

## تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در

### شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان

محمود رفیعی

پژوهشگاه فضایی ایران، تهران، ایران  
mr\_rafiey@yahoo.com

گیتی کاظمی\*

دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، اصفهان، ایران  
gkazemi@istt.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۱/۲۷

تاریخ اصلاحات: ۱۳۹۷/۰۴/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۱۰

#### چکیده

امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان گزینه‌ای کلیدی برای تولید در کشورها، وظیفه تبیین و مدل‌سازی فرایندهای تحقیق و توسعه را بر عهده دارند. توسعه کسب و کار نیاز به مهارت‌های خاص دارد و با توجه به محیط رقابتی و جدیدبودن موضوع دانش‌بنیان بودن در کشور، این امر این شرکت‌ها را وادار می‌دارد که به توسعه محصولات و خدمات خود فکر کنند. در این خصوص استفاده از هویت سازمانی که به‌عنوان یک ابزار راهبردی سازمان می‌باشد، تأثیر به‌سزایی در هویت بخشی به محصول و خدمات و ارائه بهتر آنها به مشتریان دارد. هویت به شرکت کمک می‌کند تا سطح عملکرد و بهره‌وری خود را افزایش دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی تعیین تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان انجام شد. جامعه آماری این تحقیق شامل ۸۵۰ نفر از کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان بود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۵۰ نفر به روش تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. این تحقیق به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شد. در سطح توصیفی مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار و در سطح استنباطی متناسب با سطح داده‌ها و فرضیه‌ها، آزمون‌های آماری معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد به‌طور کلی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان معنادار و مثبت است.

#### واژگان کلیدی

هویت؛ هویت‌سازمانی؛ عملکرد؛ عملکرد کارکنان؛ شرکت‌های دانش‌بنیان.

#### ۱- مقدمه

طراحان در سازمان‌ها، تبدیل ایده‌های انتزاعی به موارد محسوس و آشکار است. به علت دانش آنها از علم رفتار، که با توانایی بیان کردن از راه فرم و شکل ترکیب شده است، باید به طراحان، به‌عنوان عوامل مهمی در استفاده راهبردی از هویت سازمانی نگریسته شود [۱]. از آنجایی که از اهداف مهم هر سازمانی، بالابردن سطح عملکرد کارکنان و افزایش بهره‌وری است و از سوی دیگر سرعت و دقت در دستیابی به این اهداف نیز، بستگی زیادی به کارکنان وفاداری دارد که نسبت به سازمان خود متعهد بوده باشند. شناخت عوامل و شرایط مؤثر بر هویت سازمانی می‌تواند سازمان و کارکنان را در بهبود عملکرد یاری بخشد. بدون توجه به الگوهای فردی، توانایی توسعه یک درک یکسان از هویت سازمانی به‌طور کلی و به چند دلیل، به‌عنوان یک عامل ارزشمند برای مؤسسات و سازمان‌ها مطرح می‌باشد. یک مفهوم مشترک از

هر سازمانی همانند انسان‌ها یک هویت دارد، هویت مجموعه‌ای از صفات است که در هر فرد با دیگری متفاوت است، لیکن هویت سازمانی به وسیله این حقیقت که می‌تواند به‌عنوان یک ابزار راهبردی در روند پیاده‌سازی هدف‌ها و ایده‌آل سازمان به کار رود، از هویت انسانی متفاوت شده است. هویت سازمان می‌تواند از راه ساختار سازمان، محصولات و خدمات آن، راهی که محیطش را شکل می‌دهد، روش‌هایی که ارتباط برقرار می‌کند و چگونگی رفتارش درک، شناخته و معرفی شود. این عوامل بر روی چگونگی نگرش از درون و بیرون، بر سازمان اثر می‌گذارند. همین‌گونه که محصولات رقیب افزایش می‌یابند و جداکردن محصولات از یکدیگر دشوار می‌شود، کانون توجه از محصول نشان‌دار به شرکت مالک نشان تغییر می‌کند. برندگان آینده کسانی خواهند بود که بتوانند یک هویت را به نشان‌های انحصاری بالاتری انتقال دهند. نقش

\* نویسنده مسئول

می‌گردد. در نتیجه جهت بالابردن عملکرد این شرکت‌ها تقویت هویت‌سازمانی در این شرکت‌ها بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

هویت‌سازمانی نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می‌نماید. کارکنانی که خود را با سازمان‌شان هویت‌یابی می‌نمایند تعهد بالاتری به سازمان داشته و تمایل کمتری به ترک شغل و سازمان خود دارند. در پژوهش‌های انجام‌شده تعدادی از متغیرهای مرتبط با هویت‌سازمانی که شامل رفتار، ارتباطات، نمادگرایی، خدمت‌رسانی، مدیران، مدیریت منابع انسانی، محیط، فرهنگ، راهبرد و ساختار به دست آمد، که هرکدام به نحوی با هویت‌سازمانی در ارتباط می‌باشند. و این متغیرها هرکدام بر روی عملکرد نیز تأثیر می‌گذارند. در این پژوهش این متغیرها بررسی و جمع‌بندی می‌گردند.

با توجه به حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و نقش این شرکت‌ها به‌عنوان بنگاه‌های اقتصاد دانش‌بنیان، و حضور افراد متخصص در آنها به‌عنوان دارایی معنوی این شرکت‌ها، این پژوهش در نظر دارد به این سؤال پاسخ دهد که آیا هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان تأثیر دارد؟

## ۲- پیشینه تمقیق

همچنان که مطالعات انجام‌شده در چند دهه اخیر توسط پژوهشگران در گوشه و کنار جغرافیای دانش مدیریت در مورد هویت و هویت‌سازمانی نشان می‌دهد، این مفاهیم با متأثر ساختن نگرش و طرز تلقی کارکنان نسبت به کار و سازمان، در حقیقت نحوه تعامل و واکنش آنان را در عمل به‌عنوان عضو سازمان تعیین می‌کند. با این توصیف، سطح عملکرد افراد در سازمان تا حد زیادی تحت تأثیر سطح و نوع تعهد آنان به سازمان و میزان قدرتمندی و نفوذ هویت‌سازمانی بستگی دارد.

تعدادی از تحقیقات انجام‌شده در غالب پیشینه داخلی و خارجی به شرح زیر آورده شده است:

### ۲-۱- پیشینه داخلی

گلزاری فر (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان "ارزیابی هویت‌سازمانی کارکنان و تأثیر آن بر کارآفرینی و عملکرد کارکنان" را بر روی کلیه کارکنان فولاد اکسین خوزستان شامل ۱۱۰ نفر انجام داد و به این نتیجه رسید که هویت‌سازمانی به‌عنوان یک ابزار راهبردی برای رسیدن به هدف‌ها و چشم‌انداز بوده و همچنین هویت‌سازمانی مربوط به تجارب و ایده‌هایی است که اعضاء به طور کلی از سازمان دارند. هنگام ورود به سازمان‌ها، مانند دوره پذیرفته‌شدن به‌عنوان یک عضو در جامعه، هرچه ارزش‌هایی که دیگران درباره فرد، موفقیت و مقام سازمانی او ابراز می‌کنند، همخوانی بیشتری داشته باشد، تنظیم هویت‌سازمانی آسان‌تر صورت می‌گیرد و هرچه نظرات و ارزش‌های فرد درباره شغل، وظایف شغلی و جایگاه سازمانی اش با نظرات و

پیکره‌ی سازمانی و هویت می‌تواند مشروعیت سازمانی لازم را برای جذب منابع، ایجاد انگیزه و ... و افزایش عملکرد فراهم کند [۲]. همچنین هویت می‌تواند به‌عنوان یک عامل مهم در موفقیت‌های طولانی‌مدت سازمان پیشنهاد شود [۳]. موجب درک بهتر ذینفعان از شرکت شده و احساس تعهد آنان نسبت به سازمان افزایش می‌یابد [۴]. اصول هویت اجتماعی بیان می‌کند که هویت افراد در سازمان با روش‌های شناختی، مؤثر و ارزشمند در ارتباط است [۴] میزان ارتباط هویت افراد با سازمان به تعهدات و پیوستگی‌های جمعی بستگی دارد و ممکن است باعث افزایش همکاری‌های گروهی در سازمان شود. هویت‌سازمانی ممکن است که به درونی‌سازی یادگیری سازمانی هم نسبت داده شود. مفاهیم هویت‌سازمانی و هویت‌سازی یک روشی برای توجیه‌کردن و توضیح‌دادن عامل فعالیت انسانی در درون یک ساختار سازمانی ایجاد می‌کند و با مفاهیمی مثل انگیزش و احساس، القا می‌شود و کمک می‌کند تا به سؤالاتی اساسی درباره زندگی سازمانی جواب دهیم [۵].

پژوهش حاضر با عنوان تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان به دنبال راهکارهای مناسب به‌منظور افزایش عملکرد کارکنان در این شرکت‌ها و انتقال آن به مدیران این شرکت‌ها و بررسی وضعیت عناصر هویت‌ساز در این شرکت‌ها می‌باشد. همان‌گونه که گفته شد شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک‌های علم و فناوری به منظور تجاری‌ساختن ایده‌ها از نخستین کارهای جدی است که در کشور به منظور عملی‌شدن تبدیل نوآوری‌ها به فناوری صورت گرفته است این شرکت‌ها از متولیان توسعه بنیادین کشور هستند و بهبود کارایی این سازمان‌ها در روند توسعه کشور تأثیر به‌سزایی خواهد داشت.

## ۱-۱- تعریف و بیان مسأله

منابع انسانی، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در حرکت صحیح سازمان به سمت اهداف سازمانی می‌باشد. یکی از عمده‌ترین دغدغه‌های مدیران در سطوح مختلف سازمان، چگونگی ایجاد بستر مناسب برای کارکنان است تا آن‌ها با مسئولیت‌پذیری و احساس تعهد وظایف خود را به‌درستی انجام دهند و عملکرد بهینه داشته باشند [۵].

از طرف دیگر موفقیت و شکست یک سازمان بستگی به عملکرد کارکنان آن سازمان دارد. بسیاری از بررسی‌ها و تحقیقات سازمانی مربوط به شناسایی، ارزیابی یا بهبود عملکرد بوده‌اند. این موضوع در شرکت‌های دانش‌بنیان نیز حائز اهمیت است. چراکه عملکرد ضعیف کارکنان و در کل شرکت موجب نارضایتی ارباب‌رجوع آن شرکت شده و در نهایت منجر به عدم تحقق اهداف پیش‌بینی شده برای آن شرکت نیز

1. Brune
2. Collins, J and Porras, J.
3. Balmer, John M.T. and Keith Dinnie
4. Tajfel, H. and Turner, J.c.
5. Albert, S.Ashforth, B. E. and Dutton, J. E.

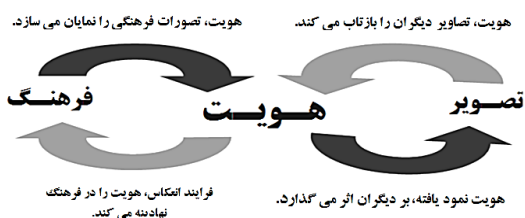
وقتی به شکل یک روح حاکم بر جریان کار تبدیل شود هر شخص جدید که وارد شرکت بشود هم تأثیر می‌پذیرد و خود را در سیستم قرار می‌دهد.

داشتن یک هویت‌سازمانی باعث می‌شود که فرد مصالح سازمان و شرکت خود را بیشتر از منافع شخصی و یا منافع زودگذر خود بداند و از جان برای آن کار مایه بگذارد که موفقیت سازمان را موفقیت خود می‌داند، به محل کار خود نه به‌عنوان صرفاً یک محل کار نگاه کند و به آن تعصب و عشق داشته باشد [۳].

### ۳- مبانی نظری و فرضیات پژوهش

#### ۳-۱- هویت‌سازمانی

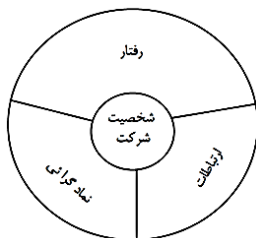
هویت‌سازمانی شکل خاصی از هویت اجتماعی است که از افکار، احساسات و رفتارهای افراد و اعضای گروه‌های سازمان و به‌صورت اجتماعی ساخته شده است [۶].



شکل ۱- مدل پویایی هویت

هویت‌سازمانی بازتابی از تئوری هویت اجتماعی است و اصول اساسی تئوری هویت اجتماعی مبنایی برای مفهوم‌سازی هویت‌سازمانی در دو دهه اخیر ایجاد کرده است [۷].

براساس دیدگاه پرات (۲۰۰۶) هویت‌سازمانی زمانی شکل می‌گیرد که باورهای فردی درباره سازمان به‌صورت خود ارجاعی درآیند. هویت‌سازمانی معنای درونی است که دید کارکنان از سازمان را نشان می‌دهد [۸] و در برگزیده درک مشترک توسط جمع است که از پاسخ به سؤال "ما به‌عنوان سازمان چه کسانی هستیم؟" حاصل می‌شود. جمع بیانگر این است که چه کسانی را شامل می‌شود و درک مشترک، اشتراک خصوصیت تجسمی است (یعنی خلاصه‌ای از ادراک و باورهای اعضاء درباره هویت‌سازمانی) یا گونه‌ای از خصوصیت "گشتالت" که از فعالیت‌های گروه بر می‌خیزد [۹].



شکل ۲- نمودار هویت سازمانی

ارزش‌های دیگران تفاوت بیشتری داشته باشد، احتمال ایجاد حالت ابهام نقش و در نتیجه اختلال در ایجاد هویت‌سازمانی بیشتر خواهد بود.

نصیری-سپهوند (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان "پیش‌بینی عملکرد شخصی کارکنان دانشگاه بوعلی‌سینا از طریق ابعاد هویت‌سازمانی" در دانشگاه همدان، به این نکته اشاره کردند: هویت‌سازمانی سبب می‌شود کارکنان سازمان احساس همبستگی و وحدت کنند. از سازمان از لحاظ رفتاری و نگرشی حمایت کنند. به این نتیجه رسیده‌اند به طور کلی سازمان به تقویت هویت‌سازمانی نیاز دارد زیرا این اعتقاد وجود دارد که هویت تأثیر مثبتی بر عملکرد کارکنان دارد و هویت‌سازمانی از عوامل مؤثر بر افزایش عملکرد کارکنان و بهره‌وری در سازمان‌ها است.

#### ۳-۲- پیشینه خارجی

استرادا<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان تأثیر هویت اجتماعی کارآفرین بر عملکرد انجام داد. در این مطالعه بر روی سه نوع هویت اجتماعی کارآفرینی شناسایی شده توسط فاوارد و گریب (۲۰۱۱)، بررسی می‌شود که چگونه هویت‌های اجتماعی بر روش مدیریت کارآفرینانه و عواقب آن برای عملکرد کسب و کار تأثیر می‌گذارد. براساس نظرسنجی از شرکت‌های تازه ایجادشده، نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که این سه نوع هویت بر عملکرد تجاری اثر دارد.

کنتراس<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) پژوهشی تحت عنوان تهدید، هویت و عملکرد در آموزش و پرورش شیلی انجام داد. جامعه آماری را کلیه کارکنان آموزش و پرورش شیلی انتخاب شدند. یافته‌ها نشان داد که از میان ابعاد هویت‌سازمانی مؤلفه دانش راهبرد بیشترین تأثیر را در پیش‌بینی عملکرد شغلی داشته اما بین مؤلفه‌های هویت منسجم، کیفیت مدیران و گشودگی و پویایی با عملکرد شغلی رابطه معناداری وجود ندارد.

فوکس<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) پژوهشی تحت عنوان عملکرد شخصی و هویت حرفه‌ای انجام داد. هدف از پژوهش شناسایی میزان رابطه بین هویت حرفه‌ای با عملکرد شغلی نتایج فرضیات تحقیق نشان می‌دهد که بین هویت‌سازمانی با عملکرد شغلی کارکنان امور مالیاتی رابطه معنی‌داری وجود دارد از نتایج این تحقیق می‌توان برای بهبود عملکرد شغلی کارکنان استفاده کرد.

این سازه‌ها به‌خوبی می‌تواند عملکرد کارکنان را با توجه به درجه رسوخ هویت‌سازمانی در ذهن افراد و همچنین با در نظر گرفتن نوع و میزان تعهد سازمانی آنان پیش‌بینی کند. هویت‌سازمانی را می‌توان تعریف و تلقی یک فرد از محل کار خود و سازمان متبوع خود دانست که در رفتار و مناسبات اجتماعی بر رفتار وی تغییر ایجاد کند. به گونه‌ای که به‌جز هویت و شخصیت فردی خود، یک هویت و شخصیت مستقل سازمانی را حاکم بر خود بداند و در مقابل شرایط مختلف براساس معیارهای هویت دوم رفتار کند. هویت‌سازمانی

1. Estrada  
2. Dante Contreras  
3. Fawkes

## ۲-۳- عملکرد فردی

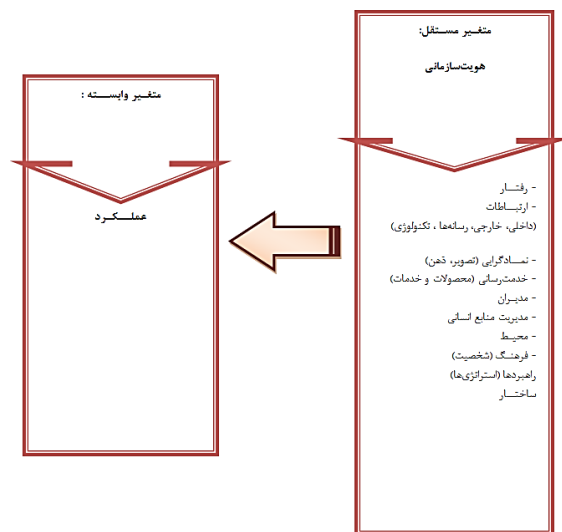
عملکرد فردی عبارت است از دستیابی یا فراتر رفتن از اهداف سازمانی و اجتماعی و انجام مسئولیت‌هایی که بر عهده افراد گذاشته شده است. به‌طور کلی عوامل مؤثر بر عملکرد را می‌توان به شرح زیر عمل نمود: ساختار سازمانی- محیط سازمان- سیاست‌ها و رویه‌های سازمان. استفاده از ساختار سازمانی کارها را به‌صورت رسمی، تقسیم، گروه‌بندی و هماهنگ می‌کند.

## ۳-۳- سؤال پژوهش

مقاله حاضر با هدف بررسی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان تدوین شده است. در نتیجه سؤال پژوهش به شرح ذیل است که مقاله سعی در پاسخگویی به آنها را دارد:  
آیا هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان تأثیر دارد؟

## ۴- الگوی مفهومی پژوهشی

با توجه به مرور ادبیات و فرضیات تدوین شده براساس پژوهش‌های انجام گرفته، و مشخص شدن برخی از متغیرها هویت سازمانی مؤثر بر عملکرد الگوی تحقیق به صورت شکل ۳ طراحی و تبیین شده است. این الگو بیانگر ده فرضیه تحقیق است که بر روی عملکرد تأثیر مثبت دارد.

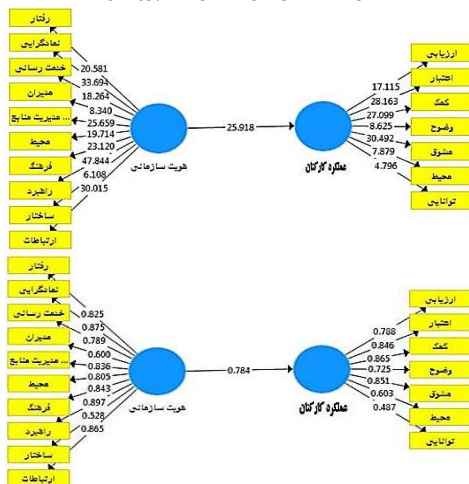


شکل ۳- مدل مفهومی پژوهش

## ۴- یافته‌های تمقیق

پرسشنامه در بین ۳۵۰ نفر از کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان توزیع شد که از این تعداد ۳۴۵ پرسشنامه برگردانده شد. به‌منظور سنجش فرضیات این تحقیق از نرم‌افزار SMARTPLS استفاده شده است که با توجه به اینکه مقدار تی- ویو تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، بنابراین ضریب اثر ۰/۷۸۴ در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بوده و تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان تأیید گردید و با توجه به اینکه این ضریب مثبت به‌دست آمده است، بنابراین می‌توان استنباط کرد تقویت هویت‌سازمانی باعث افزایش عملکرد کارکنان می‌گردد.

ضرایب مسیر بین متغیرهای پژوهش



مقدار t-Value مدل اصلی پژوهش

## ۵- روش‌شناسی تمقیق

پژوهش‌های مختلف اطلاعات مورد نیاز جهت تجزیه و تحلیل را به صورت (۱) روش میدانی، جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از ابزارهایی مانند مصاحبه، پرسشنامه و غیره و یا (۲) روش اسنادی استفاده از اطلاعات موجود تأمین می‌کنند. از طرفی پژوهش حاضر سعی دارد با دریافت اطلاعات از کارکنان شرکت‌های مستقر به روش پرسشنامه به پرسش مقاله پاسخ دهد. این پژوهش

**۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری**

هر سازمان، همانند انسان‌ها، یک هویت دارد، هویت مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی است که آن را از دیگران متمایز می‌سازد. اما به هر صورت، هویت سازمانی به‌وسیله این واقعیت که می‌تواند به‌عنوان یک ابزار راهبردی در فرایند دستیابی به هدف‌ها و دیدگاه سازمان استفاده شود موردنظر است. هویت سازمان می‌تواند از راه ساختار سازمان، محصولات و خدمات آن، شیوه‌ای که آن سازمان محیط خود را شکل می‌دهد و شیوه ارتباطات و رفتار آن، درک و تجربه شود. این عوامل بر روی چگونگی نگرش افراد نسبت به سازمان تأثیر می‌گذارند.

- در پژوهش حاضر تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده و مشخص‌شدن اینکه هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت دارد، جهت بالابردن عملکرد کارکنان پیشنهاد می‌شود متغیرهای مربوط به هویت سازمانی که بر عملکرد کارکنان تأثیر دارد تقویت شوند از جمله:

- تقویت بعد رفتار از طریق توجه به نیازها و احساسات کارکنان در سازمان و جهت‌دهی رفتار با اهداف سازمان

- تقویت بعد ارتباطات درون سازمانی و آمادگی برای پاسخ‌های متناسب با تغییرات محیط و شناخت مسیرهای مختلف برای ارتباط دو جانبه با ذی‌نفعان

- تقویت بعد نمادگرایی از طریق بالابردن کیفیت خدمات و محصولات برای مشتریان که این کار سبب می‌شود مشتریان تصویر مثبت از سازمان داشته باشند. ایجاد این تصویر بر نحوه کارکرد کارکنان نیز تأثیر خواهد گذاشت.

- تقویت بعد خدمت‌دهی، با توجه به اینکه خدمت‌دهی مناسب به مشتریان بستگی به خدمات‌رسانی کارکنان شرکت دارد و اگر برای این بعد استانداردهای کیفیت و ارزیابی نحوه عملکرد لحاظ شود و کارکنان از نحوه عملکرد خود مطلع گردند باعث افزایش عملکرد کارکنان خواهد شد.

- تقویت نقش مدیران از طریق اعتماد به کارکنان، استفاده از سیستم پاداش و تنبیه برای رفتار مطلوب در سازمان که باعث وفاداری کارکنان به سازمان و در نتیجه بالارفتن عملکرد سازمان می‌شود.

با توجه به فرضیات مطرح‌شده و تحلیل این فرضیات، وجود هویت سازمانی در هر سازمان چه دولتی، خصوصی، دانش‌بنیان و ... بسیار ضروری می‌باشد. شناخت هویت در مرحله اول برای مدیران این سازمان‌ها و در درجه دوم برای کارکنان این سازمان‌ها مهم می‌باشد. به‌طور کلی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد کارکنان رابطه معنادار و مثبت وجود دارد.

**۸- پیشنهادهای کاربردی:**

- سایر محققین می‌توانند این پژوهش را در سایر پارک‌های علم و فناوری انجام دهند و نتایج را با نتیجه این تحقیق مقایسه نمایند.
- محققین می‌توانند نقش تعدیل‌گر فرهنگ‌سازمانی را در رابطه بین هویت‌سازمانی و عملکرد کارکنان بررسی نمایند.

**۹- مراجع**

- ۱- براتی، هاجر، عریضی، حمیدرضا، نوری، ابوالقاسم، رابطه ساده و چندگانه عدالت سازمانی با عملکرد شغلی در شرکت ذوب‌آهن، اصفهان، چشم‌انداز مدیریت، شماره ۳۳، صفحات ۲۸-۹، ۱۳۹۶.
- ۲- رفیع‌زاده، علی، مدیریت عملکرد و توسعه‌یافتگی سازمان‌ها (مطالعه موردی و تجربه عملی). سومین کنفرانس ملی مدیریت عملکرد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۸۶.
- 3- [www.eekhtiyari.ir](http://www.eekhtiyari.ir){1}
- 4- Brown M.E. 1969. Identification and some conditions of organizational involvement. *Administrative science quarterly*, 14, 355.
- 5- Prevos P. 2004. *Cultural identity*. Sydney: Foundation of social science (Maquarie University).
- 6- Balmer, John M.T. and Edmund R. Gray. 2003. "Commentary Corporate Brand: what are they? What of Them?" *European Journal of Marketing*, 37(7,8): 972-997.
- 7- Hatch M.J, and Schul M. Relations between organizational culture, identity and image. 1997 *European Journal of Marketing*, 31:356-365.
- 8- *Journal*, 12:443-458
- 9- Ashforth B, and Mael F.. *Social Identity Theory and the Organization*. *The Academy of Management Review*, 1989pp. 14: 20-39.
- 10- Guatam T. Van Dick R and Wagner U. Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian journal of social Psychology*. 2004, pp 7: 301-315.
- 11- Witing M. Relations between organizational identity, identification and organizational objectives. *Journal of management psychology*. 2006, pp14:432-452.
- 12- Pratt M.G., Rockman K and kaufman J. "Constructing Professional Identity: the role of work and identity learning cycle in the Customization of identity among Medical professionals." *Academy of Management Journal* 2006, pp49: 235-62.