

شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساخت و اعتباریابی ابزار اندازه‌گیری آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

راضیه کاظمی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند

Raziye.kazemi@yahoo.com

لیلی سیفی (نویسنده مسئول)

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند

Leili.seifi@birjand.ac.ir

علی عسگری

استادیار گروه علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه بیرجند

Ali.asgari@birjand.ac.ir

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساخت و اعتباریابی ابزار اندازه‌گیری آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور صورت گرفته است.

روش: این پژوهش، از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع پژوهش توصیفی - همبستگی به روش ساخت ابزار است. جامعه آماری، شامل کلیه کتابداران نهاد کتابخانه‌های عمومی مراکز استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی و کرمانشاه که شامل ۳۸۵ نفر بودند و از این تعداد طبق جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان ۱۹۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به شیوه خوشه‌ای چند مرحله‌ای انجام شد. روایی ابزار به شیوه روایی محتوا و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی محاسبه شد. پایایی ابزار نیز با استفاده از آلفای کرونباخ برای هر شاخص و کل ابزار (۰/۸۹) و روش دونیم کردن صورت گرفت که برای گویه‌های فرد ۰/۸۲ و برای گویه‌های زوج ۰/۷۸ به دست آمد که این نتایج نشان از پایایی مناسب این ابزار است.

یافته‌ها و نتایج: بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با بارهای عاملی عبارت‌اند از: شور و شوق سازمانی (۰/۴۶)، همکاری و ارتباطات برون سازمانی (۰/۷۰)، آموزش مستمر و حمایت از توسعه (۰/۶۲)، انسجام و نگرش سیستمی (۰/۵۲)، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر (۰/۷۲) و خدمات و بازاریابی کتابخانه (۰/۶۸). نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، روایی و پایایی مناسب ابزار را تأیید کرد. در نهایت با توجه به ویژگی‌های روان‌سنجی مطلوب ابزار فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی، می‌توان از این ابزار به‌عنوان ابزاری معتبر در پژوهش‌های مرتبط استفاده کرد.

اصالت / ارزش: بررسی پیشینه پژوهش‌ها نشان داد تاکنون پژوهشی در راستای ساخت و اعتبار‌یابی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی انجام نشده است، لذا پژوهش حاضر پژوهش جدیدی است که در سطح کشور صورت گرفته است.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، نهاد کتابخانه‌های عمومی، اعتبار‌یابی، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، ایران

مقدمه

پیشرفت‌های سریع در علم و فناوری در عصر حاضر، دگرگونی‌های زیادی در نظام‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به وجود آورده و موجب رویارویی سازمان‌ها با تحولات گسترده‌ای شده است. مواجهه با این تغییرات نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه‌ای است (آگاراد و آرگولو^۱، ۲۰۱۵). توجه کتابخانه‌های عمومی به کارآفرینی به‌عنوان راهی برای مقابله با دنیای متغیر امروزی و پاسخ به رقبای جدید به‌سرعت در حال افزایش است. حس بی‌اعتمادی در شیوه‌های مدیریت سنتی و بی‌رغبتی کتابداران در انجام کارهای تکراری کتابخانه، همچنین ظهور فناوری‌های پیشرفته، مدیران کتابخانه‌های عمومی را به فکر واداشته است (کاوورا و آندرسون^۲، ۲۰۱۶). از این‌رو مدیریت کتابخانه‌های عمومی به دنبال زمینه‌ها و راه‌حل‌هایی برای انجام کارآفرینی و ایجاد فرهنگ آن در کتابخانه‌های عمومی است (کریمی و عابدینی^۳، ۲۰۱۵).

با توجه به رسالت‌های کتابخانه‌های عمومی و جایگاه آن در سطح جامعه، می‌توان گفت کتابخانه‌های عمومی قابلیت ایجاد فرهنگ کارآفرینی را دارند. ایجاد فرهنگ کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی نیازمند راه کارهای ایجاد فرهنگ آن با توجه به ویژگی‌ها و قابلیت‌های کتابخانه‌های عمومی با تمرکز بر هدف خدمت‌رسانی به کاربران است (زوارقی، ۱۳۹۱). درواقع فرهنگ یک عامل هدایت‌کننده است و نقش مؤثری در ظهور کارآفرینی دارد و شرایط مناسب را برای بروز فعالیت‌های کارآفرینانه کتابداران فراهم می‌کند. ایجاد فرهنگ کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی مستلزم شناخت ابعاد و لایه‌های فرهنگی آن است (فخرایی، ۱۳۷۹). مفهوم فرهنگ کارآفرینی با توجه به ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای مرتبط با کارآفرینی استفاده می‌شود. این فرهنگ از فرصت‌طلبی و ریسک‌پذیری کتابداران حمایت می‌کند و امکان سعی دوباره و تلاش بعد از شکست را بدون اعمال مجازات برای آن‌ها فراهم می‌آورد و همچنین افزایش توانایی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه کتابداران و افزایش موفقیت‌های آنان در کتابخانه برای خدمت‌رسانی به کاربران را تسهیل می‌کند (بارون و هنری^۴، ۲۰۱۱).

¹. Aagaard & Arguello

². Kavoura & Andersson

³. Karimi & Abedini

⁴. Baron & Henry

اولین قدم نیز جهت ایجاد هرگونه تغییری در کتابخانه‌های عمومی، تغییر در فرهنگ سازمانی^۱ آن است؛ زیرا ظهور فناوری‌های جدید و به دنبال آن تغییر در انتظارات کاربران، مدیران را مجبور می‌سازد تا برای حفظ و بقای کتابخانه خود مبارزه کرده و مانند سایر سازمان‌های دیگر راهکارهای مناسبی برای مدیریت و هدایت این تغییرات داشته باشند (هیسریچ، لانگن و گرانت^۲، ۲۰۰۷). در کتابخانه‌های عمومی نیز اگر فرهنگ سازمانی مناسب باشد، دیگر نگرانی در مورد تغییرات و دشواری‌های اجرایی به وجود نخواهد آمد. درک و شناخت فرهنگ سازمانی، برای پرداختن به کارآفرینی و ایجاد فرهنگ آن، مساله اصلی برای کتابداران و مدیران کتابخانه‌های عمومی است (ویر و داسین^۳، ۲۰۱۱).

نتایج پژوهش‌های انجام شده از جمله: (حریری و جعفری، ۱۳۹۱؛ طبرسا، احمدی‌زاد و اسمعیلی‌گیوی، ۱۳۹۱؛ طبرسا، محبوب و اسمعیلی‌گیوی، ۱۳۸۹؛ مبینی‌دهکردی، رضازاده، دهقان‌نجم‌آبادی، ۱۳۹۱؛ کریمی، رضایی، احمد پور داریانی و انصاری، ۱۳۹۲؛ یداللهی‌فارسی، عزیزی زیارت و خواستار، ۱۳۸۸؛ منوریان و احمدی‌تنکابنی، ۱۳۹۱؛ طاهری، شایان‌جهرمی و ترابی، ۱۳۸۹؛ علیمردانی، فراهانی و قاسمی، ۱۳۹۳) مبین این موضوع است که فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی در سازمان تأثیر زیادی دارد. مدیران می‌توانند با ایجاد فرهنگ کارآفرینی و بهبود فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان‌ها، باعث ایجاد کارآفرینی شوند. در واقع سازمانی که کارآفرینی در آن تشویق می‌شود و انجام کارآفرینی ارزش دارد، آن سازمان دارای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه^۴ است (طبرسا و همکاران، ۱۳۹۱).

در واقع فرهنگ سازمانی کارآفرینانه «نظامی مشترک از باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است، که شامل ارزش‌گذاری به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می‌شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در هنگام روبه‌رویی سازمان با مشکلات بقا، عدم قطعیت محیطی و تهدیدهای رقبا، نوآوری و خطرپذیری برای بهره‌برداری از فرصت‌ها، امری ضروری است» (مک‌گوایر^۵، ۲۰۰۳).

اهمیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه آن‌چنان است که در بسیاری از سازمان‌های دیگر نیز مورد بررسی قرار گرفته است (زارعی‌متین، مقیمی، غفوریان و یاور پناه، ۱۳۹۲؛ زالی، رضوی و محمدزاده پارچین، ۱۳۹۱؛ مولائی و هجرت، ۱۳۹۳؛ زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۹۲؛ صفری، اعرابی و مولایی خوراسگانی، ۱۳۹۳). نتایج این پژوهش‌ها نشان داده است که فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر بسیاری از شاخص‌ها مثل کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

همچنین نتایج پژوهش‌ها در راستای کارآفرینی و کتابخانه‌های عمومی نشان داد، کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی با توجه به خدمات و رسالت‌هایی که دارند قابل انجام است و کتابخانه‌های عمومی

^۱. Organization Culture

^۲. Hisrich, Langen & Grant

^۳. Weber & Dacin

^۴. Entrepreneurial organizational culture

^۵. MCQuaire

این قابلیت را دارند که فرهنگ کارآفرینی را نیز در بین کتابداران ایجاد و بارور کنند (طبرسا و همکاران، ۱۳۸۹؛ طبرسا و همکاران، ۱۳۹۱؛ سیدی، ۱۳۹۰ و محمدی و مرجانی، ۱۳۹۰).

نتایج پژوهش‌های خارج از کشور نیز نشان داد کتابداران می‌توانند با استفاده از خدماتی که ارائه می‌دهند، نقش کارآفرینان را در کتابخانه‌های عمومی ایفا کنند و فرهنگ کارآفرینی را در کتابخانه‌های عمومی ایجاد و بارور کنند (جاسیک^۱، ۲۰۱۳؛ کلای و بنگز^۲، ۲۰۰۰؛ بست^۳، ۲۰۰۱؛ نیجبور^۴، ۲۰۰۶؛ آگارد و آرگولو، ۲۰۱۵، هاپن فیلد و ملافی^۵، ۲۰۱۵؛ فلدمن^۶، ۲۰۱۴ و پان^۷، ۲۰۱۵).

تأمل در تعریف و توصیف شاخص‌های فرهنگ کارآفرینانه گذشته، صفات و ویژگی‌هایی که برای آن در نظر داشته‌اند از سازگاری و هماهنگی برخوردار هستند، با این وجود به نظر می‌رسد علاوه بر اینکه ساختار این شاخص‌ها بیشتر توصیفی هستند، بر نظریه‌های همه‌جانبه و جامعی استوار نیستند و مشخص نیست این شاخص‌ها تا چه اندازه‌ای می‌توانند برای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه عملی و قابل اجرا باشند. همچنین برخی شاخص‌ها مثل نوآوری و خلاقیت از تشابهات مفهومی برخوردار هستند و این شاخص‌ها بیشتر قابلیت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی را نشان می‌دهند. برخی شاخص‌ها مثل ریسک‌پذیری و نوآوری به طور مشخص نشان نمی‌دهند که چطور می‌توانند باعث به دست آوری فرصت‌های جدید برای کارآفرینی باشند. با توجه به اینکه پژوهشگران ابعاد مختلفی را برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نظر گرفته‌اند که از جمله آن می‌توان به (وانگ و مورس^۸، ۲۰۱۴؛ مک‌گوایر، ۲۰۰۳؛ سته^۹، ۱۹۹۸؛ اکوال^{۱۰}، ۱۹۹۴؛ وینسلو^{۱۱}، ۱۹۹۰ و کورنوال و پرلمن^{۱۲}، ۱۹۹۰، لورش و لارنس^{۱۳}، ۱۹۶۷) اشاره کرد، که در این بین برخی ابعاد با هم مشترک هستند. در پژوهش حاضر سعی شد از ابعاد وانگ و مورس برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کتابخانه‌های عمومی شاخص‌هایی اقتباس و این شاخص‌های دیگری بر اساس کارکردها و خدمات کتابخانه‌های عمومی شناسایی و متناسب سازی گردد. از آنجایی که تاکنون پژوهشی در خصوص شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی انجام نشده است و مهم‌تر اینکه ابزاری برای اندازه‌گیری آن وجود نداشت، که این خود یک محدودیت وجود ابزار تلقی می‌شود و باعث اطمینان کمتر در نتایج می‌شود (منصوری‌نژاد،

1. Jusic

2. Clay & Bangs

3. Best

4. Nijbore

5. Hopenfield & Malafi

6. Feldman

7. Pun

8. Wong & Morse

9. Sathe

10. Ekvall

11. Winslow

12. Cornwall & Perlman

13. Lorsch & Lawrence

نقشینه و احمد پور داریانی، ۱۳۹۱). از این رو در این پژوهش سعی بر آن بوده با استفاده و اقتباس از مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌ها ابعادی برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی شناسایی شده و بر اساس کارکردها و خدمات نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور متناسب‌سازی شوند. در ذیل به معرفی شاخص‌های شناسایی شده پرداخته می‌شود.

شور و شوق سازمانی^۱

این شاخص به ویژگی‌های کلیدی اشتیاق برای رسیدن به اهداف کتابخانه‌های عمومی، درک درستی از چشم‌انداز آن، انگیزه زیاد برای خدمت‌رسانی به کاربران و وحدت آرمان کتابداران در کتابخانه‌های عمومی اشاره دارد. چشم‌انداز در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به معنای شناسایی و توصیف نیازهای کاربران، تشخیص فرصت‌ها، تدوین اهداف و راهبردهای مناسب برای هدایت کتابخانه‌های عمومی، برای رسیدن به آرمان اصلی کتابخانه است (شفرد، پاتزلت و هاینی^۲، ۲۰۱۰).

همکاری و ارتباطات برون سازمانی^۳

این شاخص اشاره به ماهیت ارتباط کتابخانه‌های عمومی با سازمان‌ها و مؤسسات دیگر دارد (نیزو^۴، ۲۰۱۲). همکاری و ارتباط با سازمان‌های دیگر می‌تواند در شرایط بحرانی به کتابداران برای پیشبرد اهداف کتابخانه‌های عمومی کمک کند. مدیران و کتابداران باید سازمان‌هایی که می‌توانند با آن‌ها ارتباط داشته باشند را بشناسند؛ این روابط نه تنها توسعه کتابخانه بلکه گاهی اوقات درآمد و فرصت‌هایی را برای کتابخانه فراهم می‌آورد (چن، یائو و کوت‌ها^۵، ۲۰۰۹). اصل مهم در این روابط، این است که کتابخانه باید اعتبار و ارتباطات خود را با سازمان‌ها مدیریت کند (چاترجی^۶، ۲۰۰۹).

آموزش مستمر^۷ و حمایت از توسعه

مفهوم آموزش مستمر در کتابخانه‌های عمومی به تلاش کتابداران برای کسب دانش و تجربه جدید، یادگیری مهارت‌های لازم و اشتراک‌گذاری این آموخته‌ها اشاره دارد. آموزش مستمر در کتابخانه‌های عمومی نشان می‌دهد، کتابداران قابل‌انعطاف هستند؛ به این معنی که آن‌ها می‌توانند آموزش ببینند و آموزش بدهند. کنجکاوی و علاقه به یادگیری کتابداران در کتابخانه‌های عمومی با ارزش است و باعث

1. Organizational enthusiasm

2 Shepherd, Patzelt & Haynie

3. Cooperation and communication extra organizational

4. Nzivo

5. Chen, Yao & Kotha

6. Chatterji

7. continuous learning

رشد و پرورش کتابداران، ارائه ایده‌ها و کشف فرصت‌های جدید از جانب کتابداران می‌شود (شفرد و همکاران، ۲۰۱۰).

انسجام^۱ و نگرش سیستمی^۲

انسجام از ویژگی‌های کلیدی برای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی است. انسجام به این معناست که کتابداران با هم همکاری دارند و تمام تلاش خود را برای ارائه خدمات جدید به کاربران نیز به کار می‌گیرند (هاف و مک کی^۳، ۲۰۰۴). این وضعیت توصیف‌کننده نوعی «تعدیل متقابل»^۴ است که بر روابط کتابداران حاکم می‌شود. وجود ارتباطات رسمی و غیررسمی در بین کتابداران باعث می‌شود وفاداری خود را نسبت به یکدیگر برای رسیدن به مأموریت کتابخانه‌های عمومی نشان دهند و استقامت خودشان را در این راستا حفظ کنند. در این شرایط فضای اعتماد متقابل در بین کتابداران به وجود می‌آید و باعث می‌شود تعهد خود را برای خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های عمومی حفظ کنند (مینزبرگ^۵، ۱۹۷۹). در این شرایط نوعی انسجام واحد^۶ در بین کتابداران به وجود می‌آید که نشان‌دهنده حس مشترک است که می‌تواند بر کتابداران غالب شود (داد^۷، ۲۰۰۲).

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی^۸ برای فرصت‌تغییر^۹

اگرچه ریسک‌پذیری و خلاقیت به‌عنوان شاخص‌های کلی در ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه هستند اما خصیصه مهم در ایجاد فرهنگ کارآفرینانه فرصت‌تغییر است. فرصت‌تغییر در کتابخانه‌های عمومی تداعی‌کننده مفهوم نوآوری است. نوآوری در کتابخانه‌های عمومی به معنای «پیاده‌سازی و اجرای ایده‌های جدید که باگذشت زمان و تجربه کتابداران در چارچوب نهادی کتابخانه‌های عمومی صورت می‌گیرد، گفته می‌شود» این شرایط شانس به دست آوری فرصت‌های جدید و استفاده از آن را برای کتابداران به دست می‌آورد. دنبال کردن این شرایط باعث ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی می‌شود (ون‌دون^{۱۰}، ۱۹۸۶).

خدمات و بازاریابی کتابخانه

1. Cohesiveness

2. Systematic view

3. Haugh & McKee

4. Mutual adjustment

5. Mintzberg

6. Unit cohesion

7. Dodd

8. policy making and planning

9. Opportunity Driven Change

10. Van de Ven

خدمات کتابخانه‌های عمومی نقش کلیدی برای انجام کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی دارند. باین حال پیاده‌سازی نوآوری و کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی باید با برنامه‌ریزی دقیق اتفاق بیفتد. برای انجام کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی باید به روش‌های جدید متوسل شد؛ از جمله: به کارگیری فناوری‌های جدید در کتابخانه، استفاده از مشارکت کاربران و مدیریت کتابداران برای طراحی و برنامه‌ریزی‌های خدمات می‌تواند شرایط را برای انجام کارآفرینی مهیا سازد. در این شرایط تمایل به ارائه ایده‌های جدید باید نشان داده شود تا نوآوری مستمر در خدمات کتابخانه به وجود بیاید (کاوورا و آندرسون، ۲۰۱۶). استخراج اولیه این شاخص با استفاده و اقتباس از مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌ها و بر اساس کارکردها و خدمات کتابخانه‌های عمومی کشور متناسب‌سازی شده است.

سؤال‌های پژوهش

- ۱- شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی چیست؟
- ۲- آیا پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی از روایی برخوردار است؟
- ۳- آیا پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی از پایایی برخوردار است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه کتابداران نهاد کتابخانه‌های عمومی مراکز استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی، کرمانشاه بود. حجم کل جامعه آماری شامل ۳۸۵ کتابدار بوده، که حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۱۹۱ نفر برآورد شدند. روش نمونه‌گیری نیز خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. بدین صورت که ابتدا از کل کشور چند منطقه (واحد) به‌عنوان خوشه در نظر گرفته شد. این مناطق به‌صورت نمونه تصادفی از شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب کشور به ترتیب استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی، کرمانشاه انتخاب شدند. در مرحله بعد، مراکز استان‌ها نیز به‌عنوان خوشه انتخاب شدند. توزیع پرسشنامه بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی صورت گرفت. برای اجرای پژوهش حاضر از ابزار محقق ساخته به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شد. بدین صورت که بر اساس مطالعات متون و مبانی نظری و پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) شاخص‌ها استخراج شد. شاخص‌های استخراج شده بر اساس خدمات و کارکردهای نهاد کتابخانه‌های عمومی متناسب‌سازی گردید. سپس گویه‌ها بر اساس شاخص‌های استخراج شده از متون و مبانی نظری استخراج و نهایی گردید.

برای روایی این ابزار از ضریب روایی محتوا^۱ استفاده شد. در این نوع روایی از خبرگان خواسته شد تا درباره ضرورت هر یک از شاخص‌ها و گویه‌های ابزار یکی از گزینه‌های (ضروری است، مفید است اما ضروری نیست، ضرورتی ندارد) را انتخاب کنند. سپس بر اساس پاسخ متخصصان (ضروری است) و تعداد کل آن‌ها (N)، CVR هر گویه به شرح فرمول زیر محاسبه شد:

$$CVR = \frac{NE - N/2}{N/2}$$

با توجه به جدول لاوشه در مورد حداقل نسبت روایی قابل قبول برای روایی داوری (۰/۹۹)، سی گویه‌ی که از نظر هفت متخصصان، غیر ضروری و شاخص (CVR) آن کمتر از ۰/۹۹ بود، حذف شد و تعداد گویه‌های ابزار از ۶۰ گویه به ۳۰ گویه کاهش یافت. در مرحله اجرای آزمایشی پرسشنامه در اختیار ۳۰ نفر از کل نمونه به طور متوسط قرار گرفت.

در مرحله اجرای نهایی، پرسشنامه نهایی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی برای تعیین روایی و پایایی در کل جامعه آماری اجرا گردید. این پرسشنامه از شش شاخص و سی گویه بر اساس مقیاس لیکرت ۶ ارزشی طراحی شده در این پژوهش به منظور همسانی درونی از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، با استفاده از نرم‌افزار SPSS, AMOS استفاده شده است. پایایی ابزار پژوهش بر اساس آلفای کرونباخ و روش دو نیم کردن شاخص‌ها محاسبه شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای شاخص‌های شور و شوق سازمانی (۰/۷۵)، همکاری و ارتباطات برون سازمانی (۰/۶۹)، آموزش مستمر و حمایت از توسعه (۰/۷۸)، انسجام و نگرش سیستمی (۰/۷۱)، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر (۰/۶۷)، خدمات و بازاریابی کتابخانه (۰/۷۱) و برای کل شاخص‌ها (۰/۸۹) به دست آمده است. هم‌چنین در روش دو نیم کردن شاخص‌ها، برای گویه‌های فرد ۰/۸۲ و برای گویه‌های زوج ۰/۷۸ به دست آمد، که این نتایج نشان می‌دهد ابزار از پایایی لازم برخوردار است.

یافته‌ها

برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی شش شاخص شور و شوق سازمانی، همکاری و ارتباطات برون سازمانی، آموزش مستمر و حمایت از توسعه، انسجام و نگرش سیستمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر و خدمات و بازاریابی کتابخانه شناسایی شد. روایی و پایایی مناسب ابزار نیز با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی به دست آمد.

با روش تحلیل شاخص‌های اصلی با چرخش واریماکس، نخست پیش‌فرض‌های تحلیل عاملی بررسی شد. بررسی ماتریس همبستگی وجود ضرایب ۰/۳ و بالاتر را نشان می‌دهد. مقدار آزمون کایزر-اولکین^۲ ۰/۹۱

1 Content Validity Ratio (CVR)

2 Kaiser - Mayer-Olkin

بود، که این مقدار بیشتر از مقدار پیشنهادی ۰/۶ است (پالانت، ۱۳۸۹). مشخصه آزمون کرویت بارتلت^۱ ($P=۰/۰۰۱,۲۳۸۶/۹۷۴$) معنی دار بود که نشان می دهد ماتریس همبستگی داده ها در جامعه صفر نیست و لذا عمل عامل یابی توجیه پذیر است.

گویه ها مشمول یک عامل شدند که وزن عاملی ۰/۳ یا بالاتر را داشت. در کل، شش شاخص با اندازه های ارزش ویژه بزرگ تر از یک داشت. در مجموع شش شاخص اصلی، ۵۶/۰۳ درصد از واریانس کل را تبیین می کرد. جدول (۱) ارزش ویژه و درصد واریانس تبیین شده برای شش شاخص اصلی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه های عمومی کشور را نشان می دهد.

جدول ۱: ارزش ویژه و درصد واریانس تبیین شده برای شش شاخص فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

شاخص های آماری	ارزش های اولیه ویژه			مجموع مجددورهای بارهای عاملی استخراج شده شاخص از چرخش		
	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی
شاخص اول	۷/۸۱	۲۶/۰۴	۲۶/۰۴	۷/۸۱	۲۶/۰۴	۲۶/۰۴
شاخص دوم	۲/۶۹	۸/۹۸	۳۵/۰۳	۲/۶۹	۸/۹۸	۳۵/۰۳
شاخص سوم	۱/۷۴	۵/۸۱	۴۰/۸۴	۱/۷۴	۵/۸۱	۴۰/۸۴
شاخص چهارم	۱/۶۹	۵/۶۶	۴۶/۵۰	۱/۶۹	۵/۶۶	۴۶/۵۰
شاخص پنجم	۱/۴۹	۴/۹۷	۵۱/۴۸	۱/۴۹	۴/۹۷	۵۱/۴۸
شاخص ششم	۱/۳۶	۴/۵۴	۵۶/۰۳	۱/۳۶	۴/۵۴	۵۶/۰۳

پس از چرخش عوامل با روش واریماکس، علاوه بر ماتریس فوق که مقادیر ارزش ویژه و مقادیر واریانس تبیین شده توسط شاخص های استخراج شده را نشان می دهد، ماتریس دیگری ظاهر می شود که ماتریس شاخص ها است و بارهای عاملی گویه ها را در شاخص استخراج شده، قبل از چرخش را نشان می دهد. در این ماتریس ابتدا یک شاخص کلی ظاهر شد و بیشتر گویه ها روی این شاخص کلی، بارهای عاملی قابل ملاحظه ای داشتند در حالی که به دنبال آن بارهای عاملی دو قطبی ظاهر شدند. این شاخص ها با بارهای مثبت و منفی، تفسیر شاخص ها را دشوار می ساختند؛ بنابراین برای سهولت در تفسیر داده ها و به منظور ساده سازی شاخص ها، چرخش آن ها لازم و ضروری بود.

جدول ۲: ضرایب ماتریس های عاملی با چرخش واریماکس راه حل شش عاملی

شاخص ها	گویه ها	بارهای عاملی
شاخص اول	زیرساخت ها و امکانات لازم برای عادت کتابخوانی در کتابخانه وجود دارد.	۰/۸۰
	امکان کمک به فرآیند خودآموزی و سواد اطلاعاتی برای همه اقلیت ها و نژادها در کتابخانه فراهم است	۰/۷۰

1 Bartlett

۰/۶۸	کتابداران برای کاربران انواع مواد و منابع آموزشی را فراهم می‌آورند.	
۰/۵۳	کتابداران به کلیه کاربران آموزش نحوه دسترسی و استفاده از اطلاعات را ارائه می‌دهند.	
۰/۵۱	کتابداران فرصت آموزش و یادگیری مستمر را برای کاربران در کتابخانه فراهم می‌آورند.	
۰/۸۴	کتابداران در کتابخانه برای خدمت‌رسانی به مردم اشتیاق دارند.	شاخص دوم
۰/۷۳	کتابداران خود را با شور و شوق وقف کتابخانه می‌کنند.	
۰/۷۱	درک هدف اصلی کتابخانه برای کتابداران روشن و واضح است و با هدف کتابداران هماهنگ است.	
۰/۶۵	خدمت‌رسانی و شوق رسیدن به آن، آرمان اصلی کتابخانه‌های عمومی است.	
۰/۴۷	چیدمان و تجهیزات (محیط فیزیکی) در کتابخانه، طوری فراهم شده است که امنیت روحی و روانی و نیز شوق آمدن و ماندن در کتابخانه را برای افراد فراهم می‌کند.	
۰/۷۰	کتابداران با ارائه خدمات فوق برنامه و جانبی، می‌توانند توانایی کارآفرینی را در افراد ایجاد کنند.	شاخص سوم
۰/۶۹	حفظ و انتقال میراث و ارزش‌های اصیل فرهنگی ملموس و ناملموس در کتابخانه وجود دارد.	
۰/۶۷	کتابخانه می‌تواند مشاوره‌های مربوط و لازم در زمینه نیازهای اطلاعاتی کاربران را ارائه دهد.	
۰/۶۵	کتابخانه می‌تواند سرمنشأ کارآفرینی و اشتغال‌زایی در جامعه باشد.	
۰/۳۶	از سیاست‌های کتابخانه، خدمت‌رسانی از طریق فناوری‌های نوین مثل تلفن همراه، وب‌سایت‌ها و غیره به کاربران است.	
۰/۶۹	فضای احترام و اعتماد متقابل بین همه کتابداران در کتابخانه دیده می‌شود.	شاخص چهارم
۰/۶۱	کتابداران از اهداف کتابخانه باخبر هستند و به کتابخانه به‌عنوان یک سیستم نگاه می‌کنند.	
۰/۴۹	- به‌طور کلی کتابداران در کتابخانه سخت کار می‌کنند و وقت و تلاش خود را روی انجام کار می‌گذارند.	
۰/۴۵	همه کتابداران معتقدند یک کاربر هنگام خروج از کتابخانه باید اطلاعات لازم را کسب کرده باشد.	
۰/۳۸	کتابداران با تجربه، الگوی کتابداران تازه استخدام شده هستند، تا معنای کار تیمی را به آن‌ها بفهمانند.	
۰/۶۴	لزوم ارائه خدمات جدید و غیر سنتی به کاربران در کتابخانه احساس می‌شود.	شاخص پنجم
۰/۶۲	از سیاست‌های هر کتابخانه‌ای جلب حمایت‌های مالی از سازمان مادر، برای به اجرا درآوردن برنامه‌های خدمت‌رسانی است.	
۰/۶۲	بهره‌مندی کتابداران از تجهیزات و نرم‌افزارهای مناسب برای خلاقیت، در برنامه‌ریزی‌های کتابخانه قرار دارد.	
۰/۴۵	جذب نیروی انسانی خلاق در کتابخانه‌ها برای ایجاد خلاقیت، فرصت تغییر محسوب می‌شود.	
۰/۲۴	گسترش منابع الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در این زمینه در برنامه‌ریزی‌های کتابخانه قرار دارد.	
۰/۸۰	به‌طور کلی ارتباط و همکاری با سازمان‌های دیگر فرصت‌های جدیدی را برای کتابخانه به وجود می‌آورد.	شاخص ششم
۰/۷۶	توسعه و بهبود منابع انسانی و سایر منابع کتابخانه‌ای از طریق ارتباط و همکاری با مراکز و سازمان‌های دیگر امکان‌پذیر است.	
۰/۵۸	کتابداران تمایل دارند با سازمان‌های دیگر ارتباط برقرار کنند و رویکرد مثبتی به ایجاد ارتباطات دارند.	
۰/۳۰	امکان ارتباط و تبادلات خدماتی بین کتابداران و انواع سازمان‌های دیگر وجود دارد.	
۰/۲۴	کتابداران حاضرند برای ارائه خدمات تخصصی با سازمان‌های دیگر همکاری داشته باشند.	

با توجه به جدول ۲ شش شاخص برای ابزار انتخاب شد. شاخص اول آموزش و حمایت از توسعه شامل گویه‌های (۱۲-۱۵-۱۳-۱۴-۱۱)، شاخص دوم شور و شوق سازمانی شامل گویه‌های (۲-۴-۳-۱-۵)، شاخص سوم خدمات و بازاریابی کتابخانه شامل گویه‌های (۲۹-۲۴-۲۷-۳۰)، شاخص چهارم انسجام و

نگرش سیستمی شامل گویه‌های (۱۹-۱۸-۱۶-۲۰-۱۷)، شاخص پنجم سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت تغییر شامل گویه‌های (۲۰-۲۲-۲۱-۲۳-۲۵)، شاخص ششم همکاری و ارتباطات برون سازمانی شامل گویه‌های (۱۰-۶-۸-۹-۷) می‌باشد.

در مجموع، می‌توان گفت ۵۶/۳ درصد از واریانس فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کتابخانه‌های عمومی با شش شاخص اصلی تبیین شد. از طرفی همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بیشتر گویه‌های ابزار دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۳۰ دارند و تنها دو شاخص کمتر از ۰/۳۰ هستند، از آنجایی که حذف این دو شاخص تأثیر چندانی در مابقی شاخص‌ها نداشت در نتیجه هیچ گویه‌ای حذف نشد. به‌منظور بررسی یافته‌های توصیفی؛ میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی برای همه نمونه در خرده‌مقیاس‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی ارائه شده است.

جدول ۳: آلفای کرونباخ شاخص‌های ابزار

ردیف	متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
۱	شور شوق سازمانی	۵	۰/۷۵
۲	همکاری و ارتباطات برون سازمانی	۵	۰/۶۹
۳	آموزش مستمر و حمایت از توسعه	۵	۰/۷۸
۴	انسجام و نگرش سیستمی	۵	۰/۷۱
۵	سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت تغییر	۵	۰/۶۷
۶	خدمات و بازاریابی کتابخانه	۵	۰/۷۱
کل		۳۰	۰/۸۹

به‌منظور بررسی روشن‌تر شدن وضعیت موجود، دامنه نمره‌های هر شاخص مشخص و به سه قسمت مساوی تقسیم شد، سپس با توجه به میانگین در طیف مذکور، وضعیت موجود در نمونه مورد مطالعه بررسی شد. در روش دونیم کردن شاخص‌ها، برای گویه‌های فرد ۰/۸۲ و برای گویه‌های زوج ۰/۷۸ به دست آمد، که این نتایج نشان می‌دهد ابزار از پایایی لازم برخوردار است.

جدول ۴: شاخص‌های توصیفی ابزار فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی

شاخص‌ها	تعداد گویه‌ها	حداقل نمره	حداکثر نمره	نمره میانگین	t	p ^c	وضعیت موجود
---------	---------------	------------	-------------	--------------	---	----------------	-------------

شور شوق سازمانی	۵	۰/۸۱	۱/۰۱	۰/۹۱	۴/۹۱	۱۸/۱۷	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط
همکاری و ارتباطات برون سازمانی	۵	۰/۶۸	۰/۸۷	۰/۷۸	۴/۷۸	۱۵/۵۷	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط
آموزش مستمر و حمایت از توسعه	۵	۰/۶۶	۰/۸۸	۰/۷۷	۴/۷۷	۱۳/۸۳	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط
انسجام و نگرش سیستمی	۵	۰/۹۶	۱/۱۳	۱/۰۴	۵/۰۴	۲۳/۸۶	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط
سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت تغییر	۵	۰/۸۱	۰/۹۹	۰/۹۰	۴/۹۰	۱۹/۰۱	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط
خدمات و بازاریابی کتابخانه	۵	۰/۹۴	۱/۱۳	۱/۰۴	۵/۰۴	۲۱/۴۲	۰/۰۰۱	به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط

همان‌گونه که مشهود است وضعیت موجود شاخص‌ها به‌طور معنی‌دار بالاتر از حد متوسط ممکن است.

تحلیل عاملی تأییدی - پیش از انجام تحلیل مرتبط به داده‌ها، وضعیت کلی آن‌ها بررسی شد. ابتدا وجود داده‌های خارج از محدوده بررسی و با مراجعه به اصل ابزارها اصلاحات لازم انجام شد. با بررسی داده‌های مشخص شد هیچ داده گزارش نشده‌ای وجود ندارد. افزون بر آن با استفاده از نمودار مستطیلی (Box Plot) مشخص شد که هیچ داده پرت و تک متغیری وجود ندارد. بر اساس آماره ماهالانوبیس^۱ نیز معلوم شد که هیچ داده پرت چند متغیری در داده‌ها وجود ندارد. مفروضه نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف ارزیابی شد و نتایج نشان داد این مفروضه برقرار است. همچنین استقلال داده‌ها با استفاده از آماره دوربین واتسون (DW) بررسی و تأیید شد. به علاوه چندخطی یگانه با استفاده از آماره تلرانس و تورم واریانس (VIF) محاسبه شد و نتایج نشان داد هیچ کدام از حد مجاز ۱۰ نبوده است. به‌منظور بررسی وضعیت متغیرها از آزمون فرض نرمال بودن متغیرها استفاده شد. برای بررسی این مفروضه از ضرایب چولگی و کشیدگی استفاده شد. اگر مقدار به دست آمده بین $+2$ و -2 باشد، داده‌ها نرمال هستند. نتایج نشان می‌دهد که داده‌ها برای همه متغیرها بین $+2$ و -2 می‌باشد و توزیع داده‌ها نرمال هستند (جدول ۵).

جدول ۵: میانگین، انحراف استاندارد و نتایج شاخص کجی و کشیدگی

¹. Mahalanobis

شاخص	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
شور و شوق سازمانی	۴/۹۱	۰/۶۹	-۰/۶۰	۰/۳۷
همکاری و ارتباطات برون سازمانی	۴/۷۸	۰/۶۹	-۰/۷۱	۱/۱۱
آموزش مستمر و حمایت از توسعه	۴/۷۷	۰/۷۷	-۰/۷۰	۰/۱۰
انسجام و نگرش سیستمی	۵/۰۴	۰/۶۰	-۰/۶۴	۰/۱۸
سیاست گذاری و برنامه ریزی برای فرصت تغییر	۴/۹۰	۰/۶۵	-۱/۰۴	۲/۰۰
خدمات و بازاریابی کتابخانه	۵/۰۴	۰/۶۷	-۰/۹۹	۱/۴۵

بنابراین بر اساس دو شاخص مطرح شده، وجود هم خطی در داده‌ها مشخص شد. با برقراری همه مفروضات نتایج به شرح زیر است:

به منظور برازش مدل دو عاملی مقیاس فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های برازندگی ریشه واریانس خطای تقریب^۱ (RMSEA)، ریشه استاندارد واریانس پس مانده^۲ (SRMR)، شاخص برازندگی مقایسه‌ای^۳ (CFI)، شاخص برازش نرم شده^۴ (NFI)، شاخص نیکویی برازش^۵ (GFI)، و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده^۶ (AGFI) برای سنجش برازندگی مدل استفاده شد. برای شاخص‌های برازندگی، برازش‌های متعددی از سوی متخصصان مطرح شده است. برای مثال مقدار مساوی یا کمتر از ۰/۵۰ برای ریشه واریانس خطای تقریب، مقدار مساوی یا بالاتر از ۰/۹۶ برای شاخص برازندگی مقایسه‌ای و برازش نرم شده، مقدار مساوی یا بالاتر از ۰/۹۶ برای شاخص برازندگی مقایسه‌ای و برازش نرم شده، مقدار مساوی یا کمتر از ۰/۰۷ برای ریشه استاندارد واریانس پس مانده، نشان دهنده برازندگی کافی مدل است. از طرف دیگر پیشنهاد شده است که اگر شاخص‌ها برازندگی مقایسه‌ای، نیکویی برازش و نیکویی برازش تعدیل شده بزرگ‌تر از ۰/۹ و شاخص‌های ریشه واریانس خطای تقریب و ریشه واریانس پس مانده کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد بر برازش بسیار مطلوب و کوچک‌تر از ۰/۰۱ بر برازش مطلوب دلالت دارد شاخص‌های برازندگی فرم نهایی ابزار بررسی شد. یافته‌ها حاکی از آن است که بعضی از شاخص‌های برازندگی، حاکی از برازندگی مطلوب داده - مدل است و برخی از شاخص‌های دیگر نشان دهنده برازندگی ضعیف داده - مدل است. در این مدل، نسبت $\chi^2/df = 1/79$ است.

¹. Mean Square Error of Approximation

². Standardized Root Mean Square Residual

³. Comparative Fit Index

⁴. Normed Fit Index

⁵. Goodness of Fit Index

⁶. Adjusted Goodness of Fit Index

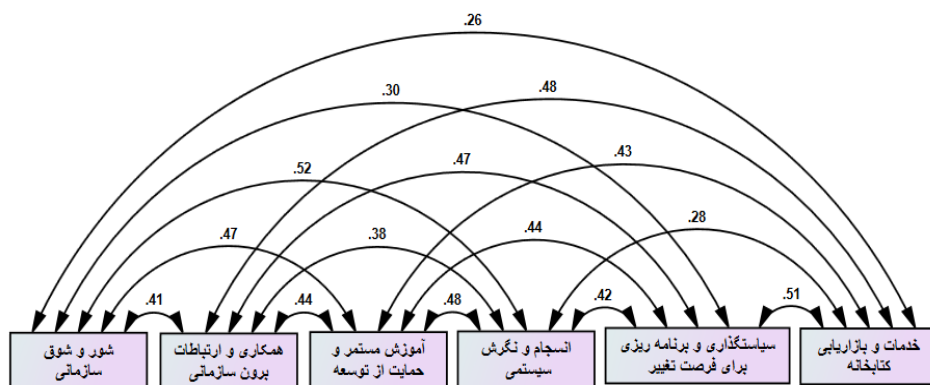
با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول برای شاخص برآزش مدل و مقایسه آن با میزان مجاز آن، می توان نتیجه گرفت که مدل نهایی از برآزش لازم و کافی برخوردار است؛ زیرا شاخص های GFI, CFI, TLI, NFL بیشتر از ۰/۹۰ و مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ است.

جدول ۶: میانگین، انحراف معیار و همبستگی های بین زیر مقیاس ها

میانگین	انحراف استاندارد	شور و شوق سازمانی	و همکاری و ارتباطات برون سازمانی	آموزش مستمر و حمایت از توسعه	انجام و نگرش سیستمی	سیاست گذاری و برنامه ریزی برای فرصت تغییر	خدمات و بازاریابی کتابخانه
۴/۹۱	۰/۶۹	۱					
۴/۷۸	۰/۶۹	۰/۴۰**	۱				
۴/۷۷	۰/۷۷	۰/۴۷**	۰/۴۳**	۱			
۵/۰۴	۰/۶۰	۰/۵۲**	۰/۳۸**	۰/۴۸**	۱		
۴/۹۰	۰/۶۵	۰/۳۰**	۰/۴۷**	۰/۴۴**	۰/۴۱**	۱	
۵/۰۴	۰/۶۷	۰/۲۶**	۰/۴۸**	۰/۴۲**	۰/۲۷**	۰/۵۱**	۱

** همبستگی معنی دار در سطح کمتر از ۰/۰۱

همان طور که در جدول ۶ ملاحظه می شود، تمامی شاخص ها با یکدیگر همبستگی مثبت و معنی داری دارد. باین وجود بیشتر همبستگی ها بین شور و شوق و انجام و نگرش سیستمی ($r=0/52$) و انجام و کمترین همبستگی بین شاخص شور و شوق سازمانی با خدمات و بازاریابی کتابخانه است ($r=0/26$). به منظور بررسی پایایی ابزار فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه های عمومی کشور از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. آلفای کرونباخ برای شاخص های ابزار شور و شوق سازمانی ($0/75$)، همکاری و ارتباطات برون سازمانی ($0/69$)، آموزش مستمر و حمایت از توسعه ($0/78$)، انجام و نگرش سیستمی ($0/71$)، سیاست گذاری و برنامه ریزی برای فرصت تغییر ($0/67$)، خدمات و بازاریابی کتابخانه ($0/71$) و برای کل شاخص ها ($0/89$) به دست آمده است. پس از محاسبه آلفای کرونباخ، تحلیل آیت م ها صورت گرفت و تمامی آیت م ها از همبستگی خوبی (بالتر از $0/30$) با کل مقیاس ها داشتند و حذف هیچ گویه ای منجر به افزایش چشمگیر در آلفای کرونباخ نمی شد.



نمودار ۱: مدل کلی ضریب همبستگی بین شاخص‌های ابزار

جدول ۷: همبستگی هر گویه با نمره کل و ضریب آلفا در صورت حذف هر آیت

گویه	همبستگی با نمره کل	آلفا در صورت حذف
۱- خدمت‌رسانی و شوق رسیدن به آن، آرمان اصلی کتابخانه‌های عمومی است.	۰/۴۱	۰/۹۰
۲- کتابداران در کتابخانه برای خدمت‌رسانی به مردم اشتیاق دارند.	۰/۴۳	۰/۹۰
۳- درک هدف اصلی کتابخانه برای کتابداران روشن و واضح است و با هدف کتابداران هماهنگ است.	۰/۴۳	۰/۹۰
۴- کتابداران خود را با شور و شوق وقف کتابخانه می‌کنند.	۰/۵۲	۰/۸۹
۵- چیدمان و تجهیزات (محیط فیزیکی) در کتابخانه، طوری فراهم شده است که امنیت روحی و روانی و نیز شوق آمدن و ماندن در کتابخانه را برای افراد فراهم می‌کند.	۰/۶۱	۰/۸۹
۶- امکان ارتباط و تبادلات خدماتی بین کتابداران و انواع سازمان‌های دیگر وجود دارد.	۰/۵۹	۰/۸۹
۷- کتابداران تمایل دارند با سازمان‌های دیگر ارتباط برقرار کنند و رویکرد مثبتی به ایجاد ارتباطات دارند.	۰/۵۸	۰/۸۹
۸- به‌طور کلی ارتباط و همکاری با سازمان‌های دیگر فرصت‌های جدیدی را برای کتابخانه به وجود می‌آورد.	۰/۳۴	۰/۹۰
۹- توسعه و بهبود منابع انسانی و سایر منابع کتابخانه‌ای از طریق ارتباط و همکاری با مراکز و سازمان‌های دیگر امکان‌پذیر است.	۰/۴۷	۰/۹۰
۱۰- کتابداران حاضرند برای ارائه خدمات تخصصی با سازمان‌های دیگر همکاری داشته باشند	۰/۴۶	۰/۹۰
۱۱- کتابداران فرصت آموزش و یادگیری مستمر را برای کاربران در کتابخانه فراهم می‌آورند.	۰/۵۸	۰/۸۹
۱۲- زیرساخت‌ها و امکانات لازم برای عادت کتاب‌خوانی در کتابخانه وجود دارد.	۰/۶۰	۰/۸۹
۱۳- کتابداران برای کاربران انواع مواد و منابع آموزشی را فراهم می‌آورند.	۰/۶۷	۰/۸۹
۱۴- کتابداران به کلیه کاربران آموزش نحوه دسترسی و استفاده از اطلاعات را ارائه می‌دهند.	۰/۵۳	۰/۸۹
۱۵- امکان کمک به فرآیند خودآموزی و سواد اطلاعاتی برای همه اقلیت‌ها و نژادها در کتابخانه فراهم است.	۰/۴۴	۰/۹۰

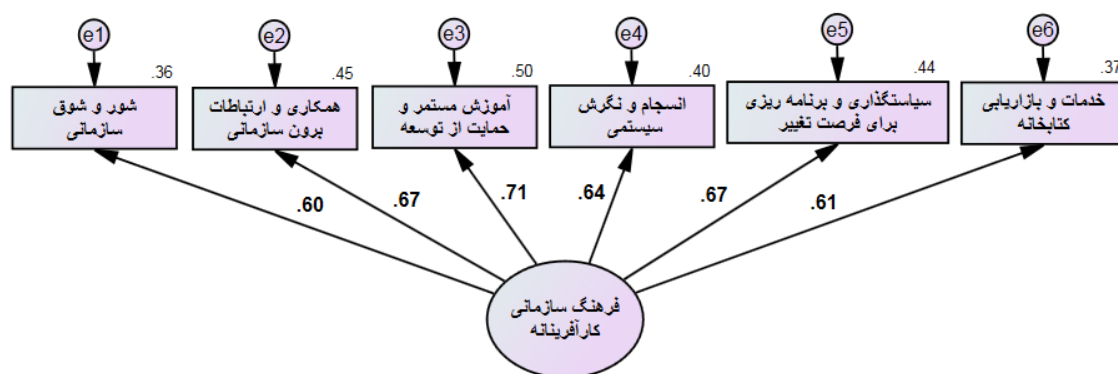
۰/۹۰	۰/۴۶	۱۶- به‌طور کلی کتابداران در کتابخانه سخت کار می‌کنند و وقت و تلاش خود را روی انجام کار می‌گذارند.
۰/۸۹	۰/۵۴	۱۷- کتابداران باتجربه، الگوی کتابداران تازه استخدام‌شده هستند، تا معنای کار تیمی را به آن‌ها بفهمانند.
۰/۸۹	۰/۵۵	۱۸- کتابداران از اهداف کتابخانه باخبر هستند و به کتابخانه به‌عنوان یک سیستم نگاه می‌کنند.
۰/۹۰	۰/۳۷	۱۹- فضای احترام و اعتماد متقابل بین همه کتابداران در کتابخانه دیده می‌شود.
۰/۹۰	۰/۴۸	۲۰- همه کتابداران معتقدند یک کاربر هنگام خروج از کتابخانه باید اطلاعات لازم را کسب کرده باشد.
۰/۸۹	۰/۵۸	۲۱- از سیاست‌های هر کتابخانه‌ای جلب حمایت‌های مالی از سازمان مادر، برای به اجرا درآوردن برنامه‌های خدمت‌رسانی است.
۰/۹۰	۰/۱۳	۲۲- لزوم ارائه خدمات جدید و غیر سنتی به کاربران در کتابخانه احساس می‌شود.
۰/۸۹	۰/۵۴	۲۳- بهره‌مندی کتابداران از تجهیزات و نرم‌افزارهای مناسب برای خلاقیت، در برنامه‌ریزی‌های کتابخانه قرار دارد.
۰/۸۹	۰/۵۹	۲۴- گسترش منابع الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در این زمینه در برنامه‌ریزی‌های کتابخانه قرار دارد.
۰/۹۰	۰/۴۹	۲۵- جذب نیروی انسانی خلاق در کتابخانه‌ها برای ایجاد خلاقیت، فرصت تغییر محسوب می‌شود.
۰/۹۰	۰/۴۸	۲۶- از سیاست‌های کتابخانه، خدمت‌رسانی از طریق فناوری‌های نوین مثل تلفن همراه، وبسایت‌ها و غیره به کاربران است.
۰/۹۰	۰/۴۹	۲۷- کتابخانه می‌تواند مشاوری‌های مربوط و لازم در زمینه نیازهای اطلاعاتی کاربران را ارائه دهد.
۰/۸۹	۰/۵۵	۲۸- حفظ و انتقال میراث و ارزش‌های اصیل فرهنگی ملموس و ناملموس در کتابخانه وجود دارد.
۰/۹۰	۰/۵۰	۲۹- کتابداران با ارائه خدمات فوق برنامه و جانبی، می‌توانند توانایی کارآفرینی را در افراد ایجاد کنند.
۰/۹۰	۰/۴۱	۳۰- کتابخانه می‌تواند سرمنشأ کارآفرینی و اشتغال‌زایی در جامعه باشد.
۰/۸۹	۱	کل

همان گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، همه همبستگی‌ها با نمره کل آزمون مناسب و بیشتر از ۰/۳ هستند. همچنین در صورت حذف هر کدام از گویه‌های خرده مقیاس‌ها ضریب آلفا از مقدار استاندارد آن بیشتر نخواهد شد، بر این اساس هیچ کدام از گویه‌های خرده مقیاس‌ها از ابزار کنار گذاشته نشد.

جدول ۸: شاخص‌های برازش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

شاخص	x2/df	GFI	NFI	IFI	TLI	CFI	RMSEEA	P
شور و شوق سازمانی	۲/۲۲	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۸	۰/۰۸	۰/۰۸
همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی	۱/۷۳	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۵	۰/۹۹	۰/۰۶	۰/۱۸
آموزش مستمر و حمایت از توسعه	۱/۷۲	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۰۶	۰/۱۴
انجام و نگرش سیستمی	۲/۰۰	۰/۹۷	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۰۷	۰/۰۷
سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت تغییر	۱/۲۳	۰/۹۹	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۰۳	۰/۲۹
خدمات و بازاریابی کتابخانه‌های عمومی	۱/۹۱	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۰۶	۰/۱۰

با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول ۸ برای شاخص برآزش مدل و مقایسه آن با میزان مجاز آن، می توان نتیجه گرفت که مدل نهایی از برآزش لازم و کافی برخوردار است؛ زیرا شاخص های GFI, CFI, TLI, NFL بیشتر از ۰/۹۰ و مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ است.



نمودار ۲: بارهای عاملی ابزار در کل شاخص ها

نتایج جدول ۹ نشان می دهد که تمامی شاخص های ابزار بار عاملی بالای ۰/۳۰ قرار دارد و تمامی آن ها در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار می باشند.

جدول ۹: برآورد پارامترهای استاندارد مقیاس فرهنگی سازمانی کارآفرینانه

شاخص	ضریب استاندارد	واریانس خطا	ضریب تعیین
شور و شوق سازمانی	۰/۴۶	۰/۲۱	۰/۷۹
همکاری و ارتباطات برون سازمانی	۰/۶۹	۰/۴۹	۰/۵۱
آموزش مستمر و حمایت از توسعه	۰/۶۲	۰/۳۹	۰/۶۱
انجام و نگرش سیستمی	۰/۵۱	۰/۲۷	۰/۷۳
سیاست گذاری و برنامه ریزی برای فرصت تغییر	۰/۷۱	۰/۵۲	۰/۴۸
خدمات و بازاریابی کتابخانه های عمومی	۰/۶۸	۰/۴۶	۰/۵۴

برآورد پارامترها: با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۹ با اینکه مدل برآورد پارامترها با شش شاخص و سی گویه از برازندگی مناسب نشان داد. ضرایب استاندارد، جملات خطا و واریانس تعیین شده بررسی شد (R^2) بررسی شد. همه مسیرهای استاندارد معنی دار بودند. با توجه به جدول معتبرترین و نیرومندترین نشانگر سازه نهفته فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مربوط به شاخص سیاست گذاری و برنامه ریزی برای فرصت تغییر (۰/۷۱) و به دنبال آن شاخص های خدمات و بازاریابی کتابخانه (۰/۶۸)، همکاری و ارتباطات

برون سازمانی (۰/۶۹)، آموزش مستمر و حمایت از توسعه (۰/۶۲) و شاخص‌های انسجام و نگرش سیستمی (۰/۵۱) و شور و شوق سازمانی (۰/۴۶) که اعتبار قابل قبولی داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نهاد کتابخانه‌های عمومی برای مقابله با شرایط جدید از اهمیت بسیاری برخوردار است و ضرورت آمادگی با این شرایط را امری اجتناب‌ناپذیر کرده است. بررسی ادبیات موضوع، حاکی از آن است که در ایران ابزاری که متناسب با کارکردها و خدمات کتابخانه‌های عمومی برای سنجش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کتابخانه‌های عمومی باشد، وجود ندارد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و ساخت و اعتباریابی ابزار اندازه‌گیری آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور بود.

برای پاسخگویی به سؤال اول که شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های چیست، با مبنا قرار دادن فرهنگ سازمانی کارآفرینانه وانگ و مورس (۲۰۱۴) و متناسب سازی آن‌ها با کارکردها و اهداف کتابخانه‌های عمومی شش شاخص برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی شناسایی شد و در نهایت با توجه به بار عاملی خوب و مورد قبول برای شاخص‌ها این شش شاخص (شور و شوق سازمانی، همکاری و ارتباطات برون سازمانی، آموزش مستمر و حمایت از توسعه، انسجام و نگرش سیستمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر و خدمات و بازاریابی کتابخانه) تأیید شدند.

برای پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش که آیا پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از روایی لازم برخوردار است، بار عاملی تمامی گویه‌ها گرفته شد و از آنجایی که بار عاملی تمامی گویه‌های نیز مناسب بود نشان داد که پرسشنامه از روایی لازم برخوردار است.

برای پاسخ به پرسش سوم نیز که آیا پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از پایایی لازم برخوردار است، آلفای کرونباخ برای هر مؤلفه و برای کل پرسشنامه گرفته شد. همچنین آزمون دو نیم کردن مؤلفه‌ها برای این پرسشنامه گرفته شد و نتایج حاصل از این آزمون‌ها نشان داد پرسشنامه از پایایی مناسب و خوبی برخوردار است. در ذیل به بحث و بررسی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی پرداخته می‌شود.

شور و شوق سازمانی: به دلیل داشتن انگیزه و اشتیاق کافی برای کتابداران جهت خدمت‌رسانی به کاربران در راستای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مهم و حیاتی است (استوارت^۱، ۱۹۸۹). در توجیه تأیید این شاخص به نظر می‌رسد عوامل بسیاری می‌تواند در ایجاد شور و شوق کتابداران مؤثر باشد. رفع نیازهای

مادی یکی از این عوامل است. از جمله: انتساب مسئول کتابخانه و حقوق بالا برای کتابداران می‌تواند برای ایجاد شور و شوق در کتابداران مؤثر باشد.

اما برای ایجاد شور و شوق در کتابداران تنها مسائل مادی برانگیزاننده نیست و چیزی فراتر از مسائل مادی را می‌طلبد. تمرکز بر روی عامل معنوی ایجاد شور و شوق یعنی خدمت‌رسانی به کاربران و سرمایه‌گذاری بر روی آن مؤثرتر است. مدیران کتابخانه‌های عمومی نیز باید به خاطر داشته باشند که کتابخانه‌های عمومی از دسته سازمان‌های غیرانتفاعی‌اند که هدف اصلی آن‌ها خدمت‌رسانی به کاربران است و کتابداران باید امکان دسترسی آزاد و برابر کاربران را به منابع فراهم کنند. این عامل حتی به تنهایی نیز می‌تواند محرک و مشوق ایجاد شور و شوق در کتابداران باشد (علوم، ۱۳۹۱).

شور و شوق سازمانی به‌عنوان یک شاخص پذیرفته‌شده در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) همسو است. این شاخص در پژوهش‌های دیگر (کورنوال و پرلمن، ۱۹۹۰؛ وینزلو، ۱۹۹۰؛ اکوال و همکاران، ۱۹۹۴؛ مک‌گوایر، ۲۰۰۳) نیز در قالب شاخص‌های «تفریح و سرگرمی»، «شور و هیجان در کار» و «شوخی‌طبعی» ارائه شده است.

همکاری و ارتباطات برون سازمانی: به‌عنوان محور اساسی برای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی است. این همکاری‌ها و ارتباطات ارزش و اهمیت اساسی دارد (زوت و هویی، ۲۰۰۷). مدیران کتابخانه‌های عمومی می‌توانند با سازمان‌های دیگر برای پیاده‌سازی پروژه‌ها و برنامه‌های خود مشارکت‌هایی را داشته باشند و از این طریق ایده‌ها و طرح‌های خود را معرفی و اجرا کنند. در این راستا کتابداران می‌توانند به تبادل اطلاعات و اشتراک‌گذاری مواد و منابع کتابخانه‌ای نیز با سازمان‌های دیگر پردازند. از این طریق برنامه‌های توسعه‌ای و ارزش‌های جدید در کتابخانه‌های عمومی فراهم می‌شود.

به علاوه در کتابخانه‌های عمومی به منظور راه‌حل و برون‌رفت از محدودیت‌های امکانات کتابخانه‌ای برون‌سپاری بخشی از فعالیت‌های کتابخانه به سازمان‌های دیگر نیز می‌تواند انجام شود. از جمله فهرست‌نویسی منابع کتابخانه و همچنین خود‌کارسازی فعالیت‌های مجموعه‌سازی کتابخانه به سازمان‌های دیگر مثل سازمان اسناد و کتابخانه ملی را می‌توان نام برد. ایجاد ارزش‌های جدید و فرصت‌های نو ناشی از این روابط می‌تواند به ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی منجر شود.

همکاری و ارتباطات برون سازمانی به‌عنوان یک شاخص پذیرفته‌شده در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) همسو است. این شاخص در پژوهش ساته (۱۹۹۸) و مک‌گوایر (۲۰۰۳) در قالب شاخص‌های «ارتباطات فراگیر» و «ارتباطات باز و مکرر» ارائه شده است.

آموزش مستمر و حمایت از توسعه: در کتابخانه عمومی باعث برانگیختن مشارکت کتابداران برای کسب تخصص‌های بیشتر و بهره‌گیری از آن‌ها برای رشد پایدار کتابخانه‌های عمومی می‌شود (دوتا و کراسون^۱، ۲۰۰۵).

آموزش در کتابخانه‌های عمومی نقش والاتری دارد چون کاربران با میل درونی خود و به قصد یادگیری به کتابخانه آمده‌اند. در این خصوص کتابداران با فراهم آوری انواع مواد و منابع مورد نیاز برای کاربران روحیه آموزش و یادگیری آن‌ها را بالا می‌برند. در حقیقت کتابخانه‌های عمومی زیربنای خودآموزی همیشگی کاربران می‌باشند. با وجود این شرایط کتابداران در کتابخانه‌های عمومی می‌توانند نقش اساسی در توسعه عادت به مطالعه داشته باشد؛ زیرا همچون پناهگاه امن اجتماعی و در محیطی سالم، محتوای منابع و اطلاعات مورد نیاز را به صورت نظام‌مند در اختیار کاربران قرار داده و با الگوسازی، عادت مطالعه را در سطح جامعه توسعه می‌دهند. این شرایط به ارتقای منزلت و تصویر اجتماعی کتابداران و همچنین ارتقای دانش و فرهنگ و در نتیجه توسعه و پیشرفت کاربران کمک کنند. این آموزش‌ها و پیشرفت‌های همه جانبه زمینه‌ساز ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی می‌شود.

آموزش مستمر و حمایت از توسعه به عنوان یک شاخص پذیرفته شده در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) همسو است. این شاخص در پژوهش ساته (۱۹۹۸) نیز در قالب شاخص «یادگیری» ارائه شده است.

انسجام و نگرش سیستمی: انسجام و هماهنگی کتابداران از پیش شرط‌های اساسی در کتابخانه‌های عمومی برای ایجاد فرهنگ کارآفرینانه است. همکاری و هماهنگی در بین کتابداران باعث یک الزام متقابل عمل می‌کند انسجام و هماهنگی کتابداران باعث می‌شود فرهنگ کارآفرینانه در بین کتابداران درونی و یگانه شود (کاوورا و آندرسون، ۲۰۱۶). همکاری و هماهنگی کتابداران در کتابخانه‌های عمومی باعث می‌شود برای انجام مسئولیت‌های خود تلاش جمعی داشته باشند و از زیر مسئولیت‌هایشان شانه خالی نکنند. همچنین در این شرایط کتابداران تعهد خود را نسبت به یکدیگر و به کتابخانه عمومی نشان می‌دهند. دلیل این امر گواه بر شناخت هدف اصلی کتابخانه‌های عمومی توسط کتابداران و توافق همگانی آن‌ها بر این مساله است. این احساس در کتابداران باعث می‌شود علاقه و تمایل قلبی خود را برای ادامه خدمت‌رسانی در راستای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی داشته باشند. همچنین مسئولیت‌پذیری کتابداران در کتابخانه‌های عمومی باعث درک نگرش مثبت آن‌ها به کتابخانه‌های عمومی و اهداف آن می‌شود. این هماهنگی باعث احساس رضایت و تعلق کتابداران به کتابخانه‌های عمومی در این صورت اختلاف نظرات و اولویت‌ها از بین می‌رود و باعث انسجام در بین مدیران و کتابداران نیز

می‌شود. اختیار و آزادی عمل برای کتابداران در جهت انجام وظایف محوله و همچنین استفاده از نظرات و تجربیات آن‌ها در مدیریت کتابخانه‌های عمومی، در عین نظارت کافی بر اعمال آن‌ها نیز می‌تواند مؤثر باشد.

انسجام و نگرش سیستمی به‌عنوان یک شاخص پذیرفته‌شده در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) همسو است. انسجام و نگرش سیستمی در پژوهش‌های (کورنوال و پرلمن، ۱۹۹۰؛ اکوال و همکاران، ۱۹۹۴؛ مک‌گوایر، ۲۰۰۳ و ساته، ۱۹۹۸) نیز با عنوان‌های «قدرشناسی و احترام»، «رهبری فراگیر در تمام سطوح» و «نظام اخلاقی مبتنی بر اعتماد» و «ارتباطات باز» شناخته می‌شود.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر: موفقیت کتابخانه‌های عمومی و پویایی آن به ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به‌عنوان راهکاری برای مقابله با تغییرات بستگی دارد (ایرلند، هیت و سیرمون^۱، ۲۰۰۳). مدیران کتابخانه‌های عمومی باید با ذهنی جامع‌نگر سیاست‌هایی را برای مسائل امروزی در نظر داشته باشند. از آنجایی که کتابداران نیز به دنبال رفع نیازهای اطلاعاتی رو به افزایش و متنوع کاربران هستند، لزوم این برنامه‌ریزی‌ها از طرف مدیریت کتابخانه‌های عمومی احساس می‌شود. پایه‌های این برنامه‌ها و سیاست‌ها باید بر اساس میزان درکی که مدیران از جایگاه فعلی کتابخانه‌های عمومی و برنامه‌ریزی برای ایجاد تغییرات اساسی در آینده آن، برای به دست آوری نوآوری، فرصت‌های جدید و ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی باشد.

جلب و تقویت حمایت‌های مالی سازمان مادر که وظیفه پشتیبانی مالی از کتابخانه‌های عمومی را بر عهده دارد از راهکارهای اساسی برای بهبود بخشیدن به فرآیندها به شمار می‌رود. همچنین بهره‌مندی از تجهیزات و نرم‌افزارهای مناسب که زیرساخت‌های ارتباطی و بستریایی که در این زمینه وجود دارد به عنوان عامل اصلی در اجرای فرآیندهای نوآورانه کتابخانه‌های عمومی مطرح می‌شوند.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر به‌عنوان یک شاخص پذیرفته‌شده در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی با پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴) همسو است. پژوهش‌های دیگر از جمله کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰)؛ اکوال و همکاران (۱۹۹۴)؛ مورس و جونز (۱۹۹۴) و مک‌گوایر (۲۰۰۳) این شاخص را در قالب‌های «اجازه نوآوری» و «خلق ایده‌های جدید» ارائه دادند.

¹. Irland, Hit & Sirmon

خدمات و بازاریابی کتابخانه: کتابداران کتابخانه‌های عمومی باید خدمات خود را به کاربران عرضه کنند و در راه برآورده ساختن نیازهای اطلاعاتی آن‌ها تلاش کنند، به گونه‌ای که کاربران خود را ناگزیر به استفاده از خدمات کتابخانه عمومی بدانند (آندروود^۱، ۲۰۰۹؛ کر کوود و ایوانز^۲، ۲۰۱۱).

بازاریابی در کتابخانه‌های عمومی به مدیران در دستیابی به اهدافشان به منظور برآورده ساختن نیازهای کاربران، خودکفایی مالی و جذب هرچه بیشتر کاربران در دنیای رقابتی امروز یاری می‌رساند. همچنین بازاریابی و اشتغال‌زایی در کتابخانه‌های عمومی باعث کارآفرینی و ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه می‌شود. با توجه به متون و پیشینه پژوهش‌ها به نظر می‌رسد، گسترش فناوری‌ها و تعداد محمول‌های اطلاعاتی در دنیای امروزه، کتابخانه‌های عمومی تنها مرجع ارائه اطلاعات نیستند و نقش کتابخانه‌هایی که به‌طور سنتی به ارائه اطلاعات می‌پردازند کم‌رنگ شده است. به همین دلیل مدیران به‌شدت تحت فشار هستند تا موجودیت کتابخانه‌های عمومی را با ارائه خدمات با کیفیت به کاربران توجیه کنند. در این شرایط کتابداران با بهره‌گیری از اصول و راهبردهای بازاریابی قادر خواهند بود تا با کاربران و نیاز آن‌ها به نحو مؤثرتری آشنا شوند و بر اساس این شناخت، به توسعه محصولات و خدمات خود بپردازند. با چنین رویکردی کتابخانه‌های عمومی نقش بازار محوری پیدا می‌کنند و کلیه فعالیت‌های فراهم‌آوری، پردازش، ذخیره و عرضه اطلاعات با توجه به نیازهای کاربران جهت پیدا می‌کند که در این راه نه تنها به ارضای نیازهای کاربران می‌پردازند، بلکه در پی ایجاد تقاضاهای جدید نیز هستند.

بر اساس شاخص‌های شناسایی شده و اعتبار‌یابی آن، این ابزار را می‌توان به عنوان ملاک سنجش و ارزیابی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی مورد استفاده قرار داد. پیداست که ابزارهای پیشین که بر پایه خدمات کارکردهای کتابخانه‌های عمومی نبوده است از قابلیت اعتبار و اعتماد کافی برای سنجش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار نیست و در واقع شاخص‌های موجود در آن تصویری ناقص از این فرهنگ را نشان می‌دهد.

علاوه بر آن از آنجایی که کتابخانه‌های عمومی در محیط متلاطم و متغیر فعالیت می‌کنند بایستی توجه بیشتر به فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی و توجه به شاخص‌های آن در رابطه با نوع ماهیت کتابخانه برای کسب مزایای رقابتی نسبت به سایر رقبا باشند.

پیشنادهای کاربردی

- ۱- با توجه به لزوم ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های منسجم و دقیق برای رفع نواقص و کمبودها اتخاذ شود.

1 Underwood

2 Kirkwood & Evans

- ۲- با توجه به ارائه شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی پیشنهاد می‌شود مدیران و اولیای کتابخانه‌های عمومی در راستای ایجاد فرهنگ کارآفرینانه و تقویت آن در کتابخانه‌های عمومی، اقدامات عملی و فرهنگی و توجه لازم را داشته باشند؛ از جمله:
- دلپذیر و شاداب‌سازی محیط فیزیکی کتابخانه‌های عمومی برای کتابداران جهت ایجاد انگیزه و شور و شوق مادی در آنها
 - ارائه خط‌مشی مدون برای ارتباطات با سازمان‌ها و مؤسسات ملی و بین‌المللی و انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری
 - تدوین برنامه آموزشی مستمر برای کتابداران و کاربران از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های کوتاه‌مدت کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی
 - مشخص کردن شرح وظایف و مسئولیت‌های هر یک از کتابداران در مراحل مختلف کاری و ایجاد فضای مثبت و دوستانه بین کتابداران و مدیران

منابع

- پالانت، جولی (۱۳۸۹). تحلیل داده‌های علوم رفتاری با برنامه SPSS. (اکبر رضایی، مترجم). تبریز: انتشارات فروزش. (نشر اثر اصلی ۲۰۱۰).
- حریری، نجلا و جعفری، مهناز (۱۳۹۱). رابطه فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱(۹۰)، ۱۲۳-۱۳۸.
- زارعی متین، حسن؛ مقیمی، محمد، غفوریان یاور پناه، هادی (۱۳۹۲). تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۱(۴)، ۵-۳۱.
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، مصطفی و محمدزاده پارچین، ناهید (۱۳۹۱). تبیین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه تهران. مدیریت بازرگانی، ۵(۲)، ۸۹-۱۱۴.
- زوارقی، رسول (۱۳۹۱). بررسی نقش و جایگاه کتابخانه‌های عمومی در توسعه فرهنگ کارآفرینی. کتاب ماه، اطلاعات، ارتباطات و دانش‌شناسی، ۱۵(۶)، ۹۴-۱۰۱.

سیدی، زینب سادات (۱۳۹۰). امکان‌سنجی نقش کتابخانه‌های عمومی در توسعه و ترویج کارآفرینی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

صفری، علی؛ اعرابی، سهیلا و مولایی خوراسگانی، لیلا (۱۳۹۳، مرداد). بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دانشگاه‌های دولتی ایران مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان. مرکز همایش بین‌المللی صدا و سیما ۱۶(۷). ۴۵-۶۰.

طاهری، عبدالمحمد؛ شایان جهرمی، شاپور امین و ترابی، سهیلا (۱۳۸۹). بررسی رابط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی و خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران در سال ۸۸-۸۹ (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت.

طبرسا، غلامعلی؛ احمدی‌زاد، آرمان و اسمعیلی گیوی، محمدرضا (۱۳۹۱). بررسی وضعیت کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۸ (۳)، ۳۶۳-۳۷۴.

طبرسا، غلامعلی؛ محبوب، سیامک و اسمعیلی گیوی، حمیدرضا (۱۳۸۹). بررسی تأثیر فرهنگ کارآفرینی سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶(۱)، ۵-۲۲.

علومی، طاهره (۱۳۷۷). اداره کتابخانه. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
علیمردانی، محمد؛ فراهانی، ابوالفضل و قاسمی، سید حمید (۱۳۹۳). ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان قم. پژوهش کاربردی در مدیریت ورزشی. ۱۳(۱). ۲۵-۳۵.

فخرایی، سیروس (۱۳۷۹). نقش کتابخانه‌های عمومی و آموزشگاهی در گسترش فرهنگ مطالعه. نشریه کتابداری، ۳۴(۴)، ۳۲-۴۵.

کریمی، آصف؛ رضایی، روح‌الله؛ احمدپورداریانی، محمود و انصاری، محسن (۱۳۹۲). تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه (مورد مطالعه: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران). ۶(۳). ۱۶۳-۱۸۲.

میینی دهکردی، علی؛ رضازاده، آرش و دهقان نجم‌آبادی، منصور (۱۳۹۱). تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه سازمان (مطالعه موردی شرکت خودروسازی زامیاد). توسعه کارآفرینی. ۵(۲). ۴۷-۶۶.

محمدی، امین و مرجانی، سید عباس (۱۳۹۰). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی کتابداران (مطالعه موردی: کتابداران کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی). پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۴(۱)، ۱۵۳-۱۶۸.

منصوری‌نژاد، عبدالحکیم؛ نقشینه، نادر و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران. تحقیقات اطلاع‌رسانی و علوم کتابخانه‌های عمومی، ۱۸ (۳)، ۴۴۶-۴۶۸.

منوریان، عباس و احمدی تنکابنی، مهدی (۱۳۹۱). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین. فرهنگ توسعه مدیریت، ۲(۲۵)، ۵۳-۷۶.

مولائی، سوران و هجرت، ستوده (۱۳۹۳، آذر). بررسی رابطه ابعاد مدیریت دانش شخص و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان‌های دانش‌بنیان. همایش ملی مدیریت و فرهنگ سازمانی و منابع انسانی، سندج، ایران. بازیابی شده از:

<http://www.civilica.com>

یداللهی فارسی، جهانگیر؛ عزیزی زیارت، امید و خواستار، حمزه (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ساختار و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک‌های خصوصی سطح شهر تهران). توسعه کارآفرینی، ۲(۵)، ۵۵-۸۰.

منابع لاتین

- Aagaard, P. & Arguello, N.Z. (2015). Practical approaches to compliances for entrepreneurial uses of licensed databases in libraries. *Reference services review*, 43(3), 419- 438.
- Baron, R. A., & Henry, R. A. (2011). *Entrepreneurship: the genesis of organizations*. Apa handbook of industrial & organizational psychology. Washington, DC, USA: American Psychological Association.
- Best, J. (2001). Supporting the public library entrepreneur. *The bottom line*, 14(3), 132 – 145.
- Chatterji, A. K. (2009). Spawned with a silver spoon? Entrepreneurial performance and innovation in the medical device industry. *Strategic management journal*, 30(2), 185-206.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists. *Academy of management journal*, 52(1), 199-214.
- Clay, E.S., & Bangs, P.C. (2000). Entrepreneurs in the public library. *Reinventin an institution. Suite library trends*, 48(3), 606-618.
- Cornwall, J.R., & Perlman, B. (1990). *Organizational entrepreneurship*. Homewood, IL: Homewood. Retrieved from:

<https://books.google.com/books?id=Npss0ddjjZcC&pg=PA103&lpg=PA103&d>

- Dodd, S. D. (2002). Metaphors and Meaning: A Grounded Cultural Model of Us Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 17(5): 519-535.
- Dutta, D. K., & Crossan, M. M. (2005). The nature of entrepreneurial opportunities: understanding the process using the organizational learning framework. *Entrepreneurship theory & practice*, 29(4), 425-450.
- Ekvall L.K., Gundry .J.R., & Prather C.E (1994). Building the creative organization. *Organizational dynamics*, 22(4), 22-37.
- Feldmann, L.M. (2014). Academic business librarians' assistance to community entrepreneurs. *Reference services review*, 42(1), 108 – 128.
- Jusic, J. (2013). Entrepreneurial leadership in public libraries. *Public libraries*. 52(1), 28-37.
- Haugh, H., & McKee, L. (2004). The Cultural Paradigm of the Smaller Firm. *Journal of Small Business Management*. 42(4): 377-394.
- Hisrich, R., Langan, A & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *Journal of american psychologist*, 62(6), 575- 589.
- Hoppenfeld, J., & Malafi, E. (2015). Engaging with entrepreneurs in academic and public libraries. *Reference services review*, 43(3), 379-399.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: the construct and its dimensions. *Journal of management*, 29(6), 963- 989.
- Karimi, A., & Abedini, M. (2015). A study on the relationship between entrepreneurial culture and organizational entrepreneurship as viewed by employees working at Hormozgan province education department, Iran. *Academic journal of psychological studies*, 4(13), 82- 89.
- Kavoura, A. & Andersson, T. (2016). Applying delphi method for strategic design of social entrepreneurship. *Library review*, 65(3), 185 – 205.
- Kirkwood, H. & Evans, K. (2012). Embedded librarianship and virtual environments in entrepreneurship information literacy: A case study. *Journal of business & finance librarianship*, 1(17), 106–116.
- Lorsch J.W & Lawrence, P. R. (1967). Differentiation and integratuion in complex organization. *Administrative science quarterly*, 12(1), 1- 47.
- Mcquire, S.J. (2003). *Entrepreneurial organizational culture: construct definition and instrument development and validation* (PhD thesis). The Georg Washington University, Washington United States of America.

- Morris, M. H., & Jones, F.F. (1999). Entrepreneurship in established organizations: the case of the public sector. *Entrepreneurship: theory & practice*, 24(1), 71-91.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations*. Englewood cliffs, NJ, USA: Prentice-Hall.
- Nijbore, J. (2006). Cultural entrepreneurship in libraries. *New library world*, 107(1), 434- 443.
- Nzivo, N.C. (2012). User perception on library services and information resources in Kenyan public libraries. *Library review*, 16(2), 110 – 127.
- Pun R. (2015). The embedded librarian as an entrepreneur in a startup university. *Reference services review*, 43(3), 439 – 449.
- Sathe, V. (1988). From surfaced of deep corporate entrepreneurship. *Human resource management*, 27(4),384- 411.
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Haynie, J. M. (2010). Entrepreneurial spirals: deviation amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship theory & practice*, 34(1), 59-82.
- Stewart, A. (1989). *Team entrepreneurship*. Newbury Park, CA, USA: SAGE Publications, Inc.
- Underwood, P. (2009). Supporting the information needs of entrepreneurs in South Africa. *Library review*, 58(8). 569 – 580.
- Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. *Management Science*, 32(5), 590-607.
- Weber, K., & Dacin, M. T. (2011). The cultural construction of organizational life: introduction to the special issue. *organization science*, 22(2), 287-298.
- Winslow, E.K. (1990). The issue of motivating entre (Intra) preneurial behavior. *Journal of creative behavior*,1(24), 256-262.
- Wong, M. A., & Morse, E. A. (2014). *Entrepreneurial culture: developing a theoretical construct and its measurement*. Doctoral dissertation on philosophy, the school of graduate and postdoctoral studies, western Ontario University: 240 pages.
- Zott, C., & Huy, Q. N (2007). How entrepreneurs use symbolic management to acquire. resources. *Administrative science quarterly*, 52(1), 70-105.

Identification of Entrepreneurial Organizational Culture Indicators and Construction and Validation of its Measurement Tool in Foundation of Public Libraries

MA Student of knowledge and Information Science, University of Birjand
Raziye.kazemi@yahoo.com

Leili Seifi(Corresponding Author)
Assistant Professor Department of knowledge and Information Science, University of Birjand
Leili.seifi@birjand.ac.ir

Ali Asgari
Assistant department of Educational Science, University of Birjand
Ali.asgari@birjand.ac.ir

Abstract

Purpose: The purpose of this study was identification of entrepreneurial organizational culture indicators and construction and validation of its measurement tool in foundation of public libraries in Iran.

Methodology: The study in terms of purpose was practical and according to the method was correlation – descriptive and it was based on construction of tool. The study population included foundation of public libraries from provinces centers of Tehran, Shiraz, Isfahan, Kermanshah and Birjand and the sample consisted of 386 of librarians, that which according to Morgan's Table and the basis of a multistage cluster sampling method, 191 librarians were selected. Validity of the tool was calculated by content validity, exploratory and confirmatory factor analysis. Reliability of the tool with use of Cornbrash's alpha was (0.89). Also the reliability of the tool was analyzed by Split Half, which for odd items was (0.82) and pair items was (0.78).

Finding: Based on findings of the research; the indicators of public libraries foundation entrepreneurial organizational culture with load factor were: organizational enthusiasm (0.46), cooperation and external communication (0.70); continuous learning and support of the development (0.62); cohesiveness and systematic approaches (0.52); policy making and planning for opportunity to change (0.72) and service and marketing library (0.68). The results of exploratory and confirmatory factor analysis is confirmed the validity and reliability of the tool. Finally, with regard to the favorable psychometric features, this tool would be used as a standard tool.

Originality / value: Based on literature review there was no research to identify, construct and validate the indicators of entrepreneurial organizational culture of public libraries foundation.

Keywords: Entrepreneurial organizational culture, Foundation of public libraries, Validation, Explanatory factor analysis, Confirmatory factor analysis, Iran