شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه الکترونیک و برق ایران پیشنهاد می‌شود از ابزاری برای تعامل استفاده و معاشرت در خارج از محیط کار را برای بهبود صادرات تشویق کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان می‌بایست با مشتریان بین‌المللی خود تعاملی موثر داشته باشند و در این راستا بهتر است از ابزاری همچون مدیریت ارتباط با مشتری استفاده کنند. البته باید به مشکلات و محدودیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه برق و الکترونیک هم توجه داشت. مشکلات و محدودیت‌هایی همچون بروکراسی‌های اداری و سازمانی در صادرات این حوزه، مشکلات تامین مالی منحصر به شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه و همچنین محدودیت‌های ارتباط با صندوق‌های مالی جسورانه.

منابع

سرفرازی، بی‌بی عصمت، یعقوبی، نورمحمد، محمدی، محمد، جراحی، جلیل (۱۴۰۱). ارائه مدل عوامل مؤثر بر مدیریت استعداد در شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر ماندگاری کارکنان دانشی. *مدیریت بهره‌وری*، دوره ۱۶، شماره ۶۰، صص ۷۷-۱۰۷.

حسینی طبدهی، لیلا (۱۳۹۹). مطالعه کیفی عوامل مؤثر بر نگهداشت کارکنان دانشی در دانشگاه. *فصلنامه آموزش و بهبود منابع انسانی*، دوره ۱، سال ۱، صص ۷۹-۹۲.

قمری، آزاده، زین‌آبادی حسن‌رضا، آراسته حمیدرضا، بهرنگی محمدرضا (۱۳۹۷). بهره‌وری سازمانی با نگاه‌داشت استعدادهای نیروی انسانی: ارائه الگو (مورد مطالعه: شرکت ملی گاز ایران). *فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری*، دوره ۶، شماره ۲۳، صص ۶۷-۸۰.

ساغروانی، سیما؛ احمدی مقدم، حسن؛ رحمان سرشت، حسین (۱۳۹۵). نقش فرهنگ سازمانی در ارتقای هویت سازمانی کارکنان. *فصلنامه علمی مطالعات منابع انسانی*، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱-۲۲.

شریف‌عسکری، صفا، کاباران زادقدیم، محمدرضا، حقیقت منفرد، جلال، عدالتیان شهریاری، جمشید (۱۳۹۹). مدل‌سازی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی با استفاده از روش ساختاری تفسیری، *مجله مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی*، سال سوم، شماره ۴، صص ۸۶-۶۷.

مرادی، علی؛ امیری، میترا (۱۳۹۹). رابطه بین فرهنگ سازمانی با مسئولیت‌پذیری سازمانی کارکنان: مورد مطالعه شهر کرمانشاه. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، دوره ۹، شماره ۱، صص ۲۶۱-۲۸۲.

میرجلیلی، سیدحسین، حسینی، سیدشمس‌الدین و عبدی، یوسف (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان در کشورهای منتخب. *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، شماره ۲۳، ۱۴۴-۱۱۵.

ذاکری، امیر و صارمی، محمدصادق (۱۳۹۹). تعیین پیکره‌بندی دانش در فرایند بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان ایران؛ مطالعه موردی تجهیزات پزشکی. *مجله مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی*، سال سوم، شماره ۳، صص ۱۱۳-۸۹.

زمانی، اردشیر، رحمتی، محمدحسین، زندحسامی، حسام و یزدانی، حمید رضا (۱۳۹۸). تحلیلی بر عوامل انگیزاننده و بازدارنده همکاری‌های راهبردی بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان، *مجله مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی*، سال دوم، شماره ۲، صص ۱۶۹-۱۴۵.

Aburub, Bassam. (2020). Employee Retention & Engagement Solution. *Open Journal of Business and Management*. 8(1), 86-101.

Al-Hajri, S.A. (2020). Employee Retention in light of Green HRM practices through the Intervening role of Work Engagement. *Ann. Contemp. Dev. Manag. HR*, 2, 10-19.

- Ali, M. & Ahmad, N. (2017). 'Impact of pay promotion and recognition on job satisfaction: A study on banking sector employees Karachi', *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies*, 7, 131–141.
- Armstrong, M. (2020). *Human Resource Management Practice*; Kogan Page Limited: London, UK.
- Atapattu, M. (2018). High performance work practices and knowledge workers' propensity for knowledge management processes. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(3), 356–365
- Badiyala, A. (2015). 'Attracting, retaining and developing the best consulting talent', *Journal of Drishtikon*, 16(2), 221-239.
- Bhagia, P. (2022). Dealing with the turnover tsunami: Strategies for attracting and retaining the best talent. *AJO-DO Clinical Companion*. ISSN 2666-4305, [https://doi.org/10.1016/j.xaor.12.\(5\)](https://doi.org/10.1016/j.xaor.12.(5)).
- Bussin, M. & Toerien, W.C.(2015). 'Influence of reward preferences in attracting, retaining, and motivating knowledge workers in South African information technology companies', *Acta Commercii*, 15(1), 1–13.
- Darkwa, K.W., Newman, S., Kawkab, M. & Chowdhury, E.M. (2015). 'A qualitative study of factors influencing retention of doctors and nurses at rural healthcare facilities in Bangladesh', *BMC Health Services*, 15, 344
- Das, B.L. & Baruah, M. (2013). 'Employee retention: A review of literature', *Journal of Business and Management*, 14(2), 8–16.
- Das, S.C.; Singh, R.K. (2016). Green HRM and organizational sustainability: An empirical review. *Kegees J. Soc.* 8, 227–236.
- Deery, M. & Jago, L. (2015). 'Revisiting talent management, work-life balance and retention strategies', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 453–472.
- Dresner, M., De Rivera, C., Fuccillo, K.K. & Heejun, C. (2014). 'Improving higher-order thinking and knowledge retention in environmental science teaching', *BioScience*, 64(1), 40–48.
- Ghani, Bilqees & Memon, Khalid & Zada, Muhammad & Khattak, Afraseyab & Araya-Castillo, Luis & Ullah, Rezwan. (2022). Challenges and Strategies for Employee Retention in the Hospitality Industry: A Review. *Journal of Sustainability*. 14(1). 339-453.
- Gharib, M.N., Kahwaji, A.T. & Elrasheed, M.O. (2017). 'Factors affecting staff retention strategies used in private Syrian companies during the crisis', *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 202–206.

- Gohari, P., Ahmadloo, A., Boroujeni, M.B. & Hosseinpour, S.J., (2013), 'The relationship between regards and employee performance', *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(3), 543–554.
- Ikram, A., Fiaz, M., Mahmood, A., Ahmad, A., Ashfaq, R. (2021). Internal corporate responsibility as a legitimacy strategy for branding and employee retention: a perspective of higher education institutions. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), doi: 10.3390/joitmc7010052.
- Irabor, I.E.; Okolie, U.C. (2019). A review of employees' job satisfaction and its effect on their retention. *Annals of Spiru Haret University. Journal of Economic reserch*.19, 93–114.
- Islam, Talat & Ahmer, Zeshan & Mushtaq, Naeem. (2019). Retaining Talent: The Role of the Personal and Contextual Factors. *Lahore Journal of Business*. 8, 33-53.
- Khalid, N., Pahi, M.H. & Ahmed, U. (2016), 'Losing your best talent: Can leadership retain employees? The dilemma of the banking sector of Hyderabad Sindh, Pakistan: A mediation investigation', *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 608–616.
- Khan, Unzilla. (2021). Effect of Employee Retention on Organizational Performance. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*. 2, 52-66.
- Kim, H.K.(2014). 'Work-life balance and employees' performance: The mediating role of affective commitment', *Global Business and Management Research*, 6(1), 37–51.
- Kim, J.S., Milliman, J., Lucas, A. (2020). Effects of CSR on employee retention via identification and quality-of-work-life. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1163-1179.
- Kleindienst, B. & Biedermann, H. (2016). 'Participatory development of a performance measurement and management system', *Proceedings of 8th International Scientific Conference – Management of Technology Step to Sustainable Production*, Poreč, Croatia, 2(2),165-189.
- Letchmiah, L. & Thomas, A. (2017). 'Retention of high-potential employees in a development finance company', *SA Journal of Human Resource Management*, 15(0), 1–9.
- Likhitkar, P.; Verma, P. Field. (2017). Impact of green HRM practices on organization sustainability and employee retention. *Int. J. Innov. Res. Multidiscip.* 3, 152–157.
- Lunau, T., Bambra, C., Eikemo, T.A., Van der Wel, K.A. & Dragano, N.(2014). 'A balancing act? Work-life balance, health and well-being in European welfare states', *European Journal of Public Health*, 24(3), 422–427.
- Mabaso, Calvin & Maja, Malose & Kavir, Makan & Lekwape, Lesego & Makhasane, Shereen. (2021). Talent retention strategies: An exploratory study within the

- consulting industry in Gauteng province, *South Africa. Acta Commercii*. 21(2), 132-149.
- Magaisa, Gibbet & Musundire, Austin. (2022). Factors Affecting Employee Retention in Zimbabwean Companies. *International Journal of Applied Management Theory and Research*. 4. 1-20. 10.4018/IJAMTR.288507.
- Martinez-Tur, Vicente & Moliner, Carolina & Maniezki, Alice. (2020). *Organizational Justice*. 43(2), 123-139.
- Mazerolle, S.M. & Goodman, A.(2013). 'Fulfillment of work-life balance from the organizational perspective: A case study', *Journal of Athletic Training*, 48(5), 668-677.
- McShane, S.L. & Von Glinow, M.A. (2015). *Organizational behavior: Emerging knowledge, global reality*, 7th edn, McGraw-Hill Education, Singapore.
- Mehta, M., Kurbetti, A. & Dhankhar, R. (2014). 'Study on employee retention and commitment', *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies* 2(2), 154-164.
- Monteiro, Beatriz & Santos, Vasco & Pinto dos Reis, Isabel & Sampaio, Marta Sofia Mota Correia Sampaio & Sousa, Bruno & Martinho, Filipa & Sousa, Maria & Au-Yong Oliveira, Manuel. (2020). Employer Branding Applied to SMEs: A Pioneering Model Proposal for Attracting and Retaining Talent. *Journal of Information*, 11(2), 57-74.
- Muzam, J. (2022). The Challenges of Modern Economy on the Competencies of Knowledge Workers. *J Knowl Econ*. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-00979-y>.
- Nadeem, Areebah & Malik, Anam. (2021). FACTORS AFFECTING EMPLOYEE RETENTION IN PAKISTAN. *International Journal of Research Publications*. 86. 10.47119/IJRP1008611020212322.
- Onyeaku, John. (2020). How can organizations effectively use appraisal systems to retain knowledge workers? A systematic review of the literature. *Muma Business Review*. 4. 157-168. 10.28945/4603.
- Óskarsdóttir, Helga Guðrún, Guðmundur Valur Oddsson, Jón Þór Sturluson, and Rögnvaldur Jóhann Sæmundsson. 2022. Towards a Holistic Framework of Knowledge Worker Productivity. *Administrative Sciences*, 12: 50. <https://doi.org/10.3390/admsci12020050>
- Owusu, M.A. (2020). 'Strategies to improve employee retention in the small retail industry', *Doctoral dissertation*, Walden University.
- Planer, Dorota Grego (2019), The Relationship between Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behaviors in the Public and Private Sectors, *Journal of Sustainability*, No:11, 639-654pp.

- Rehman, N.; Hassan, A. (2019). Transforming into a learning organization through HR initiatives and managerial factors: A case of avari hotel, *Lahore. J. Manag.* 3, 1–24.
- Rehman, N.; Mubashar, T. (2017). Job stress, Psychological Capital and Turnover Intentions in Employees of Hospitality Industry. *J. Behav. Sci.* 27(1), 59–79.
- Rodríguez-Sánchez, J.-L., González-Torres, T., Montero-Navarro, A. & Gallego-Losada, R. (2020), 'Investing time and resources for work–life balance: The effect on talent retention', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 2–14.
- Rok, M.; Mulej, M. (2014). CSR-based model for HRM in tourism and hospitality. *Journal of Kybernetes*, 43, 346–362.
- Safiullah, A.B.(2014). 'Impact of rewards on employee motivation of the telecommunication industry of Bangladesh: An empirical study', *Journal of Business and Management*, 16(12), 22–30.
- Samuel, M.O. & Chipunza, C. (2009). 'Employee retention & turnover: Using motivational variables as a panacea', *African Journal of Business Management*, 3(8), 410–415.
- Sančanin, Branislav. (2021). The impact of branding on the efficiency of the process of attracting and retaining talented employees. *Trendovi u poslovanju*. 9. 107-115. 10.5937/trendpos2102120S.
- Schaerer, M., Kern, M., Berger, G., Medvec, V. & Swaab, R. (2017). 'The illusion of transparency in performance appraisals: When and why accuracy motivation explains unintentional feedback inflation', *Organisational Behavior and Human Decisions Processes*, 144, 171–186.
- Scott, S.B. (2019). Factors Influencing Teacher Burnout and Retention Strategies.. Bachelor's Thesis, *The University of Akron, Akron, OH, USA*.
- Shujaat, Sobia & Manzoor, Engr. Dr. Amir & Syed, Nadeem. (2014). Impact of Team Work on Employee Satisfaction. *IBT Journal of Business Studies*. 10(2), 71-80.
- Singh, A., 2018, 'Employee retention strategies in Trinidadian small enterprises', Doctoral dissertation, Walden University.
- Tews, M.J.; John, W. Michel, and Kathryn Stafford. (2020). Social support and turnover among entry-level service employees: Differentiating type, source, and basis of attachment. *Journal of Human Resource*. 59, 221–234.
- Turnea, E.S. (2018). 'Attraction and retention of the employees. A study based on multinationals from Romania', *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 238, 73–80.

- Uitzinger, D., Chrysler-Fox, P. & Thomas, A. (2018). 'Perceptions of human resource professionals of challenges to and strategies for retaining managers', *Acta Commercii*, 18(1), 1-10.
- Vasquez, D. (2014). 'Employee retention for economic stabilization: A qualitative phenomenological study in the hospitality sector', *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 3(1), 1-17
- Weng, Q. & McElroy, J.C. (2012). 'Organizational career growth, affective occupational commitment and turnover intentions', *Journal of Vocational Behavior*, 80(2), 256-265.
- Wilson, Nairn & Verma, Mahesh & Nanda, Aditi. (2019). Leadership in recruiting and retaining talent in academic dentistry. *Journal of Dentistry*. 87(1), 121-139.
- World at Work.(2021).Total rewards model a framework for strategies to attract, motivate and retain employees, viewed 15(2),219-232.

