

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

راضیه کاظمی

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه بیرجند
raziye.kazemi@gmail.com

لیلی سیفی (نویسنده مسئول)

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه بیرجند
leili.seifi@birjand.ac.ir

علی عسگری

استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه بیرجند
ali.asgari@birjand.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۹/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۲۸

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و 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 است. جامعه آماری ۳۸۵ نفر از کتابداران نهاد کتابخانه‌های عمومی مراکز استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی و کرمانشاه بود که از این تعداد طبق جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان ۱۹۱ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به شیوه خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شد. روایی ابزار به‌شیوه تحلیل روایی محتوا، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و پایایی ابزار نیز با استفاده از آلفای کرونباخ برای هر شاخص و کل ابزار بررسی شد. مقدار پایایی ۰/۸۹ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار بود.

یافته‌ها: بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، بارهای عاملی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی عبارت‌اند از: شور و شوق سازمانی (۰/۴۶)، همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی (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 ابزار را تأیید کرد.

اصالت/ارزش: ارزش مقاله حاضر در معرفی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از دیدگاه کاربران و ساخت و اعتباریابی ابزار سنجش آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، کتابخانه‌های عمومی، اعتباریابی، تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 24, No.2; Successive No. 93; Summer 2018; Pp. 235-263; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی-پژوهشی؛ دوره ۲۴، شماره ۲، پاییز ۹۳، تابستان ۱۳۹۷ ص ۲۳۵-۲۶۳ نمایه‌شده در ISC، SID و MagIran

مقدمه

پیشرفت‌های سریع در علم و فناوری، دگرگونی‌های زیادی در نظام‌های اجتماعی و اقتصادی به وجود آورده و موجب رویارویی سازمان‌ها با تحولات گسترده‌ای شده است. همگامی با این تغییرات نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه‌ای است (آگاراد و آرگولو^۱، ۲۰۱۵). توجه کتابخانه‌های عمومی به کارآفرینی به عنوان راهی برای مقابله با دنیای متغیر امروزی و پاسخ به رقبای جدید به سرعت در حال افزایش است (کاوورا و آندرسون^۲، ۲۰۱۶). از این رو مدیریت کتابخانه‌های عمومی به دنبال راه‌حل‌هایی برای انجام کارآفرینی و ایجاد فرهنگ آن در کتابخانه‌های عمومی است (کریمی و عابدینی^۳، ۲۰۱۵).

در واقع فرهنگ یک عامل هدایت‌کننده است و نقش مؤثری در ظهور کارآفرینی دارد و شرایط مناسب را برای بروز فعالیت‌های کارآفرینانه کتابداران فراهم می‌کند (زوارقی، ۱۳۹۱؛ فخرایی، ۱۳۷۹). اولین قدم برای ایجاد هرگونه تغییری در کتابخانه‌های عمومی، تغییر در فرهنگ سازمانی^۴ آن است (هیسریچ، لانگن و گرانت^۵، ۲۰۰۷). اگر در کتابخانه‌های عمومی فرهنگ سازمانی مناسبی وجود داشته باشد، در مورد تغییرات نگرانی به وجود نخواهد آمد. از این رو شناخت فرهنگ سازمانی، برای پرداختن به کارآفرینی و ایجاد فرهنگ آن، مسئله اصلی مدیران کتابخانه‌های عمومی است (وبر و داسین^۶، ۲۰۱۱).

نتایج پژوهش‌های انجام شده از (جمله حریری و جعفری، ۱۳۹۱؛ طبرسا، احمدی‌زاد و اسمعیلی‌گیوی، ۱۳۹۱؛ طبرسا، محبوب و اسمعیلی‌گیوی، ۱۳۸۹؛ مبینی دهکردی، رضازاده و دهقان نجم‌آبادی، ۱۳۹۱؛ کریمی، رضایی، احمدپور داریانی و انصاری، ۱۳۹۲؛ یداللهی فارسی، عزیزی‌زیارت و خواستار، ۱۳۸۸؛ منوریان و احمدی تنکابنی، ۱۳۹۱؛ ترابی، ۱۳۸۹؛ و علیمردانی، فراهانی و قاسمی، ۱۳۹۳) مبین این موضوع است که فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمان تأثیر زیادی دارد. سازمانی که کارآفرینی در آن تشویق می‌شود و انجام کارآفرینی ارزش دارد، آن سازمان دارای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه^۷ 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

1. Aagaard & Arguello

2. Kavoura & Andersson

3. Karimi & Abedini

4. Organization Culture

5. Hisrich, Langen & Grant

6. Weber & Dacin

7. Entrepreneurial organizational culture

می‌شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در هنگام روبه‌رویی سازمان با مشکلات بقا، عدم قطعیت محیطی و تهدیدهای رقبا، نوآوری و خطرپذیری ضرورت می‌یابد» (مک‌گوایر^۱، ۲۰۰۳).

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دارای اهمیت زیادی است و در بسیاری از انواع سازمان‌ها مورد بررسی قرار گرفته است (زارعی متین، مقیمی، غفوریان و یاورپناه، ۱۳۹۲؛ زالی، رضوی و محمدزاده پارچین، ۱۳۹۱؛ مولائی و هجرت، ۱۳۹۳؛ و صفری، اعرابی و مولایی خوراسگانی، ۱۳۹۳). نتایج این پژوهش‌ها نشان داده است فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر بسیاری از شاخص‌ها مانند کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

همچنین نتایج پژوهش‌ها در راستای کارآفرینی در کتابخانه‌های عمومی نشان داد کتابخانه‌های عمومی این قابلیت را دارند که فرهنگ کارآفرینی را 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 که 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^۲، ۲۰۱۳؛ کلای و بنگز^۳، ۲۰۰۰؛ بست^۴، ۲۰۰۱؛ نیجبور^۵، ۲۰۰۶؛ آگارد و آرگولو، ۲۰۱۵؛ هاپن فیلد و ملافی^۶، ۲۰۱۵؛ فلدمن^۷، ۲۰۱۴؛ و پان^۸، ۲۰۱۵).

تأمل در شاخص‌های فرهنگ کارآفرینانه گذشته نشان داد که ساختار این شاخص‌ها بیشتر توصیفی هستند و مشخص نیست تا چه اندازه‌ای می‌توانند عملی و قابل اجرا باشند. همچنین برخی شاخص‌ها مثل نوآوری و خلاقیت از تشابهات مفهومی برخوردار هستند و بیشتر، ویژگی‌های شخصی کارآفرینی را نشان می‌دهند. پژوهشگران ابعاد مختلفی را برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نظر گرفته‌اند که از جمله آن می‌توان به وانگ و مورس^۹، ۲۰۱۴؛ مک‌گوایر^{۱۰}، ۲۰۰۳؛ ساته^{۱۱}، ۱۹۹۸؛ اکوال^{۱۱}، ۱۹۹۴؛ وینسلو^{۱۲}، ۱۹۹۰؛ کورنوال و پرلمن^{۱۳}، ۱۹۹۰؛ و لورش و لارنس^{۱۴}، ۱۹۶۷ اشاره کرد. در این پژوهش ابعاد پژوهش وانگ و مورس برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کتابخانه‌های عمومی شاخص‌هایی اقتباس و شاخص‌های دیگری بر اساس کارکردها و خدمات کتابخانه‌های عمومی شناسایی و متناسب‌سازی گردید. از آنجا که تاکنون

1. McQuaire

5. Nijbore

9. Wong & Morse

13. Cornwall & Perlman

2. Jusic

6. Hopenfeld & Malafi

10. Sathe

14. Lorsch & Lawrence

3. Clay & Bangs

7. Feldman

11. Ekvall

4. Best

8. Pun

12. Winslow

پژوهشی در خصوص شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نهاد کتابخانه‌های عمومی انجام نشده و مهم‌تر اینکه ابزاری برای سنجش آن وجود نداشته است که باعث محدودیت در ابزار و اطمینان کمتر در نتایج می‌شود (منصوری‌نژاد، نقشینه و احمدپور داریانی، ۱۳۹۱). 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 در خدمت‌رسانی اشاره دارد (شفرد، پاتزلت و هاینی^۲، ۲۰۱۰).

همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی^۳: این شاخص اشاره به ماهیت ارتباط کتابخانه‌های عمومی با سازمان‌های دیگر دارد (نزیو^۴، ۲۰۱۲). ارتباط با سازمان‌های دیگر می‌تواند در شرایط بحرانی به کتابداران برای پیشبرد اهداف کتابخانه‌های عمومی کمک کند (چن، یائو و کوت‌ها^۵، ۲۰۰۹).

آموزش مستمر^۶ و حمایت از توسعه: این شاخص به تلاش کتابداران برای یادگیری مهارت‌های لازم و اشتراک‌گذاری این آموخته‌ها اشاره دارد. آموزش مستمر در کتابخانه‌های عمومی نشان‌دهنده قابلیت انعطاف کتابداران است؛ به این معنی که آن‌ها می‌توانند هم آموزش ببینند و هم آموزش بدهند (شفرد و همکاران، ۲۰۱۰).

انسجام^۷ و نگرش سیستمی^۸: انسجام به این معناست که کتابداران با هم همکاری دارند و تمام تلاش خود را برای ارائه خدمات جدید به کار می‌گیرند (هاف و مک‌کی^۹، ۲۰۰۴). وجود ارتباطات در بین کتابداران باعث می‌شود وفاداری خود را برای رسیدن به مأموریت کتابخانه‌های عمومی نشان دهند (مینزبرگ^{۱۰}، ۱۹۷۹).

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی^{۱۱} برای تغییر بر اساس فرصت‌ها^{۱۲}: تغییر بر اساس فرصت‌ها در کتابخانه‌های عمومی تداعی‌کننده مفهوم نوآوری است. نوآوری در کتابخانه‌های عمومی به «پیاپی‌سازی و اجرای ایده‌های جدید که با گذشت زمان و افزایش تجربه کتابداران در چارچوب کتابخانه‌های عمومی بروز می‌کند، گفته می‌شود» (ون‌دون^{۱۳}، ۱۹۸۶).

1. Organizational enthusiasm
3. Cooperation and communication extra organizational
5. Chen, Yao & Kotha
7. Cohesiveness
9. Haugh & McKee
11. Policy making and planning
13. Van de Ven

2. Shepherd, Patzelt & Haynie
4. Nzivo
6. Continuous learning
8. Systematic view
10. Mintzberg
12. Opportunity Driven Change

خدمات و بازاریابی^۱ کتابخانه: به کارگیری فناوری‌های جدید در کتابخانه، استفاده از مشارکت کاربران و کتابداران در طراحی و برنامه‌ریزی خدمات می‌تواند شرایط را برای انجام کارآفرینی مهیا سازد. در این شرایط باید به ارائه ایده‌های جدید تمایل نشان داده شود تا نوآوری مستمر در خدمات کتابخانه به وجود آید (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 ایران متناسب‌سازی شده است.

پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر در صدد پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

۱. شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی کدامند؟
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 و تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش متشکل از کلیه کتابداران نهاد کتابخانه‌های عمومی مراکز استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی و کرمانشاه بود که ۳۸۵ کتابدار را شامل گردید. حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان، ۱۹۱ نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری نیز خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود، بدین صورت که ابتدا کل کشور شامل چند خوشه کلی (شمال، جنوب، مرکز، شرق، غرب) دانسته شد. سپس استان‌های تهران، فارس، اصفهان، خراسان جنوبی، و کرمانشاه به ترتیب از خوشه‌های شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب کشور به تصادف انتخاب شدند. در مرحله بعد، مراکز استان‌ها نیز به‌عنوان خوشه مورد بررسی انتخاب شدند. توزیع پرسشنامه بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی صورت گرفت. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد، بدین صورت که بر اساس مطالعه متون و مبانی نظری، و پژوهش وانگ و مورس (۲۰۱۴)، شاخص‌ها استخراج شد و شاخص‌های

1 . Marketing

استخراج شده بر اساس خدمات و کارکردهای نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور متناسب‌سازی گردید. سپس گویه‌ها بر اساس شاخص‌های استخراج شده از متون و مبانی نظری تنظیم شد. برای روایی این ابزار از نسبت روایی محتوا^۱ استفاده شد. در این نوع روایی از هفت خبره خواسته شد تا دربارهٔ 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^۲ در مورد حداقل نسبت روایی قابل قبول برای روایی داوری (۰/۹۹)، ۳۰ گویه‌ای که از نظر متخصصان غیرضروری تشخیص داده شد (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 جامعه نمونه قرار گرفت. در مرحله اجرای نهایی، پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی برای تعیین روایی و پایایی به کل جامعه نمونه داده شد. در این پرسشنامه از شش شاخص و ۳۰ گویه بر اساس مقیاس لیکرت شش‌ارزشی و برای بررسی همسانی درونی گویه‌ها از روش‌های تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، با استفاده از نرم‌افزار SPSS و AMOS، استفاده شد. پایایی ابزار پژوهش با ضریب آلفای کرونباخ و روش دو نیم کردن بررسی شد. 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 تغییر بر اساس فرصت (۰/۶۷)، خدمات و بازاریابی کتابخانه (۰/۷۱) و برای کل شاخص‌ها (۰/۸۹) به دست آمد. همچنین در روش دو نیم کردن، برای گویه‌های فرد مقدار ۰/۸۲ و برای گویه‌های زوج مقدار ۰/۷۸ به دست آمد که این نتایج نشان می‌دهد ابزار از پایایی لازم برخوردار است.

1. Content Validity Ratio (CVR)

2. Lawshe

یافته‌ها

برای فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی شش شاخص شور و شوق سازمانی، همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی، آموزش مستمر و حمایت از توسعه، انسجام و نگرش سیستمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت، 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 0.3 و بالاتر را نشان می‌دهد. آماره آزمون کایزر-اولکین^۱ 0.91 بود، که این مقدار بیشتر از مقدار پیشنهادی 0.6 است (پالانت، 1389). آماره آزمون کرویت بارتلت^۲ (2386.974 و $P_{value}=0.001$) معنی‌دار بود که نشان می‌دهد ماتریس همبستگی داده‌ها در جامعه صفر نیست و لذا عمل عامل‌یابی توجیه‌پذیر است. گویه‌ها ذیل عاملی قرار گرفتند که بار عاملی 0.3 یا بالاتر را داشت. در کل، شش شاخص ارزش ویژه بزرگ‌تر از یک داشت و این شش شاخص اصلی، 56.3 درصد از واریانس کل را تبیین می‌کرد. جدول ۱ ارزش ویژه و درصد واریانس تبیین شده برای شش شاخص اصلی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور را نشان می‌دهد.

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

| شاخص‌های آماری | مقادیر ویژه اولیه | | | مجموع مجذورهای بارهای عاملی استخراج شده از چرخش | | |
|----------------|-------------------|--------------|--------|---|--------------|--------|
| | کل | درصد واریانس | تراکمی | کل | درصد واریانس | تراکمی |
| شاخص اول | 7,81 | 26,04 | 26,04 | 7,81 | 26,04 | 26,04 |
| شاخص دوم | 2,69 | 8,98 | 35,03 | 2,69 | 8,98 | 35,03 |
| شاخص سوم | 1,74 | 5,81 | 40,84 | 1,74 | 5,81 | 40,84 |
| شاخص چهارم | 1,69 | 5,66 | 46,50 | 1,69 | 5,66 | 46,50 |
| شاخص پنجم | 1,49 | 4,97 | 51,48 | 1,49 | 4,97 | 51,48 |
| شاخص ششم | 1,36 | 4,54 | 56,03 | 1,36 | 4,54 | 56,03 |

1. Kaiser – Mayer-Olkin

2. Bartlett

پس از چرخش عوامل با روش واریماکس، علاوه بر ماتریس فوق که مقادیر ارزش ویژه و مقادیر واریانس تبیین شده توسط شاخص‌های استخراج شده را نشان می‌دهد، ماتریس دیگری ظاهر می‌شود که ماتریس شاخص‌ها است و بارهای عاملی گویه‌ها در شاخص استخراج شده را قبل از چرخش نشان می‌دهد. در این ماتریس ابتدا یک شاخص کلی ظاهر شد و بیشتر گویه‌ها روی این شاخص کلی، بارهای عاملی قابل ملاحظه‌ای داشتند در حالی که به دنبال آن بارهای عاملی دو قطبی ظاهر شدند. این شاخص‌ها با بارهای مثبت و منفی، تفسیر شاخص‌ها را دشوار می‌ساختند؛ بنابراین برای سهولت در تفسیر داده‌ها و به منظور ساده‌سازی شاخص‌ها، چرخش آن‌ها لازم و ضروری بود.

جدول ۲. ضرایب ماتریس‌های عاملی با چرخش واریماکس برای راه‌حل شش عاملی

| بارهای عاملی | گویه‌ها | شاخص‌ها |
|--------------|---|-----------------------------------|
| ۰٫۸۰ | زیرساخت‌ها و امکانات لازم برای عادت کتاب‌خوانی در کتابخانه وجود دارد. | ۱. شور و شوق سازمانی |
| ۰٫۷۰ | امکان کمک به فرایند خودآموزی و سواد اطلاعاتی برای همه اقلیت‌ها و نژادها در کتابخانه فراهم است | |
| 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. | ۲. همکاری و ارتباطات برون سازمانی |
| ۰٫۷۳ | کتابداران خود را با شور و شوق وقف کتابخانه می‌کنند. | |
| ۰٫۷۱ | درک هدف اصلی کتابخانه برای کتابداران روشن و واضح 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. | ۳. آموزش مستمر و حمایت از توسعه |
| ۰٫۷۰ | کتابداران با ارائه خدمات فوق برنامه و جانبی، می‌توانند توانایی کارآفرینی را در افراد ایجاد کنند. | |
| 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 را در زمینه نیازهای اطلاعاتی کاربران ارائه دهند. | |

←

تحقیقات اطلاعاتی رسانه‌ها کتابخانه‌های عمومی

شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساخت و ...



| بارهای عاملی | گروه‌ها | شاخص‌ها |
|-----------------|--|---|
| ۰,۶۵ | کتابخانه می‌تواند منشأ 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. | ۴. انسجام و نگرش سیستمی |
| ۰,۶۱ | کتابداران از اهداف کتابخانه باخیر 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 باتجربه، الگوی کتابداران تازه استخدام‌شده هستند، تا معنای کار تیمی را به آن‌ها بفهمانند. | |
| ۰,۶۴ | لزوم ارائه خدمات جدید و غیرسستی به کاربران در کتابخانه احساس می‌شود. | ۵. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها |
| 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، جزو برنامه‌های کتابخانه است. | |
| ۰,۴۵ | جذب نیروی انسانی خلاق در کتابخانه‌ها برای ایجاد خلاقیت، فرصتی برای تغییر محسوب می‌شود. | |
| ۰,۲۴ | گسترش منابع الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در این زمینه جزو برنامه‌های کتابخانه است. | ۶. خدمات و بازاریابی کتابخانه |
| ۰,۸۰ | به‌طور کلی ارتباط و همکاری با سازمان‌های دیگر فرصت‌های جدیدی را برای کتابخانه به‌وجود می‌آورد. | |
| 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 تبادل خدمات 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 یعنی آموزش و حمایت از توسعه شامل گویه‌های (۱۲-۱۵-۱۳-۱۴-۱۱)، شاخص دوم یعنی شور و شوق سازمانی شامل گویه‌های (۲-۴-۳-۱-۵)، شاخص سوم یعنی خدمات و بازاریابی کتابخانه شامل گویه‌های (۲۹-۲۴-۲۷-۳۰)، شاخص چهارم یعنی انسجام و نگرش سیستمی شامل گویه‌های (۱۹-۱۸-۱۶-۲۰-۱۷)، شاخص پنجم یعنی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها شامل گویه‌های (۲۰-۲۲-۲۱-۲۳-۲۵)، و شاخص ششم یعنی همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی شامل گویه‌های (۱۰-۶-۸-۹-۷) گردید.

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 بار عاملی بیشتر از ۰٫۳۰ دارند و تنها دو شاخص کمتر از ۰٫۳۰ هستند. از آنجا که حذف این دو شاخص تأثیر چندانی در مابقی شاخص‌ها نداشت در نتیجه هیچ گویه‌ای حذف نشد. به‌منظور بررسی یافته‌های توصیفی از میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی استفاده شده است.

جدول ۳. آلفای کرونباخ برای سازه‌های پرسشنامه

| ردیف | متغیر | تعداد گویه | آلفای کرونباخ |
|------|--|------------|---------------|
| ۱ | شور و شوق سازمانی | ۵ | ۰/۷۵ |
| ۲ | همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی | 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 تغییر بر اساس فرصت‌ها | ۵ | ۰/۶۷ |
| ۶ | خدمات و بازاریابی کتابخانه | ۵ | ۰/۷۱ |
| | کل پرسشنامه | ۳۰ | ۰/۸۹ |

به‌منظور روشن‌تر شدن وضعیت موجود، در کنار آماره‌های توصیفی از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد و میانگین رتبه‌های هر یک از سازه‌ها با حد وسط طیف (عدد ۳) مقایسه گردید. نتایج در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴. شاخص‌های توصیفی و نمره t سازه‌های پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی

| شاخص‌ها | تعداد گویه‌ها | حداقل نمره | حداکثر نمره | نمره میان | میانگین | t | P value | وضعیت موجود |
|--|------------------|---------------|----------------|--------------|---------|-------|---------|-----------------------|
| شور و شوق سازمانی | ۵ | ۰٫۸۱ | ۱٫۰۱ | ۰٫۹۱ | ۴٫۹۱ | ۱۸٫۱۷ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |
| همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی | ۵ | ۰٫۶۸ | ۰٫۸۷ | ۰٫۷۸ | ۴٫۷۸ | ۱۵٫۵۷ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |
| آموزش مستمر و حمایت از توسعه | ۵ | ۰٫۶۶ | ۰٫۸۸ | ۰٫۷۷ | ۴٫۷۷ | ۱۳٫۸۳ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |
| انسجام و نگرش سیستمی | ۵ | ۰٫۹۶ | ۱٫۱۳ | ۱٫۰۴ | ۵٫۰۴ | ۲۳٫۸۶ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |
| سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها | ۵ | ۰٫۸۱ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۰ | ۴٫۹۰ | ۱۹٫۰۱ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |
| خدمات و بازاریابی کتابخانه | ۵ | ۰٫۹۴ | ۱٫۱۳ | ۱٫۰۴ | ۵٫۰۴ | ۲۱٫۴۲ | ۰٫۰۰۱ | بالاتر از حد متوسط |

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، وضعیت موجود شاخص‌ها بالاتر از حد متوسط است. **تحلیل عاملی تأییدی:** قبل از انجام تحلیل عاملی، وضعیت کلی داده‌ها بررسی شد. ابتدا وجود داده‌های خارج از محدوده بررسی و اصلاحات لازم انجام شد. با بررسی داده‌ها، 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 دور افتاده 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 بیش از حد مجاز ۱۰ نبوده است.

به منظور 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 +۲ و -۲ باشد، داده‌ها نرمال هستند. نتایج نشان می‌دهد که داده‌ها برای همه متغیرها بین +۲ و -۲ است و توزیع داده‌ها نرمال هستند (جدول ۵):

جدول ۵. میانگین، انحراف معیار و نتایج شاخص چولگی و کشیدگی

| 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 تغییر بر اساس فرصت‌ها | ۴٫۹۰ | ۰٫۶۵ | -۱٫۰۴ | ۲٫۰۰ |
| خدمات و بازاریابی کتابخانه | ۵٫۰۴ | ۰٫۶۷ | -۰٫۹۹ | ۱٫۴۵ |

1. Mahalanobis

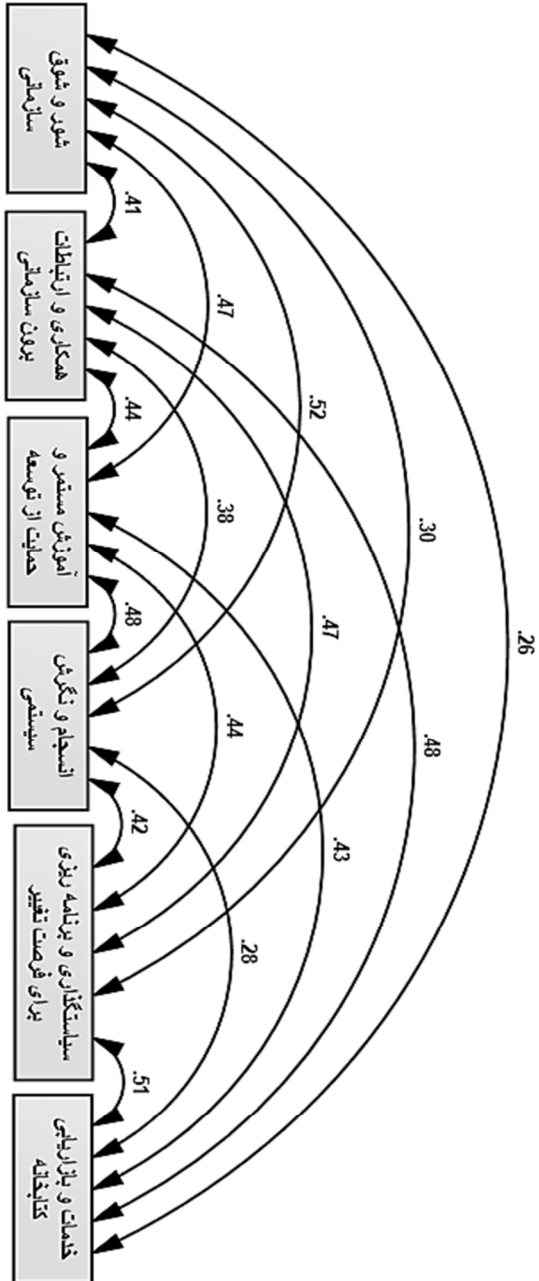
در جدول ۶، همبستگی بین شاخص‌ها و میانگین و انحراف معیار آنها آمده است:

جدول ۶. میانگین، انحراف معیار و همبستگی‌های بین شاخص‌ها

| سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها | انسجام و نگرش سیستمی | آموزش مستمر و حمایت از توسعه | همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی | شور و شوق سازمانی | انحراف معیار | میانگین | |
|--|----------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------|--------------|---------|--|
| | | | | ۱ | ۰,۶۹ | ۴,۹۱ | شور و شوق سازمانی |
| | | | ۱ | ۰,۴۰** | ۰,۶۹ | ۴,۷۸ | همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی |
| | | ۱ | ۰,۴۳** | ۰,۴۷** | ۰,۷۷ | ۴,۷۷ | آموزش مستمر و حمایت از توسعه |
| | ۱ | ۰,۴۸** | ۰,۳۸** | ۰,۵۲** | ۰,۶۰ | ۵,۰۴ | انسجام و نگرش سیستمی |
| ۱ | ۰,۴۱** | ۰,۴۴** | ۰,۴۷** | ۰,۳۰** | ۰,۶۵ | ۴,۹۰ | سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها |
| ۰,۵۱** | ۰,۲۷** | ۰,۴۲** | ۰,۴۸** | ۰,۲۶** | ۰,۶۷ | ۵,۰۴ | خدمات و بازاریابی کتابخانه |

** همبستگی معنی‌دار در سطح کمتر از ۰,۰۱

همان‌طور که در جدول ۶ ملاحظه می‌شود، تمامی شاخص‌ها با یکدیگر همبستگی مثبت و معنی‌داری دارند. با این وجود، بیشتر همبستگی‌ها بین شور و شوق و انسجام و نگرش سیستمی ($r=0,52$) و کمترین همبستگی بین شاخص شور و شوق سازمانی با خدمات و بازاریابی کتابخانه است ($r=0,26$).



نمودار ۱. مدل کلی همبستگی بین متغیرهای ابزار

تحقیقات اطلاعاتی رسانه‌ها کتابخانه‌های عمومی

شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساخت و ...

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

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

←

| آلفا در صورت حذف | همبستگی با نمره کل | گویه |
|------------------|--------------------|--|
| 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، جزو برنامه کتابخانه است. |
| ۰٫۸۹ | ۰٫۵۹ | ۲۴. گسترش منابع الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در این زمینه جزو برنامه کتابخانه است. |
| 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 مشاوره‌های مربوط و لازم را در زمینه نیازهای اطلاعاتی کاربران 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 فوق‌برنامه و جانی، 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 |

همان‌گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، همه همبستگی‌ها و نیز نمره کل آزمون مناسب و بیشتر از ۰/۳ است. همچنین در صورت حذف هر کدام از گویه‌های خرده مقیاس‌ها ضریب آلفا از مقدار استاندارد آن بیشتر نخواهد شد و بنابراین هیچ کدام از گویه‌های خرده مقیاس‌ها از ابزار کنار گذاشته نشد.

به منظور برازش مدل دو عاملی مقیاس فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های برازندگی یعنی ریشه میانگین مربعات خطای تقریب^۱ (RMSEA)، ریشه استاندارد واریانس پس مانده^۲ (SRMR)، شاخص برازندگی مقایسه‌ای^۳ (CFI)، شاخص برازش هنجار 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 میانگین مربعات خطای تقریب، مقدار مساوی یا بالاتر از ۰/۹۶ برای شاخص نیکویی برازش، و مقدار مساوی یا کمتر از ۰/۰۷ برای ریشه استاندارد واریانس پس مانده، نشان‌دهنده برازندگی کافی مدل است. از طرف دیگر پیشنهاد شده است که اگر شاخص‌های 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 نشان‌دهنده برازندگی ضعیف داده - مدل است. در این مدل، نسبت $\chi^2/df= ۱,۷۹$ است.

با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول ۸ برای شاخص‌های برازش مدل و مقایسه آن با میزان مجاز آن، می‌توان نتیجه گرفت که مدل نهایی از برازش لازم و کافی برخوردار بود زیرا شاخص‌های CFI, TLI, NFL, GFI بیشتر از ۰/۹۰ و مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ بود.

1. Root Mean Square Error of Approximation
3. Comparative Fit Index
5. Goodness of Fit Index

2. Standardized Root Mean Square Residual
4. Normed Fit Index
6. Adjusted Goodness of Fit Index

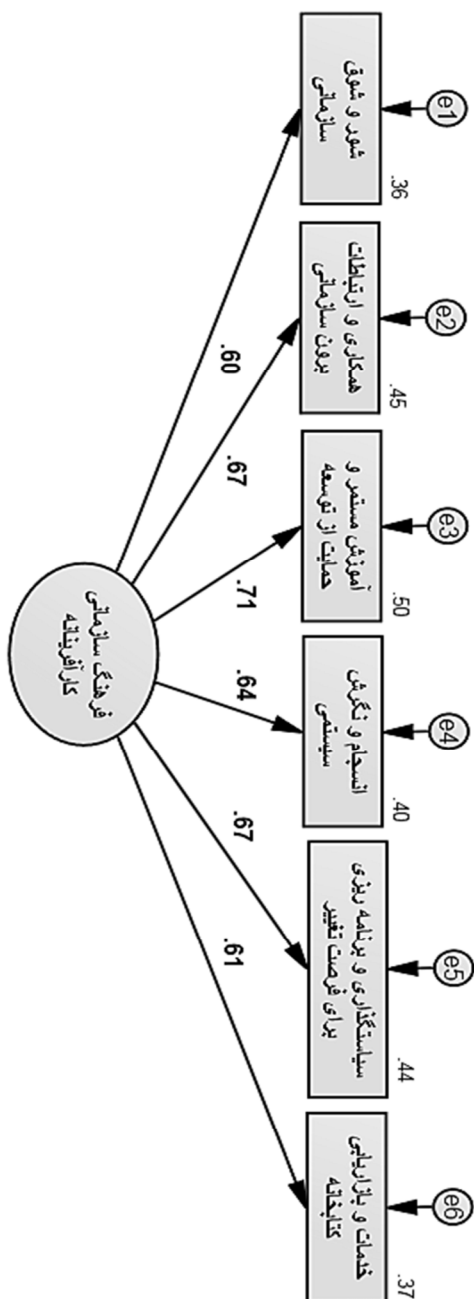
جدول ۸. شاخص‌های برازش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

| P | RMSEEA | CFI | TLI | IFI | NFI | GFI | χ^2/df | شاخص |
|------|--------|------|------|------|------|------|-------------|---|
| ۰٫۰۸ | ۰٫۰۸ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۵ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۷ | ۰٫۹۸ | ۲٫۲۲ | شور و شوق سازمانی |
| ۰٫۱۸ | ۰٫۰۶ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۵ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۹ | ۱٫۷۳ | همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی |
| ۰٫۱۴ | ۰٫۰۶ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۷ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۷ | ۰٫۹۸ | ۱٫۷۲ | آموزش مستمر و حمایت از توسعه |
| ۰٫۰۷ | ۰٫۰۷ | ۰٫۹۶ | ۰٫۹۳ | ۰٫۹۷ | ۰٫۹۴ | ۰٫۹۷ | ۲٫۰۰ | انسجام و نگرش سیستمی |
| ۰٫۲۹ | ۰٫۰۳ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۹ | ۰٫۹۷ | ۰٫۹۹ | ۱٫۲۳ | سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها |
| ۰٫۱۰ | ۰٫۰۶ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۶ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۶ | ۰٫۹۸ | ۱٫۹۱ | خدمات و بازاریابی کتابخانه‌های عمومی |
| ۰٫۹۶ | ۰٫۰۶ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۶ | ۰٫۹۸ | ۰٫۹۶ | ۰٫۹۸ | ۱٫۷۹ | کل پرسشنامه |

جدول ۹. بارهای عاملی در کل شاخص‌ها

| سطح معناداری | بار عاملی | شاخص‌های پرسشنامه | پرسشنامه |
|--------------|-----------|--|---------------------------------------|
| ۰/۰۰۱ | ۰/۶۰ | شور و شوق سازمانی | پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۶۷ | همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۷۱ | آموزش مستمر و حمایت از توسعه | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۶۴ | انسجام و نگرش سیستمی | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۶۷ | سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای فرصت‌تغییر | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۶۱ | خدمات و بازاریابی کتابخانه | |

نتایج جدول ۹ و نمودار ۲ نشان می‌دهند که تمامی شاخص‌های ابزار بار عاملی بالای ۰٫۳۰ دارند و تمامی آن‌ها در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار هستند.



نمودار ۲. بارهای عاملی ابزار در کل شاخص‌ها

برآورد پارامترها: جدول ۱۰ برآورد پارامترهای استاندارد مقیاس فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. برآورد پارامترهای استاندارد مقیاس فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

| شاخص | ضریب استاندارد | واریانس خطا | ضریب تعیین |
|--|----------------|-------------|------------|
| شور و شوق سازمانی | ۰,۴۶ | ۰,۲۱ | ۰,۷۹ |
| همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی | ۰,۶۹ | ۰,۴۹ | ۰,۵۱ |
| آموزش مستمر و حمایت از توسعه | ۰,۶۲ | ۰,۳۹ | ۰,۶۱ |
| انسجام و نگرش سیستمی | ۰,۵۱ | ۰,۲۷ | ۰,۷۳ |
| سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها | ۰,۷۱ | ۰,۵۲ | ۰,۴۸ |
| خدمات و بازاریابی کتابخانه‌های عمومی | ۰,۶۸ | ۰,۴۶ | ۰,۵۴ |

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱۰، برآورد پارامترها با شش شاخص و ۳۰ گویه برازندگی مناسب مدل را نشان داد. ضرایب استاندارد، جملات خطا و واریانس تعیین شده (R^2) بررسی شد. همه مسیرهای استاندارد معنی‌دار بودند. با توجه به جدول، معتبرترین و نیرومندترین نشانگر سازه پنهان فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مربوط به شاخص سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها (۰,۷۱) و به دنبال آن شاخص‌های خدمات و بازاریابی کتابخانه (۰,۶۸)، همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی (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.

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 پرسشنامه‌ای که بر اساس کارکردها و خدمات کتابخانه‌های عمومی برای سنجش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

کتابخانه‌های عمومی متناسب باشد وجود ندارد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و ساخت و اعتباریابی ابزار سنجش آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور بود.

برای پاسخگویی به پرسش اول که شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی چیست، با مینا قرار دادن فرهنگ سازمانی کارآفرینانه وانگ و مورس (۲۰۱۴) و متناسب‌سازی 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 برون‌سازمانی، آموزش مستمر و حمایت از توسعه، انسجام و نگرش سیستمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها، 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 بررسی شد و از آنجا که بار عاملی تمامی گویه‌ها 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 محاسبه شد. نتایج حاصل از این آزمون 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: داشتن اشتیاق کافی برای کتابداران جهت خدمت‌رسانی به کاربران در راستای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مهم و حیاتی است (استوارت^۱، ۱۹۸۹). عوامل بسیاری می‌تواند در ایجاد شور و شوق کتابداران مؤثر باشد مانند رفع نیازهای مادی از طریق انتصاب مسئول کتابخانه از میان کتابداران و حقوق بالا برای کتابداران. اما ایجاد شور و شوق در کتابداران چیزی فراتر از مسائل مادی است. تمرکز بر عوامل معنوی در ایجاد شور و شوق در خدمت‌رسانی به کاربران مؤثرتر است. مدیران کتابخانه‌های عمومی باید به خاطر داشته باشند

1. Stewart

که کتابخانه‌های عمومی از دسته سازمان‌های غیرانتفاعی‌اند که هدف اصلی آن‌ها خدمت‌رسانی به کاربران است و کتابداران باید امکان دسترسی آزاد و برابر کاربران به منابع را فراهم کنند. این عامل حتی به تنهایی 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؛ و مک‌گوایر، ۲۰۰۳) نیز در قالب شاخص‌های «تفریح و سرگرمی»، «شور و هیجان در کار» و «شوخی طبیعی» ارائه شده است.

همکاری و ارتباطات برون‌سازمانی: این عامل به‌عنوان محور اساسی برای ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی است (زوت و هوئی، ۲۰۰۷). مدیران کتابخانه‌های عمومی می‌توانند با سازمان‌های دیگر برای پیاده‌سازی پروژه‌ها و برنامه‌های خود مشارکت‌هایی داشته باشند و از این طریق ایده‌ها و طرح‌های خود را معرفی و اجرا کنند. به‌علاوه به‌منظور برون‌رفت از محدودیت امکانات کتابخانه‌ای در کتابخانه‌های عمومی، برون‌سپاری بخشی از فعالیت‌های کتابخانه به سازمان‌های دیگر نیز می‌تواند انجام شود. ایجاد ارزش‌های و فرصت‌های جدید ناشی از این روابط می‌تواند به ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی منجر شود.

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

آموزش مستمر و حمایت از توسعه: این عامل در کتابخانه‌های عمومی باعث برانگیختن مشارکت کتابداران برای کسب تخصص‌های بیشتر و بهره‌گیری از آن‌ها در کتابخانه‌های عمومی می‌شود (دوتا و کراسون، ۲۰۰۵). در این خصوص کتابداران با فراهم‌آوری انواع مواد

1. Zott & Huy 2. Dutta & Crossan

و منابع مورد نیاز برای کاربران روحیه آموزش و یادگیری آن‌ها را بالا می‌برند. در حقیقت کتابخانه‌های عمومی زیربنای خودآموزی همیشگی کاربران هستند. با وجود این شرایط کتابداران در کتابخانه‌های عمومی می‌توانند نقش اساسی در توسعه عادت به مطالعه داشته باشند. این آموزش‌ها زمینه‌ساز ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی می‌شود.

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

انسجام و نگرش سیستمی: انسجام و هماهنگی کتابداران از پیش‌شرط‌های اساسی در کتابخانه‌های عمومی برای ایجاد فرهنگ کارآفرینانه است. همکاری و هماهنگی در بین کتابداران مثل یک الزام متقابل عمل می‌کند و باعث می‌شود فرهنگ کارآفرینانه در بین کتابداران درونی 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. این عامل گواه بر شناخت هدف اصلی کتابخانه‌های عمومی توسط کتابداران و توافق همگانی آن‌ها بر این مسئله 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 بروز دهند.

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 سته، 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 تغییر بر اساس فرصت‌ها: 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 آنجا 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 دارند و فرصت‌های جدیدی که در محیط کتابخانه‌ها مشاهده می‌کنند، گذاشته شود.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تغییر بر اساس فرصت‌ها 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 «اجازة نوآوری» و «خلق ایده‌های جدید» ارائه دادند.

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، به‌گونه‌ای که کاربران خود را ناگزیر به استفاده از خدمات کتابخانه عمومی بدانند (آندروود^۲، ۲۰۰۹؛ کرکوود و ایوانز^۳، ۲۰۱۱). بازاریابی در کتابخانه‌های عمومی به مدیران در دستیابی به اهدافشان برای 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 چنین رویکردی کتابخانه‌های عمومی نقشی بازارمحور 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 خواهند بود.

بر اساس شاخص‌های شناسایی شده و اعتباریابی آن، این ابزار را می‌تواند به‌عنوان ملاک سنجش و ارزیابی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در کتابخانه‌های عمومی مورد استفاده قرار گیرد. پیداست که ابزارهای پیشین که بر پایه خدمات استوار نبوده است از قابلیت اعتبار و

1. Irland, Hit & Sirmon

2. Underwood

3. Kirkwood & Evans

اعتماد کافی برای سنجش فرهنگ سازمانی کارآفرینانه برخوردار نیست و در واقع شاخص‌های موجود در آن‌ها، تصویری ناقص از این فرهنگ را نشان می‌دهد.

با توجه به ارائه شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نهاد کتابخانه‌های عمومی پیشنهاد می‌شود تصمیم‌گیران و مدیران 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:

- شاداب‌سازی محیط فیزیکی کتابخانه‌های عمومی برای کتابداران برای ایجاد انگیزه و شور و شوق مادی و معنوی در آن‌ها؛
- ارائه خط‌مشی مدون برای ارتباط 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. ترجمه اکبر رضایی. تبریز: فروزش.
- حریری، نجلا و جعفری، مهناز (۱۳۹۱). رابطه فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۳ (۲)، ۱۲۳-۱۳۸.
- زارعی متین، حسن؛ مقیمی، محمد و غفوریان‌یاورپناه، هادی (۱۳۹۲). تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۱ (۴)، ۳۱-۵.
- زالی، محمدرضا؛ رضوی، مصطفی و محمدزاده‌پارچین، 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 کلیات، ۱۵ (۶)، ۹۴-۱۰۱.

سیدی، زینب‌سادات (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، ریحانه (۱۳۹۳). بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه‌های ایران (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه اصفهان). کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱، تهران، مؤسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا. بازیابی شده از:

https://www.civilica.com/Paper-ICMNG01-ICMNG01_113

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، شیراز، ایران.

طبرسا، غلامعلی؛ احمدی‌زاد، آرمان و اسمعیلی‌گیوی، 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 اسمعیلی‌گیوی، 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: سمت.

علیمردانی، محمد؛ فراهانی، ابوالفضل و قاسمی، سیدحمید (۱۳۹۳). ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان قم. پژوهش کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱(۱۳)، ۲۵-۳۵.

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

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

مینی‌دهکردی، 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، سیدعباس (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 احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه تهران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۸ (۳)، ۴۴۶-۴۶۸.
- منوریان، عباس و احمدی‌تنکابنی، مهدی (۱۳۹۱). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین. *فرهنگ توسعه مدیریت*، ۲ (۲۵)، ۵۳-۷۶.
- مولائی، سوران و هجرت، سوره (۱۳۹۴، مهر). بررسی رابطه ابعاد مدیریت دانش شخصی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان‌های دانش‌بنیان. *همایش ملی مدیریت و فرهنگ سازمانی و منابع انسانی*، ۱۵-۱۶ مهر ۱۳۹۴، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران. بازیابی در تاریخ ۳۰ شهریور ۱۳۹۷ 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.

References

- 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.
- Best, J. (2001). Supporting the Public Library Entrepreneur. *The Bottom Line*, 14 (3), 132-145.
- 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). Entrepreneures in the Public Library: Reinventing an Institution. *library trends*, 48 (3), 606-618.
- Cornwall, J. R. & Perlman, B. (1990). *Organizational Entrepreneurship*. Homewood, IL: Irwin.
- 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.
- 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: 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: 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*. PhD Thesis, School of Graduate and Postdoctoral Studies, Western Ontario University, Ontario, United States.
- Zott, C. & Huy, Q. N. (2007). How Entrepreneurs Use Symbolic Management to Acquire Resources. *Administrative Science Quarterly*, 52 (1), 70-105.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

کاظمی، راضیه؛ سیفی، لیلی و عسگری، علی (۱۳۹۷). شناسایی شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، ساخت و اعتباریابی ابزار اندازه‌گیری آن در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۴ (۲)، ۲۳۵-۲۶۳.