

رابطه حمایت سازمانی و جو خلاقانه با توسعه کارآفرینی با واسطه‌گری توانمندسازی و خلاقیت در کارکنان کتابخانه

مزگان قاسمی^۱، عبدالحسین فرج پهلوی*^۲، فریده عصاره^۳، نسرین ارشدی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۱۵

چکیده

امروزه استفاده از افکار و ایده‌های نوآور کارکنان می‌تواند منشا تحولات عظیمی در سازمان‌ها گردد. در همین راستا هدف پژوهش حاضر رابطه حمایت سازمانی ادراک‌شده و جو خلاقانه سازمانی با توسعه کارآفرینی با واسطه‌گری خلاقیت و توانمندسازی روان‌شناختی در کارکنان کتابخانه در نظر گرفته شد. جامعه آماری پژوهش ۴۱۰ نفر از کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان هستند که به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده انتخاب شده و به پرسشنامه‌های جو خلاقانه سازمانی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، توانمندسازی روان‌شناختی، خلاقیت سازمانی و پرسشنامه رفتار کارآفرینانه پاسخ دادند. جهت تحلیل داده‌ها علاوه بر استفاده از روش‌های توصیفی (میانگین انحراف معیار و ماتریس همبستگی) برای ارزیابی الگوی پیشنهادی از روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM) و با استفاده از نرم‌افزار aAMOS ویراست ۲۱ انجام گرفت. روابط واسطه‌ای در الگوی پیشنهادی با استفاده از روش بوت استراپ آزموده شدند. شاخص‌های برازش مانند (RESMA, CGI, GFI) از حدنصاب لازم برخوردار بوده و حاکی از آن است که مدل پیشنهادی پژوهش با داده‌ها برازش دارد. نتایج حاکی از معنی‌داری تمامی مسیرهای مستقیم حمایت سازمانی ادراک‌شده و جو خلاقانه سازمانی به توسعه کارآفرینی بود و با حذف مسیرهای غیر معنی‌دار، الگو اصلاح شد. شاخص‌های برازندگی الگویابی معادلات ساختاری، برازش مناسب الگوی اصلاح‌شده را نشان دادند. همچنین نتایج روابط غیرمستقیم معنی‌داری این روابط را تایید نمودند.

واژه‌های کلیدی: جو خلاقانه سازمانی، توسعه کارآفرینی، حمایت سازمانی ادراک‌شده، توانمندسازی، خلاقیت.

۱- دانشجوی دکتری گروه روانشناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز.

۲- هیات علمی گروه روانشناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز.

۳- هیات علمی گروه روانشناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز.

۴- هیات علمی گروه روانشناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز.

* نویسنده‌ی مسئول مقاله، ghasemi_azadm@yahoo.com

مقدمه

تحولات و دگرگونی‌های شگرف و عظیمی که به دلیل رشد فزاینده افزایش دانش، صنعت و فناوری در زندگی نوع بشر رخ داده موجب شده تا کشورهای مختلف راهکارهای مناسب و موثری را برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از این تحولات یافته و به کاربندند. اندیشمندان و خردورزان کارآفرینی را از مهم‌ترین این راهکارها دانسته‌اند که در جهان کنونی مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. کارآفرینی سازمانی به مفهوم تعهد یک سازمان بر ایجاد و مصرف محصولات و خدمات جدید، فرآیندهای تازه و نظام سازمانی نوین است. به این نوع کارآفرینی، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی دولتی یا سازمان کارآفرین نیز اطلاق می‌شود (Zabihi & Moghaddasi, 2005).

در پژوهش حاضر این نوع کارآفرینی مطرح است. در اینجا به بررسی رابطه متغیرهای پژوهش در نهاد کتابخانه‌های عمومی خوزستان می‌پردازیم. مروری بر تحقیقات گذشته در زمینه جو سازمانی خلاقیت و حمایت سازمانی ادراک شده با کارآفرینی، نتایج متفاوتی در این زمینه را نشان می‌دهد. به طوری که در اکثر مطالعات بین جو سازمانی خلاقیت و حمایت سازمانی ادراک شده با توسعه کارآفرینی رابطه مثبت معناداری به دست آمده است. یکی از متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی مفهوم جو سازمانی است. جو سازمانی عبارت از الگوهای تکراری از رفتارها، نگرش‌ها و احساساتی است که در قالب رفتارهای روزانه در محیط کار توسط افراد تجربه، درک و تفسیر می‌شوند. این الگوهای رفتاری جو سازمانی، وجوه مستقلی از نگرش به سازمان است که در نگاه کارکنان به سازمان، متبلور می‌شود (Ekvall, 1987; Ekvall & Isaksen, 2006). درک افراد از رفتارها، روی نگرش آنها از کار و همچنین سطوح عملکرد و در نتیجه بهره‌وری آنها تاثیر می‌گذارد (Ekvall, 1991; Amabile & Gryslciewjez, 1987; Isaksen & Ekvall, 2010).

طبق تحقیقات (Scheepers et al, 2008) رابطه‌ی مستقیمی میان جو کارآفرینی سازمانی و نوآوری وجود داشته است. همچنین میان شاخص‌های حمایت مدیریتی و پاداش و استقلال در کار با نوآوری رابطه وجود دارد. آنتونی در پژوهش خود نقش محیط و جو کارآفرینانه را در این زمینه بسیار حیاتی دانست و ویژگی‌های جو مناسب کارآفرینی را حمایت مدیریت، خطرپذیری، نظام پاداش و منابع و ساختار حامی عنوان کرد. وی اعتقاد دارد که درک و باور افراد از جو کارآفرینانه تاثیر بسیاری در فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه دانشگاه دارد (Anthony, 2005).

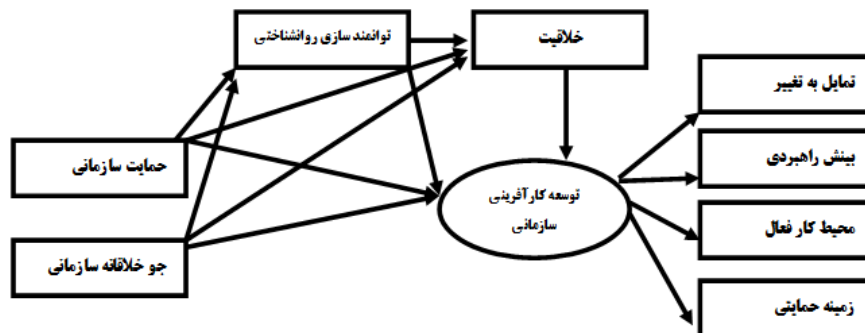
در پژوهشی (Karimi, 2013) نشان داد که بین کلیه ابعاد جو سازمانی با کارآفرینی درون سازمانی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد و از بین عوامل جو سازمانی بیشترین ضریب همبستگی با کارآفرینی درون سازمانی را رضایت و توافق بر رویه‌ها به خود اختصاص داده است. در پژوهش

(Nahid, 2013) نشان داد که حمایت مدیریتی، انعطاف‌پذیری مرزهای سازمان، در دسترس بودن زمان و پاداش و تقویت کارکنان بر نوآوری تاثیر می‌گذارد. اما استقلال کاری، بر نوآوری تاثیری ندارد. هرچند که در پایان مشخص شد به‌طور کلی جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری سازمانی تاثیر معناداری دارد.

رفتارهای حمایت‌کننده رهبران و همچنین جو سازمانی، می‌تواند موجبات فراهم آوردن حمایت سازمانی ادراک شده شود که منظور از حمایت سازمانی، احساس و باورهای تعمیم‌یافته افراد در این راستاست که سازمان نسبت به همکاری و مساعدت و حمایت اعضای خود ارزش قائل و نگران خوشبختی و آینده آنهاست (Eisenberger et al, 1986). عدم توجه به مسایل رفاهی و آسایشی کارکنان موجب کاهش انگیزه می‌شود. در این مورد ممکن است کارکنان از سازمان خود خارج شده و به سازمان دیگری بپیوندند که مشکلات آنها را درک کند و امکانات مناسبی برایشان در نظر بگیرد (Farajpahlou & Ghasemi, 2015).

کارکنانی که میزان زیادی از حمایت سازمانی ادراک شده را تجربه می‌کنند، این احساس را دارند که باید با توجه به رفتارها و نگرش‌های مناسبی در سازمان، ایفای نقش کنند تا عمل آنها در راستای منافع سازمان متبوع‌شان باشد و به این وسیله حمایت سازمان را جبران نمایند. در پژوهش (Hariri et al, 2013) با هدف سنجش رابطه حمایت سازمانی ادراک شده و بی‌تفاوتی سازمانی در کتابداران به این نتیجه رسیدند که بین کتابداران جامعه آماری، میزان حمایت سازمانی ادراک شده پایین‌تر از حد متوسط و میزان بی‌تفاوتی سازمانی نیز پایین‌تر از حد متوسط است و بین حمایت سازمانی ادراک شده و بروز بی‌تفاوتی سازمانی در کتابداران جامعه آماری رابطه معکوس معناداری وجود دارد. در پژوهشی فرا تحلیلی (Riggle et al, 2009) نشان دادند که دریافت حمایت سازمانی، تعهد و مشارکت را در سازمان را به‌شدت افزایش داده و باعث افزایش عملکرد بالای کارکنان در سازمان می‌شود. در پژوهش (Tabsara, 2013) نشان داده شد که کارآفرینی سازمانی در نهاد کتابخانه‌های عمومی در سطح مطلوبی قرار ندارد. همچنین آزمون‌های آماری فرضیه‌ها نشان داد که سه مولفه ساختار سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی نوآور در سطح مطلوبی نیستند؛ اما مولفه قابلیت‌های نیروی انسانی در سطح مطلوبی قرار دارد. همچنین (Saber, 2016) در پژوهش خود با هدف بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در بخش مدل ساختاری نشان داد که گرایش کارآفرینانه تاثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور دارد. کارآفرینی سازمانی به اشکال مختلف وجود دارد و هر سازمانی باید مدل مخصوص و مناسب برای خود به

وجود آورد. در شکل ۱ الگوی پیشنهادی طرح حاضر که رابطه بین متغیرهای آن بر مبنای مطالعات پیشین که به اختصار اشاره گردید؛ استخراج گردید، نمایش داده شده است.



شکل ۱- الگوی مفهومی پژوهش

روش، جامعه و نمونه آماری پژوهش

روش پژوهش حاضر طرح همبستگی از طریق الگویابی معادلات ساختاری^۱ (SEM) است که یک روش همبستگی چند متغیری است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان بوده که بر اساس آخرین آمار (مهرماه ۱۳۹۴) بالغ بر ۴۱۰ نفر بوده‌اند و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده انتخاب شدند و ابزار پژوهش شامل پرسشنامه بود. از کل پرسشنامه‌های ارسال شده برای آزمودنی‌ها تعداد ۲۰۳ پرسشنامه برگشت داده شد. تمامی تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS ویراست ۲۱ و AMOS ویراست ۲۱ انجام گرفتند.

ابزارها

۱. پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی: در پژوهش حاضر جهت سنجش جو خلاقانه سازمانی از نسخه اصلاح‌شده پرسشنامه چشم‌انداز موقعیتی (SOQ) که توسط (Isaksen & Ekvall, 2007) تنظیم و اعتباریابی مجدد شده است، استفاده شد. این پرسشنامه خود گزارشی ۲۱ ماده دارد و جو در سازمان را در ۹ حیطه‌ی چالش‌پذیری، آزادی، اعتماد، زمان ایده، خوشحالی و شوخ‌طبعی، تعارض، حمایت از ایده‌ها، گفت‌وگو و ریسک‌پذیری مورد سنجش قرار می‌دهد و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت ۵ درجه‌ای از ۱ (برای کاملاً مخالفم) تا ۴ (برای کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. تحقیقات زیادی پایایی و اعتبار مقیاس اولیه را بررسی کرده‌اند

(Turnipseed, 1994 Isaksen & Ekval, 2007). این پرسشنامه برای اولین بار در کشور توسط (Mashishki, Arshadi and Nisi, 2014) ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است. مشایخی و همکاران در پژوهش خود جهت سنجش اعتبار پرسشنامه از روش تحلیل عامل تاییدی استفاده نمودند که نتایج حاصل نشان داد که پرسشنامه از اعتبار مناسبی برخوردار است ($RMSEA=0/07$ $IFI=0/91$ $CFI=0/89$ $NFI=0/86$ $AGFI=0/88$ $GFI=0/89$). در پژوهش حاضر جهت تعیین ضریب پایایی پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی به ترتیب از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که نتایج از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب $0/74$ و $0/89$ به دست آمد که نشان‌دهنده‌ی ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است.

۲. پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک‌شده: در پژوهش حاضر جهت سنجش حمایت سازمانی ادراک‌شده از فرم کوتاه پرسشنامه حمایت سازمانی آیزنبرگر و همکاران (Persson, 2012) استفاده شد. این پرسشنامه ۸ ماده دارد و هدف آن سنجش حمایت سازمانی ادراک‌شده از جانب کارکنان است و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت پنج‌درجه‌ای از ۱ (برای کاملاً مخالفم) تا ۵ (برای کاملاً مخالفم) نمره‌گذاری می‌شود. پرسون (۲۰۱۲) شواهد گسترده‌ای از اعتبار و پایایی این پرسشنامه را ارائه نموده است. ضریب پرسشنامه حمایت سازمانی ادراک‌شده از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب $0/87$ و $0/86$ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است.

۳. پرسشنامه خلاقیت سازمانی: در پژوهش حاضر جهت سنجش خلاقیت سازمانی از پرسشنامه زو و جورج^۱ (۲۰۰۱) استفاده شد. این پرسشنامه ۱۳ ماده دارد و دو بعد کلی بدیع بودن ایده‌ها (۹ ماده) و کاربردی بودن ایده‌ها (۴ ماده) را مورد سنجش قرار می‌دهد و پاسخ‌های آن بر اساس لیکرت پنج‌درجه‌ای از ۱ (برای کاملاً مخالفم) تا ۵ (برای کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. در پژوهش زامپتاکیس (۲۰۰۸) برای تعیین اعتبار پرسشنامه، با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی، سوالات روی دو بعد بدیع بودن ایده‌ها و کاربردی ایده‌ها بار عاملی گذاشتند. این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است. مشایخی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود جهت تعیین اعتبار این پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده نموده‌اند که شاخص‌های برازش الگو برازندگی قابل قبول این پرسشنامه را نشان می‌دهند ($RMSEA=0/08$). همچنین این پژوهشگران جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده نموده‌اند که ضریب پایایی برای بعد بدیع بودن ایده‌ها $0/84$ ، برای کاربردی بودن ایده‌ها $0/79$ و برای کل پرسشنامه ضریب $0/90$ به دست آمده است. در پژوهش حاضر جهت تعیین

ضریب پایایی پرسشنامه خلاقیت سازمانی به ترتیب از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شد که ضریب پایایی پرسشنامه خلاقیت سازمانی از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب ۰/۹۰ و ۰/۸۷ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است.

۴. پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی: در پژوهش حاضر جهت سنجش توانمندسازی روان‌شناختی از پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی اسپریتزر^۱ (۱۹۹۵) استفاده شد. این پرسشنامه ۱۲ ماده دارد، چهار بعد معناداری (۳ ماده)، شایستگی (۳ ماده)، خودتعیینی (۳ ماده) و اثرگذاری (۳ ماده) را مورد اندازه‌گیری قرار داده و پاسخ‌های آن به صورت لیکرت پنج‌درجه‌ای از ۱ (برای کاملاً مخالفم) تا ۵ (برای کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. اسپریتزر (۱۹۹۵) برای تعیین اعتبار همگرا و افتراقی سوالات پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده کرد که داده‌ها از برازش عالی برخوردار بود و RMSEA معادل ۰/۰۴ به دست آمد و سوالات بار عاملی بالایی بر عامل اختصاصی خود داشتند. در پژوهش حاضر ضریب پایایی پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی از طریق دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف به ترتیب ۰/۸۵ و ۰/۵۹ به دست آمد که نشان‌دهنده ضریب پایایی قابل قبول پرسشنامه فوق است.

۵. پرسشنامه رفتار کارآفرینانه در سازمان: در پژوهش حاضر جهت سنجش توسعه کارآفرینی از پرسشنامه رفتار کارآفرینانه در سازمان زامپتاکیس و موستاکیس^۲ (۲۰۰۷) استفاده شد. فرم اصلی این پرسشنامه شامل ۱۲ ماده است که ۱۰ ماده‌ی آن بر اساس مطالعه‌ی پیرس و همکاران^۳ (۱۹۹۷) و دو ماده‌ی دیگر آن در مورد زمینه‌ی حمایتی از رفتارهای نوآورانه است. در پژوهش حاضر نیز جهت سنجش توسعه کارآفرینی از فرم ۱۰ ماده‌ی آن شامل ۸ ماده‌ی رفتارهای نوآورانه و ۲ ماده‌ی زمینه‌ی حمایتی استفاده گردید. شیوه نمره‌گذاری سوالات به صورت پنج‌گزینه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق است. در پژوهش حاضر به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۶۹ و ۰/۶۴ است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Spreitzer
2. Zampetakis and Moustakis
3. Pearce

یافته‌ها

جدول ۲ یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار، کمترین و بیشترین نمره‌های افراد نمونه را روی متغیرهای پژوهش، نشان می‌دهد. همچنین جدول ۳ ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۲- یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

شاخص توصیفی مقیاس	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
توسعه کارآفرینی	۳۷/۰۷	۴/۲۵	۲۳	۵۰
گرایش به تغییر	۱۴/۸۱	۱/۹۵	۸	۲۰
بیش استراتژیک	۷/۳۶	۱/۲۲	۳	۱۰
محیط کاری پر انرژی	۷/۸۴	۱/۰۷	۴	۱۰
زمینه حمایتی	۷/۰۶	۱/۵۴	۲	۱۰
جو اخلاقانه سازمانی	۷۰/۶۷	۹/۸۷	۲۹	۱۰۰/۶۴
حمایت سازمانی ادراک شده	۲۷/۴۸	۵/۳۲	۸	۴۰
توانمندسازی روانشناختی	۴۸/۸۷	۵/۲۳	۳۰	۶۰
اخلاقیات سازمانی	۴۸/۹۶	۶/۳۶	۲۸	۶۵

در این پژوهش در مجموع روابط بین متغیرها در الگوی پیشنهادی مورد بررسی قرار گرفت. الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در مجموع متشکل از ۵ متغیر است که متغیرهای حمایت سازمانی ادراک شده، جو اخلاقانه سازمانی به عنوان متغیرهای پیشایند، متغیر توسعه رفتار کارآفرینانه در سازمان به عنوان متغیر پیامد و متغیرهای توانمندسازی و اخلاقیات سازمانی به عنوان متغیرهای میانجی می‌باشند. همان‌طور که نتایج مندرج در جدول ۳ نشان می‌دهد، روابط همبستگی بین جو اخلاقانه سازمانی و توسعه کارآفرینی ($r=0/46$ ، $p<0/01$)، جو اخلاقانه سازمانی و توانمندسازی روان‌شناختی ($r=0/37$ ، $p<0/01$)، جو اخلاقانه سازمانی و اخلاقیات سازمانی ($r=0/45$ ، $p<0/01$)، حمایت سازمانی ادراک شده و توسعه کارآفرینی ($r=0/39$ ، $p<0/01$)، حمایت سازمانی ادراک شده و توانمندسازی روان‌شناختی ($r=0/43$ ، $p<0/01$)، حمایت سازمانی ادراک شده و اخلاقیات سازمانی ($r=0/19$ ، $p<0/01$)، توانمندسازی روان‌شناختی و توسعه کارآفرینی ($r=0/49$ ، $p<0/01$)،

۱۰۸ رابطه حمایت سازمانی و جو اخلاقانه با توسعه کارآفرینی با واسطه‌گری توانمندسازی و خلاقیت در ...

توانمندسازی روان‌شناختی و خلاقیت سازمانی ($r=0/39$ ، $p<0/01$) و خلاقیت سازمانی و توسعه کارآفرینی ($r=0/56$ ، $p<0/01$) است که از لحاظ آماری معنی‌دار هستند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۳- ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش حاضر

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
توسعه کارآفرینی	-								
گرایش به تغییر	۰/۷۷**	-							
بینش راهبردی	۰/۶۹**	۰/۳۵**	-						
محیط کاری فعال	۰/۷۷**	۰/۴۱**	۰/۵۲**	-					
زمینه حمایتی	۰/۷۱**	۰/۲۹**	۰/۳۰**	۰/۵۱**	-				
جو خلاقانه سازمانی	۰/۴۶**	۰/۱۲	۰/۳۳**	۰/۴۰**	۰/۵۷**	-			
حمایت سازمانی ادراک شده	۰/۳۹**	۰/۱۴	۰/۱۶*	۰/۳۷**	۰/۵۳**	۰/۵۲**	-		
توانمندسازی روان‌شناختی	۰/۴۹**	۰/۲۴**	۰/۳۳**	۰/۴۴**	۰/۴۷**	۰/۳۷**	۰/۴۳**	-	
خلاقیت سازمانی	۰/۵۶**	۰/۳۱**	۰/۶۰**	۰/۵۴**	۰/۳۰**	۰/۴۵**	۰/۱۹**	۰/۳۹**	-

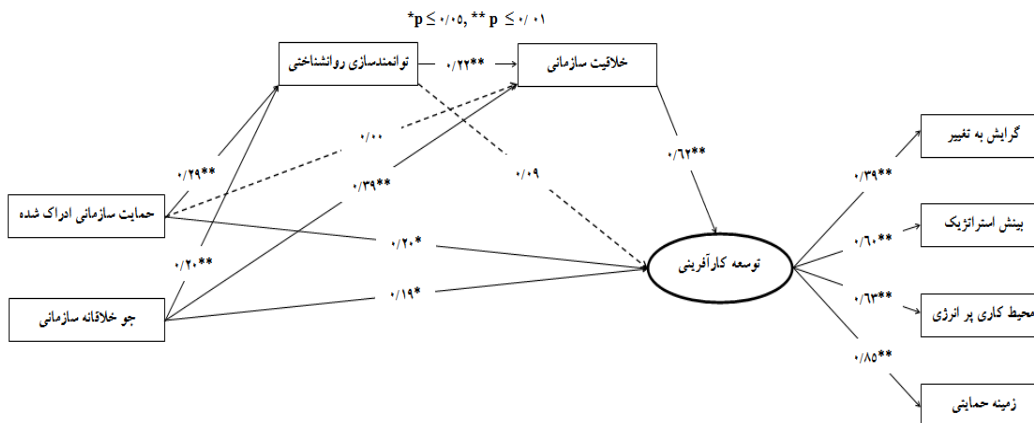
* $p \leq 0.05$, ** $p \leq 0.01$

جدول ۴- شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی و نهایی

شاخص‌های برازش متغیر	χ^2	df	χ^2/df	GFI	AGFI	NEI	CFI	IFI	TLI	RMSEA
الگوی پیشنهادی	۵۳/۹۱۵	۱۴	۳/۸۵۱	۰/۹۳۲	۰/۸۲۵	۰/۸۶۷	۰/۸۹۴	۰/۸۹۸	۰/۷۸۹	۰/۱۲۳
الگوی نهایی	۲۰/۹۳۴	۱۳	۱/۶۱۰	۰/۹۷۳	۰/۹۲۷	۰/۹۴۸	۰/۹۷۹	۰/۹۸۰	۰/۹۵۵	۰/۰۵۷

در نمودار ۲ الگوی نهایی و ضریب بتای استاندارد آن در مسیرهای مختلف نمایش داده شده است. نتایج مربوط به روابط غیرمستقیم پژوهش حاضر در جدول ۵ آورده شده‌اند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



نمودار ۲- الگوی نهایی و ضرایب مسیرها

یک فرض زیربنایی الگوی پیشنهادی، وجود مسیرهای واسطه‌ای بود که این روابط با استفاده از روش بوت استرپ^۱ بررسی شدند. نتایج بوت استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای الگوی پیشنهادی در جدول ۵ مشاهده می‌شوند.

جدول ۵- نتایج بوت استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای

سطح معنی‌داری	β	متغیر
۰/۰۰۱	۰/۰۷۷	جو خلاقانه سازمانی ← توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی
۰/۰۰۱	۰/۱۱۳	حمایت سازمانی ادراک‌شده ← توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی
۰/۰۰۱	۰/۰۸۴	جو خلاقانه سازمانی ← توانمندسازی روان‌شناختی ← توسعه کارآفرینی
۰/۰۰۱	۰/۱۰۲	حمایت سازمانی ادراک‌شده ← توانمندسازی روان‌شناختی ← توسعه کارآفرینی
۰/۰۰۱	۰/۱۵۸	جو خلاقانه سازمانی ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی
۰/۰۰۱	۰/۱۱۰	حمایت سازمانی ادراک‌شده ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی
۰/۰۰۱	۰/۱۴۶	توانمندسازی روان‌شناختی ← خلاقیت سازمانی ← توسعه کارآفرینی

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که صفر در فواصل اطمینان یادشده قرار نمی‌گیرد. بنابراین تمامی روابط غیرمستقیم معنی‌دار می‌باشند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه حمایت سازمانی و جو اخلاقانه با توسعه کارآفرینی با واسطه‌گری توانمندسازی و خلاقیت در کارکنان کتابخانه نهاد کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان انجام شده است. بسیاری از روابط به‌دست آمده در این پژوهش همسان با یافته‌های گذشته است. از آنجایی که پرداختن به تک‌تک یافته‌های این مطالعه و تفسیر آنان در این مقاله میسر نیست، لذا به اشاراتی کلی اکتفا می‌گردد. همان‌طور که در ماتریس همبستگی (جدول ۳) ملاحظه می‌شود، طبق پیش‌بینی بیشتر متغیرهای طرح، همبستگی معنی‌داری باهم دارند. در زمینه تاثیر متغیر حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی نتایج پژوهش بیانگر اثر مستقیم حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی سازمانی در کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی است. این یافته با پژوهش‌های محققینی نظیر (Isenberger et al, 2001) و (Hariri et al, 2013) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت کارکنانی که میزان زیادی از حمایت سازمانی ادراک شده را تجربه می‌کنند، این احساس را دارند که باید با توجه به رفتارها و نگرش‌های مناسبی در کتابخانه عمومی، ایفای نقش کنند تا عمل آنها در راستای منافع سازمان نهاد باشد و به این وسیله حمایت سازمان را جبران نمایند و از این جهت بیشتر در جستجوی راه‌حل‌های جدید برای حل مسایل کاری هستند و به سمت رفتارهای کارآفرینانه سازمانی کشیده می‌شوند. در زمینه اثر جو اخلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی پژوهش حاضر نشان داد که جو اخلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش (Koratko & Hadjets, 2001) و (Tabarsa, 2011) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که دادن آزادی عمل به کارکنان و حمایت مدیریت عالی سازمان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان تسریع رویدادها و تصمیم به عمل در سازمان است که نتیجه نهایی آن برنامه‌ریزی کسب و کار کارآفرینانه و اجرای ایده‌های کارآفرینانه است. مطالعه حاضر نشان داد که جو اخلاقانه سازمانی بر خلاقیت سازمانی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندی از جمله (Isaksen, 2010) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که در سازمان‌هایی با جو اخلاقانه، سطح ریسک‌پذیری بالا است، ابتکارات متهورانه حتی در وضعیتی که خروجی‌ها ناشناخته می‌باشند، به وجود می‌آیند. از این طریق افراد احساس می‌کنند که می‌توانند روی ایده‌هایشان ریسک‌پذیر باشند. همچنین در سازمان‌هایی که جو اخلاقانه دارند، گفتمان رایج است، عمده نظرات شنیده می‌شود و افراد ایده‌هایشان را برای بحث و بررسی و استفاده از نظرات دیگران ارائه می‌کنند. افراد اغلب می‌توانند عقاید مخالف را ببینند و بشنوند و در دیدگاه‌های متنوعی از افراد سهیم شوند که این خود باعث می‌شود تولید ایده و در نتیجه خلاقیت سازمانی

افزایش یابد (Isaksen, 2007). در زمینه متغیر توانمندسازی روان‌شناختی پژوهش حاضر نشان داد که بر خلاقیت سازمانی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندانی مانند (Thomas & Veithouse, 1990) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که افراد توانمند به خاطر وجود احساس شایستگی و تسلط بر محیط دست به تولید ایده‌های جدید زده و در ورای تولید این ایده‌ها، به یادگیری و خودشکوفایی بیشتر نیز می‌رسند. کارکنانی که به توانمندی‌های خودباور داشته و انگیزه‌ی لازم را نیز دارند، با چالش‌های روبه‌رو مقاومت می‌کنند و راه‌حل‌های جایگزین مناسب‌تری را به‌دست می‌آورند. در زمینه اثر جو اخلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی پژوهش حاضر نشان داد که جو اخلاقانه سازمانی بر توسعه کارآفرینی در کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی اثر مثبت معنی‌دار دارد. این یافته با پژوهش کوراتکو و هادجتس^۱ (Kuratko & Hodgetts, 1989) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت دادن آزادی عمل به کارکنان و حمایت مدیریت عالی سازمان تسریع رویدادها و تصمیم به عمل در سازمان است که نتیجه نهایی آن برنامه‌ریزی کسب و کار کارآفرینانه و اجرای ایده‌های کارآفرینانه است. همچنین یافته‌های پژوهش نشان دادند که متغیر حمایت سازمانی ادراک شده بر توسعه کارآفرینی در کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی اثر مثبت معنی‌دار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهشگرانی نظیر (Eisenberger et al, 2001) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که بر اساس هنجار عمل متقابل، وقتی که کارکنان حمایت و منافع را از جانب سازمان و سرپرستان خود دریافت می‌کنند، درصد جبران برمی‌آیند و این خدمات را با تعهد بیشتر، تلاش بیشتر برای موفقیت سازمان، ریسک‌پذیری بیشتر در انجام وظایف، خلاقیت، نوآوری و رفتارهای کارآفرینانه جبران می‌نمایند (Eisenberger et al, 2001). پژوهش حاضر نشان داد که خلاقیت سازمانی بر توسعه کارآفرینی در کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی اثر مثبت معنی‌دار دارد. قابل استنباط است زمانی که خلاقیت سازمانی در سطح بالایی باشد، از طریق مهندسی ایده و با مهارت‌تصورات اخلاقانه به پیدایش و تولید یک اندیشه و فکر نو منجر می‌شود که با مدیریت ایده منجر به پیدایش ایده‌های عملی به‌وسیله‌ی نوآوری و کارآفرینی خدمات و محصولات جدید خواهد شد. در پایان می‌توان بیان کرد جو اخلاقانه سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده از طریق تأثیری که بر توانمندی‌سازی و بالا بردن خلاقیت سازمانی دارند، منجر به توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان می‌گردند. بنابراین برای ارتقا رفتارهای مرتبط با کارآفرینی نیاز به توجه به متغیرهای حمایت سازمانی و جو اخلاقانه در سازمان است.

بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادی کاربردی زیر در جهت رشد و توسعه کارآفرینی در سازمان نهاد کتابخانه‌های عمومی ارائه می‌گردد. پیشنهاد می‌شود یک سیستم پاداش برای حمایت مدیریت نهاد کتابخانه‌های عمومی کارآفرینان سازمانی طراحی گردد که طراحی آن مستلزم این است که مدیران عالی از نیاز کارآفرینان سازمانی آگاه باشند. این پاداش باید هم مادی و هم غیر مادی باشد. اما جنبه‌های غیر مادی مهم‌تر است. پاداش‌های غیر مادی برای کارآفرینان سازمان می‌تواند عبارت از به رسمیت شناختن عملکرد وی، تاثیر آن بر میزان پاداش، تهیه بودجه‌های احتیاطی، ایجاد گروه‌های حمایتی یا ایجاد دستگاه‌های دوگانه ارتقا بر پایه عملکرد در توسعه پروژه‌های نوآورانه باشد. افزون بر این پیشنهاد می‌گردد که فرهنگ و جو کارآفرینی توسط مدیران سازمانی حمایت و ایجاد گردد. فرهنگی که اجازه می‌دهد کارآفرینی علی‌رغم وجود همه محدودیت‌ها در سازمان رشد کند (فرهنگ تحمل شکست، خطر و اشتباه) و در این جهت تاسیس یک بخش در دپارتمان منابع انسانی که افرادی که به کارآفرینی علاقه نشان می‌دهند را آموزش و تشویق کند. همچنین در سطح معاونت سازمان پیشنهاد می‌شود که یک معاونت گروه تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید (R&D)^۱ ایجاد گردد. معاونت جدید این اختیار را داشته باشد که بخش‌هایی از سازمان را برای نزدیک‌تر کردن به اهداف کارآفرینی سازمانی، تجدید ساختار کند. این معاونت بایستی حامی فرهنگ کارآفرینانه باشد و کارکنان را برای تولید ایده‌های متنوع و جدید آموزش دهد. همچنین برگزاری کلاس‌های آموزشی (ضمن خدمت) تعریف و حل مساله و تکنیک‌های خلاقیت برای کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی در جهت گسترش فرهنگ خلاقیت و نوآوری و ایجاد یک شعبه برای خلق محصولات و خدمات جدید در نهاد کتابخانه‌های عمومی با استفاده از افراد نخبه و دارای ایده‌های نو راهکار و پیشنهاد دیگر پژوهشگر برای توسعه کارآفرینی در فضای کتابخانه‌هاست.

References

- Amabile, T. M. Grysiewicz, N. D. (1989). The Creative Environment Scales: Work Environment Inventory. *Creativity Research Journal*, 2 (4), 231—52.
- Amabile, T. M., & Moghaddasi, A., (2006). *Entrepreneurship from theory to practice*. Mashhad: Jahan-e-Farda Publication.
- Anthony, J. (2005). The university environment and academic entrepreneurship: a behavioral model for measuring environment success. Stevens institute of technology. Available from: <http://www.cherry.gatech.edu/t2s2006/papers/lano-1057-T.pdf>
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., & Rhoades, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 86, 42-51.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchinson, S. & Sowa, D. (1986). "Perceived organizational support" *Journal of Applied Psychology*, 75 (1), 500-507.

1. Research and development

- Ekvall, O., Arvonen, J. (1989). Change centred leadership: an addition to the two-dimensional model. The Swedish Council for Management and Organizational Behaviour, Stockholm: FARâdet
- Ekvall, G. (1991). The organizational culture of idea-management: A creative climate for the management of ideas", in Henry, J. and Walker, D. (Eds.) *Managing Innovation*, Sage Publications Ltd, London, 73-9
- Farajpahlou, A., & Ghasemi, M., (2015). *Management of Libraries and Information Centres*. Tehran: Universities Humanities Books Development and Study Organization (SAMT). 206
- Hariri, N.; Routan, S. Z.; Jan-Mohammadi, M., (2013). Measuring the Relationship between Perceived Organizational Support and Organizational Indifference among the Librarians; Case Study: Central Libraries of Public Universities of Ministry of Sciences, Researches and Technology in Tehran. 47th period, 4, 397-414.
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2007). *Assessing the context for change A technical manual for the Situational Outlook Questionnaire Enhancing performance of organizations, leaders and teams for over 50 years* (2nd ed). Orchard Park, NY: The Creative Problem Solving Group, Inc
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and Innovation Management*, 19, 73-88
- Isaksen, S. G., & Isaksen, E. J. (2011). *The climate for creativity and innovation: and its relationship to empowerment, consumer insight and ambiguity*. Orchard Park, NY: The Creative Problem Solving Group, Inc. <http://www.cpsb.com>
- Karimi, M.; Atazadeh, Y. & Isazadeh H. (2013). Investigating the Relationship between the Organizational Climate Dimensions and Intra-organizational Entrepreneurship (Case Study: Shahid Tondgooyan Petrochemical Company of Imam-Khomeini Port). 2nd National Conference on Novel Management Sciences, Gorgan, Non-profit High Educational Institute of Hakim Jorjani.
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (1989) *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, (3rd ed) NY: The Dryden Press.
- Kuratko. (2007). *Corporate entrepreneurship, Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol 3, no 2, pp 1-65.
- Mashayekhi, N.; Arshadi, N. & Nisi, A. (2014). Designing and Testing a Model of Some Antecedents and Consequences of Organization Creativity. *Industrial and Organizational Psychology Studies Magazine*. 1st period. 1. 51-72.
- Nahid, M.; Zali, M.; Hosseinzadeh, M.; Firoozeh, S., (2013). Investigating the Effect of Organizational Entrepreneurship Climate on Innovation (Case Study: Islamic Culture and Thought Research Centre). 6th period. 3. 47-66.
- Pearce, J.A., Kramer, T.R. and Robbins, K.D. (1997), "Effects of managers entrepreneurial behaviour on subordinates", *Journal of Business Venturing*, Vol. 12, pp. 147-60.
- Presson, B. A. (2012). *The Mediating of perceived organizational support on the relationship between value congruence & engagement*. Thesis Msc, University of Houston Clear Lake. Publishing Company Limited. Publishing, Homewood.
- Public Libraries Institution (2010). *Explaining the Components of Iran Public Libraries Institution Vision in Iran Horizon 2025*. Research and Innovation General Department. Tehran: Public Libraries Institution Publication.

- Riggle, R. J., Edmondson, D. R., Hansen, J.D. (2009). Meta analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes, 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62(10), 1027-1030.
- Saberi, M.; Babolhavaeji, F.; Hariri, N.; Mohammadesmaeil, S., (2016). Modelling the Impact of Entrepreneurial Tendency on Organizational Performance of Iran Public Libraries Institution. 22nd period, 1, 53-72.
- Scheepers, M.J., Hough, J., & Bloom, J.Z. (2008). "Nurturing the corporate entrepreneurship capability", *Southern African Business Review*, Vol. 12, NO. 3, pp. 50-75.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurements and validation. *Academy of Management Journal*, 3, 1442-1466.
- Tabarsa, Gh., et al (2010). Investigating the Effect of Organizational Entrepreneurial Culture on Creativity and Innovation in Iran Public Libraries Institution, *Information Researches and Public Libraries*. 16(1). 5-22.
- Tabarsa, Gh., et al (2010). Investigating the Status of Organizational Entrepreneurship in Iran Public Libraries Institution. *Information Researches and Public Libraries*. 18(3). 374-363.
- Tajeddini K. (2010), Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland, *Tourism Management*, Vol. 31 pp. 221-231.
- Thomas, K. W., & Veithouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: A 'interpretive' model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*... 15,666-681.
- Turnipseed, D. (1994). The relationship between the social environment of organizations and the climate for innovation and creativity. *Creativity and Innovation Management*, 3, 184- 195.
- Zabihi, Mohammad Reza and Moghadasi, Alireza (2006). *Creation from theory to practice*. Mashhad: World Exodus Tomorrow.
- Zampetakis, L.A. and Moustakis, V., 2007. Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 13(1), pp.19-38.
- Zhou J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44 (4), 682-96.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی