

Research Paper

The Impact of Sustainable Human Resource Management on Organizational Reputation: The Mediating Role of Organizational Innovation

Mahboobeh Arab Kalmeri^{1*} Neda Tahmasbi Roshan²,Aliakbar Taghizadeh Ganji³,Fatemeh Aligoli Firoozjai⁴¹ Professor Assistant, Rahedanesh institute of higher education .Babol.Iran² Professor Assistant, Rahedanesh institute of higher education .Babol.Iran³ Master of Management, Rahedanesh institute of higher education .Babol.Iran⁴ Master of Management, Rahedanesh institute of higher education .Babol.Iran

10.22080/SHRM.2022.23508.1296

Received:

December 26, 2021

Accepted:

March 9, 2022

Available online:

April 13, 2022

Abstract

Companies providing knowledge services, such as the information technology industry, need to attract and retain knowledge personnel to survive. Reputation of the organization as good employer can have positive impact on attracting and retaining professional employees. Therefore, sustainable human resource management has recently been introduced as response to changes in social, labor market and job relationships. The present study examines the impact of sustainable human resource management on organizational reputation. This research is applied research, descriptive and a cross-sectional survey. The statistical population of the study includes electronic protection engineering companies in Mazandaran province. Considering that the level of analysis of the present research is organization, the questionnaire was distributed among 24 companies and was completed by the managers of these companies, which finally had the ability to analyze 23 questionnaires. Three standard questionnaires of organizational reputation, innovation and sustainable human resource management were used to measure research variables. It has been used to analyze the research through structural equations. The results of study show that sustainable human resource management does not have a direct and significant positive effect on organizational reputation, but through the innovation mediator variable, it has affected the organizational reputation variable. In other words, the innovation variable plays the role of a complete mediator in the relationship between sustainable human resource management and organizational reputation. The contribution of the present study is to clarify how the impact of sustainable human resource management on the variables emphasized by organizations such as organizational reputation.

Keywords:

Sustainable Human Resource Management, Organizational Reputation, Innovation

*** Corresponding Author:** Mahboobeh Arab Kalmeri**Address:** Rahedanesh institute of higher education .Babol.Iran**Email:** arab@rahedanesh.ac.ir

Extended abstract

1. Introduction

Specialized and skilled human resources are the most important organizational capital for information technology companies as the providers of knowledge and specialized services. These companies need to attract and retain knowledge forces for their long-term survival. This will become even more important when statistics show that the field of information technology has grown significantly over the last decade (Gartner, 2021). Also, due to the existence of extensive job opportunities and high-quality knowledge of professionals in this industry, the rate of dismissal of employees is significant. The results of research in this field have shown that from 2014 to 2019, dismissal of IT employees has been increasing (Idell et al., 2021). According to the previous research, sustainable human resource management practices increase innovation capacity and make the customers more satisfied. Hence, in this study, the impact of sustainable human resource management on organizational reputation with respect to the mediating role of innovation is investigated.

2. Research Methods

This research is of applied and descriptive-survey type. The statistical population of the research includes electrical power system protection engineering companies in Mazandaran Province (25 companies) that sell, install, design, execute, support and provide after-sales services in the field of electrical power system protection services and security promotion and need to attract and employ knowledgeable workers.

To measure the research variables, three standard questionnaires were used, including organizational reputation questionnaire (Carmeli & Tishler, 2005), organizational innovation questionnaire (Hung et al., 2011), and sustainable human resource management questionnaire (Wikhamn, 2019). Since the level of analysis of this research is the organization, the questionnaire was distributed among 25 companies and completed and collected by the managers of these companies. Finally, 23 completed questionnaires were received for analysis. To determine the normality of the data

distribution, the Kolmogorov-Smirnov test was performed. According to the test results, the hypothesis of rejected. To test the hypotheses, the path analysis test was used in Smart PLS3 Software.

3. Results

Findings show that sustainable human resource management does not have a positive and significant direct effect on organizational reputation. However, through the mediating role of innovation, it affects organizational reputation, i.e., the innovation variable plays a complete mediating role in the relationship between sustainable human resource management and organizational reputation.

4. Conclusion

The research findings help researchers and human resource managers to send more accurate and transparent reports on the impact of sustainable human resource management functions on important organizational outputs to senior managers of organizations. Given that today, there are more complex challenges in the field of human resources, such as aging society, lack of skilled labor, and employees' health issues, organizations that want to attract and retain human resources to run their business in the future need to change the prevailing situation in which human resources are consumed rather than developed, and change their traditional approaches to strategic human resource management. Sustainable human resource management is considered as the development of strategic human resource management and offers a new approach to managing people with a focus on long-term human resource development for reconstruction and renewal. Sustainable human resource management can promote product and process innovation in the organization by developing the employees' competencies as well as improving their relations. Based on the findings of this study, this process increases the reputation of the organization. Therefore, according to the findings of the present study and the dimensions of sustainable human resource management, organizations similar to the statistical population of this study, which emphasize attracting and retaining knowledgeable employees, are suggested to

respect the rights of their employees and develop their skills through in-service trainings to pave the way for organizational innovation. Collective beliefs and respect of members of the community in organizations with strong organizational reputation will make the employees proud of their organization and lead them to move toward the organization goals.

Funding:

There is no funding support.

Authors' contribution:

All authors have been equally involved in the preparation and writing of the article.

Conflict of interest:

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments:

We Acknowledgment the Union of Technical Companies for Electrical Power System Protection Engineering and Security Networks for preparing this article.

علمی

تأثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی: نقش میانجی نوآوری سازمانی

محبوبه عرب کلمری^{*۱} ID، ندا طهماسبی روشن^۲، علی اکبر تقی زاده گنجی^۳، فاطمه علیگلی فیروزجایی^۴

۱ استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی راه دانش، بابل
۲ استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی راه دانش، بابل
۳ کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی راه دانش، بابل
۴ کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی راه دانش، بابل



10.22080/SHRM.2022.23508.1296

چکیده

شرکت‌های ارائه دهنده خدمات دانشی همچون صنعت فناوری اطلاعات، برای بقای خود نیازمند جذب و نگهداری نیروهای دانشی هستند. شناخته شدن و شهرت سازمان به عنوان یک کارفرمای خوب می‌تواند تأثیر مثبتی بر جذب و نگهداری این کارکنان حرفه‌ای داشته باشد. برای تحقق این امر، مدیریت منابع انسانی پایدار اخیراً به عنوان پاسخی به تغییرات در سطح اجتماعی، بازار کار و روابط شغلی معرفی شده است. پژوهش حاضر با بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی، اهمیت این موضوع را به مدیران سازمان‌ها نشان می‌دهد. این تحقیق در زمره تحقیقات کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی از نوع پیمایشی و به صورت مقطعی است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های مهندسی حفاظت الکترونیک واقع در استان مازندران است. با توجه به اینکه سطح تحلیل پژوهش حاضر سازمان می‌باشد، پرسشنامه بصورت تمام شمار بین ۲۴ شرکت توزیع و توسط مدیران این شرکتها تکمیل شد که در نهایت تعداد ۲۳ پرسشنامه قابلیت تحلیل را داشت. برای سنجش متغیرهای پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد شهرت سازمانی، نوآوری و مدیریت منابع انسانی پایدار استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل پژوهش از طریق معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تأثیر مستقیم مثبت و معناداری ندارد ولی از طریق متغیر نوآوری به عنوان میانجی کامل، بر متغیر شهرت سازمانی تأثیر گذار بوده است. سهم علمی پژوهش حاضر، شفاف کردن نحوه تأثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر متغیرهای مورد تأکید سازمان‌ها همچون شهرت سازمانی می‌باشد.

تاریخ دریافت:

۵ دی ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۱۸ اسفند ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۲۴ فروردین ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

مدیریت منابع انسانی پایدار، شهرت سازمانی، نوآوری.

۱ مقدمه

دهد حوزه فناوری اطلاعات در طی دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است (Gartner, 2021). این امر بیانگر و پیش بینی کننده رقابت شدید میان شرکت های فعال این صنعت در تأمین و حفظ کارکنان دانشی و حرفه ای است. همچنین به دلیل وجود موقعیت های شغلی گسترده و دانش پر خریدار متخصصان، در این صنعت نرخ ترک خدمت کارکنان قابل توجه می باشد، نتایج تحقیقات در این حوزه نشان داده که از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹،

مهم ترین منبع و سرمایه سازمانی برای شرکتهای فناوری اطلاعات، به عنوان ارائه دهنده خدمات دانشی و تخصصی، منابع انسانی متخصص و ماهر است. این شرکت ها برای بقای بلند مدت خود نیازمند جذب و نگهداری نیروهای دانشی هستند. اهمیت این نکته زمانی بیشتر خواهد شد که آمارها نشان می

* نویسنده مسئول: محبوبه عرب کلمری
آدرس: هیئت علمی موسسه آموزش عالی راه دانش

ایمیل: arab@rahedanesh.ac.ir

۲ مبانی نظری پژوهش

۲،۱ مدیریت منابع انسانی پایدار

واژه مدیریت منابع انسانی پایدار نسبتاً جدید بوده و پژوهش‌های اندکی در این زمینه انجام شده است. تحقیقات اولیه بر این اساس که منابع انسانی، منابع کمیابی هستند از تحقیقات مدیریت محیط زیست، پایداری سازمانی و همچنین تحقیقات مدیریت منابع انسانی الهام گرفته اند (Ehnert, 2009). در موج دوم تحقیقات، محققین ارتباط بین پایداری و مدیریت منابع انسانی را بطور منظم تری مورد مطالعه قرار دادند و با به کارگیری ایده پایداری، در زمینه‌های مختلف مشکلات منابع انسانی همچون استراتژی منابع انسانی پایدار جهت کاهش تأثیرات نامطلوب تعدیل نیرو، مدیریت استعداد و نظریه ذینفعان در مدیریت منابع انسانی دیدگاه‌های بیشتری ارائه کردند (Nilipouratabaie et al., 2017). امروزه موج سوم از تحقیقات در زمینه پایداری و مدیریت منابع انسانی پدید آمده است که محققان تلاش می‌کنند تا در گروه‌های بین رشته‌ای در زمینه مدیریت منابع انسانی پایدار همکاری کنند. همچنین درک وسیع تری از نقش مدیریت منابع انسانی در ایجاد سازمان‌های پایدار و مسئول از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی به وجود آمده است و تأکید بر مفهوم مسئولیت اجتماعی شده است. به گونه‌ای که بر طبق آخرین تعاریف، مدیریت منابع انسانی پایدار حول اهداف سازمانی چندگانه، نه فقط تجاری، بنا نهاده شده است. محور این رویکرد، پیوند بین مدیریت منابع انسانی و پایداری است. مدیریت منابع انسانی پایدار به دنبال دستیابی به نتایج مثبت اقتصادی، اجتماعی، انسانی و زیست محیطی به طور همزمان، در کوتاه مدت و بلند مدت است (Kramar, 2022). این دیدگاه چند ذینفعی بر اهداف اجتماعی، فرهنگی، قانونی و نقش‌های چندگانه مدیریت منابع انسانی در کمک به برآوردن انتظارات شرکای درون سازمان (سرپرستان، همکاران، زیردستان) شرکای در مرزهای سازمان (مشتریان، ارباب رجوع) و شرکای خارج سازمان (خانواده و اجتماع) توسط کارکنان تأکید دارد (Aust et al., 2019). به طوری که مدیریت منابع انسانی پایدار، اتخاذ استراتژی‌ها و شیوه‌های مدیریت منابع انسانی که امکان دستیابی به اهداف مالی، اجتماعی و زیست محیطی را با تأثیر در داخل و خارج سازمان و در یک افق زمانی بلند مدت فراهم می‌کند و در عین حال اثرات جانبی ناخواسته و بازخورد منفی را کنترل می‌کند (Ehnert et al., 2016). پژوهش حاضر نیز این رویکرد را اتخاذ کرده است که مدیریت منابع انسانی پایدار یکی از جنبه‌های تلاش سازمان برای مشارکت در مسئولیت اجتماعی شرکتی است. این مفهوم به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها اشاره دارد که توسط مدیریت منابع انسانی به منظور مدیریت مؤثر افراد و کمک به اثربخشی و اهداف سازمان توسعه یافته است و در عین حال مجموعه فعالیت‌هایی برای یادگیری و توسعه فردی و همچنین رفاه فردی را تضمین می‌کند (Wikhamn, 2019).

۲،۲ شهرت سازمانی

شهرت، نوعی دارایی نامشهود و از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین عناصر برای زنده ماندن یک سازمان است؛ از این رو به عنوان

ترک خدمت کارکنان فناوری اطلاعات در حال افزایش است که ۶۹/۹٪ از آن‌ها داوطلبانه بوده اند (Idell et al., 2021). یافته‌ها نشان می‌دهد که ناتوانی شرکت‌های این صنعت در حفظ کارکنان دانشی رو به افزایش است و با وجود افزایش حقوق و پاداش‌ها، اما بسیاری از شرکت‌ها نرخ خروج ۱۱ درصد را برای کارکنان دانشی گزارش کرده اند (Skirmuntt, 2017). برخی محققان این موضوع را به خاطر محیط پراسترس و ساعات کار طولانی دانسته اند (Zhao & Rashid, 2010)، سایر محققان نیز عوامل مرتبط با فرصت‌های توسعه شغلی، حمایت سرپرستان، محیط کاری را به عنوان مهم‌ترین عوامل مرتبط با حفظ و ترک خدمت کارکنان دانشی در این صنعت بر شمرده اند (Purohit, 2016)، بنابراین ضرورت دارد تا این سازمان‌ها راهبردهای مناسب مدیریت منابع انسانی را اتخاذ کنند تا بتوانند محیط کاری جذابی را برای کارکنان دانشی فراهم آورند. از سوی دیگر شناخته شدن و شهرت سازمان به عنوان یک کارفرمای خوب می‌تواند تأثیر مثبتی بر جذب و نگهداری این کارکنان حرفه‌ای داشته باشد. نتایج پروژه بین‌المللی "شناسایی برترین محیط‌های کاری" نیز نشان می‌دهد که اغلب کارکنان و مدیران شرکت‌های برتر از واژه‌هایی همچون مفرح، مهیج و پویا برای توصیف محیط کاری خود استفاده کرده‌اند. نکته قابل توجه در نتایج این پروژه این است که جایگاه‌های برتر جهان در زمینه محیط و فضای کاری را شرکت‌های صنعت فناوری اطلاعات به خود اختصاص داده‌اند و همچنین در سال ۲۰۲۱ از ۲۵ شرکت برتر معرفی شده از میان صنایع مختلف، ۱۲ شرکت در صنعت فناوری اطلاعات مشغول به فعالیت می‌باشند (Bush, 2021). در تحقق این امر، مدیریت منابع انسانی پایدار اخیراً به عنوان پاسخی به تغییرات در سطح اجتماعی، بازار کار و روابط شغلی معرفی شده است. مدیریت منابع انسانی پایدار به عنوان توسعه مدیریت منابع انسانی استراتژیک در نظر گرفته می‌شود و رویکرد جدیدی را برای مدیریت افراد با تمرکز بر توسعه بلند مدت منابع انسانی، جهت بازسازی و تجدید ارائه می‌دهد (Stankevičiūtė & Savanevičienė, 2018). بنابراین با توجه به مسئله اهمیت حفظ و نگهداری کارکنان دانشی در صنعت فناوری اطلاعات و نقشی که شهرت سازمانی خوب می‌تواند در این امر داشته باشد، پژوهش حاضر به این موضوع می‌پردازد که آیا اقدامات مدیریت منابع انسانی پایدار می‌تواند شهرت سازمانی مناسبی را برای این شرکت‌ها فراهم آورد؟

همچنین از آنجایی که کارکنان دانشی قلب خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها هستند و ایده‌ها را ایجاد و اجرایی می‌کنند، نقش مدیریت منابع انسانی در نوآوری آشکار می‌شود (Nientied & SlobWinterink, 2018). لذا برای تبیین بهتر رابطه مدیریت منابع انسانی پایدار و شهرت سازمانی، نقش میانجی متغیر نوآوری سازمانی نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

2010). نوآوری به شرکت کمک می کند تا با آشنفتگی محیط خارجی مقابله کند و بنابراین، یکی از محرک های کلیدی موفقیت بلند مدت در تجارت، به ویژه در بازارهای پویا است. برای بقا در محیط ها، سازمان ها باید بتوانند با پیچیدگی فزاینده و تغییرات با سرعت بالا کنار بیایند. در این زمینه ها، شرکت هایی که ظرفیت نوآوری دارند، می توانند سریع تر به چالش ها پاسخ دهند و از محصولات جدید و فرصت های بازار بهتر از شرکت های غیر نوآور بهره برداری کنند. در واقع نوآورانه بودن یکی از ابزارهای پایه ای راهبردی برای ورود به بازارهای جدید، افزایش سهم بازار کنونی و ایجاد یک حاشیه مزیت رقابتی برای سازمان است (Gunday et al., 2011).

۳ پیشینه پژوهش

تحقیقات انجام شده در زمینه مدیریت منابع انسانی پایدار بیانگر تاثیر آن بر متغیرهای مهم در زمینه نتایج سازمانی همچون افزایش رقابت پذیری در بانک (Hameed, 2021)، ارتقای نوآوری و عملکرد سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط صادرات محور در اندونزی (Riana et al., 2020)، کارآفرینی شرکتی و توسعه پایدار دانشگاه (Grabara et al., 2020)، رضایت مشتریان در هتل ها (Wikhamn, 2019)، جذابیت برند کارفرمایی (Vihari & Rao, 2018) را نشان داده اند. همچنین در تحقیقات انجام شده در ایران نیز تاثیر مثبت مدیریت منابع انسانی پایدار بر عملکرد پایدار صنایع پایین دستی پتروشیمی (Asadolahidehkordi et al., 2020)، توسعه صنعت خودرو (Ahmadbeighi et al., 2021)، رضایت مشتری در شرکت های دانش بنیان (Zare & Malek, 2019) و پایداری سازمانهای ورزشی (Aibaghi, 2019) و (Esfahani et al., 2018) گزارش شده اند.

باتوجه به اینکه پیشینه پژوهش نشان داده که در صنایع مختلف مدیریت منابع انسانی پایدار توانسته است تاثیر مثبتی بر نتایج سازمانی داشته باشد، بنابراین فرضیه اصلی پژوهش حاضر به این صورت بیان می شود که در صنعت فناوری اطلاعات که با چالش در زمینه جذب و نگهداری کارکنان روبرو می باشد، مدیریت منابع انسانی پایدار می تواند شهرت سازمانی را ارتقا دهد. لذا فرضیه اول پژوهش بصورت ذیل ارائه شده است:

فرضیه ۱: مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

از سوی دیگر با توجه به دشواری و ابهام درباره سازوکارهای تاثیر اقدام های منابع انسانی بر ستاده های سازمانی (Lambooj et al., 2006; Bowen & Ostroff, 2004; Alizadeh et al., 2021) و همچنین اهمیت متغیر نوآوری برای کارکنان دانشی، برای بررسی دقیق تر رابطه مدیریت منابع انسانی پایدار و شهرت سازمانی، متغیر نوآوری بعنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شد. پیشینه پژوهش نیز بیانگر بررسی و تایید رابطه نوآوری با مدیریت منابع انسانی پایدار در شرکت های مهمانداری (Lee et al., 2021)؛ و همچنین رابطه نوآوری با شهرت سازمانی در شرکت های نفتی (Hassan, 2019)، شرکت های

"معیار رقابتی و تمایز" تعریف شده است (Mehtap & Kokalan, 2012). شهرت، نشان دهنده ی توانایی سازمان در برآورده کردن انتظارات ذی نفعان است (Fombrun & Van Riel, 2004). شهرت سازمانی تحت تاثیر سه بعد است: (۱) آن چیزی که سازمان با آن شناخته شده، (۲) باورها در مورد آنچه که در آینده از سازمان انتظار می رود و (۳) برداشت ها در مورد مطلوبیت کلی سازمان. شهرت در رفتار و مشارکت های تاریخی سازمان ریشه دارد اما می تواند به طور ناگهانی تغییر کند، که این تغییر برای مثال در شرایطی رخ می دهد که اطلاعات جدید در مورد رفتار گذشته سازمان آشکار شود و یا واپسین رفتار و یا مشارکت های سازمان اثر نامطلوبی بر ناظران بگذارد. شهرت سازمان و تغییر در آن، بر روابط سازمان با ذینفعان خود تاثیر می گذارد (Lange et al., 2011).

شهرت سازمانی یک دارایی نامحسوس حیاتی و استراتژیک برای سازمانها محسوب می شود که مزیت رقابتی پایدار را برای سازمان به همراه دارد. شهرت سازمانی دارای ۲ بعد است که عبارتند از: ۱ - شهرت محیطی: شهرت محیطی عقایدی است که ذینفعان سازمانها درباره ی عملکرد محیطی سازمان دارند؛ این عقاید بر اساس تمایل محیطی سازمانها می تواند مثبت یا منفی باشد و ۲ - شهرت اجتماعی: عقایدی است که ذینفعان سازمانها درباره ی عملکرد اجتماعی سازمان دارند و عمدتاً به مسئولیت اجتماعی سازمان برمی گردد که برای سازمان احترام اجتماعی به دنبال دارد (Baah et al., 2020). تحقیقات نشان داده که افراد از ارتباط با سازمان هایی با شهرت بالا احساس مثبتی خواهند داشت (Mehtap & Kokalan, 2012). مرور مبانی نظری شهرت سازمانی، نشان دهنده همپوشانی آن با مفهوم برند کارفرما در هر دو سطح مفهومی و تجربی دارد به گونه ای که برخی محققان از شهرت سازمانی به عنوان بخش داخلی برند کارفرما یاد کرده اند (Verčič & Coric, 2018) و بنابراین می تواند بر جذابیت سازمان برای کارکنان موثر باشد.

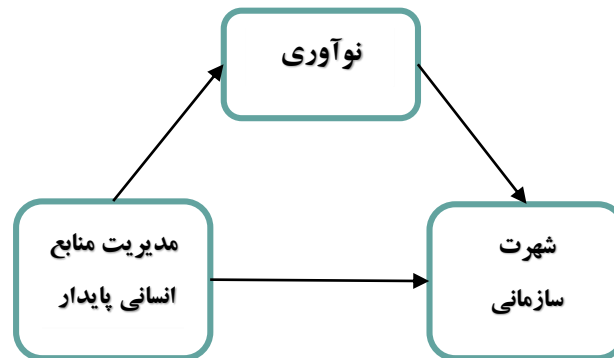
۲,۳ نوآوری سازمانی

نوآوری انجام متفاوت کارها است و بر استفاده از دانش فنی جدید که ممکن است ابزارها، فرایندها، تولیدات، یا خدمات باشد، دلالت می کند (Krozer et al., 2010). سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد، نمی تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می شود. زمانیکه فرهنگ سازمانی از نوآوری حمایت کند و به رفتار نوآورانه جایزه داده شود، زمینه نوآوری فراهم خواهد شد (Lan & Chong, 2015). در واقع اگر ایده ای توسعه نیافته و به محصول، فرآیند یا خدمات تبدیل نشده باشد، یا اگر تجاری نشده باشد، آن گاه به عنوان یک نوآوری طبقه بندی نمی شود. نوآوری شامل سرعت و بزرگی است. در واقع، سرعت نوآوری نشان دهنده سرعت بخش تحقیق و توسعه برای تولید محصول یا فرآیند نسبت به رقبای خود در صنعت است و سازمان ها سرعت نوآوری را برای افزایش ارزش کسب و کار افزایش می دهند. بزرگی نوآوری به درجه ای اشاره دارد که بخش تحقیق و توسعه تعدادی ایده، محصول، فرآیند یا خدمات جدید تولید می کند (Liao et al., 2011).

پژوهش برای بررسی نقش میانجی متغیر نوآوری به صورت ذیل ارائه شدند:

فرضیه ۲: مدیریت منابع انسانی پایدار بر نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳: نوآوری بر شهرت سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

پخش فرآورده های نفتی (Ahmadzadeh & Shokouh, 2020)، شرکت های دانش بنیان (Zare & Malek, 2020)، Jafarian, 2019) مورد تایید قرار گرفته است. با توجه به پیشینه تحقیق و همچنین برای درک بهتر رابطه مدیریت منابع انسانی پایدار و شهرت سازمانی، فرضیه های دوم و سوم این

۴ روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر در زمره تحقیقات کاربردی و ازلحاظ ماهیت توصیفی از نوع پیمایشی و به صورت مقطعی است. بر اساس رویکرد نیز تحقیق از نوع کمی است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت های مهندسی حفاظت الکترونیک واقع در استان مازندران است (۲۴ شرکت) که فروش، نصب، طراحی، اجراء، پشتیبانی و خدمات پس از فروش در زمینه خدمات حفاظت الکترونیک و ارتقای امنیت را انجام می دهند و نیازمند جذب و بهره گیری از کارکنان دانشی و با تجربه در حوزه فناوری اطلاعات می باشند. با توجه به تعداد پرسنل در اغلب این شرکت ها، می توان آن ها را در زمره شرکت های کوچک و متوسط دانست. با توجه به اینکه شرکت های کوچک و متوسط به ندرت ساختارهای منسجمی در زمینه واحد مدیریت منابع انسانی دارند؛ لذا توانایی مدیر در توسعه نیروی انسانی و استفاده مدبرانه از عوامل انسانی توسعه یافته از عوامل موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط محسوب می شود. در شرکت های کوچک، منابع انسانی، مهم ترین دارایی شرکت می باشد و مدیریت برای رسیدن به ارزش های مد نظرش باید توجه زیادی به مدیریت منابع انسانی نماید. لذا برای جمع آوری اطلاعات شرکت از مدیر عالی شرکت های نمونه آماری خواسته شد که به سوالات پرسشنامه پاسخ دهند. برای اندازه گیری متغیرهای پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد شامل پرسشنامه شهرت سازمانی (Carmeli & Tishler, 2005) شامل ۸ پرسش، پرسشنامه نوآوری (Hung et al., 2011) با سه بعد نوآوری در فرآیند، نوآوری در محصول و نوآوری کلی سازمانی با ۱۶ پرسش، و پرسشنامه مدیریت منابع انسانی پایدار (Wikhamn, 2019) با دو بعد توسعه شایستگی و

روابط کارکنان با ۹ پرسش، استفاده شد. با توجه به اینکه سطح تحلیل پژوهش حاضر سازمان می باشد، پرسشنامه به صورت تمام شمار بین ۲۴ شرکت توزیع و توسط مدیران این شرکت ها تکمیل و جمع آوری شد که در نهایت تعداد ۲۳ پرسشنامه قابلیت تحلیل و بررسی را داشت. به منظور تشخیص نرمال بودن توزیع داده ها آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف انجام شد که طبق نتایج آزمون، فرض نرمال بودن توزیع داده ها مورد قبول واقع نشد، لذا به منظور آزمون و تأیید فرضیه ها از تجزیه و تحلیل حداقل مربعات جزئی استفاده شد که الزامی به نرمال بودن داده ها ندارد. برای آزمون فرضیه ها از آزمون تحلیل مسیر توسط نرم افزار Smart PLS3 استفاده شده است. روایی و پایایی پرسشنامه پژوهش مورد بررسی و تأیید قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۱، ارائه شده است.

۵ یافته های پژوهش

اطلاعات جمعیت شناختی پاسخگویان بیانگر این است که از لحاظ جنسیت ۶۸ درصد مرد و ۳۲ درصد زن، از نظر سن ۲۸ درصد زیر ۳۰ سال، ۵۲ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۰ درصد بالای ۵۰ سال؛ و از نظر تحصیلات ۴۴ درصد فوق دیپلم، ۴۸ درصد لیسانس و ۸ درصد فوق لیسانس و بالاتر؛ و از لحاظ تجربه ۵۲ درصد زیر ۵ سال، ۳۶ درصد بین ۵ الی ۱۰ سال و ۱۲ درصد بالای ۱۰ سال بوده اند. همچنین ۵۰ درصد شرکت ها کمتر از ۱۰ نفر، ۳۰ درصد بین ۱۰ الی ۲۰ نفر، ۱۶ درصد بین ۲۱ الی ۳۰ نفر و ۴ درصد بیشتر از ۳۰ نفر پرسنل داشته اند.

برای بررسی برآزش مدل اندازه گیری از پایایی شاخص، روایی و اگر و روایی همگرا استفاده شده است. پایایی شاخص

مقدار AVE کمتر از ۰/۴ گزارش شده است. بنابراین، مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر با کمی اغماض تأیید می‌شود.

مطابق با جدول (۱)، مقدار R2 برای سازه شهرت سازمانی ۰/۴۹۱ محاسبه شده است به گونه ای که متغیر شهرت سازمانی به مقدار ۴۹ درصد توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود و نوآوری ۰/۳۵۲ محاسبه شده است به گونه ای که متغیر نوآوری به مقدار ۳۵ درصد توسط متغیر مدیریت منابع انسانی پایدار تبیین می‌شود؛ که با توجه به سه مقدار ملاک، مناسب بودن برآزش مدل ساختاری را تأیید می‌کند.

با معیارهای پایایی ترکیبی و ضرایب بارهای عاملی مورد سنجش قرار می‌گیرد. همانطور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود ضرایب بار عاملی اکثر سازه‌ها بالای ۰/۳ است و نشان دهنده ی این است که مدل از پایایی مناسبی برخوردار است (Kline, 1993) اما بار عاملی مربوط به سؤال های ۸ و ۲ در متغیر شهرت سازمانی و سوال ۱۸ در متغیر نوآوری (بعد فرایند)، پایین‌تر از ۰/۳ بودند؛ که در مدل نهایی حذف شدند (شکل ۲). با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE، ۰/۴ و برای پایایی ترکیبی، ۰/۷ است؛ مطابق با یافته ها که در جدول (۱) ارائه شده، این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند؛ البته در رابطه با متغیر شهرت سازمانی

جدول ۱ ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیر	پایایی ترکیبی	شاخص AVE	R2
منابع انسانی پایدار	۰,۹۴۷	۰,۶۶۷	-
توسعه شایستگی	۰,۹۲۶	۰,۷۲۱	-
روابط کارکنان	۰,۹۱۵	۰,۷۲۹	-
نوآوری	۰,۸۸۳	۰,۵۱۴	۰,۳۵۲
نوآوری در محصول (تولید)	۰,۸۸۴	۰,۵۶۲	-
نوآوری در فرایند	۰,۷۶۶	۰,۴۵۴	-
نوآوری سازمانی	۰,۸۴۰	۰,۵۲۵	-
شهرت سازمانی	۰,۷۳۶	۰,۳۲۹	۰,۴۹۱

منبع: یافته‌های پژوهش

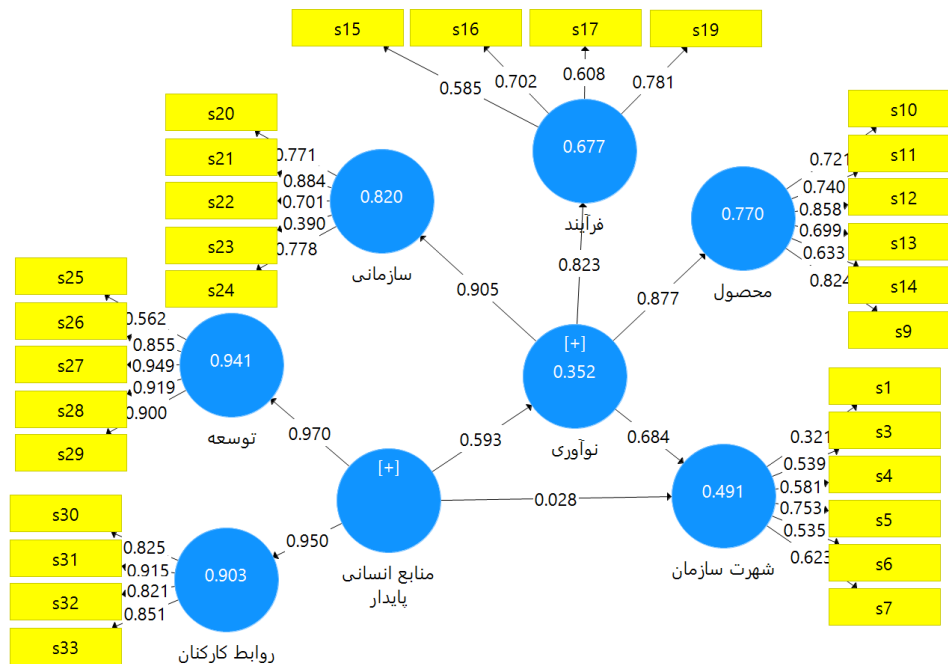
دارای روایی واگرا یا اعتبار تشخیص مناسبی است (Fornell & Larcker, 1981).

همچنین جدول ۲، نتایج روایی واگرا با روش فورنل و لارکر را نشان می‌دهد. همانطور که مشخص است مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط آن بزرگتر است و نشان دهنده آن است که مدل پژوهش

جدول ۲ روایی واگرا

متغیر	منابع انسانی پایدار	نوآوری	شهرت سازمانی
منابع انسانی پایدار	۰,۸۱۷		
نوآوری	۰,۵۶۹	۰,۶۱	
شهرت سازمانی	۰,۴۱۱	۰,۶۰۱	۰,۶۵۳

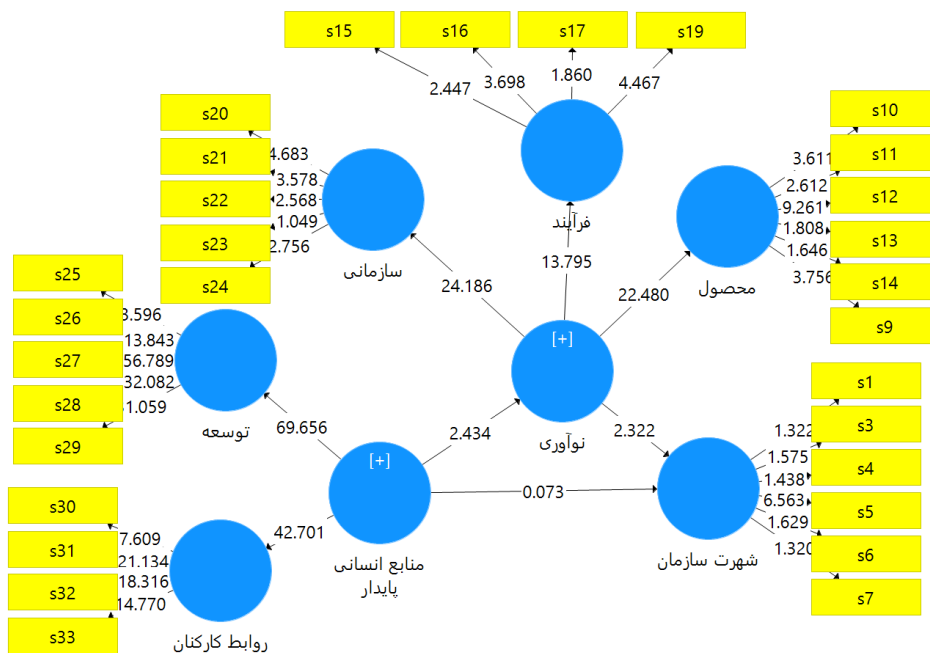
منبع: یافته‌های پژوهش



شکل ۲ آزمون ضریب مسیر

مقدار برای ارزیابی شاخص GOF در نظر گرفته اند، بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ (ضعیف)، بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۶ (متوسط) و اگر از ۰/۳۶ بیشتر باشد (قوی). بنابراین مقدار شاخص GOF مدل این پژوهش، بیانگر مناسب بودن برازش کلی مدل است.

برازش کلی مدل پژوهش نیز از طریق شاخص GOF مورد بررسی قرار گرفت، و با توجه به مقادیر اشتراکی و ضرایب تعیین برای متغیرهای درون زا در مدل، عدد ۰/۷۱۶ برای شاخص GOF محاسبه شد. **وتزلس و همکاران (۲۰۰۹)** سه



شکل ۳ ضریب معناداری Z

در ادامه با مقایسه ضرایب معناداری Z محاسبه شده برای هر مسیر می‌توان به بررسی تأیید و یا عدم تأیید فرضیه‌های پژوهش پرداخت. بدین‌سان اگر مقدار ضرایب معناداری Z بزرگ‌تر از قدر مطلق ۱/۹۶ شود، در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه مورد نظر قابل تأیید است. بر اساس شکل ۲ و ۳ که به ترتیب ضرایب مسیر و ضرایب معناداری Z را نمایش می‌دهند، نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول (۲) گزارش شده است.

در ادامه با مقایسه ضرایب معناداری Z محاسبه شده برای هر مسیر می‌توان به بررسی تأیید و یا عدم تأیید فرضیه‌های پژوهش پرداخت. بدین‌سان اگر مقدار ضرایب معناداری Z بزرگ‌تر از قدر مطلق ۱/۹۶ شود، در سطح اطمینان ۹۵

جدول ۳ آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه فرضیه	ضریب مسیر	ضرایب معناداری Z	فرضیه‌ها
رد	۰,۰۷۳	۰,۰۷۳	۱- مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأیید	۰,۰۹۳	۲,۴۳۴	۲- مدیریت منابع انسانی پایدار بر نوآوری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأیید	۰,۶۸۴	۲,۳۲۲	۳- نوآوری بر شهرت سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

منبع: یافته‌های پژوهش

هایی با شهرت بالا احساس مثبتی خواهند داشت (Mehtap & Kokalan, 2012). پژوهش حاضر در جامعه آماری شرکت‌های مهندسی حفاظت الکترونیک واقع در استان مازندران، به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا اقدامات مدیریت منابع انسانی پایدار می‌تواند منجر به افزایش شهرت سازمانی شود. یافته اولیه این پژوهش نشان داد که مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تأثیر مستقیم مثبت و معناداری ندارد. ولی با توجه به پیشینه پژوهش در سایر صنایع که از ارتباط این دو

۶ بحث و نتیجه‌گیری

شهرت سازمانی، نوعی دارایی نامشهود و از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین عناصر برای بقای یک سازمان است؛ از این رو به عنوان معیار رقابتی و تمایز تعریف شده است و نشان دهنده توانایی سازمان در برآورده کردن انتظارات ذی‌نفعان است. سازمانی با شهرت بالاتر، قدرت بالقوه بیشتری برای رهبری در حوزه خود را داراست و افراد نیز از ارتباط با سازمان

محصولات، خدمات و فرآیندهایشان را گسترش دهند که این امر منجر به ارتقای شهرت سازمانی به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار خواهد شد. این ارتقای شهرت سازمانی دو پیامد خارجی و داخلی برای سازمان فراهم خواهد آورد، اول اینکه در محیط به شدت رقابتی صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات، تعامل سازمان را با سازمانهای مشابه و مخاطبان خارجی تسهیل خواهد کرد به گونه ای که سازمانی با شهرت بالاتر، قدرت بالقوه بیشتری برای رهبری در حوزه خود را داراست و دوم اینکه متخصصان حرفه ای نیز از ارتباط با سازمانهایی با شهرت بالا احساس مثبتی خواهند داشت، لذا در این صنعت که نرخ ترک خدمت متخصصان بالا گزارش شده است، جذب و نگهداری متخصصان بهتر انجام خواهد شد.

با توجه به یافته های پژوهش حاضر و ابعاد مدیریت منابع انسانی پایدار، با ذکر محدودیت تعمیم پذیری نتایج این پژوهش به دلیل تفاوت در ماهیت صنایع مختلف و الزامات نیروی انسانی در آنها و همچنین محدودیت جغرافیایی جامعه آماری به استان مازندران، به سازمان های هم سنخ با جامعه آماری این پژوهش که تاکید بر جذب و نگهداری کارکنان دانشی دارند، می توان پیشنهاد داد که با استقرار کارکردهای مدیریت منابع انسانی پایدار، زمینه نوآوری و ارتقای شهرت سازمانی خود را فراهم آورند. اعتقادات جمعی و احترام افراد جامعه به سازمانهای با شهرت سازمانی قوی باعث می شود تا کارکنان چنین سازمانی نیز به سازمان خود افتخار کرده و همچون یک شهروند در سازمان خود برای پیشبرد اهداف آن تلاش کنند.

تعارض منافع:

تعارض منافع وجود ندارد.

سهم نویسندگان:

نویسنده اول به عنوان نویسنده اصلی و مسئول مقاله می باشد و سایر نویسندگان بر اساس ترتیب اسامی، در تدوین مقاله نقش داشته اند.

متغیر حمایت می کرد بررسی دقیق تر این ارتباط ضرورت می یابد. چراکه به رغم شواهد قوی در روابط مثبت اقدام های مدیریت منابع انسانی و ستاده های سازمانی مختلف، اما ابهام هایی درباره ساز و کارهایی که از راه آن ها بر ستاده های سازمانی مختلف تاثیر می گذارد وجود دارد (Lambooi et al., 2006; Bowen & Ostroff, 2004; Alizadeh Sani et al., 2021). در همین راستا، هدف اصلی این پژوهش بررسی دقیق تر تاثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی با توجه به نقش میانجی نوآوری است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تاثیر مستقیم مثبت و معناداری ندارد ولی از طریق متغیر میانجی نوآوری، بر متغیر شهرت سازمانی تاثیر گذار بوده است. به عبارتی متغیر نوآوری نقش میانجی کامل در رابطه بین مدیریت منابع انسانی پایدار و شهرت سازمانی ایفا می کند. بنابراین سهم علمی پژوهش حاضر، شفاف کردن نحوه تاثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر متغیرهای مورد تاکید سازمان ها همچون شهرت سازمانی می باشد.

پیشینه پژوهش نیز بیانگر این بوده که مدیریت منابع انسانی پایدار به طور قابل توجهی بر عملکرد و نوآوری سازمانی تاثیر می گذارد (Grabara et al., 2020, Karman, 2020, Wikhamn, 2019) از طرفی نیز عدم توجه به سرمایه گذاری در منابع انسانی یکی از موانع شرکت های کوچک و متوسط در ایجاد نوآوری می باشد (Riana et al., 2020). همچنین پژوهش های انجام شده در ایران توسط احمدزاده و شکوه (۲۰۲۰)، نیکخواه تکمه داش و همکاران (۲۰۱۹)، زارع سخویدی و ملک جعفریان (۲۰۱۹) و ابوالقاسمی و همکاران (۲۰۱۹) نیز همخوان با نتایج این پژوهش، تایید کننده تاثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر نوآوری بوده اند.

با توجه به اینکه شرکت های مهندسی حفاظت الکترونیک نیازمند جذب متخصصان حرفه ای در حوزه های برنامه نویسی، امنیت اطلاعات و خدمات مهندسی می باشند یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که این شرکت ها با اعمال مدیریت منابع انسانی پایدار از طریق توسعه شایستگی های کارکنان و همچنین بهبود روابط کار، قادر خواهند بود زمینه نوآوری

منابع

Abolghasemi, M., Khanlari, A., Masoumi Khalaji, H. (2019). The Impact of Innovation, Sustainable Human Resource Management on Customer Satisfaction (Spinas Chain Hotels), The Second National Conference on Modern Studies in Economics, Management and Accounting in Iran, Tehran. <https://civilica.com/doc/933957/> (In Persian)

Ahmadbeighi, A., Ahmadi, M., Zameni, F. (2021). Designing a comprehensive model of sustainable human resource management system in order to develop the automotive industry, *Journal of Training & Development of Human Resources*, 19(43), 37-48.

Ahmadzadeh, S., Shokouh, Z. (2020). The role of social capital in the realization of

- organizational innovation and organizational citizenship behavior by explaining the mediating role of sustainable human resource management. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 3 (3), 151-178. (In Persian)
- Aibaghi Isfahani, S., Hassani, A. A., & Hosseini, S. R. (2018). Green human resource management; A model for sustainability in sports organizations (Case study: General Department of Sports and Youth of North Khorasan Province). *Human Resource Management in Sports*, 5(2), 309-328. (In Persian)
- Alizadeh Sani, M., Keramatyazdi, Z., Hosseini, A. (2021). The relationship between human resource management functions and organizational outputs: meta-analysis research, *Organizational Resources Management Researchs*, 11(2), 145-163. (In Persian)
- Asadolahidehkordi, E., Ghorbanpour, A., Ahmadi, H. (2020). The Impact of Green Human Resource Management and Environmental Practices on Sustainable Performance in *Downstream Petrochemical Industries*, *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 2(3), 139-156. (In Persian)
- Aust, I., Matthews, B., & Muller-Camen, M. (2020). Common Good HRM: A paradigm shift in Sustainable HRM? *Human Resource Management Review*, 30(3), 100705.
- Baah, C., Jin, Z., & Tang, L. (2020). Organizational and regulatory stakeholder pressures friends or foes to green logistics practices and financial performance: investigating corporate reputation as a missing link. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119125.
- Bowen DE., Ostroff, C. (2004). Understanding HRM -Firm performance linkages: The role of the "Strength" of the HRM system, *Academy of Management Review*, 29(2), 203 -221 .
- Bush, M.C. (2018). A Great Place to Work For All, 11th Annual World's Best Multinational Workplaces List, Great Place to Work Institute. <https://www.greatplacetowork.com/book>
- Carmeli, A., & Tishler, A. (2005). Perceived organizational reputation and organizational performance: An empirical investigation of industrial enterprises. *Corporate Reputation Review*, 8(1), 13-30.
- Ehnert, I. (2009). Sustainable Human Resource Management. A Conceptual and Exploratory Analysis from a Paradox Perspective; Physica-Verlag: Berlin/Heidelberg, Germany, 2009.
- Ehnert, I., Parsa, S., Roper, I., Wagner, M., & Muller-Camen, M. (2016). Reporting on sustainability and HRM: A comparative study of sustainability reporting practices by the world's largest companies. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(1), 88-108.
- Fombrun, C. J., Van Riel, C. B., & Van Riel, C. (2004). Fame & fortune: How successful companies build winning reputations. FT press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with

- unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 5-39.
- Gartner (2021). Forecast: IT Services, Worldwide, 2019-2025, Gartner IT Services Report. <https://www.gartner.com/en/documents/4009717>.
- Grabara, J., Hussain, H. I., & Szajt, M. (2020). Sustainable University Development through Sustainable Human Resources and Corporate Entrepreneurship: The Role of Sustainable Innovation and Work Environment. *Amfiteatru Economic*, 22(54), 480-495.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of production economics*, 133(2), 662-676.
- Hameed, A. L. A. (2021). The Effect of Sustainable Human Resource Management on Competitiveness: Applied Study in a Number of Private Commercial Banks Listed on the Iraq Stock Exchange. *Psychology and Education Journal*, 58(4), 2887-2894.
- Hassan, K. F. (2019). *Innovation and its impact on the organizational reputation/field study for the views of the employees of oil companies in the province of Dohuk* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y. H., Yang, B., Wu, C. M., & Kuo, Y. M. (2011). Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry. *International business review*, 20(2), 213-225.
- Idell, K., Gefen, D., Ragowsky, A. (2021). Managing IT Professional Turnover. *Communications of the ACM*, 64(9), 72-77.
- Karman, A. (2020). Understanding sustainable human resource management-organizational value linkages: The strength of the SHRM system. *Human Systems Management*, 39(1), 51-68.
- Kline, P. (1993). *An Easy Guide to Factor Analysis*, Routledge.
- Kramar, R. (2022). Sustainable human resource management: six defining characteristics, *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 60(1), 146-170.
- Krozer, Y., Hophmayer-Tokich, S., van Meerendonk, H., Tijjsma, S., & Vos, E. (2010). Innovations in the water chain-experiences in The Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 18(5), 439-446.
- Lambooj M., Sanders K., Koster F., Zwiers M. (2006). Human resource practices and organisational performance: Can the HRM -Performance linkage be explained by the cooperative behaviours of employees, *Management Revue*, 17(3), 223 -240.
- Lan, X. M., & Chong, W. Y. (2015). The mediating role of psychological empowerment between transformational leadership and employee work attitudes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 184-191.
- Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. (2011). Organizational reputation: A review. *Journal of management*, 37(1), 153-184.

- Lee, M. H., Wang, C., Wu, T. J., & Yen, M. Y. (2021). Multilevel Linking Service Innovation, Service Sweethearting, and Brand Association: The Moderating Role of Sustainable Human Resource Management. *SAGE Open*, 11(1), 2158244020985526.
- Liao, C., Wang, H. Y., Chuang, S. H., Shih, M. L., & Liu, C. C. (2010). Enhancing knowledge management for RD innovation and firm performance: An integrative view. *African Journal of Business Management*, 4(14), 3026-3038.
- Mehtap, O., & Kokalan, O. (2012). The relationship between corporate reputation and organizational citizenship behavior: a comparative study on TV companies and banks. *Quality & Quantity*, 47(6), 3609-3619.
- Nientied, P., & SlobWinterink, C. (2018). The role of HRM in fostering innovation a case study of a Dutch technical company. *Dynamic Relations Management Journal*, 7(2), 13-24.
- Nikkhah Tekmedash, Y., Hosseini, S., Karami, A. (2019). The Impact of Knowledge-based Human Resources Management on Innovation Performance in Iranian Export SMEs. *Journal of International Business Administration*, 2(1), 1-21. (In Persian)
- Ninipour, T. S. A., Salehiomran, O. E., Hashemi, S., Sedaghat, M. (2017). Presenting Sustainable Human Resource Management Scorecard in Knowledge-based ICT Companies in Iran, *Quarterly Journal of Training and Development of Human Resources*, 11(3), 139-170. (In Persian)
- Purohit, M. (2016). Employee Turnover in IT Sector with Special Emphasis on Wipro and Infosys, *Journal of Business and Management*, 4(1), 47-51.
- Riana, I. G., Suparna, G., Suwandana, I. G. M., Kot, S., & Rajiani, I. (2020). Human resource management in promoting innovation and organizational performance. *Problems and Perspectives in Management*, 18(1), 107-118.
- Skirmuntt, M. (2017). The Information Technology Sector, Great Place to Work, 1-6.
- Stankevičiūtė, Ž & Savanevičienė, A. (2018). Designing sustainable HRM: The core characteristics of emerging field. *Sustainability*, 10(12), 4798.
- Stankeviciute,Z; Asta, Savaneviciene, A. (2019). Can Sustainable HRM Reduce Work-Related Stress, Work-Family Conflict, and Burnout, *International Studies of Management & Organization*, 1-20.
- Verčič, A.T. & Coric D.S. (2018). The relationship between reputation, employer branding and corporate social responsibility, *Public Relations Review*, 44(4), 444-452.
- Vihari, N. S., & Rao, M. K. (2018). Antecedents and consequences of sustainable human resource management: empirical evidence from India. *Jindal Journal of Business Research*, 7(1), 61-85.

- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 33(1), 177–196.
- Wikhamn, W. (2019). Innovation, sustainable HRM and customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 102-110.
- Zare, M. and Malek Jafarian, A. (2019). A Study of the Relationship between Innovation, Sustainable Human Resource Management and Customer Satisfaction (Case Study: Semnan Province Knowledge-Based Companies), Fifth International Conference on Management, Psychology and Humanities with Sustainable Development Approach, Tehran. <https://civilica.com/doc/975401/> (In Persian)
- Zhao, L. and Rashid, H. (2010). The mediating role of work-leisure conflict on job stress and retention of IT professionals. *Academy of Information & Management Sciences Journal*, 13(2), 25-40.