

مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و بررسی رابطه آن با رضایت کاربر

محمد حسن زاده (نویسنده مسئول)

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس
hasanzadeh@modares.ac.ir

المیرا کریمی

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس
Karimi.e.2007@gmail.com
تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۲/۰۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۷/۲۶

چکیده

هدف: مقاله حاضر، مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و بررسی رابطه آن با رضایت کاربر است.

روش: این پژوهش از نوع کاربردی است و به روش پیمایشی - توصیفی انجام گرفته است. جامعه پژوهش به سه دسته کتابداران و مدیران کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و کاربران این کتابخانه‌ها تقسیم می‌شوند. از میان کتابخانه‌های عمومی (تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی)، آن دسته از کتابخانه‌هایی انتخاب گردید که حداقل ۳ کتابدار در آن مشغول به کار باشند. در مجموع ۲۲ کتابخانه عمومی و ۱۱ کتابخانه دانشگاهی انتخاب شد. از میان کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی ۳۸۳ کاربر به روش نمونه‌گیری با احتمال متناسب با اندازه و از میان کاربران کتابخانه‌های عمومی ۳۸۱ کاربر به روش تصادفی گزینش گردید. داده‌های پژوهش از طریق دو پرسشنامه محقق‌ساخته فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر گردآوری شد. پرسشنامه فرهنگ سازمانی براساس مدل چارچوب ارزش‌های رقابتی کامرون و کوئین طراحی گردید. داده‌ها با آمار توصیفی و استنباطی شامل آزمون من-ویتنی و آزمون همبستگی اسپیرمن تحلیل شدند.

یافته‌ها: براساس نتایج پژوهش، فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی شهر تهران را فرهنگ سازمانی قومی و فرهنگ کتابخانه‌های دانشگاهی را فرهنگ سلسله‌مراتبی تشکیل می‌دهد. بین کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران از نظر فرهنگ سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. بین رضایت کاربر کتابخانه‌های عمومی و نوع فرهنگ سازمانی این کتابخانه‌ها رابطه معنی‌داری مشاهده نشد؛ اما رابطه بین رضایت کاربر کتابخانه‌های دانشگاهی و نوع فرهنگ سازمانی این کتابخانه‌ها معنی‌دار (۰/۶۶) بود.

اصالت/ارزش: تاکنون مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر انواع کتابخانه‌ها در ایران و همچنین بررسی ارتباط فرهنگ سازمانی با رضایت کاربران به‌عنوان یک متغیر در مطالعات کتابداری و اطلاع‌رسانی اصلاً مورد توجه قرار نگرفته است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، خرده‌فرهنگ‌ها، کتابخانه‌های عمومی، کتابخانه‌های دانشگاهی، رضایت کاربر.

مقدمه

کتابخانه‌ها مانند دیگر سازمان‌ها، دارای فرهنگ سازمانی خاص می‌باشند. محیط در کتابخانه‌ها و بسیاری از سازمان‌های دیگر، محیطی متغیر است که این تحول‌پذیری را می‌توان در نیاز به اطلاعات، تغییر سریع در فن‌آوری اطلاعات و رشد هزینه‌های مربوط به این فن‌آوری‌های جدید ملاحظه نمود. تغییر در کتابخانه‌ها بیش از اینکه افزایش فن‌آوری‌های جدید را دربر داشته باشد، دگرگونی فرهنگی سازمانی را منجر می‌شود (وارنر^۱، ۱۹۹۶). اولین قدم جهت هرگونه تغییری، تغییر در فرهنگ سازمانی است؛ زیرا برای هرگونه تغییری در سازمان می‌بایست فرهنگ موجود، با آن تغییر سازگاری داشته باشد. اگر سازمان دارای فرهنگ مناسب با نوآوری و سازگاری بر محیط باشد، دیگر نگران تغییرات و دشواری‌های اجرای آن نخواهد بود (مهاجری پاریزی، ۱۳۸۳). بنابراین چالشی که مدیران کتابخانه با آن مواجه هستند درک فرهنگ سازمانی (روشی در تسهیل یا بازداشتن پذیرش تغییرات فنی و چالش‌های دیگر) است. شناخت فرهنگ سازمانی کتابخانه برای پرداختن به ابهامات ایجاد شده توسط ظهور تغییرات سریع محیطی، مسأله اصلی مدیران کتابخانه است (وارنر، ۱۹۹۶). علاوه بر این، شناخت فرهنگ سازمانی به عنوان مقوله‌ای ارزشمند جهت کمک به ارزیابی سازمان‌ها شناخته شده است. با توجه به اهمیت ارزیابی و لزوم هماهنگی شدن کتابخانه‌ها با تغییرات، این پژوهش سعی در شناخت فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی دارد.

کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی، سازمان‌هایی با اهداف متفاوت از یکدیگر هستند. کتابخانه‌های عمومی سهم عمده‌ای در بالابردن سطح دانش اجتماع و شکوفایی استعدادهاى افراد یک جامعه دارند و کتابخانه‌های دانشگاهی برای کمک به استادان و دانشجویان به وجود آمده‌اند (مزینانی، ۱۳۷۹). کتابخانه‌های عمومی نسبت به کتابخانه‌های دانشگاهی بیشتر در پی جذب مخاطب هستند. بر این اساس به نظر می‌رسد تفاوتی بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی وجود داشته باشد که این تفاوت باعث به وجود آمدن عملکردهای متفاوت در کتابخانه‌ها می‌شود. از آنجایی که فرهنگ سازمانی، اغلب متناسب با اهداف سازمان‌ها شکل می‌گیرد؛ لذا، شناسایی و مقایسه فرهنگ سازمانی حاکم بر این دو نوع کتابخانه روشی در نمایاندن تفاوت ضروری این دو کتابخانه در هدف و عملکرد است.

1. Varner

مشخص نبودن این موضوع که آیا فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی یکسان هستند یا خیر یکی از محرک‌های اساسی پژوهش به‌شمار می‌رود.

از سوی دیگر، رضایت مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل در تعیین موفقیت سازمان‌ها و یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها به‌شمار می‌آید (واشقانی فراهانی، ۱۳۸۸). در حقیقت کلید تضمین موفقیت سازمانی هر مرکزی در قرن بیست و یکم توجه اساسی به مصرف‌کننده است. اجرای مطلوب راهبرد مشتری‌مداری نیازمند هماهنگی با فرهنگ سازمانی موجود است و بالعکس. زیرا در هر سازمانی فرهنگ منحصر به فرد آن سازمان وجود دارد که به افراد شیوه فهم و معنی بخشیدن به رویدادها را نشان می‌دهد (نعیم سیف^۱، ۲۰۰۸). لذا، هنگامی می‌توان انتظار داشت که اصول مشتری‌مداری از سوی کارکنان رعایت گردد که فرهنگ سازمانی متناسب با آن در سازمان وجود داشته باشد. در واقع اگر بستر فرهنگی در سازمان وجود نداشته باشد یا ساختاریافته نباشد، اجرای اصول مشتری‌مداری با مانعی جدی مواجه می‌شود (واشقانی فراهانی، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش‌های بسیاری از پژوهشگران از جمله کاشانی زاده (۱۳۸۰)؛ مرادمند (۱۳۸۵)؛ مردای مقدم (۱۳۸۴)؛ و اباذری (۱۳۸۵) نارضایتی مراجعان را از خدمات کتابخانه‌ها نشان می‌دهند. با توجه به آنچه گفته شد و این که هدف کتابخانه‌های امروزی، توانمندسازی مراجعان در بهره‌برداری هر چه بیشتر و بهتر از منابع و خدمات کتابخانه است، انتظار می‌رود بین فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر در کتابخانه رابطه‌ای وجود داشته باشد. بررسی این موضوع که آیا بین فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر رابطه‌ای وجود دارد یا خیر؟ می‌تواند دیدگاه‌های مناسبی در زمینه ارتقای میزان رضایت در کتابخانه‌ها به مدیران ارائه دهد.

انتظار می‌رود نتایج حاصل از این پژوهش، با بررسی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها و نمایش تفاوت این موضوع در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی ایران، به مدیران کتابخانه‌ها کمک کند تا با اتخاذ راهبرد مناسب به سوی ایجاد سازمان نوآور حرکت کنند و توان بهره‌گیری از خلاقیت کارکنان را افزایش دهند. علاوه بر این، این پژوهش با نمایش رابطه فرهنگ سازمانی و رضایت کاربران، به مدیران در بهبود عملکرد و بهره‌وری و در نتیجه آن برآوردن نیازهای کاربران و افزایش رضایت آنان یاری خواهد رساند.

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ سازمانی موضوعی است که به تازگی در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمانی راه یافته است. امروزه فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی مدیریت را تشکیل داده است.

فرهنگ سازمانی عبارت است از الگوی منحصر به فرد از مفروضات، ارزش‌ها، و هنجارهای مشترک که فعالیت‌های جامعه‌پذیری، زبان، سمبل‌ها و عملیات سازمان را شکل می‌دهد (حقیقی و دیگران، ۱۳۸۰). به اعتقاد رابینز^۱ مقصود از فرهنگ سازمانی، سیستمی از استنباط مشترک است که اعضاء نسبت به یک سازمان دارند و همین ویژگی موجب تفکیک دو سازمان به لحاظ فرهنگی از یکدیگر می‌شود (رابینز، ۱۳۷۴). آگاهی از فرهنگ برای مدیران اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا آنها می‌توانند از نتایج این شناخت بهره ببرند و با آگاهی بیشتر از عناصر فرهنگی، راه مقابله آسان‌تر با تغییرات فرهنگی را دریابند (گورمن^۲، ۱۳۸۷).

بی‌تردید تمایز بین فرهنگ‌ها امری معمول است و توجه به این تمایز ما را در شناخت بهتر سازمان‌ها یاری می‌دهد. علاوه بر این، توجه به این تمایز موجب دسته‌بندی فرهنگ‌ها می‌شود. یکی از مهم‌ترین مزایای دسته‌بندی فرهنگ‌ها این است که توان مقایسه آنها را افزایش می‌دهد. با توجه به این موضوع، کامرون و کوئین^۳ (۱۹۹۹) معتقدند چهار نوع فرهنگ مشخص حاکم بر سازمان‌ها قابل شناسایی است که این چهار نوع شامل موارد زیر است:

۱. فرهنگ سلسله‌مراتبی^۴: این فرهنگ بیشتر بر روی موضوعات داخلی و پایداری ارزش‌ها و کنترل تمرکز دارد تا انعطاف‌پذیری و اختیار. همچنین این فرهنگ بر روی ساختارهای رسمی، سیاست‌ها و روش‌های مدیریتی تکیه دارد. در این فرهنگ حفظ کارآیی، قابلیت اطمینان و عملکرد سریع اهمیت دارد.
۲. فرهنگ قومی (قبیله‌ای)^۵: این فرهنگ بر روی موضوعات داخلی تمرکز دارد اما آزادی عمل در ارزش‌ها بیشتر از ثبات و کنترل است. در این فرهنگ هدف، مدیریت سازمان از طریق کار تیمی، مشارکت و توافق عمومی است. ارتباطات و کار تیمی، عدم وجود سلسله‌مراتب از ویژگی‌های بارز واحدهای کاری هستند. افراد بیشتر به منزله اعضای یک خانواده هستند تا اعضای سازمان تجاری.

1. Robbins
4. hierarchy

2. Gorman
5. clan

3. Cameron & Quien

۳. فرهنگ بازاری^۱: این فرهنگ بیشتر بر روی موضوعات خارجی، ثبات ارزش‌ها و کنترل تمرکز دارد. در این فرهنگ یک حس قوی در مورد مأموریت سازمان و مشتریان وجود دارد. این فرهنگ با بهره‌وری، ثبات، نتایج و ماحصل کارها در ارتباط است.

۴. فرهنگ تخصص‌محور (ادهوکراسی)^۲: این فرهنگ بر روی محیط خارجی، انعطاف‌پذیری ارزش‌ها و آزادی عمل بیش از ثبات و کنترل تمرکز دارد. ارزش‌های کلیدی این فرهنگ آزادی، خلاقیت و ریسک‌پذیری در یک سازمان با محیط پویا است. این دسته‌بندی در مورد خرده‌فرهنگ‌ها به‌عنوان فرهنگ‌های کوچک درون سازمان نیز وجود دارد.

از طرفی، اجرای مطلوب راهبرد مشتری‌مداری نیازمند هماهنگی با فرهنگ سازمانی موجود است، لذا هنگامی می‌توان انتظار داشت که اصول مشتری‌مداری از سوی کارکنان رعایت گردد که فرهنگ سازمانی متناسب با آن در سازمان وجود داشته باشد. به دلیل اهمیت رضایت کاربر در کتابخانه‌ها، توجه به فرهنگ سازمانی به‌عنوان عامل مرتبط با رضایت کاربر می‌تواند از اهمیت خاصی برخوردار باشد.

پژوهش‌های زیادی در زمینه فرهنگ سازمانی در ایران انجام شده است؛ اما آنچه که مرتبط با الگوی مورد استفاده در این پژوهش - الگوی کامرون و کوین - می‌باشد، بسیار اندک است. پژوهش‌های یزدی (۱۳۸۲)؛ فیروزجایی (۱۳۸۵)؛ و عباسی (۱۳۸۸) نمونه‌هایی است که فرهنگ سازمانی را با الگوی مورد نظر این پژوهش مورد بررسی قرار داده‌اند.

برخلاف پژوهش‌های معدود انجام شده در ایران، پژوهش‌های بسیاری در خارج از کشور به سنجش فرهنگ سازمانی با استفاده از مدل مربوط به این پژوهش پرداخته‌اند؛ در این بین می‌توان به پژوهش‌های شپستون^۳ (۲۰۰۸)؛ پورز^۴ (۲۰۰۸)؛ و تری والنز^۵ و دارگنیدو^۶ (۲۰۰۹) اشاره کرد.

اهداف پژوهش

اهداف پژوهش حاضر عبارتند از:

1. market
4. Pors

2. Adhocracy
5. Trivellas

3. Shepstone
6. Dargenidou

۱. شناسایی و مقایسه فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی با کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران؛
۲. تعیین و بررسی رابطه بین میزان رضایت کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران و فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها؛
۳. تعیین و بررسی رابطه بین میزان رضایت کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران و فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها.

پرسش‌های اساسی

۱. فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران در کدام دسته از فرهنگ‌ها قرار می‌گیرد؟
۲. آیا فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران متفاوت هستند؟
۳. بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟
۴. بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است و به روش پیمایشی- توصیفی انجام گرفته است. جامعه پژوهش به سه دسته کتابداران و مدیران کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و کاربران این کتابخانه‌ها تقسیم می‌شوند. از میان کتابخانه‌های عمومی (تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی)، آن دسته از کتابخانه‌هایی انتخاب گردید که حداقل ۳ کتابدار در آن مشغول به کار باشند. دلیل اصلی اینگونه انتخاب این بوده است که حداقل تنوع در کتابخانه‌ها به لحاظ دیدگاه کتابداران در نظر گرفته شود. کتابخانه‌های دانشگاهی مورد نظر این پژوهش نیز، کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است که از میان آنها کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌هایی انتخاب شدند که خدمات خود را به کاربران ارائه می‌دادند. در مجموع

۲۲ کتابخانه عمومی و ۱۱ کتابخانه دانشگاهی انتخاب شد. به دلیل بزرگ بودن جامعه کاربران کتابخانه‌ها، نمونه‌گیری طبقه‌ای (زن و مرد) تصادفی انجام شد. حجم نمونه بر اساس تعداد اعضای جامعه و با استفاده از جدول مورگان تعیین گردید. نهایتاً تعداد ۳۸۳ نفر از اعضای کتابخانه‌های دانشگاهی و ۳۸۱ نفر از اعضای کتابخانه‌های عمومی به روش تصادفی انتخاب شد. در مجموع ۷۶۴ پرسشنامه توزیع گردید که ۶۳۰ پرسشنامه از کل پرسشنامه‌های توزیعی تکمیل و عودت داده شد. کتابداران و مدیران کتابخانه‌های دانشگاهی و عمومی به روش سرشماری مورد بررسی قرار گرفتند.

اطلاعات مربوط به فرهنگ سازمانی با توجه به مدل ارزش‌های رقابتی کامرون و کوئین گردآوری شده است. این مدل در پژوهش‌های زیادی اعتبارسنجی شده و در متون معتبری در رابطه با مزایای آن بحث شده است. افرادی مانند تیانیوان^۱ (۲۰۰۹)؛ هوارد^۲ (۱۹۹۳)؛ و گِست^۳ (۲۰۰۶) در مقالات خود به مزایا و اعتبارسنجی این مدل پرداخته‌اند.

برای گردآوری داده‌های پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شده است:

الف) داده‌های مرتبط با شناسایی نوع فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته‌ای که بر مبنای مدل کامرون و کوئین است، گردآوری شده است. پس از گردآوری داده‌های مربوط به فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران، فرهنگ حاکم بر این کتابخانه‌ها با رویکرد مطالعه تطبیقی با یکدیگر مقایسه شده است.

ب) داده‌های مرتبط با رضایت کاربران نیز از طریق پرسشنامه محقق ساخته دیگری گردآوری گردید. پس از گردآوری داده‌های مربوط به رضایت کاربران، با استفاده از نرم‌افزارهای آماری به تحلیل رابطه آن با فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها پرداخته شد.

یافته‌ها

به‌منظور ارائه یافته‌های پژوهش، سعی شده است تا با کمک جدول و نمودار به پرسش‌های اساسی پاسخ داده شود.

پرسش اساسی اول: فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران در کدام دسته از فرهنگ‌ها قرار می‌گیرد؟

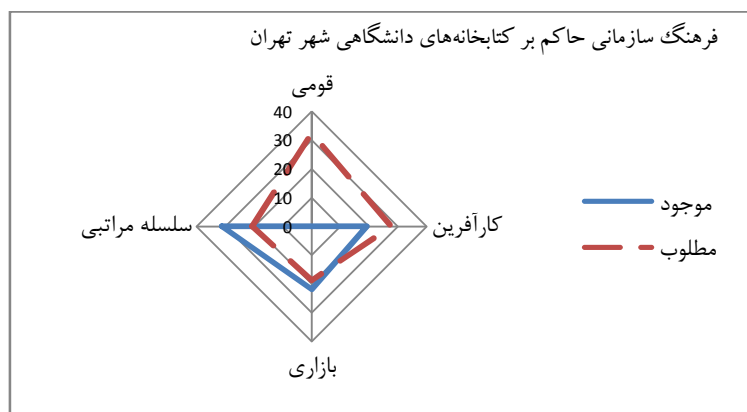
1. Tianyuan

2. Howard

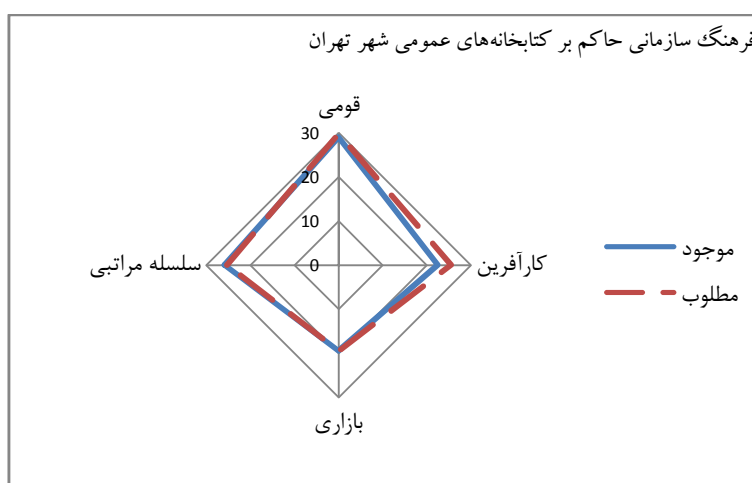
3. Guest

فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی و عمومی شهر تهران به شکل زیر

شناخته شدند.



نمودار ۱. فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی



نمودار ۲. فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های عمومی

همانطور که در نمودار آمده است، تفاوت فرهنگ سازمانی موجود و مطلوب در کتابخانه‌های عمومی ناچیز است؛ اما در مورد کتابخانه‌های دانشگاهی این تفاوت قابل توجه است.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و
کتابخانه‌های عمومی

مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و ...

جدول ۱. توزیع و درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران

کتابخانه‌های دانشگاهی		کتابخانه‌های عمومی		نوع فرهنگ سازمانی موجود
درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵۵	۶	۶۸	۱۵	قومی
۱۸	۲	۵	۱	بازاری
۲۷	۳	۲۷	۶	سلسله مراتبی
۱۰۰	۱۱	۱۰۰	۲۲	کل

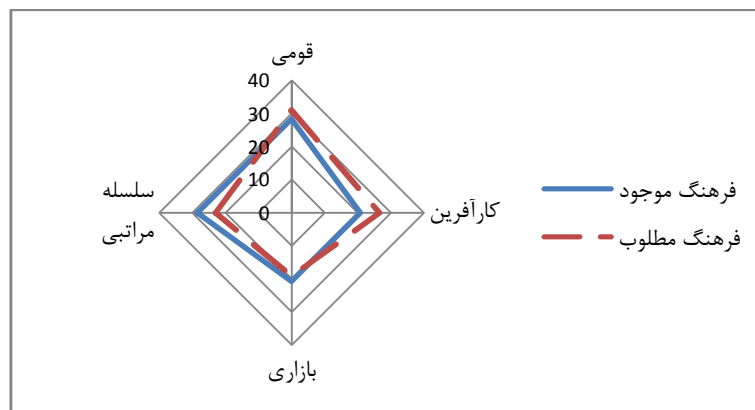
همانطور که مشاهده می‌شود، فرهنگ سازمانی بیشترین درصد کتابخانه‌های عمومی شهر تهران (۶۸٪) فرهنگ سازمانی قومی است و بر بیشتر کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران (۵۵ درصد) نیز، فرهنگ سازمانی قومی حاکم است.

جدول ۲. توزیع و درصد فراوانی انواع فرهنگ سازمانی مطلوب در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران

کتابخانه‌های دانشگاهی		کتابخانه‌های عمومی		نوع فرهنگ سازمانی موجود
درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۷۳	۸	۷۵	۱۲	قومی
۱۸	۲	۱۹	۳	کارآفرین
۹	۱	۶	۱	سلسله مراتبی
۱۰۰	۱۱	۱۰۰	۱۶	کل

همانطور که ملاحظه می‌شود، بیشترین درصد کتابخانه‌های عمومی (۷۵ درصد) و دانشگاهی (۷۳ درصد) دارای فرهنگ مطلوب قومی هستند.

در نهایت می‌توان فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها (عمومی و دانشگاهی) را به شکل زیر تعیین نمود. با توجه به آنچه در نمودار ۳ نشان داده می‌شود، فرهنگ موجود این کتابخانه‌ها فرهنگ سلسله مراتبی و فرهنگ مطلوب آن، فرهنگ کارآفرینی است.



نمودار ۳. فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌ها (عمومی و دانشگاهی)

پرسش اساسی دوم: آیا فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران متفاوت می‌باشند؟

برای پاسخ به این پرسش از آزمون من-ویتنی استفاده شد.

جدول ۳. آزمون من-ویتنی جهت تعیین تفاوت کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی از نظر نوع فرهنگ سازمانی

نوع فرهنگ سازمانی	آزمون
۱۰۹	من-ویتنی
۳۶۲	ویلکاکسون
-۰/۵۳۹	نمره Z
۰/۵۹۰	معنی‌داری

جدول ۴. تعداد کتابخانه‌ها در آزمون من-ویتنی

U	U_{α}	سطح خطا	تعداد کتابخانه‌ها	نام کتابخانه
۱۰۹	۶۲	۰/۰۵	۲۲	کتابخانه عمومی
			۱۱	کتابخانه دانشگاهی

با توجه به اینکه $U_{\alpha} < U$ و معنی‌داری نیز از سطح خطا بزرگتر می‌باشد، در نتیجه بین کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی از نظر نوع فرهنگ سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. پرسش اساسی سوم: بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟ به منظور آزمون رابطه فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی با رضایت کاربران از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

جدول ۵. نتایج آزمون معنی‌داری ضریب همبستگی اسپیرمن در کتابخانه‌های عمومی

متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری	سطح خطا
فرهنگ سازمانی	۲۲	۰/۰۷۳	۰/۷۵۳	۰/۰۵
رضایت کاربر				

با توجه به اینکه ضریب همبستگی نزدیک به صفر می‌باشد و سطح معنی‌داری از سطح خطا بزرگتر است، می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معنی‌داری بین فرهنگ سازمانی با رضایت کاربران وجود ندارد.

پرسش اساسی چهارم: بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران با رضایت کاربران چه رابطه‌ای وجود دارد؟ برای پاسخ به این پرسش نیز از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

جدول ۶. نتایج آزمون معنی‌داری ضریب همبستگی اسپیرمن در کتابخانه‌های دانشگاهی

متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی‌داری	سطح خطا
فرهنگ سازمانی	۱۱	۰/۶۶۹	۰/۰۲۴	۰/۰۵
رضایت کاربر				

با توجه به اینکه ضریب همبستگی نزدیک به ۱ و سطح معنی‌داری کوچک‌تر از ضریب خطا می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معنی‌دار و مثبتی بین فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی و رضایت کاربر وجود دارد.

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی به‌عنوان فرهنگ سازمانی غالب در کتابخانه‌های دانشگاهی شناخته شد. عباسی (۱۳۸۸) نیز در پایان‌نامه دکترای خود به شناسایی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی ایران پرداخته بود که در نهایت ۳ نوع فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی، قومی و بازاری به‌عنوان الگوهای غالب فرهنگی در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌ها شناسایی شد. با توجه به تعریفی که از فرهنگ سازمانی سلسله مراتبی ارائه شد، این نوع فرهنگ بر روی موضوعات داخلی و پایداری ارزش‌ها و کنترل تمرکز دارد تا انعطاف‌پذیری و اختیار. همچنین این فرهنگ بر روی ساختارهای رسمی، سیاست‌ها و روش‌های مدیریتی تکیه دارد. در این فرهنگ حفظ کارآیی، قابلیت اطمینان و عملکرد سریع اهمیت دارد. با توجه به آنچه که از تسلط قوانین و مقررات و ساختارهای رسمی در کتابخانه‌های ایران وجود دارد، می‌توان چنین نتیجه‌ای را منطقی دانست.

نتایج پژوهش حاضر، فرهنگ سازمانی قومی را به‌عنوان فرهنگ سازمانی غالب کتابخانه‌های عمومی شهر تهران شناسایی نمود. پُرس (۲۰۰۸) نیز به شناسایی فرهنگ سازمانی حاکم بر ۲۴ کتابخانه عمومی پرداخت. در پژوهش وی فرهنگ بازاری و فرهنگ قومی به‌عنوان فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها شناخته شد. شناسایی فرهنگ سازمانی قومی به‌عنوان فرهنگ سازمانی حاکم با توجه به تعریف این نوع فرهنگ سازمانی - این نوع فرهنگ بر روی موضوعات داخلی تمرکز دارد؛ اما آزادی عمل در ارزش‌ها بیشتر از ثبات و کنترل است. در این فرهنگ، مدیریت سازمان از طریق کار تیمی، مشارکت و توافق عمومی است. ارتباطات و کار تیمی، عدم وجود سلسله مراتب از ویژگی‌های بارز واحدهای کاری هستند. افراد بیشتر به منزله اعضای یک خانواده هستند تا اعضای سازمان تجاری - نشان می‌دهد که کتابخانه‌های عمومی با توجه به ویژگی‌های این نوع فرهنگ سازمانی، بر اساس نظر کتابداران این کتابخانه‌ها، به‌صورت تیمی و با توافق عمومی اداره می‌شوند.

کتابداران در هر دو نوع کتابخانه، فرهنگ سازمانی قومی را به‌عنوان فرهنگ مطلوب شناسایی نمودند. این امر نمایانگر این مسأله است که کتابداران در ایران محوریت خود را در مدیریت به‌عنوان امری ایده‌آل در نظر می‌گیرند؛ در حالی که کتابخانه به‌عنوان یک سازمان

کاربرمدار نیاز به محور قراردادن کاربر به‌عنوان هدف اصلی و خارجی کتابخانه دارد. شاید بتوان وجود این نوع تفکر در میان کتابداران و مسئولان کتابخانه‌ها را به‌عنوان عامل مهمی در عدم کارآیی در این کتابخانه‌ها شناخت.

نتایج حاصل از سنجش خرده‌فرهنگ‌های دانشگاهی، انواع خرده‌فرهنگ‌های قومی، سلسله مراتبی، بازاری و کارآفرین در بخش‌های امانت، مرجع، فهرست‌نویسی، سفارش، اطلاع‌رسانی، دیداری- شنیداری، پایان‌نامه، بخش اداری و نسخ خطی و ایرانشناسی (ویژه دانشگاه تهران) را شناسایی نمود. وارنر (۱۹۹۶) نیز به شناسایی خرده‌فرهنگ‌های سازمانی موجود در کتابخانه دانشگاهی میدوست^۱ پرداخت که در نهایت خرده‌فرهنگ‌های قومی و سلسله مراتبی را حاکم بر بخش فنی، خرده‌فرهنگ‌های کارآفرین و قومی حاکم بر مدیران خدمات فنی، خرده‌فرهنگ قومی و سلسله مراتبی حاکم بر خدمات عمومی و خرده‌فرهنگ‌های قومی و سلسله مراتبی را حاکم بر مدیران خدمات عمومی شناسایی نمود. علاوه بر وارنر، شپستون (۲۰۰۸) نیز به شناسایی فرهنگ سازمانی و خرده‌فرهنگ‌های سازمانی حاکم بر کتابخانه دانشگاهی پرداخت. فرهنگ غالب در این نوع کتابخانه، فرهنگ بازاری بود. برای شناسایی خرده‌فرهنگ‌ها، کارمندان به دو دسته کارمندان قدیم و جدید تقسیم شدند که خرده‌فرهنگ کارمندان قدیم فرهنگ بازاری و کارمندان جدید فرهنگ سلسله مراتبی بود.

همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بین میزان رضایت کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی و نوع فرهنگ سازمانی حاکم بر این کتابخانه‌ها، رابطه معنی‌دار و مثبتی با ضریب ۰/۶۶ وجود دارد؛ اما در مورد کتابخانه‌های عمومی رابطه معنی‌داری پیدا نشد. علت این امر را می‌توان در دلایل مراجعه کنندگان برای مراجعه به کتابخانه‌ها یافت. با توجه به نتایج پژوهش بیشترین دلیل (۷۶ درصد) مراجعه به کتابخانه‌های دانشگاهی استفاده از منابع کتابخانه جهت انجام کارهای تحقیقاتی می‌باشد و بیشترین دلیل (۹۲ درصد) مراجعه به کتابخانه‌های عمومی استفاده از سالن مطالعه کتابخانه است. این نتایج نمایانگر این مطلب است که به دلیل وجود رابطه مستقیم میان کتابداران و کاربران در کتابخانه‌های دانشگاهی، فرهنگ سازمانی و میزان رضایت در این کتابخانه‌ها مرتبط هستند؛ در حالی که در کتابخانه‌های عمومی رابطه مستقیمی بین کتابداران و کاربران وجود ندارد، لذا میان فرهنگ سازمانی و میزان رضایت در این

1. Midwest

کتابخانه‌ها رابطه‌ای مشاهده نشد. واشقانی فراهانی (۱۳۸۸) نیز در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی ارتباط رضایت کاربر و فرهنگ سازمانی پرداخت و وجود رابطه مثبت بین فرهنگ سازمانی و رضایت کاربر را نشان داد. علاوه بر این، راشید^۱ (۲۰۰۸) نیز به بررسی رابطه رضایت کاربر و فرهنگ سازمانی پرداخت که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی بازاری مرتبط‌ترین فرهنگ با رضایت کاربر است.

پیشنهادها

- با توجه به نتایج پژوهش می‌توان پیشنهادهای زیر را به منظور بهبود وضعیت کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران به مدیران این کتابخانه‌ها ارائه نمود:
- با توجه به اینکه نوع فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های دانشگاهی شهر تهران (نمودار ۱) فرهنگ سازمانی سلسله‌مراتبی است و فرهنگ مطلوب کارکنان این کتابخانه‌ها فرهنگ سازمانی قومی است، مدیران این کتابخانه‌ها می‌توانند با انجام بررسی‌های کارشناسانه به مهندسی مجدد فرهنگ سازمانی پرداخته و تغییر در فرهنگ سازمانی را به گونه‌ای انجام دهند که فرهنگ سازمانی مطلوب کارکنان و مدیران بر کتابخانه‌ها حاکم شود.
 - یافته‌های پژوهش (جدول ۳ و ۴) عدم وجود تفاوت بین کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران را از نظر فرهنگ سازمانی نشان می‌دهد. در حالی که انتظار می‌رود با توجه به تفاوت عملکرد، هدف و مخاطبان این دو نوع کتابخانه، فرهنگ سازمانی متفاوتی نیز بر این دو نوع کتابخانه حاکم باشد. لذا، پیشنهاد می‌شود برای بهبود عملکرد این دو نوع کتابخانه، برای شناسایی فرهنگ سازمانی مطلوب اقدام شود و تغییر فرهنگی لازم انجام گیرد.
 - طبق یافته‌های پژوهش (جدول ۶) بین فرهنگ سازمانی کتابخانه‌های دانشگاهی و میزان رضایت کاربران رابطه وجود دارد. بنابراین، مدیران این کتابخانه‌ها می‌توانند با اتخاذ تصمیمات اساسی و تلاش برای تغییر به‌سوی فرهنگ سازمانی مشتری‌مدار موجب افزایش رضایت کاربران این کتابخانه‌ها شوند.

1. Rashid

منابع

- اباذری، محمدرضا (۱۳۸۵). چگونگی بهره‌گیری و میزان رضایتمندی دانشجویان از کتابخانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم. *فصلنامه کتاب*، ۱۷ (۴)، ۷۲-۹۷.
- اعرابی، محمد و فیروزجایی، محسن (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و تکنولوژی خدماتی مطالعه موردی سازمان فروش و خدمات پس از فروش شرکت ایران خودرو. *نشریه مدیریت صنعتی (دانشگاه علامه طباطبائی)*، ۴ (۱۰)، ۴۸-۶۰.
- حقیقی، محمدعلی و دیگران (۱۳۸۰). *مدیریت رفتار سازمانی*. تهران: نشر ترمه.
- رابینز، استفن (۱۳۷۴). *مدیریت رفتار سازمانی*. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: انتشارات مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- عباسی، زهره (۱۳۸۸). *تأثیر الگوی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های مرکزی دانشگاهی بر میزان فراهم کردن شرایط لازم برای اجرای مدیریت دانش*. پایان‌نامه دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد.
- کاشانی‌زاده، ایران (۱۳۸۰). بررسی میزان رضایت دانشجویان از خدمات کتابخانه‌های دانشگاه آزاد خوزستان. *فصلنامه کتاب*، ۱ (۴)، ۳۸-۵۸.
- گورمن، لیم (۱۳۸۷). مفاهیم فرهنگ سازمانی: چرا فرهنگ سازمانی برای مدیران اهمیت دارد؟ ترجمه صدرالدین البرزی. *مجله تعاون*، دوره جدید (۹۶)، ۷۰-۷۵.
- مرادی مقدم، حسین (۱۳۸۳). میزان رضایت مراجعان از خدمات کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه شهید چمران و علوم پزشکی اهواز. *فصلنامه کتاب*، ۱۵ (۱)، ۱۸۷-۲۰۴.
- واشقانی فراهانی، سمانه (۱۳۸۸). *بررسی ارتباط فرهنگ سازمانی با رضایتمندی مشتریان در بانک سپه*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی (منابع انسانی)، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- یزدی، پریسا (۱۳۸۲). *شناسایی و مقایسه فرهنگ سازمانی در سه سازمان (صدا و سیما، تأمین اجتماعی و شرکت توزیع نیروی برق) در شهر اهواز با استفاده از گونه شناسی کوئین*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران.

References

- Cameron, K. S. & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. New York, NY: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Currie, L. & Shepstone, C. (2008). Transforming the Academic Library: creating an organizational culture that fosters staff success. *Journal of Academic Librarianship*, 34 (4), 358-368.
- Howard, L. W. (1993). Validating the competing values model as a representation of organizational cultures. *International Journal of Organizational Analysis*, 6 (3), 231-250.

- Lingnan library (2002). *User satisfaction of lingnan university library*. Retrieved 18 November, 2012, from: <http://www.library.ln.edu.hk/whatsnew/library-notices/reminder-library-user-satisfaction-survey-2012>.
- Naem S. h. (2008). *Excellence of banking service-a multidimensional approach*. The 4th international postgraduate research colloquium IPRC proceedings. Retrieved August 13, 2008, from: www.bsris.swu.ac.th/iprc/4th_index.html
- Pors, N. O. (2008). Management tools, organizational culture and leadership: an explorative study. *Performance Measurement and Metrics*, 9 (2), 138-152.
- Rashid, S. (2008). *Impact of organizational culture on customer satisfaction: a study of practitioners in public relations and corporate communication industry in Malaysia*. A Master Dissertation of Human Sciences, International Islamic University Malaysia, Malaysia.
- Guest, R. M. O'Neill (2006). Editor note: applications of the competing values framework. *Human resource management*, 32 (1), 1-10.
- Trivellas, P. & Dargenidou, D. (2009). Organisational culture, job satisfaction and higher education service quality The case of Technological Educational Institute of Larissa. *The TQM Journal*, 21 (4), 382-399.
- Varner, C. H. (1996). *An examination of an academic library culture using a competing values framework*. A dissertation for the degree of doctor of philosophy. Illinois state university, Illinois state.
- Yu, T. & Wu, N. (2009). A Review of Study on the Competing Values Framework. *International journal of business and management*, 4 (7), 37-42.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

حسن‌زاده، محمد و کریمی، المیرا (۱۳۹۱). مطالعه تطبیقی فرهنگ سازمانی حاکم بر کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی شهر تهران و بررسی رابطه آن با رضایت کاربر. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۸ (۳)، ۳۹۱-۴۰۶.